

Les librairies indépendantes en Haute-Normandie

ÉTUDE 2014



Agence régionale
du livre et de la lecture
HAUTE-NORMANDIE

Sommaire

0) Conclusion et préconisations	5
Conclusion	5
Préconisations	7
I) Présentation de l'étude	8
Objectifs	8
Méthodologie	8
Panel de l'étude : 36 librairies en Haute-Normandie	8
Contexte national	10
II) Panorama des librairies indépendantes en Haute-Normandie	11
Inscription territoriale des librairies indépendantes en Haute-Normandie	11
Typologie des 36 librairies haut-normandes	12
➤ Statut juridique	13
➤ Emploi et formation	13
➤ Spécialité	16
➤ Ouverture	17
Conditions matérielles de l'activité de libraire	17
➤ Lieu physique, le local	17
➤ Concurrence	18
➤ Matériels informatiques et logiciels	18
➤ Documentation professionnelle	19
➤ Réseaux et associations de professionnels	20
III) Environnement économique et commercial de la librairie	21
Économie des librairies en 2012-2013	21
➤ Corpus économique : répartition des librairies selon leur chiffre d'affaires	21
➤ Ventilation du chiffre d'affaires	21
➤ Chiffre d'affaires : impact de la surface de vente	22
➤ Rotation du stock et besoin en fonds de roulement	24
➤ Principaux postes de charges de la librairie	26
Relations avec les fournisseurs	27
➤ Fréquence des visites des représentants	28
➤ Office et retour	28
➤ Opérations spéciales	29
➤ Conditions de remises	29
➤ Marge commerciale	30
➤ Marchés publics et librairies en Haute-Normandie	30
➤ Relations aux éditeurs régionaux et mise en avant de leurs ouvrages	31
Relations avec la clientèle	32
➤ Atout de la librairie indépendante	32
➤ Carte de fidélité	33
➤ Autre moyen de paiement	34
➤ Démarque	35
IV) Évolutions, transmissions et perspectives	35
Animations	35
➤ Coup de cœur du libraire, vitrine	35
➤ Animations dans les murs	36
➤ Animations hors-les-murs	36
Le numérique en librairie	37
➤ Présence sur les réseaux sociaux	37

➤ Site Internet et blogs	37
➤ Vente de livres numériques	38
Transmettre sa librairie.....	38
Perspectives pour la librairie et le métier de libraire	39
Aides publiques.....	39
➤ Dispositifs nationaux	40
➤ Dispositifs régionaux	40
➤ Relation aux différentes structures culturelles nationales et régionales	41
Annexes	42
➤ Panel de l'étude : 36 librairies indépendantes de Haute-Normandie.....	42
➤ Tableaux sur les données économiques.....	42
➤ Dispositifs nationaux	45
➤ Dispositifs régionaux	46
Bibliographie	47
Renseignements et contacts	48
Remerciements	50

0) Conclusion et préconisations

Conclusion

L'étude menée avec 34 des 41 librairies repérées en Haute-Normandie, selon la méthode décrite dans sa présentation¹ montre l'importance de mettre en œuvre simultanément une étude qualitative éclairant sur le fonctionnement détaillé de la librairie et une étude économique fine ; de rencontrer les libraires lors de l'étude ; de leur faire un premier retour au vu des informations recueillies.

L'analyse des éléments collectés renforce l'image que nous avons de la librairie indépendante dans la région et contribuera à définir plus finement les axes autour desquels devra se développer la politique du livre dans son ensemble, en posant clairement les attendus pour le secteur de la librairie.

Les éléments saillants qui ressortent de cette étude sont les suivants :

- **Trésorerie** – L'étude montre très clairement que les **difficultés de trésorerie affectent 59 % des librairies**, et ce quelle que soient leur taille, leur chiffre d'affaire ou leur lieu d'implantation.
- **Hétérogénéité** – On constate une grande **hétérogénéité des acteurs et des structures** car il n'y a pas une librairie indépendante mais des librairies indépendantes, avec leurs caractéristiques propres. Les différences sont nombreuses entre les petites librairies de catégorie D et les grosses structures de catégorie A.
De même, entre les librairies spécialisées et les généralistes. Les modes de fonctionnement ne sont pas les mêmes, les petites librairies fonctionnant sans personnel dans un petit local là où les grosses librairies généralistes ont une dizaine d'employés et une grande surface de vente à gérer. L'informatisation, les moyens de transport utilisés pour la livraison, les services proposés diffèrent aussi grandement d'une entreprise à l'autre. **Les enjeux, notamment économiques, ne sont pas les mêmes selon les structures.** Cette hétérogénéité s'explique par la grande diversité des profils de responsable de librairie, il n'y a pas un modèle de librairie indépendante que l'on reproduit mais un parcours personnel qui conduit à la création (ou reprise) d'une librairie selon sa personnalité et son expérience.
- **Créations / fermetures** – On constate que depuis 2012 les créations de librairies en Haute-Normandie ne compensent plus les fermetures. Il y a un déficit qui risque encore de se creuser au vu des conditions économiques générales, renforçant encore la précarité de ce commerce en terme d'implantation.
- **Commerce et militantisme culturel** – Si l'approche du métier de libraire varie d'un libraire à l'autre, les extrêmes pouvant être représentés par « le goût d'entreprendre » *versus* « le militantisme culturel », ils sont de plus en plus nombreux à revendiquer le **statut de commerçant**, mettant cet aspect de leur métier en avant. Cela dit, ce sont plutôt les petits libraires, souvent spécialisés, qui revendiquent le **militantisme culturel** ; ils vont porter une attention particulière à l'assortiment de leur librairie, aux animations, à leur présence au cœur de leur commune, à se battre pour la promotion du livre et de la lecture au quotidien. Ces deux aspects décrivent **des figures idéales typiques**² que nous ne retrouvons pas telles quelles sur le terrain, les libraires rencontrés disposant tous de ces deux dimensions dans leur métier, mais cela permet de voir la dichotomie du métier et de mieux comprendre son hétérogénéité à l'aune de ces deux axes fondateurs.
- **Politiques publiques** – L'hétérogénéité des librairies de la région permet de mieux comprendre **les difficultés à adapter les politiques publiques** à cette activité. Face aux difficultés actuelles dues à la baisse de vente de livre et à la concurrence du commerce en ligne, les pouvoirs publics, l'État en tête, veulent protéger et accompagner le commerce de livres neuf en France.

¹ Cf. Infra

² Pour aller plus loin, voir le mémoire de recherche de Pauline Guignes, *Entre culture et commerce : dynamiques, contradictions et perspectives pour la librairie indépendante à l'heure du numérique*, IEP Toulouse, 2013

La territorialisation de ces politiques, via la Région, la DRAC et l'ARL, se veut une première réponse pour adapter au plus près les dispositifs d'aides à la librairie. Mais devant la multiplicité des configurations, comment faire pour viser juste et n'oublier personne ? Les dispositifs, comme le label LIR par exemple, se définissent selon des critères très précis qui excluent une partie des bénéficiaires potentiels par leur rigueur. La force de la librairie indépendante en France, en partie due à une diversité de l'offre, apportant un grand choix au client et une indépendance culturelle certaine, est menacée, et adapter les politiques publiques en ce sens est un enjeu majeur pour la pérennité de ce modèle.

- **Information sur les dispositifs** – Cela dit, les dispositifs d'aides et d'accompagnement existent, parfois méconnus par le libraire. Au regard du contexte économique actuel et de l'équilibre financier précaire des librairies indépendantes, ces aides peuvent permettre à de petites librairies de continuer à proposer une offre en librairie aux habitants. La librairie est un des lieux de socialisation du centre ville et nous avons pu constater que certaines villes de plus de 20 000 habitants n'ont plus de librairies, contribuant au cercle vicieux du déclassement économique et culturel de ces collectivités. L'étude a donc permis **d'informer les libraires des possibilités offertes à leur entreprise, en terme d'aides financières** pour l'aménagement, l'informatisation, l'extension, les animations, etc.
- **Librairie et numérique** – Les responsables de librairies sont préoccupés par **les changements actuels liés aux technologies numériques**. La vente en ligne de livres physiques et la vente de livres numériques prennent de plus en plus de place dans le commerce des ouvrages ; les responsables de librairies se demandent quelle place ils pourront tenir dans cette nouvelle organisation. Certains pensent que ce n'est pas leur métier et refusent tout de go de participer et de faire évoluer leur magasin en ce sens.
D'autres sont ouverts et attentifs à ces changements, et scrutent les solutions techniques (sites Internet, plateformes de vente en ligne, bornes de téléchargement, etc.) qui pourront leur permettre d'y prendre part. La plupart des libraires sont méfiants à l'égard des éditeurs sur le sujet, pensant qu'ils réfléchissent à un modèle qui chercherait à les écarter du fait de la technologie informatique. Ces questionnements autour du numérique sont des enjeux cruciaux qui agitent aujourd'hui les pouvoirs publics ; les responsables de librairies, présents en bout de chaîne, ne sont pas en reste, inquiets pour leur avenir à court terme.

Formation – Un besoin important de formation est signalé en même temps qu'une quasi indisponibilité des libraires pour s'y rendre. Ce sont **78 % des libraires du panel qui expriment des besoins en formation**.

- **Interprofessionnalisation et partage d'outils** – L'information est essentielle pour les libraires, et la connaissance de leur secteur d'activité permettrait une meilleure anticipation des problèmes. **Les relations avec les éditeurs et les diffuseurs** sont un des points souvent cités comme étant à améliorer. Les éditeurs pâtissent d'une mauvaise réputation, certains libraires trouvant qu'ils ne font pas assez d'effort envers les libraires, au niveau des remises par exemple, et qu'ils préparent l'avenir (via le numérique) sans eux. Cette méconnaissance des uns et des autres entraîne une méfiance dans les relations et ne permet pas la constitution d'un groupement fort des métiers du livre face aux pouvoirs publics.
L'absence d'une association des libraires haut-normands est à ce titre préjudiciable lorsque l'on voit l'apport d'une telle structure en Aquitaine ou en Bretagne par exemple. Une association active pourrait permettre la mise en œuvre d'actions communes et renforcer le partage d'outils pour la librairie, souhait régulièrement évoqué lors des entretiens. Les librairies indépendantes ne peuvent plus être seules pour négocier les tarifs de transport, les loyers, les remises ou les coûts d'équipement. Au vu des difficultés financières actuelles du secteur, les commerces de vente de livres doivent essayer de mutualiser ces coûts et de se rassembler pour peser dans les négociations face aux partenaires. **La librairie est un des rares commerces de centre ville qui ne s'est pas constitué en réseau**, et qui ne représente donc pas un groupe de pression fort et unifié.

Lorsque nous réaliserons la même étude sur les maisons d'éditions en 2015, il sera permis de peaufiner très sensiblement l'implication déjà forte de la Région et de l'État (Drac), par l'intermédiaire du Fonds pour le développement de l'économie du livre (FDEL), dans le soutien à l'économie du livre pour ces deux sous-ensembles de l'écosystème du livre que sont les librairies et les maisons d'édition. Par là même, cela permettra également de définir des priorités d'action pour l'ARL afin qu'elle soit l'opérateur le plus efficace possible de cette politique.

Néanmoins, des préconisations peuvent déjà être énoncées et certaines d'entre elles être d'ores et déjà déclarées comme prioritaires dans l'attribution et le montant des financements des projets présentés au FDEL. Dans l'attente des choix auxquels ces préconisations présideront, nous constatons dès maintenant une nette amélioration du lien que l'ARL entretenait déjà avec le monde de la librairie ; si les libraires ont pu identifier l'ARL, ses missions et son implication dans l'expertise qu'elle pouvait leur apporter, dans le même temps l'ARL s'est véritablement nourrie de ces entretiens pour améliorer sa connaissance des établissements haut-normands.

Enfin, les libraires revendiquant très nettement le statut de commerçant – sans renier le militantisme qui les habite – il sera utile de les mettre autour de la table des discussions avec le partenaire Région, en associant au service chargé des questions culturelles celui chargé des questions liées à l'économie des entreprises afin de coordonner les actions régionales.

Préconisations

La politique du livre que conduisent la Région et l'État (DRAC), et dont l'ARL est le principal opérateur (expertise, conseil, information, prospective, numérique), peut déjà être affinée selon les axes suivants :

- **expertise individuelle** et fine (projet d'entreprise et économique) des librairies le demandant ou dont la situation semble difficile, et notamment dans le contexte d'une volonté de cession du commerce, avec **établissement d'un diagnostic partagé avec le libraire suivi s'un plan d'actions** ;
- financement de la **mise à niveau des logiciels de gestion** de librairie ;
- financement de **création ou évolution de sites Internet** ;
- **présence accrue de l'ARL en librairie** afin de fluidifier les informations et les conseils et d'être en prise régulière avec les fluctuations d'activité, notamment pour conseiller au plus près sur les modalités d'aide possibles ;
- incitation forte à **créer une association des libraires** (notamment pour les catégories C et D) de Haute-Normandie et, après avoir élaboré un programme d'activité, définir comme prioritaire toute action collective de cette association pour le financement au FDEL.
- **formations**
 - aux fonctions avancées des **logiciels de gestion** afin que les libraires maîtrisent mieux les outils de gestion fine du stock, des retours, de la trésorerie (formation continue) ;
 - à la **création de sites Internet** et de présence sur les réseaux sociaux ;
 - commune aux bibliothécaires, sur les **marchés publics de livres** (formation continue, CNFPT).

I) Présentation de l'étude

Objectifs

La librairie française est aujourd'hui en crise. Secteur d'activité le moins rentable en France avec 0,3 % de taux de rentabilité³ elle stigmatise les difficultés du commerce de centre ville, ainsi que celles de la vente de biens culturels. La concurrence des entreprises de vente en ligne, la dématérialisation des biens culturels couplées aux changements des pratiques de consommation des Français durcissent les conditions d'exercice de cette profession.

C'est dans ce contexte que les pouvoirs publics s'intéressent à la librairie et au métier de libraire, étant entendu que la vente de livres est plus que la vente d'un bien quelconque ; c'est aussi une action culturelle et sociale. Culturelle car le livre permet la transmission de savoirs, de connaissances et, sociale car il permet de relier les individus. La librairie est alors vécue comme vecteur de lien social.

En 2012, le Syndicat de la librairie française⁴ (SLF) et le Service du livre et de la lecture de la Direction générale des médias et des industries culturelles⁵ (DGMIC) ont confié à l'institut Xerfi, spécialiste des études économiques sectorielles, la réalisation d'une étude sur la situation économique et financière des librairies indépendantes. Cette étude, qui couvre la période 2005-2012, permet d'avoir une connaissance précise des enjeux de la librairie au niveau national.

Afin de parfaire et d'affiner cette connaissance à un niveau plus local, territorial, les structures du livre en région (SRL) ont réalisé elles aussi des études sur la librairie. En Haute-Normandie, la dernière étude sur la librairie, conduite par l'association des libraires et la Drac Haute-Normandie, datait de 2006. C'est dans ce cadre que l'Agence régionale du livre et de la lecture de Haute-Normandie (ARL) a souhaité mener une étude sur la librairie indépendante en Haute-Normandie.

Méthodologie

Cette étude a été réalisée grâce aux données recueillies auprès de 36 librairies sur un panel de 41 librairies indépendantes de la région selon la méthode suivante :

- Entretiens sur site avec 36 libraires de la région Haute-Normandie ayant accepté de participer à l'étude. Ces entretiens, sur la base d'un questionnaire comprenant 128 questions⁶, ont duré entre 1 et 2 heures. Ils ont eu lieu entre avril et juin 2014 (réalisés par Sophie Fauché, chargée de l'économie du livre et de la vie littéraire à l'ARL et Jean-Alban Flambard, stagiaire).
- Étude du dernier bilan (2012-2013) et analyse menée par Michel Ollendorff, consultant. Deux librairies ont été écartées pour l'étude économique car elles n'étaient pas en mesure de fournir un premier bilan, ayant moins d'un an d'existence.

Panel de l'étude : 36 librairies en Haute-Normandie

« La librairie indépendante est une forme particulière de point de vente. Elle n'est définie ni par sa taille ni par son offre, mais par le fait que le chef d'entreprise, quel que soit son statut (directeur, gérant, gérant salarié, etc.) est le maître à bord et prend les décisions sans en référer à quiconque. »⁷

En 2011, l'ARL a mis à jour sa base de données des points de vente du livre, selon des critères établis par l'interprofession. Mise à jour régulièrement, cette liste, croisée avec celle des librairies répertoriées dans les pages jaunes a permis de constituer un panel de librairies entrant dans le champ de l'étude. Les informations et statuts juridiques de ces librairies ont ensuite été vérifiés sur societe.com et infogreffe.fr,

³ Étude du Cabinet Xerfi pour le ministère de la Culture et de la Communication et le Syndicat de la librairie française, mai 2011

⁴ www.syndicat-librairie.fr

⁵ Service du ministère de la Culture et de la Communication

⁶ Cf. questionnaire en annexe

⁷ *Être libraire*, Frédérique Leblanc, éditions lieux dits, Paris, 2011

afin de disposer d'une liste exhaustive des librairies de la région tout en excluant les papeteries, points presse et librairies d'occasion qui ne possèdent pas le même code NAF⁸. Le code 47.61Z correspond à un commerce de détail de livres en magasin spécialisé (NAF 47.62Z presse et papeterie, NAF 47.79Z occasion).

Sur cette base (51 librairies), une visite et/ou un appel préalable à destination de librairies non répertoriées par l'ARL, possédant le code NAF 47.61Z, a permis d'exclure du corpus 10 d'entre elles ; il s'agissait soit de papeterie, soit de librairies d'anciens ; 3 d'entre elles se sont révélées ne plus exister.

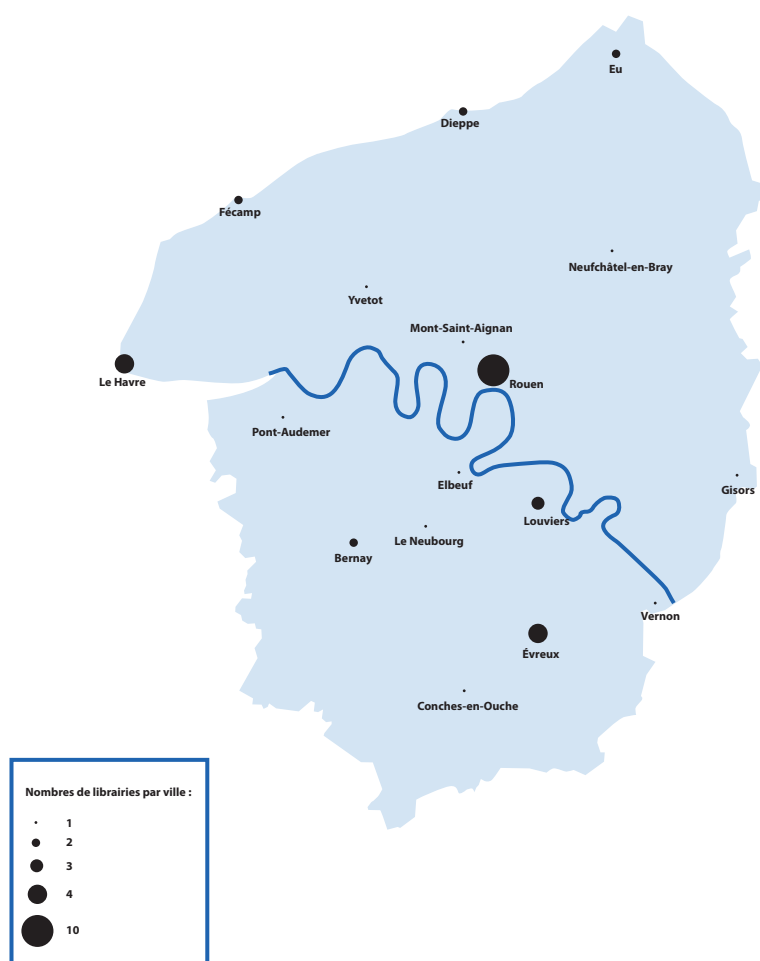
Sur les 41 librairies, 5 n'ont pas souhaité participer à l'étude, par manque de temps ou d'intérêt.

	Visite	Refus	Total
Seine-Maritime	22	2	24
Eure	14	3	17
Haute-Normandie	36	5	41

Cette étude a donc porté sur 36 librairies indépendantes implantées en Haute-Normandie dont au moins 50 % du capital est détenu par une personne physique et qui réalisent au moins 50 % de leur chiffre d'affaires en livres neufs. Cela exclut de fait les grandes

surfaces culturelles (Cultura, Espace culturel Leclerc, Fnac, etc.) ainsi que les librairies de livres d'occasions, les maisons de presse ou toutes autres entreprises pour qui la vente de livres neufs est secondaire. Ces dernières feront l'objet d'un état des lieux spécifique ultérieurement.

Carte d'implantation des librairies indépendantes en Haute-Normandie



⁸ Le code NAF catégorise une entreprise selon son secteur d'activité

Un questionnaire a été construit en regard de ceux précédemment établis par les structures du livre (SRL) d'Aquitaine et Picardie notamment. Ces SRL ont conduit des études en 2012 et 2013, ce qui permettra une mise en perspective des résultats.

Ont été introduites des questions ouvertes, pour recueillir le ressenti des libraires sur leur métier, sur l'avenir de la librairie, etc. Les entretiens sur site ont également permis de recueillir des informations hors questionnaires ou d'approfondir tel ou tel point.

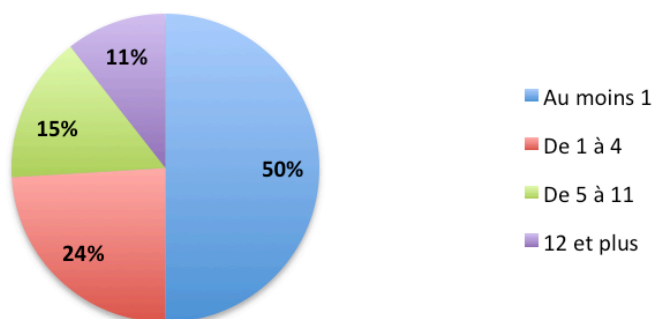
Durant ces entretiens, Michel Ollendorff consultait le dernier bilan de la librairie (bilan 2013 portant sur l'année 2012-2013), afin de recueillir les données économiques de l'entreprise. À l'aide de tableaux créés par ses soins, le recueil de ces données a permis de calculer le taux de rotation du stock, de connaître l'état de la trésorerie, le coût des charges, etc.

Contexte national

Il est difficile de trouver des données stabilisées pour la librairie : elles diffèrent selon les sources. Cependant le nombre total de points de vente sur le territoire français est estimé à 25 000. En 2011, on comptait 2 161 librairies ayant le code NAF 47.61Z. Grâce à la loi du 10 août 1981, sur le prix unique du livre, la France a un des maillages de librairies les plus denses au monde.

Entre 2010 et 2012, les ventes de livres baissent de -2 % à -3% en valeur cumulée selon les différentes sources, recul plus prononcé en volume de -3 % à -9 %⁹. Alors que dans le même temps, la production éditoriale a augmenté de +3,7 % en 2013 (74 818 titres parus). Hormis l'e-commerce, tous les circuits de distribution sont touchés.

Les Français et l'achat de livres neufs imprimés en 2013



Au niveau des pratiques de lecture, 69 % des français de 15 ans et plus ont lu, en 2014, au moins 1 livre imprimé au cours des 12 derniers mois. En ce qui concerne la lecture de livres numériques en 2014, 15 % des français de 15 ans et plus déclarent avoir déjà lu un livre numérique et 7 % envisagent de le faire.

Les grandes librairies et librairies spécialisées représentent 18 % des ventes de livres neufs imprimés, les librairies-papeteries et maisons de la presse 4 %, les grandes surfaces culturelles spécialisées 22 % et les hypermarchés 19,5 %. Ces chiffres sont stables par rapport aux années précédentes. En revanche, les ventes sur Internet représentent 18 % contre 10 % en 2011, soit une augmentation de 80 %¹⁰.

⁹ La situation économique et financière des librairies indépendantes, Étude du Cabinet Xerfi pour le ministère de la Culture et de la Communication et le Syndicat de la librairie française, juin 2013

¹⁰ Le secteur du livre : chiffres-clés 2012-2013, Service du livre et de la culture, ministère de la Culture et de la Communication, panel de 3 000 personnes de 15 ans et plus, résultats provisoires 2013

II) Panorama des librairies indépendantes en Haute-Normandie

Inscription territoriale des librairies indépendantes en Haute-Normandie

La région Haute-Normandie a une superficie de 12 318 km² et se compose de deux départements, l'Eure et la Seine-Maritime. Région dynamique, proche de Paris, elle dispose de deux ports importants, Le Havre et Rouen. Elle est aujourd'hui la 6^e région économique française, forte d'un PIB régional de 49,5 milliards d'euros (2011).

Les deux départements qui composent la région sont très différents. La Seine-Maritime est très urbanisée sur l'axe Seine et sa partie côtière est économiquement dynamique. L'Eure est un département plus rural, moins peuplé et économiquement plus en difficulté, malgré un taux de chômage légèrement inférieur à celui de la Seine-Maritime.

	Eure	Seine-Maritime	Haute-Normandie	France
Nombre de communes	675	745	1 420	36 682
Superficie (km ²)	6 040	6 278	12 318	674 843
Population estimée (2012)	590 927	1 259 758	1 850 685	65 280 857
Densité de population	93,91	198,14	147,03	120,6
Emploi total (2011)	195 400	513 000	708 400	26 376 200
Taux de chômage (2012)	11,2 %	11,8 %	11,6 %	10,2 %

Source Insee et rapport 2013 CESER : portrait statistique de la Haute-Normandie

Les dix communes les plus peuplées de la région, en 2011

Commune	Population	Département	Librairies
Le Havre	174 156	Seine-Maritime	4
Rouen	111 553	Seine-Maritime	12
Évreux	49 359	Eure	6
Dieppe	31 148	Seine-Maritime	2
Sotteville-lès-Rouen	28 679	Seine-Maritime	0
Saint Étienne-du-Rouvray	28 118	Seine-Maritime	0
Vernon	24 772	Eure	2
Le Grand-Quevilly	24 637	Seine-Maritime	0
Le Petit-Quevilly	22 055	Seine-Maritime	0

Source Insee : recensement de la population 2011

La Haute-Normandie compte 1 librairie pour 45 138 habitants

Afin d'avoir une vision plus juste du nombre de librairies en Haute-Normandie, les 41 librairies ont été comptabilisées dans cette partie.

	Nombre de librairies	Habitants par librairie	Librairies pour 10 000 habitants
Eure	17	34 760	0,29
Seine-Maritime	24	52 489	0,19
Haute-Normandie	41	45 138	0,22

59 % des librairies indépendantes sont implantées en Seine-Maritime

On retrouve donc le plus grand nombre de librairies en Seine-Maritime (24) avec 12 librairies à Rouen et 17 librairies dans l'Eure dont 6 dans la ville d'Évreux. La plupart des librairies sont concentrées dans les agglomérations, 18 librairies sur les 41 de la région sont implantées dans les 3 plus grosses agglomérations de Haute-Normandie (Le Havre, Rouen et Évreux).

La moyenne régionale est de 0,22 librairies pour 10 000 habitants, soit 1 librairie pour 45 138 habitants. On note un nombre de librairies plus important dans l'Eure avec 0,29 librairies pour 10 000 habitants contre 0,19 en Seine-Maritime.

Au niveau national, on constate une baisse de 15 % du nombre d'établissements entre 1999 et 2009¹¹.

Nous comparerons nos résultats avec ceux des études sur la librairie indépendante des régions Aquitaine¹², Basse-Normandie¹³, Lorraine¹⁴, Picardie¹⁵ ainsi que ceux de l'étude Xerfi¹⁶ 2013.

Nous rappelons en ce sens quelques données contextuelles de ces régions qui permettront de pondérer ces comparaisons.

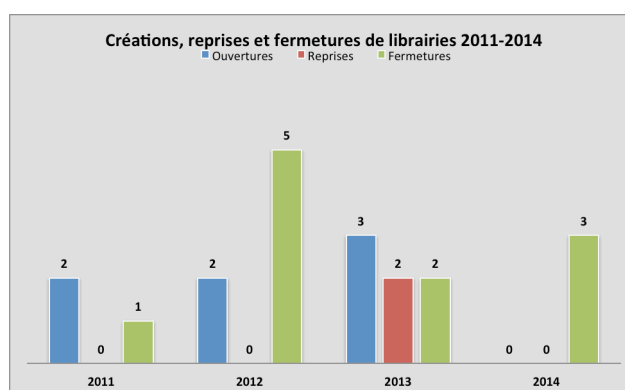
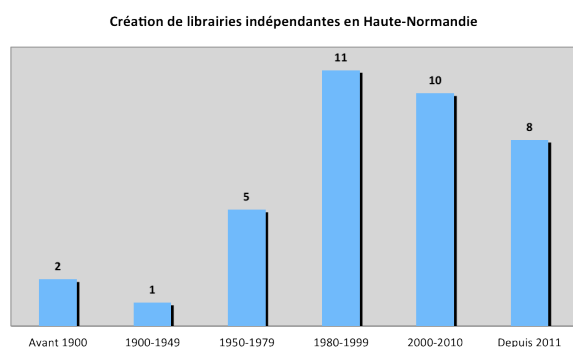
	Haute-Normandie	Basse-Normandie	Picardie	Lorraine	Aquitaine
Départements	2	3	3	4	5
Superficie (km ²)	12 318	17 589	19 399	23 547	41 308
Habitants (en million)	1,8	1,4	1,9	2,3	3,3
Librairies indépendantes retenues/librairies indépendantes identifiées	36/41	39/50	31/39	25/51	42/79

Source Insee 2013

Typologie des 36 librairies haut-normandes

L'année 2013 fut positive pour la création, reprise de librairie dans la région, mais elle ne doit pas masquer les difficultés actuelles. En 2014, les ouvertures et reprises de librairies ne compensent pas les fermetures. Durant cette étude, deux librairies ont fermé : 1 à Évreux et 1 à Dieppe, et 1 librairie a annoncé sa fermeture pour décembre 2014. Certaines villes de plus de 30 000 habitants comme Dieppe par exemple, voient leur offre de librairie restreinte malgré une zone de chalandise étendue, ce qui pose question pour l'avenir des librairies de villes plus petites.

La tendance nationale affirmant que pour une librairie fermée, une autre ouvre s'était, jusqu'à présent, vérifiée en Haute-Normandie. En 2014, cela ne semble plus être le cas : 3 librairies ont fermé et il n'y a pas eu d'ouvertures. À ce jour, une création de librairie est annoncée pour 2015.



La Haute-Normandie accueille deux librairies indépendantes de plus d'un siècle. Onze ont entre 20 et 30 ans mais seuls 50 % (18/36) des librairies de la région ont moins de 14 ans. La Haute-Normandie dispose donc

¹¹ Étude Xerfi pour les rencontres nationales de la librairie, Lyon 2011

¹² Économie du livre en Aquitaine 2012-2013, enquêtes, ECLA

¹³ État des lieux des librairies indépendantes en Basse-Normandie, Valérie Schmitt, CRL Basse-Normandie, juin 2012

¹⁴ Chiffres clés de la librairie indépendante en Lorraine 2013, CRL Lorraine

¹⁵ Étude sur la librairie indépendante en Picardie, Thierry Ducret et Michel Ollendorff, CR2L Picardie, 2012-2013

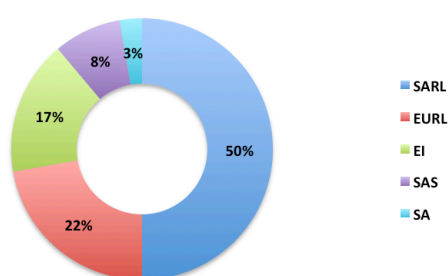
¹⁶ La situation économique et financière des librairies indépendantes, analyse sur la période 2005-2012, Alexandre Boulegue et Gabriel Giraud, Xerfi France, juin 2013

d'un ensemble de librairies assez jeunes. Les années 80 et 90 furent propices aux créations de librairies, encouragées notamment par les pouvoirs publics et la loi sur le prix unique du livre par exemple, phénomène national qui se retrouve dans cette région.

➤ Statut juridique

50 % des librairies sont des SARL

La SARL est la structure juridique privilégiée par les responsables de librairies, à 50 % (18/36), vient ensuite l'EURL¹⁷, pour 22% d'entre eux (8/36). Et 16%, 6 libraires ont choisi le statut d'entreprise individuelle (EI)¹⁸. À noter qu'il s'agit d'un statut délicat à cause de la confusion possible entre patrimoine privé et professionnel, qui peut pénaliser l'extension de ces entreprises.



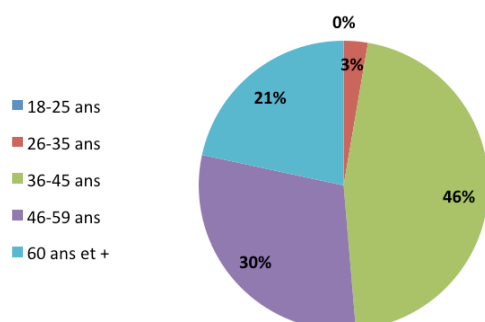
	Taux d'entreprise en SARL
Haute-Normandie	50 %
Aquitaine	57 %
Basse-Normandie	64 %
Lorraine	68 %

En comparaison avec les autres régions, bien que majoritaire comme ailleurs, le statut de SARL est moins privilégié en Haute-Normandie.

➤ Emploi et formation

Le métier de libraire est une profession peu connue sociologiquement, notamment à cause de l'hétérogénéité des profils des libraires et des types de librairies (petites, grandes, avec ou sans employé, spécialisées ou non, informatisées ou non, etc.).

Répartition des responsables selon la catégorie d'âge



Les 36 librairies de Haute-Normandie sont dirigées à part égale par des hommes et des femmes. En Lorraine, 64 % des responsables de librairies sont des femmes (16 sur 25).

L'âge moyen des responsables de librairies de la région est de 48 ans

¹⁷ L'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) est une SARL constituée d'un seul associé. Elle est donc soumise aux mêmes règles qu'une SARL classique, exception faite toutefois des aménagements rendus nécessaires par la présence d'un associé unique.

¹⁸ En 2013, 71 % des créateurs d'entreprise ont choisi d'exercer leur activité en entreprise individuelle dont 51 % sous le régime de l'auto-entrepreneur. Cette forme juridique peut être conseillée lorsque les risques de l'activité sont peu importants et les investissements limités.

Cela correspond aux observations d'ECLA dans son étude sur la librairie de la région Aquitaine (45 ans).

Néanmoins, dans notre panel, 7 libraires ont 60 ans ou plus, ce qui pourrait les amener à transmettre leur librairie d'ici à 5 ans. Les gérants de 14 librairies sont nés avant 1964. La question de la transmission se posera de façon cruciale dans les années à venir. D'ores et déjà, 3 libraires cherchent à céder leur librairie.

Seuls 3 % des responsables de librairies ont moins de 36 ans. L'installation d'une librairie nécessite beaucoup d'argent pour créer ou racheter un magasin, acheter ou reprendre le stock et garder une trésorerie nécessaire à la gestion de l'activité.

L'effectif total (gérants + salariés) est de 185 personnes pour 36 librairies, 147 employés et 38 gérants. En Basse-Normandie, sur le panel de 44 librairies, l'effectif est de 163 personnes en 2012, en Picardie de 146 personnes pour 36 librairies et en Lorraine, de 131 personnes pour 25 librairies en 2013.

Dans 39 % des librairies, le gérant est seul

- 14 librairies fonctionnent avec 1 seule personne, le gérant
- 6 librairies fonctionnent avec 2 personnes (le gérant + un employé)
- 12 librairies fonctionnent avec un gérant et entre 2 et 6 salariés
- 4 librairies fonctionnent avec plus de 10 personnes

Sur les 36 librairies, seuls 4 gérants sont salariés et 4 déclarent une activité complémentaire en dehors de la librairie.

En Basse-Normandie, 36 % des librairies n'ont pas de salariés.

La plupart des employés sont en CDI. Au cours des 3 dernières années, 10 départs de salariés et 11 nouvelles embauches en CDI ont été enregistrés parmi les 36 librairies interrogées.

43 % des libraires du panel ont exercé un métier en lien direct avec le livre avant de prendre la tête de leur entreprise. Parmi ces 16 responsables, 7 ont exercé en librairie, à un poste de libraire. Le plus souvent cet emploi fut à l'origine de leur envie de monter leur structure, il leur a permis de se former aux différents aspects du métier auprès d'un responsable de librairie.

Les autres responsables de librairies interrogés (57 %) témoignent de parcours très éclectiques qui les a menés au commerce de livre. Seuls 9 d'entre eux ont exercé une profession en lien avec le livre, bibliothécaire, gestionnaire de stock, dans l'édition, enseignant ou encore imprimeur. Leur passion pour le livre, leur envie de transmettre cette passion et l'envie de monter leur entreprise les a poussés à devenir libraire et à trouver leur place dans l'écosystème du livre.

Avant de devenir libraire, 12 responsables avaient exercé une profession sans lien, direct ou indirect avec le milieu du livre : banque, commerce, informatique, industrie ou management furent leur secteur d'activité. Grands lecteurs, passionnés par la librairie, ils ont profité d'une opportunité pour se lancer dans l'aventure.

Au moins 20 % des responsables de librairies ont eu des parents libraires ou anciens libraires. La transmission du savoir et des compétences liées au commerce de livres s'est donc faite naturellement et ces « enfants libraires » ne se voyaient pas faire autre chose dans la vie.

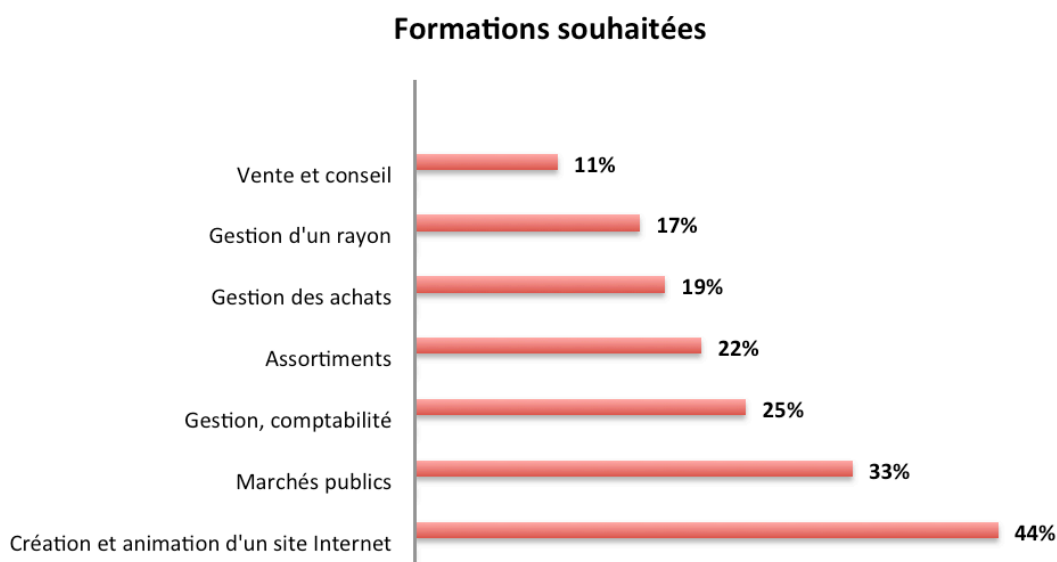
78 % des libraires du panel expriment des besoins en formation

En moyenne, les salariés des librairies haut-normandes ont un diplôme Bac +2. Et, au cours des 3 dernières années, 9 structures ont déclaré que leur collaborateur ont suivi, a minima, une formation¹⁹.

¹⁹ Cf. étude FILL 2013. État des pratiques de formation des librairies indépendantes

Cependant, même si les libraires reconnaissent que la formation est un enjeu primordial pour leur métier, étant donné la diversité des tâches à accomplir, notamment lorsque le libraire est seul, (gestion économique, rôle culturel auprès de la clientèle, travail de manutention, rôle commercial auprès des diffuseurs, animations dans et hors la librairie, communication et marketing, présence sur Internet, agencement du magasin, de la vitrine, etc.), la grande majorité des responsables de librairies n'ont pas suivi de formation au cours des 3 dernières années²⁰.

Il n'est donc pas surprenant de voir que **78 % des libraires du panel expriment des besoins en formation**, et ce malgré la difficulté pour eux à dégager du temps pour cela.



44 % des libraires souhaiteraient être formés sur la création et l'animation d'un site Internet

Les besoins en formation les plus cités concernent la création et l'animation d'un site Internet (16/36) et les marchés publics (12/36). Ce sont deux pans du métier de libraire qui sont en évolution et comme dans d'autres régions, en Lorraine par exemple, les libraires haut-normands expriment des besoins en formation sur ces questions. Notamment les petites librairies, tenues par 1 ou 2 personnes, conscientes de la nécessité d'évoluer, de donner de la visibilité à leur commerce et n'ayant pas les compétences nécessaires.

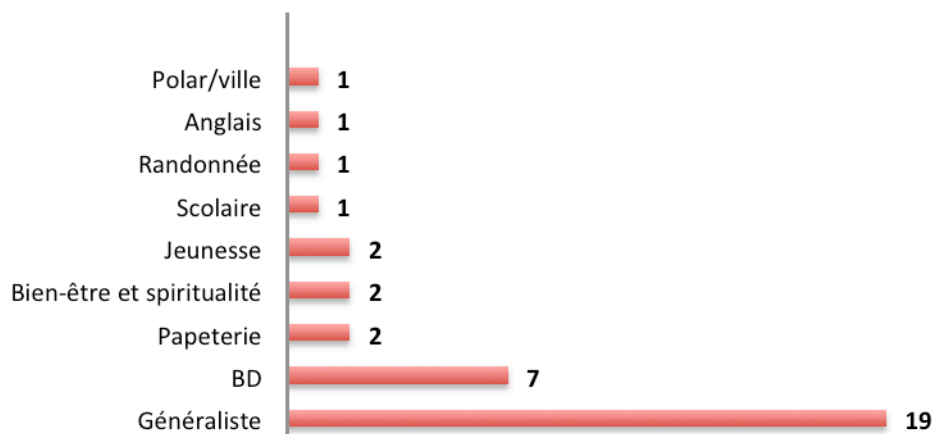
Enfin, la vente et le conseil (11 %), ensemble de savoir être et de culture générale, sont cités en dernier. La question de la culture générale est revenue souvent, liée à celle de la formation en librairie. Certains libraires déplorent la baisse du niveau de culture générale de leurs employés et des employés de librairies en général. Une responsable de librairie résume à la fois les difficultés à se former et une formation initiale pauvre en culture générale : « *Ce n'est pas facile la formation, on a peu de ressources. Il y a aussi un manque de culture générale inquiétant depuis quelques années en librairie. Les jeunes ont lu de la fantasy et quelque Best-sellers et ils se lancent en librairie... Quand un client vient pour quelque chose de précis, ils sont perdus.* »

²⁰ *Être libraire*, Frédérique Leblanc, éditions lieux dits, Paris, 2011

➤ Spécialité

Parmi les librairies du panel, 53 % sont des librairies généralistes

Typologie des 36 librairies du panel



Parmi les 5 librairies qui n'ont pas souhaité participer à l'étude, 1 est généraliste et 4 sont des librairies spécialisées : 1 en BD, 1 en Science-fiction et fantastique, 1 en manga et 1 en religion.

Sur le panel des 36 librairies indépendantes, 53 %, soit 19 librairies, se déclarent généralistes, toutefois plusieurs ont un fonds spécialisé assez développé (notamment en BD et en jeunesse). Parmi les 17 librairies spécialisées, 8 le sont en bandes dessinées et manga, dont 3 à Rouen 2 à Évreux et au Havre et 1 à Louviers. Parmi ces librairies BD, 5 adhèrent au groupement Canal BD²¹, réseau de libraires indépendants de bande dessinée. La bande dessinée est l'un des trois segments éditoriaux en croissance sur la période 2005-2012 avec +0,9 % de taux de croissance annuel moyen des ventes en valeur²². Il est intéressant de noter que la région dispose d'une toute jeune librairie spécialisée randonnée/voyage, spécialisation rare et originale.

Avec 53 % de librairies généralistes dans le panel, la région est en deçà des taux des librairies généralistes aquitaines (76 %) et bas-normandes (80 %), ce qui peut s'expliquer par la constitution de notre corpus qui exclut les librairies papeteries, maison de la presse (faisant moins de 50 % de leur CA en livre neuf), ainsi que les grandes surfaces spécialisées, qui peuvent être incluses dans les corpus de ces études, et se revendiquent généralistes.

La spécialité BD est la plus développée en Haute-Normandie (19 %) comme dans les autres régions.

Les librairies aujourd'hui n'hésitent pas à diversifier leur offre, afin de gagner des points de marge supplémentaires. Sur les 36 librairies interrogées, 89 % d'entre elles proposent à leurs clients de la carterie (58 %), de la papeterie (39 %) ou des jeux et jouets (47 %).

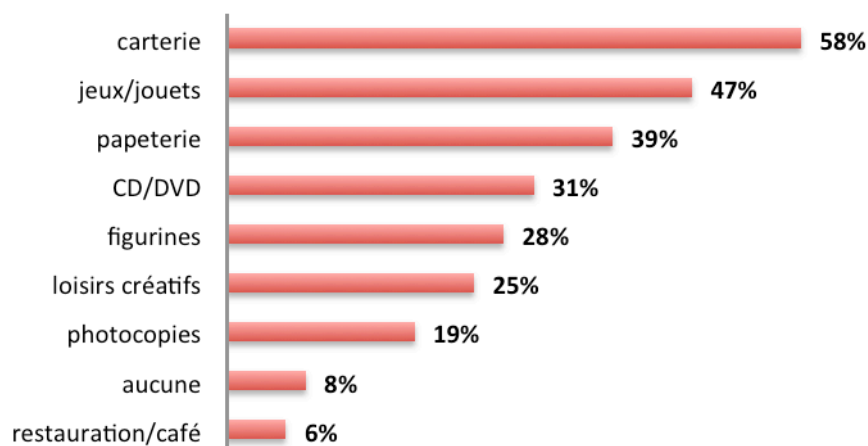
Les libraires ont conscience de cette nécessité de diversification.

« Il faut sortir du lot. Proposer un univers, une ambiance plus que du livre. Il faut travailler sur le public. »

²¹ www.canalbd.net

²² La situation économique et financière des librairies indépendantes, analyse sur la période 2005-2012, Alexandre Boulegue et Gabriel Giraud, Xerfi France, juin 2013

Autres activités des librairies de la région



➤ Ouverture

Les librairies haut-normandes n'ouvrent pas ou peu le dimanche

Les horaires d'ouverture et de fermeture des librairies haut-normandes sont communs à ceux qui sont pratiqués dans le commerce en général avec une amplitude de huit heures ouvrées. Ouverture entre 9 h et 10 h et fermeture entre 18 h et 19 h 30 avec une heure de coupure le midi. L'amplitude des horaires est indexée sur le lieu d'implantation et la taille de la librairie, les plus importantes étant ouvertes de 9 h à 19 h alors que les plus petites tendent vers une ouverture entre 10 h et 19 h.

La majorité des librairies n'ouvrent pas le dimanche, sauf les 3 ou 4 dimanches de décembre. Certaines ont fait des tentatives, voulant profiter du marché par exemple, mais ces expériences n'ont pas été probantes et n'ont pas perduré. En Basse-Normandie en revanche, 20 % des librairies sont ouvertes le dimanche, en raison d'une forte fréquentation des habitants d'Île-de-France le week-end.

De même, les ouvertures nocturnes sont très rares et le plus souvent liées à un événement particulier, comme la venue d'un auteur par exemple.

Conditions matérielles de l'activité de libraire

➤ Lieu physique, le local

Seuls 17 % des libraires de l'échantillon sont propriétaires des murs de leur librairie

La librairie est liée le plus souvent à l'identification d'un lieu physique. Le local est donc primordial pour une librairie. Il se doit d'être visible, en centre ville, à proximité de places de stationnement et disposer d'une bonne zone de chalandise. C'est le cas pour **64 % des librairies interrogées soit 23, dont le responsable considère qu'il a un bon emplacement**. La contrepartie est le coût de ce lieu, poste de charge incompressible, de plus en plus élevé et contraignant.

Les 13 autres responsables de librairies déplorent la taille ou l'agencement (étages, marches, étroitesse des pièces, etc.) de leur librairie, ainsi que le manque de passage, de place de stationnement près de la librairie, ou bien encore le manque de visibilité de leur magasin, envisageant un déménagement prochain si les finances le permettent.

Une autre crainte des libraires, rencontrée par tous les commerces, est la désertification des centres villes. « J'ai quand même des craintes pour mon activité, la rue piétonne s'est désertifiée. Il y a un problème de parking en centre ville, le petit commerce est sinistré. Avant il y avait quatre, cinq librairies de plus, nous avons bénéficié de ces fermetures, mais ce n'est pas réjouissant en fait. X est une des villes les plus paupérisées de Normandie, culturellement aussi... ».

Cela va à l'encontre d'un sentiment général qui tendrait à montrer un retour des consommateurs vers le commerce de proximité.

Seuls 17 % des libraires de l'échantillon sont propriétaires des murs de leur librairie via une société civile immobilière (SCI) qui loue le local à la librairie afin de garantir des revenus complémentaires ou servir de variable d'ajustement.

Ce chiffre est nettement inférieur à la moyenne nationale (24 %)²³ et à celle des libraires aquitains (22 %), ce qui montre des difficultés partagées pour accéder à la propriété en raison de la hausse des prix du foncier en centre ville et des difficultés financières plus générales de la librairie indépendante.

À l'heure d'Internet, la librairie se doit d'être un lieu convivial afin de donner envie au client d'entrer et de rester. L'aménagement intérieur est essentiel, notamment un éclairage adapté et esthétique ; la présentation des livres sur des tables à plusieurs niveaux ; la lisibilité des différents rayons grâce à un étiquetage clair et compréhensible ; le déplacement du client en magasin, au travers d'un parcours qui favorise la flânerie, évite les « embouteillages », et suscite l'acte d'achat ; enfin, l'interclassement des livres ou bien des tables thématiques allant du Best seller du moment à un choix plus pointu dans un même genre littéraire. Il peut largement contribuer à améliorer le confort du client et à favoriser les ventes.

➤ Concurrence

À la question « **qui considérez-vous comme vos concurrents directs ?** », les responsables haut-normands considèrent de manière unanime que **le commerce sur Internet, Amazon en tête, est leur plus sérieux concurrent**. Une responsable de librairie nous éclaire sur cette concurrence : « *Attention au conseil gratuit en librairie mais à l'achat sur le Net, surtout chez les moins de trente ans.* » Cette pratique nouvelle, consistant à venir en librairie faire des repérages, prendre les références puis à acheter le livre sur Internet pour bénéficier de la remise automatique des 5 % et des frais de port réduits²⁴, s'est beaucoup développée et touche profondément le petit commerce, le commerce de livres en tête.

Les responsables de librairies se sentent démunis face à cette concurrence, contrairement à celles des rayons livres des grandes surfaces alimentaires ou spécialisées qui leur font moins peur, les premiers considérant ces « librairies » comme rarement bien tenues et donc peu à même de leur faire de l'ombre.

Enfin, les autres librairies indépendantes, lorsqu'il y en a à proximité, ne semblent pas être considérées comme des concurrentes par les libraires mais comme des entreprises amies, souvent complémentaires de leur offre.

➤ Matériels informatiques et logiciels

75 % des librairies indépendantes de Haute-Normandie sont informatisées²⁵

Seul 1 responsable de librairie de la région ne possède même pas d'ordinateur de bureau dans sa librairie. Toutes les autres librairies disposent d'au moins un poste informatique dans le magasin, unité centrale ou portable.

	Librairies indépendantes informatisées
Picardie	68 %
Haute-Normandie	75 %
Basse-Normandie	85 %
Aquitaine	100 %
National	74 %

Parmi les librairies indépendantes de la région, 9 d'entre elles, soit 25 % du panel, ne possèdent pas de logiciel de gestion.

Un protocole État (Drac)/Région, a été initié en 2013 afin d'apporter un soutien à l'économie du livre. Il permet, entre autre chose, l'achat ou le renouvellement de matériel informatique.

²³ Étude nationale SNE/DLL en 2007

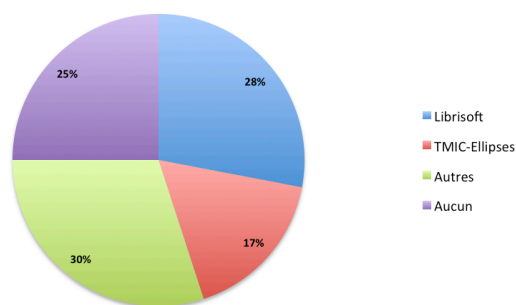
²⁴ Depuis le 8 juillet 2014, la loi n° 2014-779, dite « loi anti-Amazon » encadre les conditions de la vente à distance des livres. Cette loi devait permettre de protéger les librairies indépendantes en interdisant le cumul de la remise de 5 % et la gratuité des frais de port. Elle a immédiatement montré ses limites puisqu'il a été proposé de frais de port à 0,1 €.

²⁵ Nous appelons librairie informatisée une librairie dont la gestion de stock se fait à l'aide d'un logiciel de gestion de stock informatique

Les librairies haut-normandes sont légèrement au-dessus du taux d'informatisation moyen des librairies françaises (74 %). Il reste encore des efforts pour être au niveau d'autres régions, d'autant que 33 % du parc informatique est âgé de plus de 5 ans.

En Aquitaine, toutes les librairies indépendantes du panel de l'étude sont équipées, a minima, d'un ordinateur de bureau. Depuis 10 ans, le protocole État-Région accompagne les projets de renouvellement de matériel, soit 18 % du budget global alloué entre 2003 et 2010. En 2009-2010, une grande enquête a été menée auprès des librairies du territoire par l'Association des librairies atlantiques. Une enveloppe budgétaire spécifique a été dégagée afin de financer l'informatisation des points de vente qui ne l'étaient pas ainsi que la formation des libraires pour les soutenir tout au long de cette transition.

Source Enquête Les libraires – Panorama et situation 2012, *Écla Aquitaine*



Parmi les 75 % de librairies qui disposent d'un logiciel de gestion de stocks, Librisoft est le logiciel le plus utilisé dans la région (10). Le second logiciel utilisé par les libraires est TMIC-Ellipses (6), les autres étant I Preface (2), Tite-live (2), EBP (2), Gimag (1), Inférence (1), Sofi info (1), KINTPV (1) et Octave (1).

En comparaison, en Aquitaine, le logiciel Ellipses est largement majoritaire avec 48 % des librairies de la région qui en sont équipées, seules 17 % utilisent Librisoft. La composition de notre corpus restreint aux seules librairies indépendantes peut être une explication à cette différence.

53 % des librairies haut-normandes possèdent un logiciel de comptabilité, le plus utilisé est Ciel (9), les autres étant EBP (4), Sage (4), Gibsic (1), et Quadra (1).

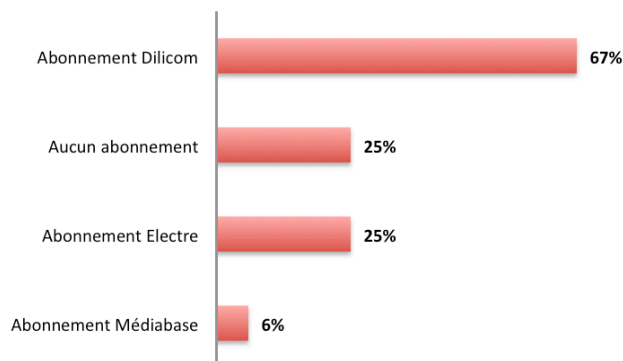
À la question de l'utilisation de certaines fonctionnalités (FEL scolaire, avis d'expédition, stock âgé), la plupart des libraires ne les utilisent pas. Cela révèle un défaut de formation ou d'information, tant sur l'exploitation du logiciel que sur la connaissance d'éléments qui pourraient leur être utiles (gain de temps, meilleure gestion des retours, etc.)

➤ Documentation professionnelle

75 % des librairies du panel sont abonnées à une base de données interprofessionnelle

Seules 14 librairies de l'échantillon sont abonnées à un magazine professionnel, soit 39 % des librairies. *Livres hebdo* est le magazine le plus cité, malgré les réticences dues à son prix d'abonnement excessif. Ont aussi été cités *Lire*, *CaseMate* ou encore *Rando Édition* pour une librairie spécialisée. La raison principale des libraires qui n'ont pas d'abonnement à une revue professionnelle est le coût élevé de celle-ci.

L'abonnement à une base de données interprofessionnelle est indispensable et 27 librairies déclarent en utiliser au moins une, soit 75 % du panel. L'abonnement à Dilicom est majoritaire avec 24 librairies abonnées, vient ensuite l'abonnement à Electre (9), et à Médiabase (2).



Et 7 responsables (19 %) ont déclaré utiliser Data Lib²⁶ régulièrement pour s'informer des ventes d'un titre en particulier ou pour prendre connaissance des titres les plus vendus dans les librairies de même catégorie ou d'une même région géographique.

➤ Réseaux et associations de professionnels

50 % des responsables de librairies interrogés n'appartiennent à aucun réseau ou association

	Adhésion à un réseau professionnel
Lorraine	44 %
Haute-Normandie	50 %
Aquitaine	82 %

Le regroupement, la mutualisation sont aujourd'hui au cœur des problématiques de la librairie, thèmes largement abordés lors des Rencontres nationales de la librairie qui ont eu lieu en 2011 et 2013. Ces rencontres ont d'ailleurs été le premier pas vers une prise de conscience, pour de nombreux libraires, de la nécessité de se fédérer en réseau, à défaut de pouvoir mutualiser des actions. Ces regroupements au sein d'association ou réseau permettent d'avoir accès à de l'information, de pouvoir être aidé le cas échéant, voire de profiter de l'effet de groupe face aux négociations commerciales (remises par exemple pour les librairies du réseau Canal BD).

Et pourtant, 50 % des responsables de librairies en Haute-Normandie n'appartiennent à aucun réseau ou association. Ce chiffre est assez élevé, et montre bien les difficultés pour fédérer ce secteur d'activité, les responsables de librairies tenant énormément à leur indépendance.

Néanmoins, 11 librairies sont adhérentes du Syndicat de la librairie française (SLF), profitant de la force de cette association. De même, 5 librairies sont adhérentes à Canal BD, réseau spécialisé BD extrêmement actif. Notons aussi parmi les librairies appartenant à un réseau ou groupement, une adhérente au réseau Sorcières et une à l'Association des librairies ésotériques de France (ALEF). Certaines de ces librairies (4), en général spécialisées, sont à la fois adhérentes au SLF et à un réseau plus proche de leur spécialisation.

L'adhésion à un réseau (groupement, association, syndicat) dépend énormément de la dynamique régionale sur les métiers du livre. En effet, les libraires Aquitains appartiennent à un réseau à 82 %, ce qui peut laisser paraître une grande différence avec la Haute-Normandie et ses 50 % d'adhérents, mais qui s'explique par une association des libraires atlantiques très dynamique qui a su fédérer. La Haute-Normandie ne dispose pas d'une association de libraires active.

²⁶ Les libraires utilisent deux outils complémentaires : Harpo et Datalib. Ces deux outils leur permettent d'éditer des dégressifs de vente (historiques) ou dégressifs comparés, des indicateurs de positionnement, de situer leur activité par rapport aux confrères, de repérer des titres potentiellement absents ou disparus de leur stock, de reconstruire des bons de commandes de réassort pour une réimplantation de titres en rayons, etc.

III) Environnement économique et commercial de la librairie

Économie des librairies en 2012-2013

Les analyses suivantes ont été réalisées par Michel Ollendorff sur présentation des bilans 2013 de **34 librairies**. Deux librairies ont été retirées du corpus car elles ont été créées depuis moins d'un an et n'étaient pas en mesure de présenter un premier bilan au moment de l'étude.

Le classement des librairies selon différentes catégories de chiffre d'affaires fait référence à une étude nationale sur *La situation économique de la librairie indépendante en 2007*, réalisée par Ipsos et l'Observatoire de l'économie du livre (DLL-CNL) pour le compte du ministère de la Culture et de la Communication, du SNE et du SLF.

Catégorie A : librairies ayant un CA supérieur ou égal à 2 M€

Catégorie B : librairies ayant un CA supérieur ou égal à 1 M€ et inférieur à 2 M€

Catégorie C : librairies ayant un CA supérieur ou égal à 300 K€ et inférieur à 1 M€

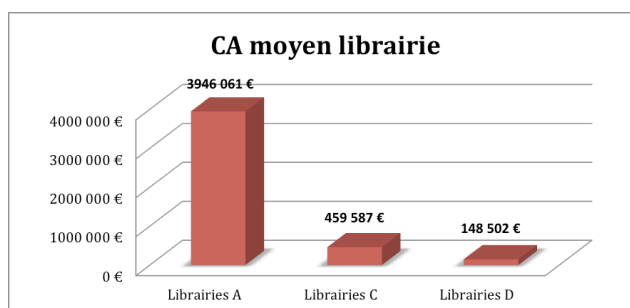
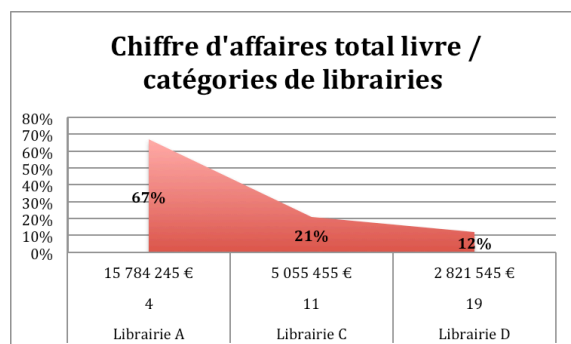
Catégorie D : librairies ayant un CA inférieur à 300 K€

➤ Corpus économique : répartition des librairies selon leur chiffre d'affaires

Les 4 librairies de catégorie A sont des librairies généralistes. Parmi les 11 librairies de la catégorie C, seule 1 librairie est une librairie spécialisée et parmi celles de la catégorie D, seules 4 sont des librairies généralistes.

On constate que les librairies de catégorie B sont inexistantes en Haute-Normandie. Elles sont également peu nombreuses en Picardie (2 sur 25 librairies du panel) et en Aquitaine (2 sur 38 librairies de l'échantillon).

56 % des librairies du panel ont un chiffre d'affaires total moyen de 187 000 €



Il apparaît que 56 % des librairies de la région ont un chiffre d'affaires inférieur à 300 K€ (CA moyen pour ces 19 librairies D de 186 677 €, 6 d'entre elles affichent même un CA moyen librairie inférieur à 100 000 K€).

Elles représentent 40 % en Picardie et, 53 %, avec un CA moyen de 228 000 €, en Aquitaine.

En moyenne, les librairies de la région génèrent 792 692 € de CA mais on constate que 67 % du CA est concentré sur les 4 librairies de la catégorie A.

En Basse-Normandie, en 2010, le CA moyen est de 608 429 € pour 32 librairies et en Lorraine, en 2013, il est de 835 875 € pour 20 librairies.

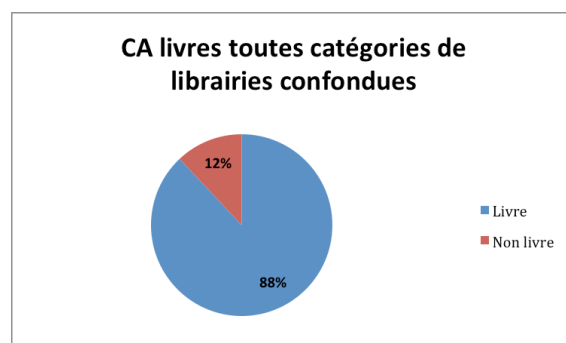
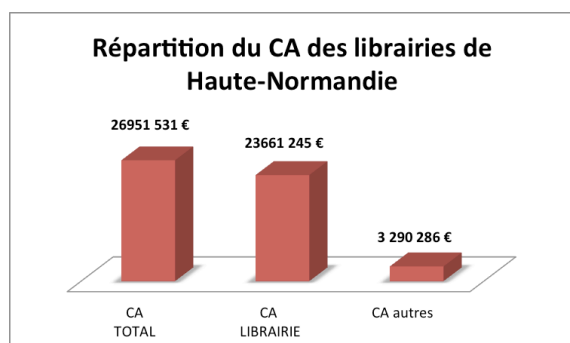
➤ Ventilation du chiffre d'affaires

La vente en librairie se caractérise par 3 types de vente :

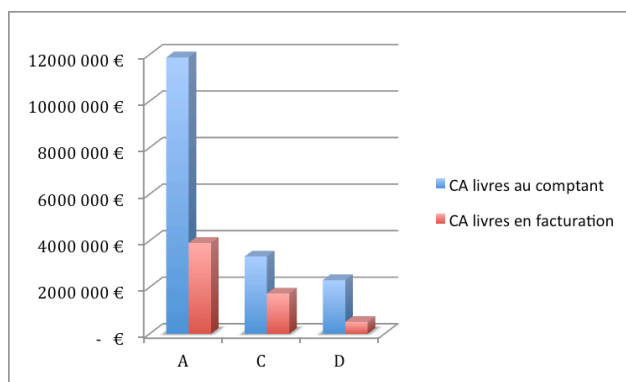
- la vente au comptant qui représente les achats de livres au détail par les clients de passage. La remise maximale autorisée pour cette vente est de 5 % ;
- la facturation, c'est à dire les achats des collectivités, écoles, etc. La remise maximale autorisée aux collectivités est de 9 %. Concernant les marchés publics, les libraires reversent en plus 6 % à la Sofia, société civile de perception et de répartition du droit de prêt ;
- la vente d'autres produits (tout ce qui n'est pas du livre).

88 % des librairies de la région privilégient la vente de livres

Comme en Aquitaine (89 %) et en Picardie (80 %), les librairies indépendantes de l'échantillon font la part belle au livre (88 %).



Selon une étude nationale conduite en 2007, le livre représente en moyenne plus de 80 % du CA dans les quatre catégories de librairies. Les autres produits vendus dans les librairies de l'échantillon sont principalement la papeterie (42 % des répondants, 7 % du CA), le multimédia (disques, DVD : 35 % des répondants, 2,3 % du CA) et la presse (15 % des répondants, 0,6 % du CA) ²⁷.



En moyenne, le poids de la facturation est de 26 % pour l'ensemble des librairies du panel. Pour les librairies C, la part de facturation est plus importante que les librairies des autres catégories. Cela s'explique car ce sont généralement des librairies bien implantées dans des villes de taille moyenne. Elles sont donc incontournables pour fournir les livres aux collectivités.

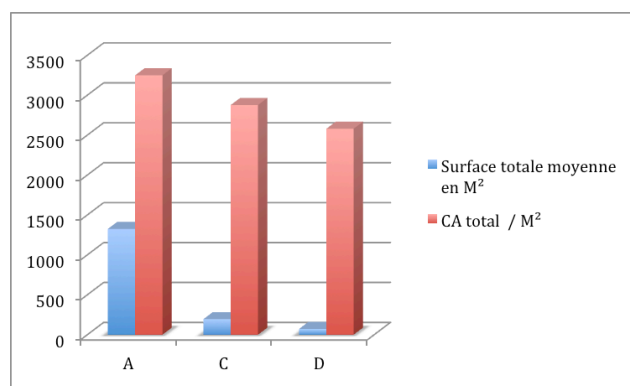
En 2010, le poids de la facturation était de 21 % pour les librairies de Basse-Normandie, 27 % en Picardie et 30 % en Aquitaine pour 2012-2013.

➤ Chiffre d'affaires : impact de la surface de vente

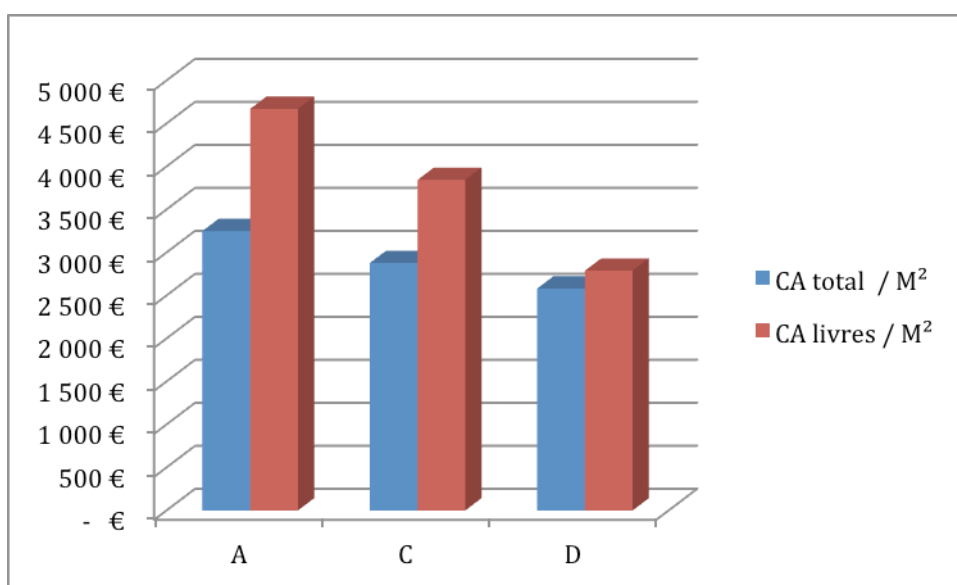
Pour 53 % des librairies, la surface de vente de livres est inférieure à 100 m²

Sur les 34 librairies du panel, 18 librairies ont une surface de vente de livres inférieure à 100 m². Les écarts vont de 28 m² à 1 800 m². La surface moyenne de vente de livres est de 168 m² contre 110 m² en Basse-Normandie. La réserve représente 14 % de la surface totale du commerce.

²⁷ La situation économique de la librairie indépendante en 2007, réalisée par Ipsos et l'Observatoire de l'économie du livre (DLL-CNL) pour le compte du ministère de la Culture et de la Communication, du SNE et du SLF



L'écart entre le CA total et le CA livre est moins important pour les librairies D que pour les A ou les C. Cela s'explique par la taille du commerce, en moyenne 72 m² pour les librairies D et plus de 1 300 m² (comme en Aquitaine) pour les librairies A. Ces dernières privilégient des espaces de circulation plus larges, ce qui n'est pas le cas des librairies D qui utilisent tout l'espace pour les livres.



Le CA total moyen par m² est de 3 054 €

Catégorie	CA livres / M²		
	Haute-Normandie	Picardie	Aquitaine
A	4 670 €	4 725 €	5 352 €
B	- €	3 200 €	8 285 €
C	3 844 €	5 561 €	3 638 €
D	2 788 €	3 041 €	2 746 €
TOTAL	4 146 €	4 417 €	4 813 €

Le CA livres / m² est légèrement inférieur en Haute-Normandie. Cela peut s'expliquer par un déficit de librairies B.

À l'inventaire, 68 % des librairies ont moins de 10 000 titres en stock

À ce jour, il y a plus de 700 000 titres disponibles en France. La production de livres compte 66 527 nouveautés en 2013, soit une augmentation de 1,7 % par rapport à 2012²⁸.

²⁸ Source Livres Hebdo/Electre, donnée 2012 révisée

En Haute-Normandie, le nombre de titres en stock varie de 1 500 pour une librairie spécialisée à 65 000 pour une grande librairie généraliste.

68 % des librairies (23 sur 34) ont moins de 10 000 références. La largeur de l'assortiment est à mettre en parallèle avec la taille des structures, dont 53 % font moins de 100 m². Les grandes librairies privilégient la circulation et elles développent une offre plus diversifiée, en nombre de références et plus importante en terme de volumes. 44 %, soit 15 librairies, ont moins de 6 000 titres en stock. Les librairies spécialisées en BD et jeunesse ont en moyenne 6 011 titres en stock alors que les librairies spécialisées dans d'autres domaines ont en moyenne 2 376 titres en stock. Toutes spécialités confondues cela représente 4 713 références, ce qui est en dessous de la moyenne nationale, entre 5 000 et 20 000 références pour les librairies spécialisées. *Source Les librairies en France, 2009, SLF*

Et 168 titres par m² de vente de livres

Catégorie	Nombre de librairies	Nombre total		Moyenne		Surface moyenne de vente de livres en M ²	Nombre de références moyennes / M ²
		Références	Volumes	Références	Volumes		
A	4	214 731	1 517 754	53 683	379 439	845	64
C	11	130 848	158 925	11 895	14 448	120	99
D	19	83 213	102 776	4 380	5 409	53	83
TOTAL	34	428 792	1 779 455	12 612	52 337	168	75

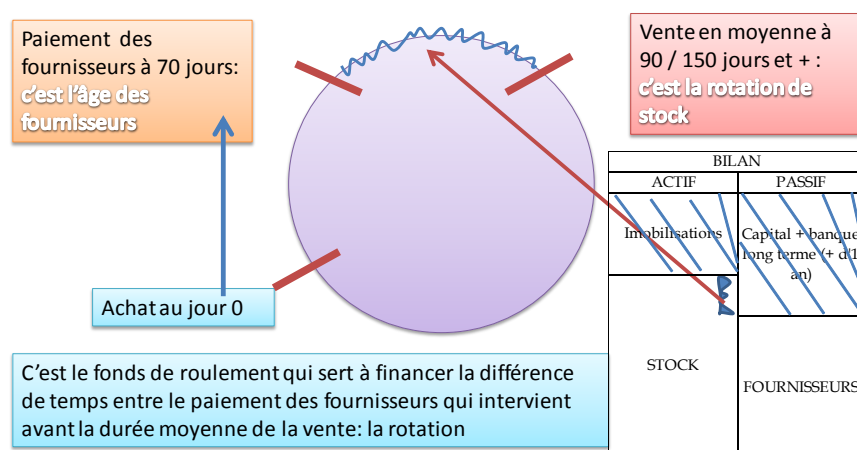
La moyenne du nombre de titres par m² de vente de livres est de 125 en Basse-Normandie.

➤ Rotation du stock et besoin en fonds de roulement

Le stock est l'outil de travail des libraires. Il est indispensable d'avoir du stock pour générer de l'activité et de la rentabilité mais les ratios d'exploitation doivent être correctement équilibrés. Il est donc important pour eux de contrôler leur stock, afin d'effectuer des retours, ce que les logiciels de gestion de stock permettent.

La gestion du stock est un exercice difficile pour le libraire qui doit constamment jongler entre la nécessité d'avoir du fond (un stock qui tournera plus lentement) et un stock de nouveautés, ce sans perdre de vue les besoins de la clientèle et la trésorerie.

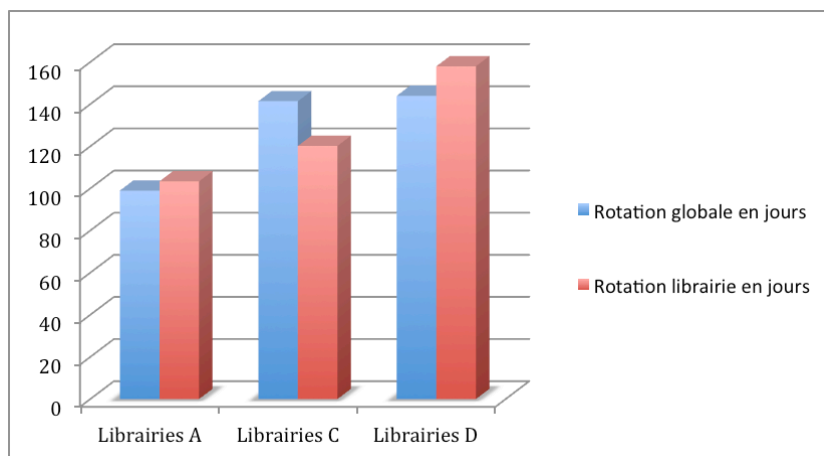
Les logiciels de gestion des stocks permettent ces observations, mais les libraires ne semblent pas s'en servir régulièrement, par manque de temps mais aussi par méconnaissance des fonctionnalités de ces outils.



En Haute-Normandie, le stock des librairies se renouvelle en moyenne tous les 114 jours

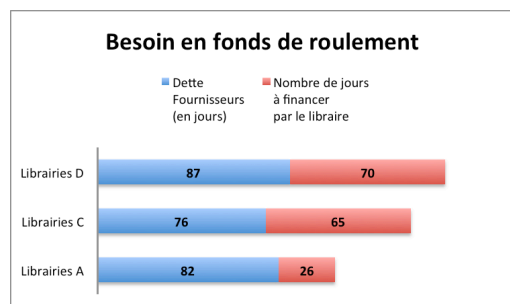
La rotation du stock indique le nombre de jours nécessaire pour vendre un livre. Toutes librairies confondues, le stock librairie se renouvelle en moyenne 3,2 fois par an, soit tous les 114 jours. C'est plus élevé qu'en Aquitaine, avec une rotation de 3,6 fois, soit tous les 101 jours. On note que les librairies D de la

région enregistrent des rotations 1,53 fois plus lentes que les librairies A. C'est le cas en Aquitaine, où elles sont 2 fois plus lentes et au niveau national, il apparaît que les librairies D enregistrent des rotations 1,5 à 2 fois plus faibles, en moyenne, que les librairies A²⁹.

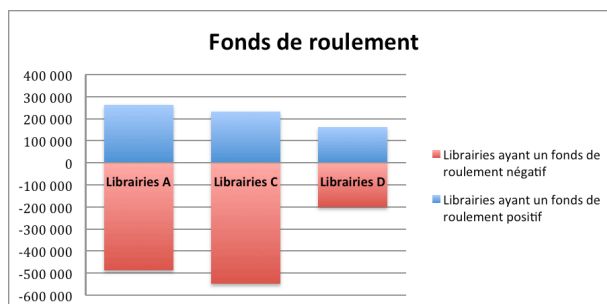
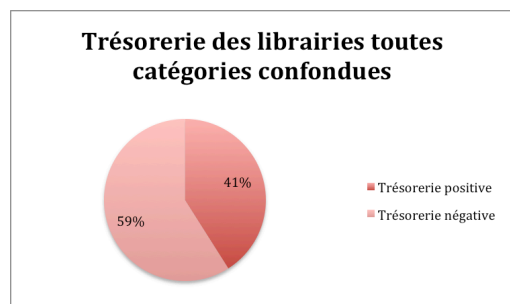


On constate que, pour les librairies C, la rotation librairie est meilleure que la rotation globale.

En librairie, on achète et on paie les fournisseurs, puis on vend et on encaisse la trésorerie. On paie les fournisseurs avant d'avoir vendu, ce qui engendre des problèmes de trésorerie. Pour bien gérer son stock, le libraire doit en connaître la rotation, le temps qu'il met à vendre un livre, et l'âge des fournisseurs, c'est à dire le délai de paiement. La différence entre les deux est le besoin en fonds de roulement (BFR). Le fond de roulement finance aussi les créances clients (en général, des collectivités qui ne paient pas au comptant).



59 % des librairies ont des problèmes de trésorerie



Comme le montre ces deux graphiques, 59 % des librairies du panel (20 sur 34) ont des problèmes de trésorerie. La trésorerie négative moyenne témoigne de la grande difficulté de certaines librairies.

²⁹ La situation économique de la librairie indépendante en 2007, réalisée par Ipsos et l'Observatoire de l'économie du livre (DLL-CNL) pour le compte du ministère de la Culture et de la Communication, du SNE et du SLF

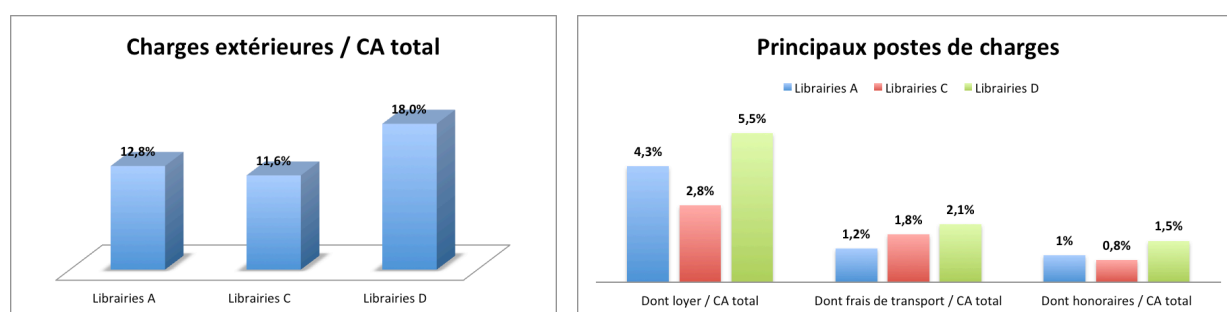
Le commerce de librairie est un commerce saisonnier, soumis à des variations de stocks importantes en fonction du cycle d'exploitation, ce qui implique une gestion extrêmement rigoureuse. Ces fluctuations influent sur la trésorerie et nécessitent d'avoir recours à des solutions bancaires parfois difficiles à obtenir.

En 2013, un plan librairie a été lancé, au niveau national, afin de venir en aide à la librairie indépendante et notamment de permettre aux libraires de faire face à leurs besoins de trésorerie à travers un fonds d'avances remboursables ainsi qu'un fonds destiné à la restructuration des fonds de roulement des librairies à travers des crédits à moyen terme³⁰.

➤ Principaux postes de charges de la librairie

Les charges extérieures que l'on étudie plus particulièrement pour la librairie sont le loyer, les coûts de transport, le coût des salaires (charges sociales comprises). Toutes ces charges représentent autant de trésorerie en moins pour améliorer le fonds de roulement et permettre d'investir dans le stock.

En 2013, l'étude Xerfi annonce que les autres achats et charges externes (dont les loyers et les frais de transport de livres peuvent représenter jusqu'à 2/3 des charges externes des détaillants) se situent entre 10 % et 13,3 % du CA des librairies analysées sur la période 2005-2012.



Le loyer pèse 4,1 % en moyenne sur le CA des librairies de la région

En Haute-Normandie, 82 % des librairies (28 sur 34) sont locataires. Le loyer représente donc entre 4,3 % pour les grandes librairies et 5,5 % du CA total pour les petites librairies, entre 0,1 % et 19 % pour les librairies de Basse-Normandie en 2010 et 4,5 % et 5 % en Aquitaine en 2012.

Le loyer doit être compris entre 4 % et 6 %, au-delà cela risque de mettre en péril la viabilité des librairies, notamment des petites librairies.

Selon l'étude de 2007, le poids du loyer varie entre 0 % à plus de 8 %. Ces écarts s'expliquent selon la nature du propriétaire des locaux, la localisation (sachant que les librairies se situent généralement dans des zones commerçantes de centre ville), et la taille des librairies. Mais il apparaît que le loyer pèse toujours davantage pour les petites librairies.

L'étude Xerfi 2013 notait qu'avec un CA en baisse ou en faible progression, l'augmentation des loyers (indexés sur l'indice du coût de la construction) alourdit immédiatement les charges des librairies et se traduit par une dégradation des performances d'exploitation, les petites librairies étant plus exposées, ce qui est le cas en Haute-Normandie comme le montre le tableau ci-dessus. Toutes les charges sont plus élevées pour les librairies D.

Les frais de transport représentent 1,5 % en moyenne du CA des librairies de la région

Les tarifs des transporteurs progressent de 2,5 % à 3 % par an (hors surtaxe gazole). En parallèle, le taux de retour a eu tendance à progresser, il est passé de 22 % en 2004 à 26 % en 2011³¹. Or, une hausse du taux de retour signifie une hausse du coût du transport.

En Haute-Normandie, les frais de transport varient entre 1,2 % et 2,1 % en moyenne, entre 0,8 % et 5 % pour les librairies de Basse-Normandie en 2010 et entre 2,4 % et 3,1 % en Aquitaine en 2012. Ils sont en moyenne de 3,5 % en Lorraine en 2013. La plupart des centres de distribution et des comptoirs de vente se trouvent à Paris ou en banlieue parisienne. La Haute-Normandie bénéficie probablement de cette

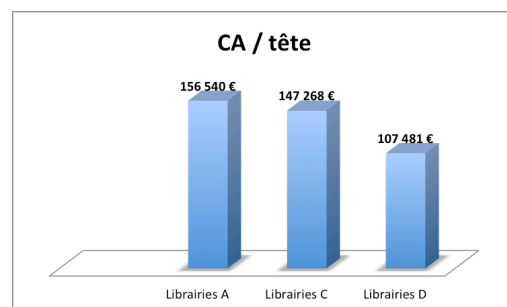
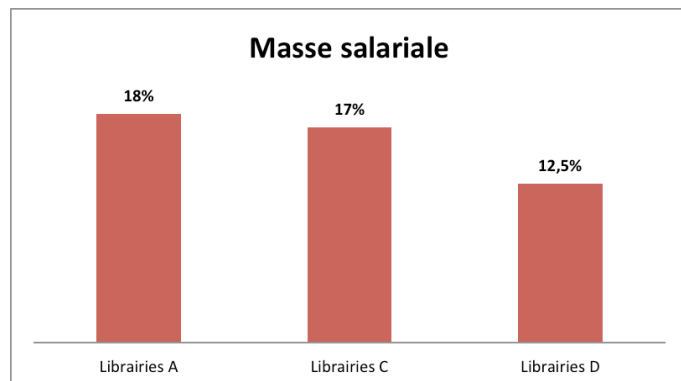
³⁰ cf. annexe sur les aides publiques

³¹ Source Livres Hebdo et I + C.

proximité car, en moyenne, les frais de transport y sont moins importants qu'en Basse-Normandie, en Aquitaine ou en Lorraine.

Les frais de transport dépendent beaucoup de la région de livraison. Néanmoins, ils peuvent être négociés et, y compris les petites librairies peuvent obtenir des frais de transport situés entre 1 et 2 %.

La masse salariale représente 17,1 % du CA total



On voit à travers ces 3 postes de charges que celui des salaires et des charges sociales liées est le plus important, largement devant le loyer et les frais de transport. La masse salariale moyenne représente 17,1 % en Haute-Normandie, 16,9 % en Picardie et 16,5 % en Aquitaine.

En 2011, les chiffres nationaux annonçaient un pourcentage de 17,6 % pour les librairies A et B, 17,4 % pour les librairies C et 14,8 % pour les librairies D.

La masse salariale des librairies A et C de notre panel est dans la moyenne nationale avec 18 % et 17 %. En revanche, les librairies D sont loin derrière avec des frais de personnel atteignant seulement 12,5 %. Ce chiffre s'explique par le statut juridique de ces librairies (EURL ou EI) selon lequel, la rémunération du gérant se fait à partir du résultat. D'autre part, pour 14 librairies (sur notre panel de 36 librairies), soit 39 %, le dirigeant est seul et souvent, la rémunération des gérants de petites librairies est loin d'atteindre le niveau d'un SMIC. Elle est même souvent inexistante et, en tout cas, sert de variable d'ajustement pour atteindre l'équilibre.

L'obtention du label LIR³² est conditionnée, entre autres critères au pourcentage de la masse salariale. Cela s'explique car un pourcentage élevé représente la capacité de la librairie à générer un chiffre d'affaires suffisant pour assumer des salaires. **On dit communément que le chiffre d'affaires doit atteindre 150 000 € pour permettre la rémunération d'un salarié.** On voit que, en moyenne, les librairies A et C atteignent ce seuil de rentabilité, même si ces chiffres sont faibles. En revanche, on voit que 20 librairies, soit 59 %, réalisent un CA / personne inférieur à 150 000 €. Ces librairies ont peu de marge de manœuvre, la rémunération du gérant doit être nulle ou très faible. Elles se retrouvent en grand danger.

Le cumul de ces 3 postes de charges est plus élevé dans les petites librairies (près de 18,2 % dans les librairies D contre 12,8 % dans les librairies A). En revanche, **les librairies C tirent leur épingle du jeu avec un cumul de ces 3 postes de charges le plus bas, 11,6 %.**

Relations avec les fournisseurs

La commercialisation et la vente sont les enjeux principaux de tout commerce. Toutefois, le commerce de la librairie a une particularité liée à la loi sur le prix unique du livre : le détaillant ne fixe pas le prix du livre. Ce prix est fixé par l'éditeur et par lui seul. La rémunération du libraire se fera sur la remise octroyée par les fournisseurs (éditeurs, diffuseurs et distributeurs) ainsi que par le développement et la fidélisation de la clientèle.

³² Librairies indépendantes de référence. Cf. note p. 44

➤ Fréquence des visites des représentants

En Haute-Normandie, 58 % des librairies sont visitées moins de 5 fois par mois

Les librairies sont classées en niveau (1, 2, 3). Ce niveau correspond au chiffre d'affaires réalisé avec les diffuseurs. Ce chiffre d'affaires est variable et une même librairie peut-être en niveau 1 avec un diffuseur et en niveau 2 avec un autre. De ce niveau, découlent des visites plus ou moins régulières des représentants des diffuseurs. Le rôle du représentant apparaît comme essentiel pour un grand nombre de libraires malgré des relations commerciales souvent insatisfaisantes avec certains fournisseurs.

Sur les 36 librairies qui ont répondu, 3 seulement déclarent ne jamais voir de représentants. Les autres librairies reçoivent entre 2 et 60 visites par mois (les librairies A sont les plus visitées) et chaque visite dure entre 30 minutes et 4 heures. Sans surprise, 22 librairies (61 %), majoritairement des librairies D, déclarent recevoir moins de 5 visites de représentants par mois.

En Aquitaine, 43 % des librairies reçoivent des représentants entre 6 et 10 fois par mois. Mais la région Aquitaine a, sur son territoire, des comptoirs de ventes et autres diffuseurs régionaux qui visitent, le plus souvent mensuellement, toutes les catégories de librairies, ce qui n'est pas le cas en Haute-Normandie.

Les comptoirs de vente sont plus fréquemment utilisés par les librairies parisiennes (68 %) et franciliennes hors Paris (89 %). L'approvisionnement auprès de grossistes est marginal quelle que soit l'implantation des librairies³³. La prospection via Internet, le téléphone et le courriel est en revanche très répandue.

➤ Office et retour³⁴

La pratique traditionnelle de l'office est toujours le biais privilégié des responsables de librairies pour commander les livres. La quasi totalité des librairies du panel pratique cette manière d'assortir les nouveautés, deux responsables déclarent aller chercher et sélectionner leurs livres directement en salle de vente, profitant de la proximité de la région avec Paris. Nous pouvons noter une part de plus en plus grandissante de l'office à façon, office que l'on constitue soi-même avec le représentant ou sur catalogue, par rapport à la grille d'office, déjà constituée. Cela traduit la volonté des responsables d'être maître de leur assortiment et de personnaliser leur offre.

Bien que cela soit de moins en moins fréquent, 14 responsables disent recevoir encore des offices sauvages, soit 39 % de l'échantillon. La plupart rejettent cette pratique et renvoient les colis aussitôt reçus mais deux d'entre eux déclarent y être favorables car cela leur permet de recevoir les Best seller du moment sans les commander à une période où ces titres sont visibles dans les médias.

La fréquence des retours dépend directement de la taille de la librairie, et sans surprise les grandes librairies généralistes (catégorie A et B) effectuent des retours quotidiens alors que les entreprises de plus petite taille (catégorie C et D) n'en effectuent en moyenne qu'un par mois. Les libraires sont de plus en plus attentifs aux retours, variable d'ajustement de leurs stocks. Cette attention, tout comme la généralisation de l'office à façon, est nécessaire afin d'éviter, autant que faire se peut, les problèmes de trésorerie et donc améliorer les capacités de fonctionnement de l'entreprise.

³³ La situation économique de la librairie indépendante en 2007, réalisée par Ipsos et l'Observatoire de l'économie du livre (DLL-CNL) pour le compte du ministère de la Culture et de la Communication, du SNE et du SLF

³⁴ Un office est le service d'envoi des nouveautés : il assure l'envoi des nouvelles parutions aux libraires. À l'origine « envoi d'office » de toute la production d'un éditeur à un libraire, il prend aujourd'hui différentes formes plus souples : *office d'information unitaire*, *office sur grille personnalisée*, *office à façon* et *office de parution exceptionnelle*. Pour en savoir plus, voir le protocole sur les usages commerciaux de 2008. L'office fait obligatoirement l'objet d'un contrat écrit qui est en principe négocié chaque année. Chez un gros distributeur, il part en moyenne quatre offices par mois regroupant les nouveautés de l'ensemble des éditeurs distribués.

Le retour est un ouvrage invendu renvoyé à l'éditeur via le distributeur s'il en a un ou directement. Les livres envoyés dans le service de nouveautés comportent un droit de retour intégral. Les conditions générales de vente définissent précisément la durée de délai de garde des ouvrages par les points de vente. Les ouvrages retournés (retours) donnent droit à un avoir porté au crédit du compte du point de vente.

➤ Opérations spéciales

Seules 11 % des librairies de l'échantillon ne relaient pas régulièrement les opérations spéciales des éditeurs.



La participation à ces opérations dépend de la taille du commerce, les plus grandes librairies ayant plus de marges de manœuvre que les plus petites, comme l'illustre un responsable de librairie : « *Les opérations spéciales ne sont pas adaptées aux petites librairies comme la mienne, trop de volume et pas le choix dans l'assortiment* ».

Cependant presque toutes les librairies participent à des opérations spéciales, mais la fréquence et le nombre sont trop importants. Elles nécessitent d'avoir une trésorerie mais également un espace de vente suffisants. De plus, le libraire souhaite garder la main sur son assortiment.

De même, 38 % des responsables du panel n'utilisent pas de publicité sur le lieu de vente (PLV), souvent par manque de place.

➤ Conditions de remises

Les librairies de la région bénéficient d'une remise moyenne de 36 %

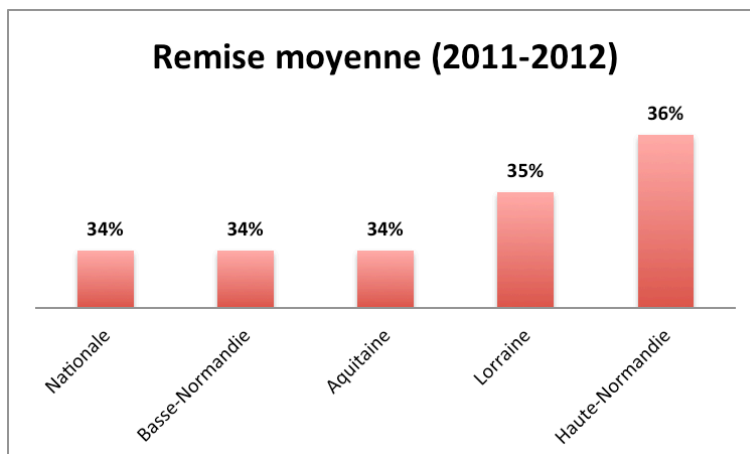
L'amplitude de remise³⁵ appliquée aux librairies de la région correspond aux moyennes nationales, avec une remise moyenne de 36 %, là où la moyenne nationale est de 34 %.

Le taux de remise le plus bas est de 31 % en moyenne et le taux de remise le plus haut de 41 %. Ces chiffres sont à pondérer car ils dépendent de la taille de la librairie et de son CA, ces remises étant indexées le plus souvent sur la capacité de vente de la librairie ainsi que sur ses relations plus ou moins privilégiées, avec les représentants.

Comme le montre l'étude Xerfi³⁶ de juin 2013, le taux de remise moyen a légèrement progressé ces deux dernières années, passant de 33,3 % à 34 % en moyenne. Cela s'est retrouvé dans le discours des responsables interrogés et s'explique par des négociations plus serrées entre le libraire et le fournisseur, la perte de marchés publics ou encore par l'abandon du rabais de 5 % automatique. Les difficultés financières de la profession étant généralisées, les libraires sont plus attentifs qu'auparavant à ces aspects de la gestion.

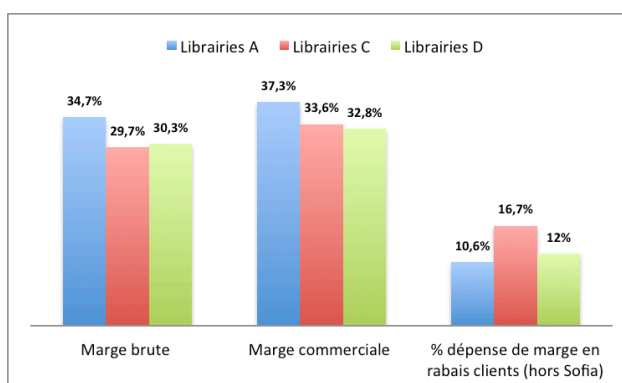
³⁵ La rémunération des différents points de vente vient de la remise accordée par chaque diffuseur (ou éditeur) sur le prix public hors taxes des ouvrages. Elle se décompose en remise de base, quantitative et qualitative. Les barèmes des remises chez un même éditeur varient en fonction de ses collections ou des secteurs éditoriaux. Ce sont les éditeurs, leur service commercial quand ils en ont un, ou leur diffuseur, qui établissent la remise dont le montant décide de la marge du commerçant, puisque le prix public est fixé par l'éditeur (prix fixe ou prix unique). La décomposition de la remise est exprimée dans les conditions générales de vente. Les conditions générales de vente (article L.441-6 du Code du commerce) doivent être communiquées à tout client qui en fait la demande. Elles constituent le socle de la négociation commerciale. La remise de base doit être spécifiée ainsi que les taux appliqués aux remises qualitatives et quantitatives.

³⁶ La situation économique et financière des librairies indépendantes, analyse sur la période 2005-2012, juin 2013, Gabriel Giraud et Alexandre Boulegue



➤ **Marge commerciale**

La marge commerciale correspond à la remise éditeurs. La marge brute représente la marge commerciale moins les rabais octroyés aux clients par les librairies.



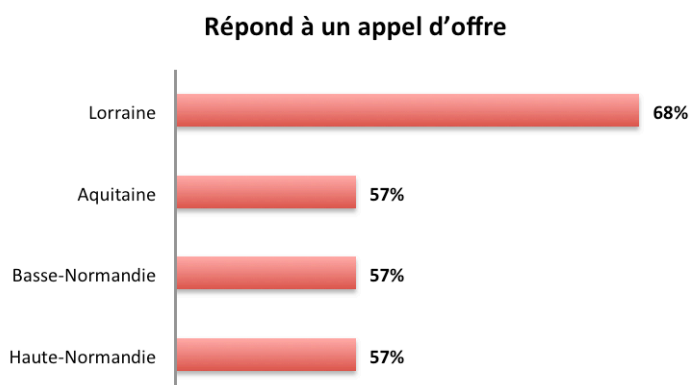
Les librairies de catégorie A donnent en moyenne 4 % de leur marge totale à leurs clients et les librairies C avec 33,6 % donnent 5,6 % de marge à leurs clients ce qui explique les 29,7 %. Les librairies D avec 32,8 % donnent 3,9 % à leurs clients.

Ce sont également les librairies C qui dépensent 16,7 % de leur marge totale pour acquérir du CA, c'est pour cela que l'on retrouve au bilan le pourcentage de marge le plus faible mais aussi le résultat le plus bas 0,6 %.

➤ **Marchés publics et librairies en Haute-Normandie**

En région, 57 % des librairies répondent actuellement à un appel d'offres

Nous constatons que les librairies haut-normandes ont un taux de réponse aux appels d'offres similaire aux autres régions.

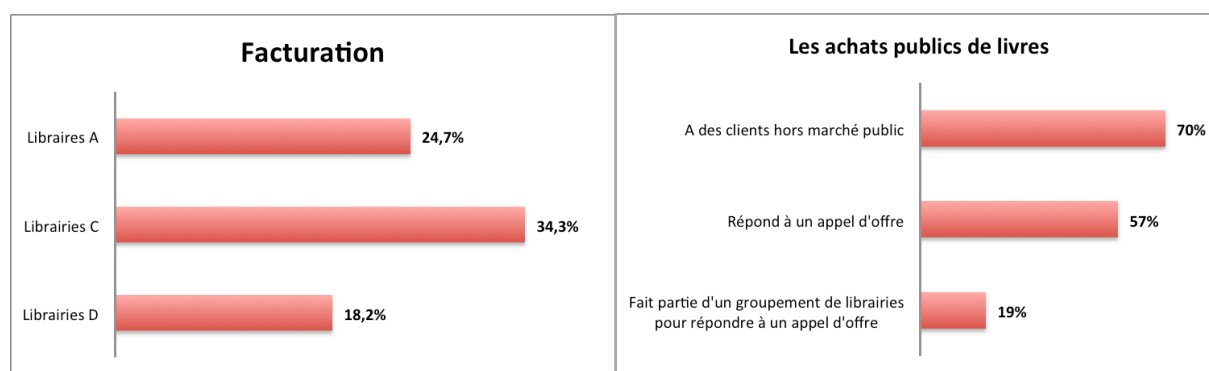


Les librairies peuvent répondre à des appels d'offres de bibliothèques dans le cadre de marchés publics. Ils peuvent également travailler avec des collectivités, hors marchés, afin d'augmenter leur CA.

Ces achats publics, qu'il s'agisse de marché public ou de commandes hors marché de collectivités, permettent aux librairies d'augmenter leur flux, de négocier de meilleures conditions commerciales et a une incidence positive sur la marge commerciale. Ils marquent également une inscription dans le tissu local. Toutefois, les responsables de librairies doivent se montrer attentifs à trouver le bon équilibre car les délais de remboursement sont longs et peuvent grever la trésorerie. De plus, la marge à gagner reste faible car en tant que fournisseur de livres pour des bibliothèques et les centres de documentation assujetties, le libraire est tenu de reverser 15 %, redistribués comme suit : 9 % de remise maximum accordé à la collectivité et 6 % au titre du droit de prêt, dus à la Sofia³⁷, organisme collecteur et répartiteur des droits de prêts aux créateurs (éditeurs et auteurs).

On rencontre des libraires qui, par méconnaissance, ne déclarent pas ces montants ce qui génèrent des sous-déclarations.

L'équilibre entre la vente au comptant (vente aux particuliers) et la facturation (vente aux collectivités, en et hors marché) est donc primordial et doit être surveillé de près. Dans le graphique ci-dessous, on peut remarquer la part importante de facturation des librairies C qui grèvera la marge nette au bilan.



En région, 57 % des librairies répondent à des appels d'offres. Pour les autres, elles ne sont pas intéressées (par manque de temps), n'ont pas été sélectionnées et le regrettent, ou elles ne répondent pas par crainte. Ce sont les plus petites librairies qui connaissent le plus de difficultés à répondre et à gagner des appels d'offres.

Cependant, sans pour autant être en marché, ces petites librairies entretiennent le plus souvent un partenariat commercial avec des institutions locales. Ainsi **70 % des librairies de la région déclarent avoir des clients hors marché**. Chacune de ces librairies déclare travailler, en moyenne, avec 9 bibliothèques municipales, et 11 établissements scolaires, hors marché. Certaines librairies travaillent aussi avec des associations ou des comités d'entreprise.

Le groupement avec d'autres librairies pour répondre à un appel d'offre n'est pas très développé dans la région, seules 19 % des librairies interrogées déclarent cette pratique. Certains libraires ont confié regretter ne pas être plus souvent sollicités pour faire partie d'un groupement de librairies et que ces groupements n'incluent pas plus souvent les petites librairies.

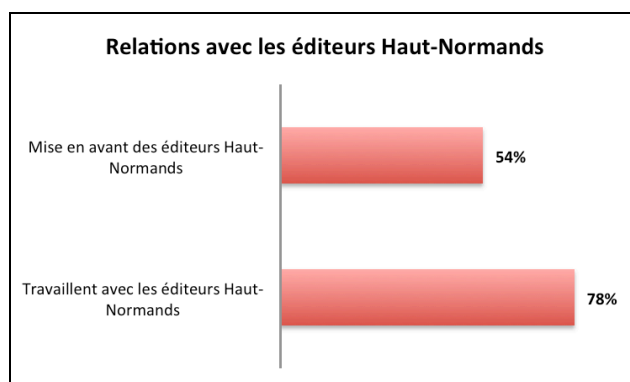
➤ Relations aux éditeurs régionaux et mise en avant de leurs ouvrages

78 % des librairies du panel déclarent travailler régulièrement avec les éditeurs régionaux

La librairie s'inscrit sur un territoire et peut proposer une ouverture culturelle sur ce territoire par le biais d'un assortiment spécifique. Nous avons pu constater de la part des responsables de librairies de

37 Consulter le site de Sofia sur le droit de prêt <http://www.la-sofia.org/sofia/Adherents/lang/fr/ddp.jsp>

l'échantillon une très bonne connaissance des éditeurs de la région, chaque libraire pouvant citer cinq à dix maisons d'éditions haut-normandes.



Cette connaissance de l'édition régionale se retrouve dans un travail régulier entre les librairies et les maisons d'éditions haut-normandes. 78 % des librairies du panel déclarent travailler régulièrement avec les éditeurs régionaux. De même, 54 % des librairies visitées mettent en avant ces éditeurs, au travers de vitrines dédiées aux livres régionaux, de présentoirs ou par le biais d'expositions.

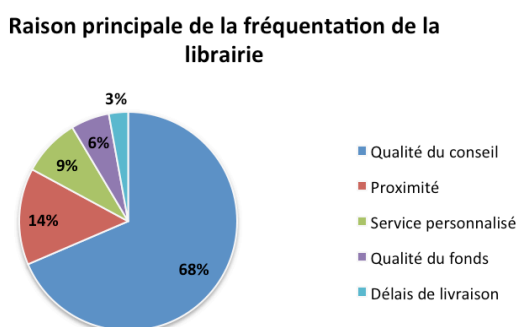
La région est attrayante, profitant de la proximité de Paris et des plages du Débarquement. Au-delà des ventes, les libraires ont à cœur de faire connaître et de défendre leur région.

Relations avec la clientèle

➤ Atout de la librairie indépendante

La librairie est un commerce et connaître ses clients est donc très important afin d'ajuster son offre. Une récente³⁸ enquête nationale a montré qu'il existe une différence entre l'avis du client, recueilli notamment lors de cette enquête et le ressenti des libraires sur la fréquentation de leur librairie et la fidélisation de la clientèle. Un lien existe entre la satisfaction et la fidélité mais il n'est pas très fort, et n'apparaît pas très net quand on met en parallèle la fidélité attitudinale et comportementale. L'examen des critères proposés par cette enquête révèle que le choix de livres proposés, la qualité du conseil et les horaires d'ouverture sont les plus cités.

En Haute-Normandie, 68 % des responsables pensent que les clients fréquentent leur librairie pour la qualité du conseil



Vient ensuite la proximité de la librairie (14 %), puis le service personnalisé (9 %) et la qualité du fonds (6 %). Les délais de livraison ne sont cités que par 3 % des libraires comme argument principal de fréquentation de leur librairie, tout comme en Aquitaine.

Ces réponses montrent que pour les responsables, l'argument principal est la plus-value du libraire, d'une personne physique connaissant son fonds, le sélectionnant et le mettant en valeur, face notamment à la vente en ligne et aux grandes surfaces spécialisées qui selon eux n'offrent pas la même qualité de service.

De même, les responsables de l'échantillon pensent que la proximité est un argument important. L'un d'entre eux transmet ce ressenti : « *Le libraire a son rôle à jouer. Il y a des gens qui font l'effort de venir chez*

³⁸ Les clients de la librairie, juin 2013, l'OBSOCO pour le SLF

moi plutôt que d'aller sur Amazon. Je crois beaucoup au dynamisme des centres villes. On va essayer de redynamiser le centre avec les autres commerçants ».

L'étude sur « Les clients de la librairie », réalisée en juin 2013, par l'Obsoco pour le SLF, a montré qu'il y avait un changement dans le comportement de fréquentation des différents types de commerce avec notamment un regain de faveur en direction du commerce de proximité. Les répondants à cette enquête ont montré des dispositions a priori très favorables à l'égard du commerce indépendant ce qui est encore corroboré par des chiffres récents (d'après une étude mondiale du cabinet d'audit PwC, réalisée en juillet-août 2014 auprès de 19 000 web-acheteurs dans 19 pays, les consommateurs connectés opèrent, notamment en France, un retour en force dans les magasins ayant pignon sur rue).

➤ Carte de fidélité

La remise de 5 % prévue dans le cadre de la loi Lang est aujourd'hui au cœur des débats sur le livre, notamment depuis l'émergence d'Amazon et du commerce en ligne qui proposent systématiquement cette remise lors de l'achat, avec une quasi gratuité des frais de port (loi du 8 juillet 2014). Les libraires ne disposant pas des mêmes facilités commerciales, la remise de 5 % par carte de fidélité n'apparaît plus aussi légitime à certains. D'autant, comme on l'a vu précédemment que ces rabais viennent grever la marge nette déjà faible.

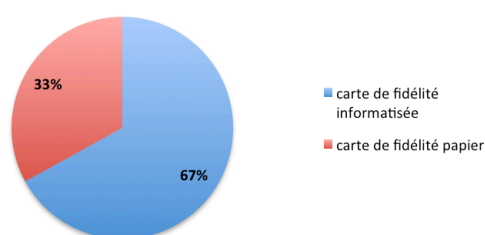
83 % des librairies du panel proposent une carte de fidélité

En Aquitaine, 75 % des librairies ont instauré un système de fidélité et en Lorraine, 83 %.

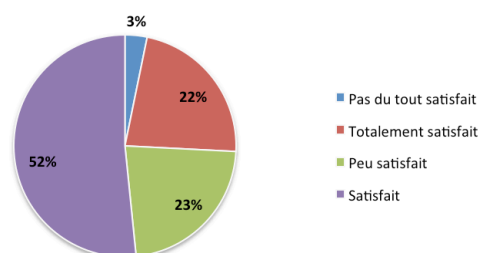
L'enquête de l'Obsoco révèle que, selon les personnes interrogées, seulement 15 % des librairies indépendantes appliqueraient de façon systématique la remise de 5 % sur le prix des livres et 24 % la réserveraient aux possesseurs de la carte de fidélité. Seulement 34 % des clients de librairies interrogés déclarent détenir une carte de fidélité de leur librairie.

Seules 6 librairies de l'échantillon ne proposent pas de carte de fidélité, soit 17 %. Les raisons évoquées sont principalement son coût. Face au peu de marge dégagée par la librairie, ce coût peut correspondre au salaire du gérant. Sont également évoquées les remarques des clients sur les prix pratiqués sur Internet et la demande d'une remise immédiate.

Carte de fidélité : informatique ou papier



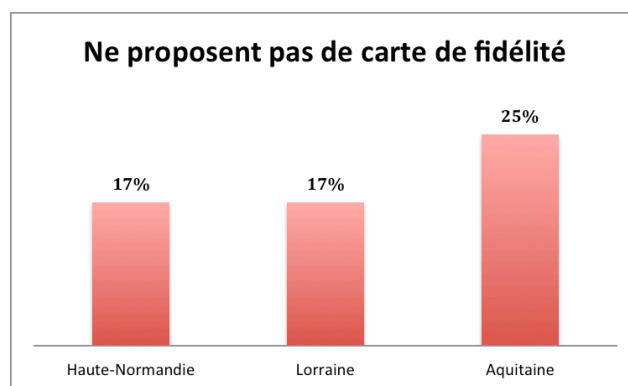
Avis sur la carte de fidélité



Sur les 30 librairies proposant une carte de fidélité, seules 10 d'entre elles ont une carte papier, soit 33 %. Pour 70 % des librairies la carte de fidélité est liée au système informatique. Le principe de fonctionnement de cette carte est semblable aux autres régions, 5% de remise cumulée au 6^e ou au 11^e passage en caisse. Il semble qu'il y ait des différences de comportement en fonction des départements. Les libraires du département de l'Eure remarquent que leurs clients ne sont pas spécialement attachés à cette carte de fidélité. En revanche, certains libraires de Seine-Maritime affirment que leurs clients y sont très attachés, et respectent cette forme d'engagement qu'ils prennent vis-à-vis de leur clientèle.

Au regard de leur clientèle, les responsables en sont majoritairement satisfaits (74 %), notamment car cela permet la fidélisation, un enjeu crucial du commerce de livre, 26 % en sont peu ou pas du tout satisfaits. Cependant tous s'accordent à dire que c'est encore de la marge perdue.

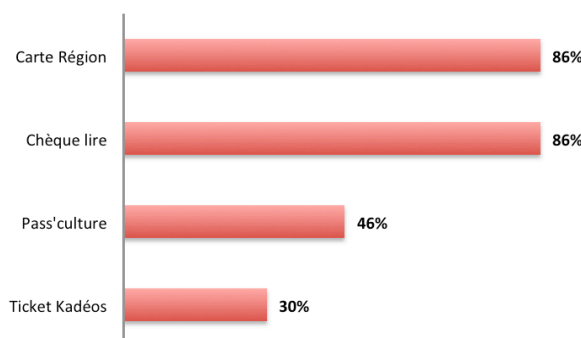
Nous retrouvons ces tendances dans les autres régions, le graphique ci-après indique les librairies qui ne proposent pas de cartes de fidélité à leurs clients.



D'autres systèmes de fidélisation peuvent être mis en place. Par exemple, 11 librairies visitées déclarent proposer une remise en partenariat avec les commerces de la commune, comme la Fée Campoise à Fécamp. Les autres possibilités de remise hors carte de fidélité visent les étudiants et les enseignants ainsi que les clients les plus fidèles. 30 % des librairies du panel sont concernées par ces « autres remises ».

➤ Autre moyen de paiement

Les clients de la librairie disposent de moyens de paiement spécifiques, développés par les pouvoirs publics. Ces moyens de paiement, tels la carte Région, Pass'culture, etc., doivent les encourager à faire leurs achats en librairie, face à la concurrence d'Internet et des grandes surfaces spécialisées, et permettre la diffusion de la culture pour tous.



Les Chèques Lire et la carte Région³⁹ sont les deux moyens de paiement les plus acceptés par les librairies haut-normandes (86 %), loin devant les Tickets Kadéos (30 %) et le Pass'culture 76 (46 %), chéquier nominatif.

La carte Région est une carte à puce offrant un ensemble d'aides destinées à alléger la rentrée scolaire des jeunes et de leurs familles, notamment par l'achat de livres non fournis par les établissements. Les libraires la plébiscitent car le dispositif se révèle efficace, fluide avec des remboursements rapides. Ils notent toutefois un effet pervers, cette carte peut également être utilisée auprès des associations de parents d'élèves qui se chargent de la vente de livres scolaires ce qui détournent des clients potentiels de la librairie.

En revanche, le fonctionnement du Pass'culture⁴⁰ pose plus de difficultés aux libraires en raison de délais de remboursement très longs, d'un manque d'interlocuteur.

Les libraires ont peu d'information sur les Tickets Kadéos, 11 responsables de librairies les ont découverts au travers du questionnaire de l'étude.

³⁹ www.hautenormandie.fr/LES-ACTIONS/Education-Formation/Lycees/La-carte-Region

⁴⁰ www.collegiens76.net/Pass-Culture

➤ Démarque

Lors de l'étude, nous avons constaté que 5 responsables ont parlé du problème du vol en librairie. Alors que l'on pourrait croire la librairie à l'abri de ce type de comportement car les livres ne représentent pas un bien de valeur dans l'inconscient collectif, ces témoignages prouvent le contraire.

Le premier problème lié au vol vient de la difficulté à repérer ce genre de comportement. Comme le dit un responsable : « *Le problème avec la démarque, est qu'on ne peut pas savoir exactement si c'est du vol ou un problème d'inventaire* ». Le second problème est lié au changement de comportement de l'individu. En effet, un responsable a alerté sur une pratique nouvelle, consistant à voler plusieurs volumes d'un même livre (Best seller et Pléiade en tête) pour ensuite les revendre sur Internet, sur Le bon coin ou Amazon.

Il s'agit donc d'être attentif à ce phénomène qui peut vite mettre les petites librairies dans une position économique délicate. Placer les beaux livres près de la caisse, mettre des miroirs ou des caméras sont des solutions citées par les responsables de librairies de l'échantillon pour prévenir le vol.

IV) Évolutions, transmissions et perspectives

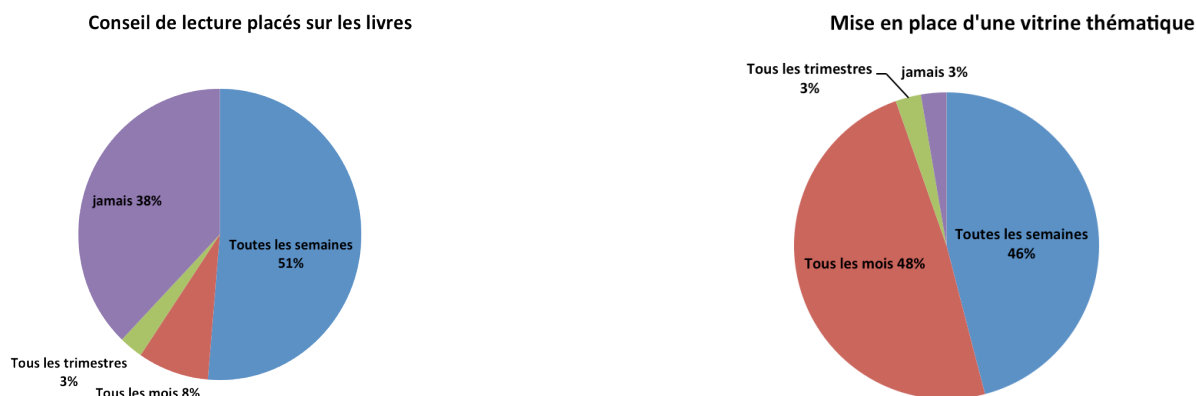
Animations

Du coup de cœur du libraire à la participation à une manifestation littéraire hors les murs en passant par les rencontres d'auteur, ces animations sont destinées à faire connaître la librairie, la faire-vivre, apporter de la valeur ajoutée. Ces dernières années, elles ont pris une place prépondérante dans l'activité de la librairie, la plaçant non plus comme un simple lieu d'achat de livres mais comme un lieu de culture, de rencontres et d'échanges.

➤ Coup de cœur du libraire, vitrine

En ce sens, la pratique de conseils de lecture placés sur les livres, une vitrine thématique, les opérations spéciales des éditeurs et la publicité sur le lieu de vente sont des outils pour attirer le client et attiser sa curiosité.

Dans la région, 64 % des librairies placent des conseils de lecture sur les ouvrages

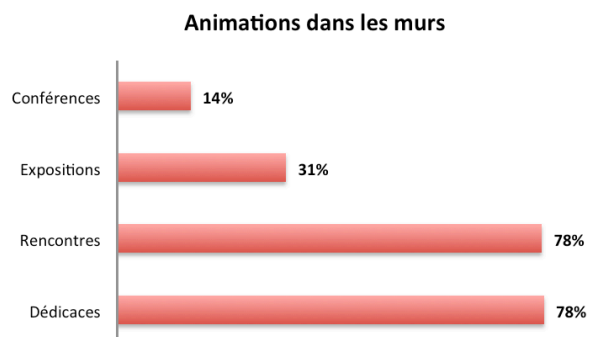


C'est une pratique qui se fait de manière très régulière ou qui ne se fait pas, rares sont les librairies qui en placent occasionnellement.

De même, la mise en place d'une vitrine thématique, censée attirer le regard du passant, est presque systématique dans la région. **94 % des responsables interrogés réorganisent, tout ou partie de leur vitrine, toutes les semaines ou tous les mois.** La taille de la librairie n'est pas un facteur qui détermine cette pratique et sa fréquence, mais la volonté du libraire, certains par goût alors que d'autres préfèrent mettre leur énergie et leur temps ailleurs. Une grande librairie de la région ne scénarise pas ses vitrines. Il s'agit d'un acte délibéré et revendiqué par le gérant.

➤ Animations dans les murs

Les animations sont aujourd'hui indispensables pour faire vivre une librairie. Outils de vente mais surtout de communication, les animations permettent de donner de la visibilité à la librairie et de fidéliser les clients.



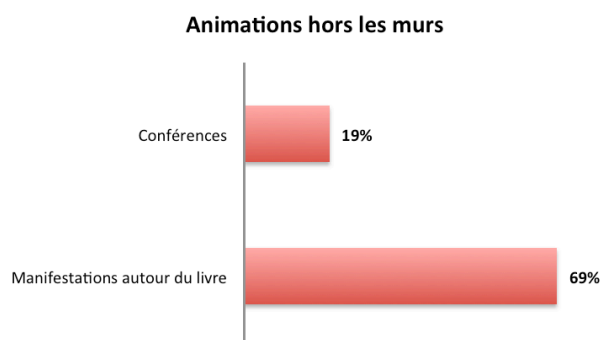
78 % des librairies organisent des dédicaces

Les dédicaces (78 %) et les rencontres (78 %) sont les deux animations les plus proposées par les libraires de l'échantillon, loin devant les conférences et expositions. Les librairies haut-normandes organisent 8 dédicaces en moyenne par an, si l'on exclut les librairies de catégorie A qui en organisent 50 en moyenne par an. Ces proportions sont les mêmes en Aquitaine. Même les plus petites structures accueillent des auteurs, moins régulièrement il est vrai, ce qui montre l'importance des animations pour la librairie, malgré l'investissement en temps et le peu de ventes directes que génèrent ces rencontres. Il apparaît d'ailleurs que la majorité des libraires ne mesure pas, de façon précise, les retombées commerciales de ces animations.

➤ Animations hors-les-murs

Les responsables peuvent aussi participer à des animations hors-les-murs, notamment les manifestations autour du livre, qui se multiplient aujourd'hui.

69 % des librairies de l'échantillon participent à des manifestations autour du livre



69 % des librairies de l'échantillon participent à des manifestations autour du livre, à tout le moins celle de leur commune. Cette participation représente 90 % en Basse-Normandie, 84 % en Aquitaine et 80 % pour les librairies de Lorraine.

Cette présence participe à la notoriété de la librairie, lui permet de se faire connaître, de lier des partenariats avec d'autres structures de la commune. Même si le coût temporel et la fatigue occasionnée ne sont que rarement compensés par des ventes immédiates significatives, il est difficile pour un libraire de ne pas participer à ces manifestations.

Nous pouvons noter aussi une présence des librairies hors-les-murs plus originale, comme ces libraires qui participent à des animations en prison ou bien à l'hôpital, ce qui renforce l'aspect social et culturel du libraire.

Le numérique en librairie

L'évolution du numérique dans l'écosystème du livre est encore aujourd'hui assez faible en librairie.

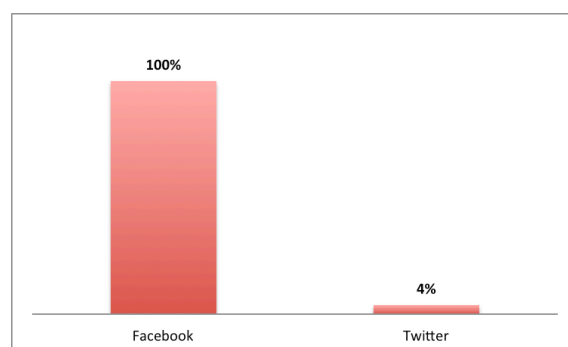
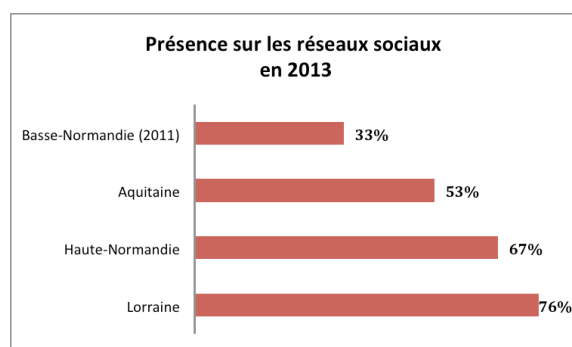
Le numérique en librairie peut prendre plusieurs formes : un site Internet, vitrine ou marchand, une présence sur les réseaux sociaux mais également la vente en ligne de livres papier ou numérique. Comment les libraires de Haute-Normandie appréhendent cette nouvelle facette de leur métier ?

➤ Présence sur les réseaux sociaux

Les librairies ont aujourd'hui la nécessité d'être présent sur Internet, ne serait-ce que pour afficher leurs coordonnées. Les réseaux sociaux permettent cela et plus encore, une interactivité avec le client. La présence en ligne devient alors un enjeu de la relation client et de la fidélisation de ce dernier. Tous les libraires rencontrés en avaient conscience cependant certains ne les utilisent pas, la plupart du temps parce qu'ils ne maîtrisent pas ces outils ou n'en voient pas l'utilité.

67 % des librairies ont un profil sur des réseaux sociaux

Les libraires haut-normands sont présents et dynamiques sur les réseaux sociaux si on compare aux autres régions plus frileuses en ce domaine, excepté la Lorraine qui montre l'exemple. En effet, **24 librairies de l'échantillon sont sur les réseaux sociaux (Facebook), soit 67 % d'entre elles**. Une seule librairie utilise Twitter.



L'animation et l'ajout de contenu sur ces profils sont réalisés par le responsable de la librairie, sauf pour les librairies de catégorie A qui emploient une personne dédiée.

➤ Site Internet et blogs

67 % des librairies disposent d'un site Internet

Trois responsables de librairies tiennent un blog pour la librairie. 67 % des librairies disposent d'un site Internet mais pour 37 % seulement il s'agit d'un site de vente en ligne. En Basse-Normandie, 44 % des librairies ont un site Internet, 52 % en Aquitaine et 72 % en Lorraine.

Site vitrine ou site marchand ? À quel prestataire faire appel ? Pour quel coût ? Les libraires semblent démunis et pourtant conscients de la nécessité d'avoir au moins une visibilité sur Internet.

Aujourd'hui, quasiment toutes les sociétés qui proposent des logiciels de gestion (comme Librisoft par exemple) offrent également des services de création de sites Internet.

Les libraires peuvent également être présents sur des sites collectifs ou des plateformes de vente en ligne comme lalibrairie.com ou leslibraires.fr. Cette présence via le Net a pour but, non pas de concurrencer Amazon mais, de permettre au libraire de ne pas perdre de parts de marché et d'offrir à sa clientèle la possibilité d'acheter en ligne dans sa librairie habituelle, à tous moments.

L'enquête de l'Obsoco, publiée en juin 2013, relève que 42 % des clients de la librairie indépendante déclarent avoir acheté des livres neufs sur Internet au cours des 12 derniers mois, cette part s'élève à 52 % pour les non-clients de librairies. Les clients des librairies achèteraient prioritairement sur le site de leur librairie, ce geste pouvant être interprété comme un acte militant, le désir d'exprimer son adhésion à certaines valeurs.

➤ Vente de livres numériques

Seules 23 % des librairies de Haute-Normandie proposent des livres numériques

Nous pouvons constater que **29 % des librairies du panel disposent d'un abonnement à une plateforme de vente en ligne**, Leslibraires.fr, Lalibrairie.com ou Epagine.fr. Certaines de ces plateformes permettent la vente de livres numériques. Pourtant les libraires communiquent peu sur la possibilité de vente en ligne ou de ventes de livres numériques via leur librairie.

Tous les libraires se sentent concernés par le numérique mais plusieurs facteurs font que peu d'entre eux ont investi ce nouveau champ. Les demandes des clients sont quasi inexistantes, le marché est encore très faible.

En 2012 les éditeurs ont annoncé que la vente de livres numériques représentait 3,1 % du CA de vente de livres et en 2013, 2,6 % des français ont acheté au moins 1 livre numérique⁴¹.

La faiblesse de ces chiffres renforce le scepticisme et amène certains d'entre eux à remarquer que leur métier c'est de vendre des livres papier (offre numérique limitée et demande inexistante notamment pour les libraires BD). Ils souhaitent se concentrer sur leurs activités essentielles d'autant qu'ils craignent que les éditeurs ne les impliquent pas dans ce nouveau marché.

D'autres souhaiteraient mettre en place la vente de livres numériques mais ils n'ont pas le temps d'étudier toutes les possibilités et ne se sentent pas compétents. Ils aimeraient une solution clé en main, car la vente à travers ce support leur semble peu organisée et pas rentable. C'est la raison pour laquelle 10 libraires se sont abonnés à des plateformes permettant la vente en ligne de livres papier mais également la vente de livres numériques.

Transmettre sa librairie

L'âge moyen des responsables des librairies de la région est de 48 ans, et 7 des 36 responsables interrogés ont 60 ans ou plus. Cela pose le problème de la transmission de ces commerces, ou de leur vente pour une autre activité.

42 % des responsables du panel souhaitent à court terme transmettre leur librairie

Ils aimeraient que l'offre de librairie soit la même après leur départ, conscient de l'importance de la place de la librairie dans une ville. De plus, ils ont beaucoup donné d'eux-mêmes pour faire vivre, voire grandir leur commerce et souhaiteraient que quelqu'un prenne la suite pour ne pas voir le fruit de leur travail disparaître.

Parmi les 15 responsables qui souhaitent transmettre leur entreprise dans les cinq à dix ans à venir, 73 % pensent avoir des difficultés à le faire. Trouver des repreneurs sérieux, ayant des connaissances en gestion, en commerce et une expérience en librairie est le premier argument qui vient répondre à cette inquiétude. De même, la reprise d'une librairie demande un capital de départ, pour racheter le fonds, le pas-de-porte, le stock, assurer l'exploitation courante (fonds de roulement), et rassurer les banquiers. Enfin, l'image, et la réalité chiffrée, de l'état de la librairie indépendante en France aujourd'hui, relayée en partie par les médias, n'incitent pas à se lancer dans l'aventure. La baisse de la vente de livres en France, le faible taux de marge et l'inquiétude lié à la place du libraire dans la vente de livres numériques ont de quoi freiner les plus courageux, et les libraires le savent bien comme nous l'a dit une responsable : « *Des profils d'acheteur, il n'y en a pas beaucoup malheureusement... Il y a déjà un petit moment que je cherche à transmettre, mais...* »

C'est pourquoi les responsables de librairies souhaitent être accompagnés dans cette démarche de transmission, notamment en donnant de la visibilité à leur offre de reprise, en accompagnant les éventuels repreneurs dans leurs démarches préalables, ou par tout autres biais.

⁴¹ Le secteur du livre : chiffres-clés 2012-2013, Service du livre et de la lecture – Observatoire de l'économie du livre

Perspectives pour la librairie et le métier de libraire

Cette étude sur la librairie indépendante de la région Haute-Normandie a permis de recueillir le sentiment des principaux acteurs sur l'avenir de la librairie et du métier de libraire.

59 % des libraires interrogés se montrent optimistes sur l'avenir du métier de libraire

Deux arguments principaux reviennent pour expliquer cette vision :

- **L'avenir de la librairie indépendante passe par la librairie spécialisée.** Comme le dit un responsable : *« L'avenir c'est les librairies spécialisées. Cela fait vingt ans que je le dis. Mon travail de représentant m'a amené à voir cela. Exemple : la librairie gourmande, spécialisée sur la cuisine qui marche super bien. »*. Les libraires devront donc mieux penser leur offre, mieux la cibler, notamment en rapport avec la clientèle présente sur la zone de chalandise. De même, le libraire devra proposer une expérience au client, éviter le cliché de la « librairie-bibliothèque ». Une responsable de librairie transmet son sentiment sur l'avenir : *« Optimiste, mon chiffre d'affaires continue de grimper. L'avenir, c'est la librairie spécialisée. Maîtriser les rayons, c'est le vrai travail du libraire. Il faut sortir du lot. Proposer un univers, une ambiance plus que du livre. Il faut travailler sur le public. »*. Enfin, la librairie spécialisée, plus petite structure que les généralistes, permet de minimiser le coût des charges, notamment le loyer, et de maîtriser son stock et sa rotation. Ce type de commerce est plus adéquat avec le commerce de centre ville, et c'est pourquoi il revient souvent en modèle de la librairie future.

- **Les responsables optimistes sur l'avenir de la librairie indépendante pensent que cela passera par une mobilisation interprofessionnelle.** Comme le dit l'un d'entre eux : *« Plutôt optimiste, on trouvera bien une solution. Mais ça ne viendra pas que du libraire. Il faut une mobilisation des collectivités, des éditeurs et autres. »* Il faut sortir la librairie de son isolement dans la chaîne du livre et mobiliser les autres acteurs du livre autour de la question de la librairie, en effet le libraire est en bout de chaîne, mais ses difficultés influenceront forcément l'ensemble de la chaîne. Les relations avec les éditeurs, notamment, devront s'aplanir là où aujourd'hui elles semblent conflictuelles. Il est surprenant de noter le nombre de responsables de librairies haut-normands qui rencontrent des difficultés avec les diffuseurs. En ce sens, la mutualisation est fortement encouragée pour faire face aux défis à venir de la librairie, comme le dit un libraire : *« Mutualisation pour faire pression sur les éditeurs pour les remises par exemple. »*

41 % des libraires se montrent quant à eux pessimistes sur l'avenir de la librairie et du métier de libraire.

Pour eux, les difficultés actuelles ne présagent rien de bon pour le futur. La baisse des ventes de livres, la baisse des gros lecteurs (plus de vingt livres par an), les difficultés du commerce de centre ville, la concurrence avec le commerce en ligne (Amazon en tête), les changements de pratique de consommation et de lecture ou bien la montée en puissance du numérique sont autant de raisons d'être inquiet pour l'avenir de la librairie. Ce sont surtout les « petits libraires » (catégorie C et D) qui redoutent l'avenir, n'ayant pas les moyens des grosses structures pour faire face, en diversifiant les activités par exemple, mais ne souhaitent pas se spécialiser pour autant. Un des responsables de librairies illustre ce propos : *« Pas pessimiste mais inquiet sur les petites librairies qui ne font que du livre. Le libraire doit repenser son métier. Les gens savent ce qu'ils viennent chercher. Par rapport à mes parents il y a une évolution. Les gens aiment l'originalité, on doit se positionner sur l'originalité ou la grosse structure. »*

Aides publiques

Les relations avec les institutions sont très liées à une politique culturelle dynamique qui se traduit par des dispositifs d'aides directes ou indirectes et complémentaires. Ces dispositifs existent au niveau national et depuis 2013, au niveau régional avec un protocole État (Drac)-Région, nommé Fonds pour le développement de l'économie du livre (FDEL).

➤ Dispositifs nationaux

Les aides du Centre national du livre (CNL)⁴²

Le soutien au réseau des librairies indépendantes constitue l'une des priorités du Centre national du livre dont l'action s'est fortement renforcée ces dernières années et qui prend appui sur un bureau entièrement dédié à la librairie. Le CNL est également chargé d'instruire les demandes des libraires au titre du label LIR (librairies indépendantes de référence).

Le CNL dispose d'une large palette d'intervention en faveur des libraires.

Le Label LIR est destiné à reconnaître, valoriser et soutenir les engagements et le travail qualitatif des libraires indépendants.

En 2014, 13 librairies de Haute-Normandie sont labellisées LIR ou LR, le label étant obtenu pour trois ans.

En 2012, 13 librairies avaient ce label en Basse-Normandie et 23 en Aquitaine.

En 2013, la Région Haute-Normandie, les communautés d'agglomération d'Évreux, Seine, Eure et havraise ont voté l'exonération de la CET pour les librairies ayant obtenu ce label.

Les aides de l'Association pour le développement de la librairie de création (ADELC)

L'ADELC intervient sur des projets de création, de déménagement, d'agrandissement, de rénovation, de rachat, de restructuration de fonds de roulement, de restructuration de fonds propres, pour des librairies de littérature générale et des librairies spécialisées jeunesse.

En Haute-Normandie, 10 librairies ont été soutenues par l'ADELC ces dernières années.

Les aides de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC)

L'IFCIC est un établissement de crédit agréé qui a reçu mission du ministère de la Culture et de la Communication et du ministère de l'Économie et des Finances de contribuer au développement, en France, des industries culturelles, en facilitant pour ces entreprises l'accès au financement bancaire.

L'IFCIC accompagne le financement des librairies indépendantes et depuis 2014, gère un fonds d'avances remboursables (FALIB) pour permettre aux librairies de pallier des difficultés de trésorerie. Ce fonds a été doté de 5 millions d'euros par le CNL.

➤ Dispositifs régionaux

Les aides du Fonds pour le développement de l'économie du livre en Haute-Normandie (FDEL)

La Drac et la Région ont signé, en avril 2013, pour trois ans, un protocole d'accord qui institue un fonds pour le développement de l'économie du livre en Haute-Normandie. Ils l'ont financé à parité la première année, chacun à hauteur de 50 000 euros par an. En 2014, la Région a dégagé 50 000 euros supplémentaires pour des projets liés à de l'investissement. Ils entendent ainsi « contribuer à préserver le secteur de l'édition et de la librairie indépendante ». L'ARL en est l'opérateur.

Durant ces 18 premiers mois, le FDEL a soutenu 50 structures différentes pour 110 projets présentés : 33 maisons d'édition pour 66 projets et 17 librairies pour 44 projets.

En édition, 42 projets de publication ont été aidés, ce qui représente 64,5 % de l'ensemble des projets aidés. Loin derrière, viennent l'accompagnement sur des salons hors région (8 demandes) et l'investissement en matériels (5 demandes). **En librairie, 14 projets de modernisation et de travaux ont été réalisés grâce au FDEL**, soit 32,5 % du montant total des aides accordées aux demandes des libraires. Viennent ensuite, 12 projets en communication et promotion, soit 27,5 %.

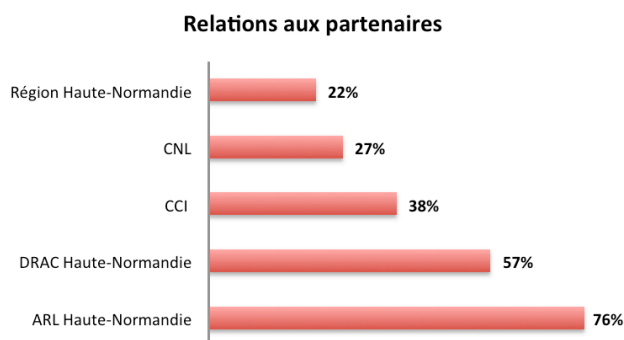
96 500 € ont été versés aux librairies et 135 400 € aux éditeurs. Cela représente une aide moyenne par projet en librairie égale à 3 300 € et à 2 550 € par projet en maison d'édition.

Le taux d'intervention moyen État-Région, dans le cadre du FDEL, sur cette période, est de 40 %, soit 44 % pour la librairie et 36 % pour l'édition.

⁴² Cf. Annexe

➤ Relation aux différentes structures culturelles nationales et régionales

Le commerce de livres de détail est un commerce suivi par les pouvoirs publics à travers des structures régionales afin de pouvoir répondre au plus près aux difficultés que rencontrent les libraires. Qu'il s'agisse d'aides financières, de formation, ou bien d'information, les responsables de librairies ne sont pas seuls au quotidien.



Cependant, on peut constater un manque flagrant de connaissance de ces structures et de ce qu'elles apportent, comme nous l'a dit un responsable de librairie : *« Je ne sais pas ce que ces structures peuvent m'apporter. »*

Il est apparu deux postures pour expliquer cette méconnaissance. Les responsables qui connaissent de loin ces institutions, mais qui n'en voient pas l'apport pour leur librairie. Ces libraires sont souvent dans une démarche individuelle et ne souhaitent pas être aidés, où laisser un tiers les conseiller. Et les responsables qui n'ont aucune connaissance de ces structures.

La meilleure approche pour les rencontrer et les informer est de se rendre dans leurs librairies. Un responsable de librairie confirme ce point de vue : *« Trop d'infos tuent l'info, je préfère les rencontres comme la nôtre. C'est important aussi de voir les gens, de pouvoir échanger directement. »*

Les libraires ont peu de relations avec le CNL (27 %) et la Région (22 %).

La CCI est surtout citée (38 %) en ce qui concerne la création ou la reprise d'une librairie.

L'ARL (76 %) et la DRAC (57 %) sont les deux structures régionales que connaissent le mieux les libraires. La Drac reçoit les libraires depuis de nombreuses années, afin de leur apporter son soutien financier et instruire les dossiers de demandes faites auprès du CNL.

L'ARL a pour mission d'accompagner les professionnels du livre et à ce titre, a des contacts réguliers avec les libraires, notamment depuis la mise en place du FDEL.

Malgré cette connaissance, certains responsables ont confié être sceptiques sur les rôles et missions de ces deux structures et encouragent une réflexion en ce sens, *« Je n'ai pas compris le rôle de l'ARL, qu'est-ce qu'elle apporte ? Il y a un manque d'implication des petites librairies. Il faut permettre à des librairies qui n'ont pas accès à des outils d'y avoir accès. Il faut renforcer la mutualisation. L'ARL pourrait éviter les démarches individuelles et donc les écueils qui vont avec par exemple. Coercition sur l'investissement et la mutualisation. »*

De manière générale une visibilité plus claire des missions des structures régionales qui accompagnent le commerce de livre, une communication plus régulière et plus claire, une simplification administrative et la mise à disposition d'outils mutualisés sont les souhaits des responsables de librairies haut-normandes pour les futures relations avec ces institutions.



Annexes

➤ Panel de l'étude : 36 librairies indépendantes de Haute-Normandie

Département	Nom de la librairie	Ville d'implantation
27	Librairie du Collège	Bernay
27	À l'Eure des livres	Bernay
27	Le Bouillon de lecture	Conches-en-Ouche
27	BDLib	Évreux
27	Gibert-Joseph	Évreux
27	L'Orielle	Évreux
27	L'Oiseau lire	Évreux
27	Librairie L'Ange	Gisors
27	Librairie Lepetit	Le Neubourg
27	À la page	Louviers
27	Le Noctambule	Louviers
27	Quai des mômes	Louviers
27	Mille Feuilles	Pont-Audemer
27	La Compagnie des livres	Vernon
76	Le Plumier	Dieppe
76	Liber apertus	Dieppe
76	La Pléiade	Elbeuf
76	L'Encre marine	Eu
76	Librairie Banse	Fécamp
76	Le Chat pitre	Fécamp
76	BD Lyrium	Le Havre
76	Label bulles	Le Havre
76	Librairie Dombre	Le Havre
76	La Galerne	Le Havre
76	Librairie Colbert	Mont Saint-Aignan
76	Une Histoire de papier	Neufchâtel-en-Bray
76	ABC Book shop	Rouen
76	Au grand nulle part	Rouen
76	Funambules	Rouen
76	L'Armitière + La Procure	Rouen
76	Le Lotus	Rouen
76	Les Chemins d'Anatole	Rouen
76	Librairie des 2 rives	Rouen
76	Librairie Polis	Rouen
76	Lumière d'août	Rouen
76	La Buissonnière (ex L'Armitière)	Yvetot

➤ Tableaux sur les données économiques

Répartition des librairies selon leur chiffre d'affaires

Catégorie	Nombre	CA total livre	% CA /Total livre	CA total global	CA total moyen
A = >2M€	4	15 784 245 €	67 %	17 219 424 €	3 946 061 €
B = 1 à 2 M€	0	0 €	0 %	0 €	0 €
C = 300 K€ à 999 K€	11	5 055 455 €	21 %	6 185 237 €	562 294 €
D = <300 K€	19	2 821 545 €	12 %	3 546 870 €	186 677 €
Total	34⁴³	23 661 245 €	100 %	26 951 531 €	792 692 €

⁴³ Deux librairies ayant moins d'un an et pouvant fournir un bilan ont été exclues de l'analyse économique

Répartition du chiffre d'affaires

Cat.	Nbre	CA comptant livres	CA facturation livres	Part facturation livres / Total livres	CA total livres	CA autres produits	CA TOTAL	Part livre / Total
A	4	11 878 575 €	3 905 670 €	25 %	15 784 245 €	1 435 179 €	17 219 424 €	92 %
C	11	3 322 476 €	1 732 979 €	34 %	5 055 455 €	1 129 782 €	6 185 237 €	82 %
D	19	2 309 199 €	512 346 €	18 %	2 821 545 €	725 325 €	3 546 870 €	80 %
Total	34	17 510 250 €	6 150 995 €	26 %	23 661 245 €	3 290 286 €	26 951 531 €	88 %

CA /M²

Catégorie	Nombre de librairies	Surface totale	Surface totale moyenne en M²	CA total / M²	Surface de vente de livres en M²	Surface moyenne de vente de livres en M²	CA livres / M²
A	4	5 300	1 325	3 249 €	3 380	845	4 670 €
C	11	2 150	195	2 877 €	1 315	120	3 844 €
D	19	1 375	72	2 580 €	1 012	53	2 788 €
TOTAL	34	8 825	260	3 054 €	5 707	1 018	4 146 €

Rotation du stock

Catégorie	Nombre de librairies	Rotation globale				Rotation librairie			
		Stock moyen total	Coût des ventes total	Rotation globale	Rotation globale en jours	Stock Moyen librairie	Coût de ventes librairie	Rotation librairie	Rotation librairie en jours
A	4	3 247 762	11 041 276	3,40	107	2 918 019	10 302 907	3,53	103
C	11	1 625 523	4 195 285	2,58	141	1 169 556	3 551 631	3,04	120
D	19	1 002 451	2 336 752	2,33	157	850 620	1 966 077	2,31	158
TOTAL	34	5 875 736	17 573 313	2,99	122	4 938 194	15 820 615	3,20	114

Fonds de roulement

Cat.	Nombre de librairies	Fonds de roulement	Achats TC Jours	Délais fournisseurs (en jours)	Besoin en Fonds de Roulement				
					Nombre de jours à financer par le libraire	Montant BFR stock en €	BFR clients en €	BFR total en €	Solde FR
A	4	1 337 956 €	34 529 €	82	26	903 997 €	658 300 €	1 562 297 €	-224 341 €
C	11	753 386 €	12 341 €	76	65	822 985 €	246 267 €	1 069 252 €	-315 866 €
D	19	556 680 €	7 429 €	87	70	543 978 €	51 383 €	595 361 €	-38 681 €
TOTAL	34	2 648 022 €	54 299 €	81	41	2 270 960 €	955 950 €	3 226 910 €	-578 888 €

Analyse du besoin en fonds de roulement - 2013						
Catégorie	Nombre de librairies	Positifs en €	Nombre de librairies	Négatifs en €	Nombre de librairies	Solde en fonds de roulement
A	4	263 420 €	2	-487 760 €	2	-224 341 €
C	11	233 315 €	4	-549 181 €	7	-315 866 €
D	19	161 495 €	8	-200 175 €	11	-38 680 €
TOTAL	34	658 230 €	14	-1 237 116 €	20	-578 887 €

Principaux postes de charges de la librairie

LES FRAIS									
Cat.	Nombre de librairies	Charges Extérieures en €	en % / CA TOTAL	dont loyer en €	en % / CA TOTAL	Dont frais transports en €	en % / CA TOTAL	Dont honoraires en €	en % / CA TOTAL
A	4	2 201 830 €	12,8%	736 811 €	4,3%	213 830 €	1,2%	169 427 €	1,0%
C	11	718 806 €	11,6%	174 831 €	2,8%	108 534 €	1,8%	49 988 €	0,8%
D	19	672 954 €	18,2%	203 736 €	5,5%	76 018 €	2,1%	55 526 €	1,5%
TOTAL	34	3 593 590 €	13,3%	1 115 378 €	4,1%	398 382 €	1,5%	274 941 €	1,0%

Masse salariale

Catégorie	Nombre	Salaires	Charges salariales	TOTAL	en % sur CA TOTAL
A	4	2 370 604 €	734 172 €	3 104 776 €	18 %
C	11	867 487 €	182 508 €	1 049 995 €	17 %
D	19	313 016 €	131 766 €	444 782 €	12,5%
TOTAL	34	3 551 107 €	1 048 446 €	4 599 553 €	17,1%

Catégorie	Nombre	Effectifs	CA TOTAL	CA par Tête
A	4	110	17 219 424 €	156 540 €
C	11	42	6 185 237 €	147 268 €
D	19	33	3 546 870 €	107 481 €
TOTAL	34	185	26 951 531 €	145 684 €

Chiffre d'affaires par personne			
tranches CA	A	C	D
> 200K€		2	2
de 160 à 200K€	2	5	1
+/- 150k€	1		1
de 100 à 130K€	1	2	7
< 100k€		2	8
TOTAL	4	11	19

Relations commerciales : visites de représentants

Catégorie	Nombre de librairies	Visites de représentants par mois en moyenne	Temps moyen consacré (en min) par visite
A	4	32	71
C	11	10	50
D	21	2	49
Total A à D	36	15	57

Marge commerciale

Catégorie	Nombre	CA brut librairie	Rabais total accordés	En % sur brut	Marge	Marge totale disponible (rabais + Marge)	en % sur Brut
A	4	16 435 159 €	650 914 €	4,0%	5 481 338 €	6 132 252 €	37,3%
C	11	5 377 797 €	302 342 €	5,6%	1 503 824 €	1 806 166 €	33,6%
D	19	2 937 920 €	116 375 €	4,0%	855 468 €	971 843 €	33,1%
TOTAL	34	24 750 875 €	1 069 630 €	4,3%	7 840 630 €	8 910 260 €	36,0%

Catégorie	Nombre	Dépenses de rabais	Total Marge	% de dépense de marge en rabais
A	4	650 914 €	6 132 252 €	10,6%
C	11	302 342 €	1 806 166 €	16,7%
D	21	116 375 €	971 843 €	12,0%
TOTAL	36	1 069 630 €	8 910 260 €	12,0%

Catégorie	Nombre	CA librairie	Coût des ventes	Marge	en %
A	4	15 784 245 €	10 302 907 €	5 481 338 €	34,7%
C	11	5 055 455 €	3 551 631 €	1 503 824 €	29,7%
D	19	2 821 545 €	1 966 077 €	855 468 €	30,3%
TOTAL	34	23 661 245 €	15 820 615 €	7 840 630 €	33,1%

➤ Dispositifs nationaux

Les aides du Centre national du livre (CNL)

Établissement public du Ministère de la Culture et de la Communication, le Centre national du livre a pour mission de soutenir, grâce à différents dispositifs et commissions, tous les acteurs de la chaîne du livre : auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires, organisateurs de manifestations littéraires. Il participe ainsi activement au rayonnement et à la création francophone.

Le soutien au réseau des librairies indépendantes constitue l'une des priorités du Centre national du livre dont l'action s'est fortement renforcée ces dernières années et qui prend appui sur un bureau entièrement dédié à la librairie. Le CNL est également chargé d'instruire les demandes des libraires au titre du label LIR (librairies indépendantes de référence).

Le CNL dispose d'une large palette d'intervention en faveur des libraires :

- **Prêts économiques pour la création, le développement ou la reprise de librairie :** accompagner le développement et la reprise de librairies indépendantes par des prêts à taux zéro ;
- **Subventions pour la création, le développement ou la reprise de librairie :** aide économique pour la création, l'extension ou la reprise de librairies indépendantes. Elles peuvent concerner à titre exceptionnel des librairies victimes d'un sinistre important ayant entraîné leur fermeture temporaire. Elles sont destinées à financer le stock de livres neufs correspondant selon les cas de figure au stock d'implantation, à un stock complémentaire et sous certaines conditions à la reprise (...);
- **Subventions à la création et au développement de sites collectifs d'éditeurs et de libraires :** accompagner les projets de sites collectifs, tant dans le domaine de l'édition que de la librairie, avec le souci de favoriser la mutualisation des coûts et la mise en commun des données ;
- **Subventions pour la mise en valeur des fonds en librairie :** cette aide vise les librairies de référence offrant l'accès à une création éditoriale diversifiée et de qualité au plus large public et doit permettre d'alléger les charges régulièrement consenties par le libraire pour illustrer la qualité de son assortiment et renforcer son rôle culturel ;
- **Subventions à la production de catalogues thématiques par les librairies :** soutenir la création de catalogues thématiques réalisés par des groupements de libraires indépendants ;
- **Subvention pour les plateformes innovantes de diffusion et de valorisation de catalogues de livres numériques :** cette aide, attribuée sous forme de subvention, a pour objet d'aider au développement et à la structuration de la chaîne du livre numérique, et de soutenir en particulier les initiatives d'intérêt général, à dimension interprofessionnelle, collaboratives ou transverses dans une perspective de mutualisation des savoir faire ;
- **Label LIR :** il est destiné à reconnaître, valoriser et soutenir les engagements et le travail qualitatif des libraires indépendants. Depuis 2009, le label de Librairie indépendante de référence a été attribué à 514 établissements, et a permis à certains d'entre eux de bénéficier dès 2010 d'une exonération de la CET (ancienne taxe professionnelle) après décision des collectivités territoriales compétentes. Un nouveau décret substitutif publié en août 2011 a permis d'élargir, sur la base de seuils ou de critères sensiblement différents, le périmètre du label à d'autres librairies de référence qui n'avaient pu être labellisés jusqu'alors. Le dispositif est ainsi élargi dans deux directions, au

profit, d'une part, des librairies des villes petites et moyennes dans un souci d'aménagement culturel du territoire et au bénéfice, d'autre part, des librairies sans indépendance capitaliste mais bénéficiant d'une réelle autonomie de choix et de gestion, permettant un travail de qualité (par exemple, certaines librairies d'éditeurs). Ces librairies bénéficient des mêmes avantages attachés au label excepté l'exonération de la CET qui reste soumise aux conditions du code général des impôts.

Les aides de l'Association pour le développement de la librairie de création (ADELC)

L'ADELC intervient sur des projets de création, de déménagement, d'agrandissement, de rénovation, de rachat, de restructuration de fonds de roulement, de restructuration de fonds propres, pour des librairies de littérature générale et des librairies spécialisées jeunesse.

Les aides financières de l'ADELC se font très majoritairement sous forme d'entrée dans le capital (à hauteur de 5 % minimum) et d'apports en compte courant faisant l'objet d'un accord de remboursement à taux zéro s'étalant sur des périodes de 5 à 8 ans. À titre exceptionnel, l'ADELC peut apporter son aide sous forme de subvention, notamment quand la librairie est exploitée en nom personnel, rendant impossible l'entrée dans le capital.

Les aides de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC)

L'IFCIC est un établissement de crédit agréé qui a reçu mission du ministère de la Culture et de la Communication et du ministère de l'Économie et des Finances de contribuer au développement, en France, des industries culturelles, en facilitant pour ces entreprises l'accès au financement bancaire. Aux banques, l'IFCIC offre une double prestation de garantie financière en cas de défaillance de l'entreprise et d'expertise du risque spécifique de l'entreprise culturelle.

Pour les entrepreneurs culturels, l'IFCIC facilite l'engagement financier de la banque en faveur de leur projet. Elle offre également son expertise financière.

La garantie financière de l'IFCIC représente généralement 50 % et peut atteindre 70 % du montant des crédits inférieurs à 150 000 €.

L'IFCIC accompagne le financement des librairies indépendantes et depuis 2014, gère un fonds d'avances remboursables (FALIB) pour permettre aux librairies de pallier des difficultés de trésorerie. Ce fonds a été doté de 5 millions d'euros par le CNL.

➤ Dispositifs régionaux

Les aides du Fonds pour le développement de l'économie du livre en Haute-Normandie (FDEL)

La Drac et la Région ont signé, en avril 2013, pour trois ans, un protocole d'accord qui institue un fonds pour le développement de l'économie du livre en Haute-Normandie. Ils le financent à parité, chacun à hauteur de 50 000 euros par an, la Région ayant dégagé en 2014, 50 000 euros supplémentaires pour des projets liés à de l'investissement. Ils entendent ainsi «contribuer à préserver le secteur de l'édition et de la librairie indépendante». L'ARL en est l'opérateur.

Bibliographie

Études

La situation économique et financière des librairies indépendantes, analyse sur la période 2005-2012, Xerfi France, juin 2013, Alexandre Boulegue et Gabriel Giraud

Étude sur la librairie indépendante en Picardie, CR2L Picardie, 2012-2013, Thierry Ducret et Michel Ollendorff

Économie du livre en Aquitaine 2012-2013, enquêtes, ECLA

État des lieux des librairies indépendantes en Basse-Normandie, CRL Basse-Normandie, juin 2012, Valérie Schmitt

Chiffres clés de la librairie indépendante en Lorraine 2013, CRL Lorraine

Les chiffres clés du livre en PACA, ARL PACA, 2011-2012

Les clients de la librairie, l'OBSOCO pour le SLF, juin 2013

La librairie indépendante et les enjeux du commerce électronique, 2012

Rapport statistique de la Haute-Normandie, année de référence 2012, CESER

Livres et revues

Vers la fin des librairies, La documentation française, Paris, 2014, Vincent Chabault

Être libraire, éditions lieux dits, Paris, 2011, Frédérique Leblanc

Entre culture et commerce : dynamiques, contradictions et perspectives pour la librairie indépendante à l'heure du numérique, IEP Toulouse, 2013, Pauline Guignes

Le métier de libraire, Volume 1, La gestion de stock, édition de l'INFL, éditions du cercle de la librairie, Paris, 2008, Michel Ollendorff

Livres Hebdo

Renseignements et contacts

ADEL

27, rue Linné - 75005 Paris
Tél. : 01 45 41 62 05 - Mail : contact@adelc.fr
<http://www.adelc.fr>

Centre national du livre

Hôtel d'Avejan
53, rue de Verneuil - 75007 Paris
Département de la diffusion – Chargée des aides économiques (prêts et subventions à la création, à la reprise, au développement) Laurence TORZO 01 49 54 68 06 / laurence.torzo@centrenationaldulivre.fr
Adjoint au chef de département – Chargé des aides aux librairies françaises Thierry AUGER 01 49 54 68 79 / thierry.auger@centrenationaldulivre.fr

IFCIC

Direction des crédits aux entreprises
46, avenue Victor Hugo - 75016 Paris
Tél. : 01 53 64 55 55/70
Contact librairie : Sébastien Saunier - saunier@ifcic.fr

Syndicat de la librairie française

Hôtel de Massa
38, rue du Faubourg Saint-Jacques
75014 Paris
Tél. : 01 53 62 23 10 - Fax : 01 53 62 10 45
Mail : contact@syndicat-librairie.fr

Association Librairies Atlantiques en Aquitaine

142, cours de la Somme - 33800 Bordeaux
Tél. : 05 56 31 20 39 - 06 88 08 50 36
Site : www.librairiesatlantiques.com
Courriel : contact@librairiesatlantiques.com
Contact : Romane Camus Cherruau

LIRA

4, rue Antoine Moillier - 63160 Billom
Tél. : 06 77 14 92 44
Courriel : libraires.auvergne@orange.fr
Contact : Morgane Merle-Bargoin et Marie-Line Larrea (co-présidente)

Librairie Le Passage

8, rue du Bercail - 61000 Alençon
Tél. : 02 33 80 66 40
Courriel : librairie.lepassage@wanadoo.fr
Contact : Christian Gauthier

LIBELR

1129, rue Las Sorbes - 34070 Montpellier
Tél. : 06 72 12 34 15
pascallibelr@wanadoo.fr
<http://www.libelr.com>

Libraires Indépendants en Midi-Pyrénées

Tél. : 06 31 07 91 06
Courriel : Alimp34@gmail.com
Contact : Pascal Plat, délégué de l'ALIMP

Libr'Aire - Librairie Internationale V.O.

31, rue de la Clef - 59000 Lille
Tél. : 06 23 53 48 16

Site : www.libr-aire.fr
Courriels : assolibraires.npd@gmail.com
Contact : Nolwenn Vandestien

Association Libraires du Sud

4, rue Saint Ferréol - 13001 Marseille
Tél. : 04 96 12 43 40
www.librairie-paca.com
Courriel : contact@librairesdusud.com
Contact : Marion Piccio (dossiers professionnels)

Libraires en Rhône-Alpes

24, rue Jean-Baptiste Say - 69001 Lyon
Tél. : 04 78 30 75 87
Site : www.libraires-rhonealpes.fr
Courriel : libraires.rhonealpes@gmail.com
Contact : Marion Baudoin

Association des librairies indépendantes en Poitou-Charentes

1 bis, rue de l'Hôtel de Ville - 79000 Niort
Tél. : 05 49 05 76 63
<http://libraires-poitou-charentes.fr/>
Contact : Marie Claude Rossard

Remerciements

- à Jeanne-Marie Rendu, conseillère livre et lecture de la Drac Haute-Normandie, à Anne Parrad, chargée du livre et de la lecture à la Région Haute-Normandie, à Nathalie Claudel, librairie La compagnie des livres (Vernon) pour leur relecture attentive du questionnaire ;

- aux libraires pour leur accueil ;

- à Michel Ollendorff et Jean-Alban Flambard pour leur collaboration ;

- à l'équipe de l'ARL.



Agence régionale du livre et de la lecture de Haute-Normandie
Pôle régional des Savoirs
115 boulevard de l'Europe - 76100 Rouen
Tél. : 02 32 10 04 90 - Fax : 02 32 10 04 84
contact@arl-haute-normandie
www.arl-haute-normandie.fr