

Étude du réseau du livre
dans le Nord et le Pas-de-Calais

Librairies-papeteries-presse et autres petits points de vente du livre



CENTRE RÉGIONAL
DES LETTRES ET DU LIVRE
NORD - PAS DE CALAIS

Sommaire

Introduction.....	1
I ► Méthodologie et effectif	2
Contexte de l'étude.....	2
Objectifs de l'étude.....	4
Constitution du corpus et protocole méthodologique	5
II ► Données géographiques et structurelles	8
Répartition géographique et territoriale	8
Fiche d'identité.....	13
Emploi et formation	17
III ► Dimension économique	20
Chiffres d'affaires.....	20
Charges.....	24
IV ► Professionnalisation : devenir libraire ?	25
Une informatisation en développement.....	25
Offre de livres et fournisseurs.....	25
Commandes.....	32
V ► Rôle culturel et social	33
Animations & communication.....	33
La biodiversité.....	35
Un commerce culturel de proximité.....	37
VI ► Conclusion et perspectives.....	39
Rôle économique et culturel des petits points de vente au sein de la chaîne du livre	39
Enjeux et perspectives	41
Six préconisations pour améliorer la situation des librairies-papeteries-presse.....	42
VII ► Annexe : questionnaire de l'étude.....	43

Pluralité des mondes du livre

La présente étude fait suite à l'état des lieux de l'édition et de la librairie en Nord – Pas-de-Calais, réalisé en 2015 par le Centre régional des Lettres et du Livre (CRLL) en collaboration avec le Centre lillois d'études et de recherches sociologiques et économiques (Clersé, université Lille 1). Comme il arrive souvent, la restitution d'un travail de recherche apporte autant de réponses qu'elle suscite d'interrogations nouvelles. Ce fut bien le cas au sujet du réseau des maisons de la presse et des librairies-papeteries, signalé dans l'état des lieux de 2015 mais non concerné directement par l'étude.

Parmi les canaux de distribution du livre, ces établissements forment en effet un ensemble peu connu, rarement étudié, longtemps en marge des dispositifs de soutien à la librairie indépendante. En 2013, ce circuit était crédité de 8 % des parts de marché du livre en France selon l'étude Xerfi / SLF ou de 4 % d'après les chiffres clés de l'Observatoire de l'économie du livre (ministère de la Culture). C'est dire si la définition de son périmètre est variable, selon les points de vue.

Historiquement, ces commerces multiservices se sont construit une identité autour de trois « produits » : la papeterie et la presse, reliées au livre par une continuité de support ou une contiguïté de contenu. Or, les magasins de presse tout comme les librairies sont des entreprises particulièrement fragilisées en France depuis plusieurs années, pour des raisons à la fois sectorielles mais aussi structurelles en tant que petits commerces de proximité.

Et pourtant, on ne peut nier que l'avenir et la pérennité du réseau des librairies-papeteries-presse, dans les zones rurales et périurbaines, sont d'une grande importance, au-delà du simple fait économique, si l'on se place dans la perspective d'une diffusion de l'information, des connaissances et de la pensée critique « au quotidien », sans oublier la vertu empathique de la littérature. Ne sont-ce pas là quelques-unes des conditions de l'exercice d'une citoyenneté active ainsi que de ce que l'on a coutume de nommer le « vivre-ensemble » ?

Il convenait par conséquent d'approfondir nos connaissances en allant à la rencontre des gérants et salariés de ces établissements pour mieux comprendre les réalités et les contraintes sociales, économiques et culturelles de l'exercice de leur métier. Ils ont accepté de nous accueillir et nous les remercions chaleureusement pour la confiance qu'ils nous ont témoignée et le temps qu'ils ont consacré à ces échanges.

Cette étude, la première à notre connaissance menée avec cette précision à l'échelle d'une région, a été possible grâce au soutien du Conseil régional Hauts-de-France, du ministère de la Culture (DRAC) et du Centre national du livre, dans le contexte d'un accord-cadre pour la filière du livre conclu en 2015. Elle a été conduite par Céline Telliez, chargée de mission pour l'économie du livre au CRLL, avec la collaboration scientifique de Florence Rio, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Lille, laboratoire Geriico.

Christian Morzewski
Président du CRLL

Léon Azatkhanian
Directeur

I ► Méthodologie et effectif

1 ► Contexte de l'étude

a) Contexte économique et professionnel

En 2015, le Centre régional des Lettres et du Livre Nord – Pas-de-Calais (CRLN) et le Centre lillois d'études et de recherches sociologiques et économiques (Clerse-CNRS) ont publié une étude sur la situation économique de la librairie et de l'édition dans la région Nord – Pas de Calais¹. Parmi les enjeux économiques révélés par cette étude, plusieurs phénomènes touchant la répartition géographique et sectorielle de la librairie se sont clairement distingués.

→ Le premier phénomène observé en matière de répartition géographique concerne la **concentration des lieux de vente du livre**. Les librairies indépendantes ne sont pas réparties sur l'ensemble du territoire : **47 % d'entre elles sont aujourd'hui implantées en métropole lilloise ou dans des communes de plus de 20 000 habitants** et ce phénomène est en augmentation puisqu'elles n'étaient que 15 % en 1980². Corrélativement, on constate la **présence de zones dites « blanches »** sur le territoire régional. Ces « zones blanches de la culture » sont des territoires qui, suivant une approche territorialisée de l'action publique en matière culturelle, se trouvent éloignés de l'offre culturelle (cinémas, théâtres, médiathèques, librairies, etc.). Ces zones se superposent le plus souvent à des quartiers prioritaires de la politique de la ville, ou des zones rurales ou périurbaines³. Dans le Nord et le Pas-de-Calais, quelques territoires, où l'accès à un point de vente du livre, quel qu'il soit, s'avère de plus en plus restreint, sont susceptibles de répondre à cette définition, notamment l'Avesnois, le sud de l'Arrageois ou la zone triangulaire entre Montreuil, Saint-Omer et Béthune⁴.

→ Le deuxième phénomène notable concerne la **présence d'un réseau secondaire de points de vente de livres** parmi les 724 points de vente du livre dans la région Nord – Pas-de-Calais répertoriés en 2013. Ce réseau, nommé « groupe 5 » de l'étude CRLN-Clerse, est composé des librairies-papeteries-presses, des commerces multi-produits ayant une offre de livres, des boutiques de musées, offices de tourisme, etc⁵. Ce groupe, malgré un effectif de 245 points de vente en 2013, se trouve être particulièrement mal renseigné, alors qu'il représente parfois, dans les zones rurales, la seule offre de livres hors espaces livres des grandes surfaces alimentaires.

L'étude CRLN-Clerse avait déjà souligné la nécessité d'étudier plus attentivement ce groupe 5, dont les **établissements échappent traditionnellement à de nombreuses études régionales sur la librairie**. C'est pourquoi dans le contexte de l'accord-cadre conclu en 2015 entre l'État, la Région Nord – Pas-de-Calais et le Centre national du livre (CNL), et dans la continuité de l'étude CRLN-Clerse sur la filière du livre, le Centre régional des Lettres et du Livre du Nord – Pas-de-Calais a entrepris de mener une étude sur ce réseau de librairies et points de vente du livre, destinée non seulement à évaluer son rôle dans la chaîne du livre mais également les enjeux auxquels il doit faire face.

Le terrain de cette étude est complexe, d'une part notamment par l'effectif important de ce groupe mais d'autre part, et surtout, par son hétérogénéité. Si les quatre autres groupes de l'étude CRLN-Clerse sont circonscrits par des critères simples et structurels⁶, ce groupe 5 s'est davantage constitué par défaut. Notamment, les points de vente du groupe 5, qui pourraient prétendre à l'appellation de « librairie indépendante », sont exclus du groupe 1, celui des librairies indépendantes,

parce qu'ils ne répondent pas à certains de ses critères, notamment la part des ventes de livres neufs dans le chiffre d'affaires total (1) et la nature de l'assortiment (2).

(1) Le premier critère, souvent indispensable pour être éligible aux aides économiques destinées aux librairies, intègre l'obligation de réaliser avec la vente de livres neufs au détail un chiffre d'affaires annuel qui représente au moins 50 % du chiffre d'affaires total. Ce critère était requis pour l'obtention des aides économiques attribuées par la Région Nord – Pas-de-Calais jusqu'en 2015⁷, et de toutes les aides économiques du Centre national du livre⁸. Ce seuil n'apparaît pas dans d'autres régions, telles la Haute-Normandie, ou alors de manière modulable, comme en Bourgogne où il est abaissé à 35 % pour les communes de moins de 10 000 habitants. Ce seuil de 50 % est par ailleurs nécessaire à toute adhésion à l'association des librairies indépendantes des Hauts-de-France, Libr'Aire.

(2) Concernant l'assortiment, les entreprises de diffusion appliquent à leur clientèle une segmentation à trois niveaux. Ces derniers visent à organiser la multiplicité des points de vente du livre en groupes relativement homogènes tant par des critères objectifs (taille du point de vente, largeur de l'assortiment, degré de spécialisation, position sur la zone de chalandise) qu'en regard de l'importance du point de vente pour la production des éditeurs diffusés. La définition des différents « niveaux » de clientèles varie donc sensiblement d'un diffuseur à l'autre⁹. Si un grand nombre de librairies indépendantes sont généralement classées en niveau 1 par les diffuseurs, le groupe 5 ne suit pas de manière homogène cette classification : certains points de vente du livre du groupe 5 ont en effet parfois un classement supérieur à certaines librairies indépendantes.

En résumé, le groupe 5 de l'étude CRLN-Clerse est constitué d'un ensemble composé :

- de petites entreprises aux statuts juridiques variés : entreprises indépendantes, librairies franchisées, librairies de musées en gestion directe, offices de tourisme, librairies d'associations de nature culturelle, historique ou religieuse. Toutefois, les points de vente du groupe 5 (à l'exception des offices de tourisme, des musées, des établissements publics et du réseau Canopé) répondent tous au même critère juridique, à savoir la définition européenne de la PME selon la recommandation 2003/361/CE de la Commission du 6 mai 2003 concernant la définition des micro, petites et moyennes entreprises [notifiée sous le numéro C(2003) 1422]¹⁰ ;
- de points de vente faisant tous moins de 50 % de leur chiffre d'affaires dans la vente de livres neufs ;
- de points de vente du livre qui peuvent être classés en niveau 1, 2 ou 3 par les diffuseurs.

b) Contexte politique

L'étude du réseau secondaire des points de vente du livre dans le Nord – Pas-de-Calais était une des actions prévues par l'accord-cadre conclu en 2015 entre l'État, la Région Nord – Pas-de-Calais et le Centre national du livre, pour le développement de la filière du livre en Nord – Pas-de-Calais. En effet, parmi les axes prioritaires de cet accord-cadre figurent le développement et la qualification du maillage culturel que représentent, dans les zones dites « blanches », les petits points de vente de livres.

Cette orientation s'inscrit dans le prolongement des actions du Centre national du livre en faveur de la librairie indépendante mais aussi dans le cadre de la politique du ministère de la Culture et de la Communication pour le développement de la librairie (Plan Librairie, lancé en 2013).

Par ailleurs, cette étude s'inscrit dans la politique de la Région et de l'État en matière d'aménagement du territoire. La loi NOTRe (Nouvelle organisation territoriale de la République), publiée au Journal officiel le 8 août 2015, a confié de nouvelles compétences aux Régions en matière de développement économique : elles sont notamment responsables de la politique de soutien aux petites et moyennes entreprises et ont également la charge de l'aménagement durable du territoire, dont les orientations stratégiques apparaissent dans un Schéma régional d'aménagement et de développement durable du territoire (SRADDT). À travers ce dernier et le futur Schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET) prévu par la loi NOTRe, la Région Nord – Pas-de-Calais a ainsi défini parmi ses objectifs de renforcer la cohésion territoriale de l'espace régional, de lutter contre les déséquilibres territoriaux de développement, et de garantir l'équité d'accès aux services publics.

Parallèlement aux enjeux du SRADDT visant à conforter les dynamiques territoriales au service du développement régional, la Région s'est engagée dans une démarche de « renouvellement urbain » dans des communes rurales et périurbaines¹¹. Cette démarche est au cœur du Schéma régional de développement économique (SRDE), dans lequel la Région joue le rôle de coordinateur de l'action publique. L'une des priorités de ce renouvellement urbain, conjointement avec le SRADDT, implique notamment de conserver services publics et commerces de proximité¹² dans les zones rurales et périurbaines¹³, réparties en huit espaces homogènes analysés au regard des mutations et polarités économiques. Cette action entend répondre à la baisse de la part des emplois du commerce de proximité dans l'ensemble des emplois du commerce, alors qu'en 2008, 40 % des communes du Nord – Pas-de-Calais n'étaient équipées d'aucun commerce de proximité, 70 % de ces communes se situant dans le Pas-de-Calais¹⁴.

2 ► Objectifs de l'étude

Cette étude a plusieurs objectifs. Le premier, **économique et structurel**, entend donc qualifier et interroger le groupe des librairies-papeteries, librairies-papeteries-presse et autres petits points de vente du livre en Nord – Pas-de-Calais : quel est leur poids économique dans le chiffre d'affaires total de l'édition française ? Quelle est leur part en termes d'emplois ? Face aux nombreuses fermetures qu'a pu connaître notamment le groupe des maisons de la presse dans les zones rurales et périurbaines, quelles sont leurs fragilités ? Inversement, la vente de produits autres que le livre sur la même surface commerciale a-t-elle un effet d'appel, ou favorise-t-elle le maintien d'une activité de vente de livres ? Les relations commerciales de ces points de vente avec les fournisseurs et diffuseurs du livre, souvent désavantageuses, seront également observées.

Le deuxième objectif est d'observer le **rôle social** de ces commerces qui, pour la plupart, remplissent le rôle de commerce de proximité. Les structures qui associent la diffusion de presse à la vente de livres sont des lieux très fréquentés, qui offrent souvent, en plus de la vente de livres, un certain nombre de services qui favorisent le lien social dans les zones rurales. Ces lieux sont

également directement victimes des moindres changements que subissent les centres-villes : une modification de circulation, un déménagement de pharmacie en zone périphérique, et ce sont autant moins de clients qui s'arrêteront à proximité de leurs commerces.

Enfin, il conviendra, d'une part, d'étudier comment ce groupe participe au **maillage culturel territorial**, et d'autre part, de déterminer le **degré de participation de ces points de vente au rayonnement culturel de l'édition en France** et leur **contribution à la biodiversité**. Si la diversité éditoriale est un marqueur sûr de la biodiversité, elle ne peut en limiter la représentation. D'autres critères devront être pris en compte : le choix de l'assortiment, la possibilité de commander à l'unité, les actions d'animations à l'initiative du libraire¹⁵. Par leur présence même (et leur maintien), ces points de vente ne participent-ils pas à la médiation de la biodiversité¹⁶ ? En s'inspirant de la méthode Claval¹⁷, quatre marqueurs, en lieu et place d'une liste exhaustive de secteurs éditoriaux, aideront à mesurer la diversité éditoriale de l'assortiment. Il conviendra enfin, lors d'entretiens qualitatifs, de questionner et repenser la biodiversité lorsqu'elle est confrontée aux environnements professionnels et économiques si particuliers de la librairie-papeterie-presse ou des commerces multi-produits. Quels choix d'ouverture possible, pour quelle diversité éditoriale ? Parallèlement à cela, une attention particulière sera également donnée aux relations de ces établissements avec les éditeurs régionaux.

3 ► Constitution du corpus et protocole méthodologique

a) Constitution du corpus

Cette étude se concentre sur les effectifs du groupe 5 repérés par l'étude CRLL-Clersé (hors points de vente type grande surface alimentaire et grande surface spécialisée) dont la vocation principale est économique.

Sont exclus de l'effectif global des 245 établissements du groupe 5, les **établissements situés sur le territoire de la Métropole lilloise**, à l'exception d'un établissement, relativement isolé en bordure du territoire et excentré par rapport à la capitale régionale. En effet, l'étude CRLL-Clersé a montré que la Métropole lilloise concentre 47 % de l'offre régionale en librairies indépendantes en 2013 (Lille intra-muros réunissant à elle seule 19 librairies indépendantes en 2013) et qu'elle comptait jusqu'à 70 points de vente de livres identifiés dans le groupe 5 ; la métropole lilloise n'est ainsi pas directement concernée par certains enjeux de l'étude en termes de dynamique territoriale et d'accès à une offre culturelle diversifiée. Cette limitation de l'effectif régional permet, d'autre part, de mener dans un temps limité une étude qualitative sur le terrain, que la prise en compte de l'effectif global aurait rendue impossible.

Pour constituer le terrain de cette étude, nous n'avons par ailleurs retenu que les **structures ayant pour vocation principale une activité économique**, excluant ainsi les points de vente du livre relevant d'institutions publiques telles que les musées ou les offices de tourisme. Nous gardons volontairement le groupe des maisons de la presse membres d'un réseau d'enseignes afin de pouvoir rendre compte de leurs pratiques commerciales et d'offrir un objectif de comparaison à la fois pour les librairies indépendantes mais également pour les maisons de la presse qui ont choisi de garder leur indépendance.

Le panel étudié au vu de ces premières restrictions ramène le nombre de points de vente à 99. Mais si chacun de ces établissements a été contacté dans le cadre de cette étude, seuls 49 établissements sont en réalité concernés. En effet certains n'exercent plus (9) ou ne vendent pas ou plus de livres (23), ou n'ont que quelques références, souvent par le biais de leur dépositaire de presse (9). Parmi les autres points de vente écartés, certains ne correspondaient pas aux critères retenus : 1 établissement ne vendait que des livres d'occasion et 7 établissements ont été écartés dans la mesure où leur chiffre d'affaires de vente de livres représente plus de 50 % de leur chiffre d'affaires total. Ces derniers sont donc d'une part éligibles à des aides à la librairie de la Région, et d'autre part, ne sont pas représentatifs de ce groupe ainsi constitué. Seul 1 établissement a refusé de répondre à l'enquête.

Cette étude qualitative des petits points de vente du livre dans le Nord et le Pas-de-Calais porte donc sur 49 établissements. Pour cette raison, les chiffres donnés dans ce rapport sont essentiellement communiqués en données brutes et non en pourcentages puisque la population statistique et l'effectif global de cette étude ne permettent pas une approche quantitative et statistique significative. Cette analyse du groupe 5 a donc été construite dans une visée qualitative permettant de mieux connaître mais surtout de comprendre et soutenir ces points de vente particuliers.

b) Protocole méthodologique

En ce qui concerne le protocole d'expertise de ces 49 lieux de vente, des entretiens semi-directifs individuels ont été menés avec tous les gérants de ces établissements (exceptionnellement, pour 2 cas sur l'ensemble de l'étude, l'entretien aura été réalisé par téléphone). Un questionnaire en annexe a été rempli au cours de chaque entretien par l'enquêtrice qui s'en est servi de guide d'entretien.

Cette méthodologie et cette approche qualitative ont comme intérêt fondamental d'être au plus près de la volonté de saisir les richesses et les subtilités de chacun et non de se contenter d'une approche quantitative qui ne saurait être le reflet d'une réalité de terrain et des interactions humaines en jeu dans ces commerces du groupe 5. Cette étude renvoie donc aussi souvent que possible au verbatim des enquêtés et/ou aux éléments permettant l'explicitation d'un phénomène constaté.

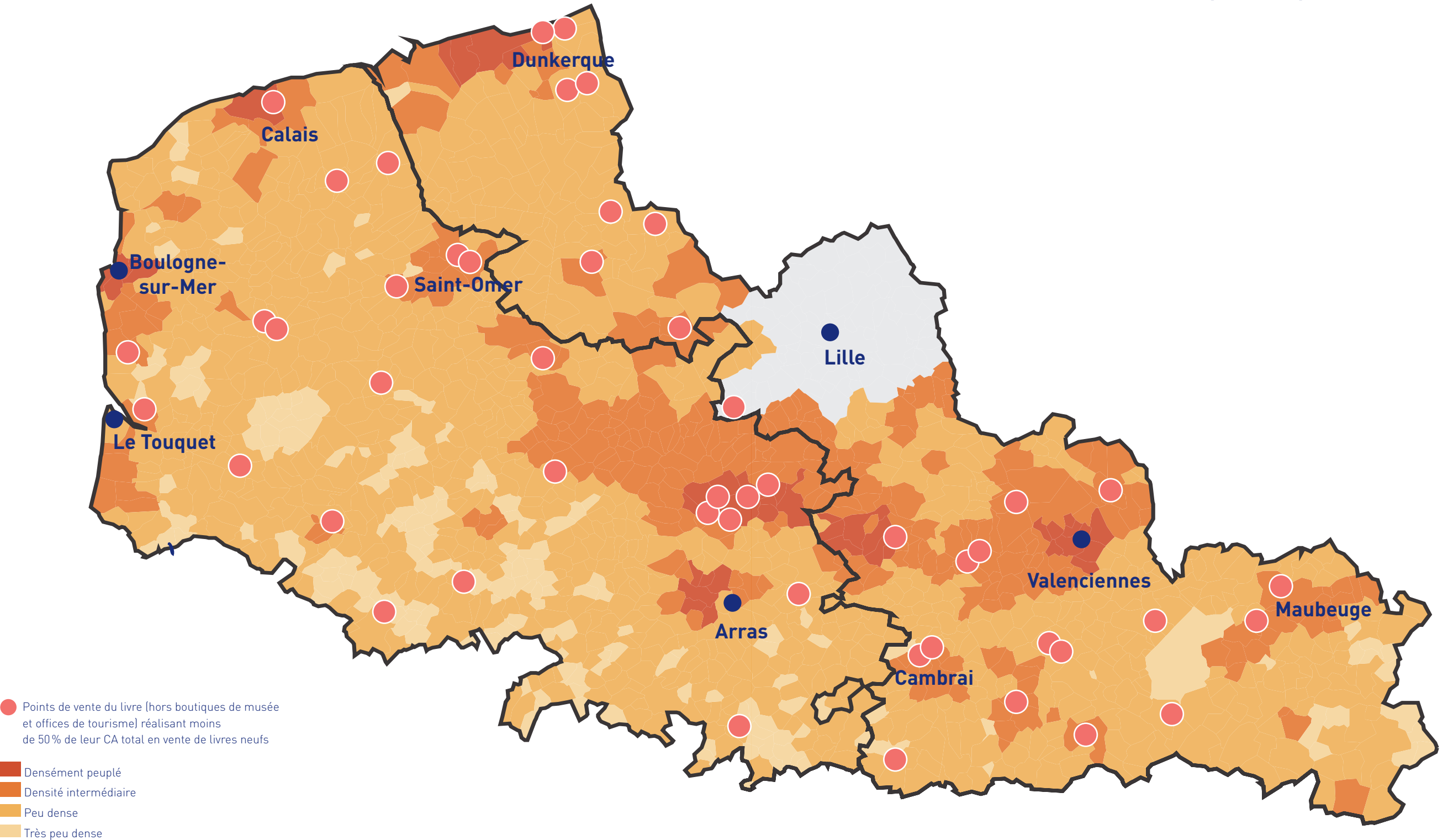
Notes

1. *Librairie - Édition en Nord - Pas-de-Calais. Chiffres clés*, Clersé-CRLN Nord - Pas-de-Calais. Engagée en 2014 et finalisée début 2015, cette étude porte sur la période 2013 en s'intéressant tout particulièrement à la situation des libraires et éditeurs indépendants installés dans la région.
2. Étude CRLN-Clersé, p. 8.
3. Voir le communiqué de presse publié le 22 janvier 2015 par Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, et l'Avis n° 2261 présenté par Mme Annie Genevard, députée, au nom de la commission des affaires culturelles et de l'éducation sur le projet de loi de finances pour 2015 : « Création ; transmission des savoirs et démocratisation de la culture ».
4. Cela correspond aux espaces 4 et 8 de la carte régionale des polarités économiques du SRADDT (Schéma régional d'aménagement et de développement durable) à l'objectif 2030, adopté en séance plénière du Conseil régional du 26 septembre 2013.
5. L'étude CRLN-Clersé avait répertorié 724 points de vente du livre dans la région Nord – Pas-de-Calais en 2013, répartis en 5 groupes : groupe 1 – librairies indépendantes (49) ; groupe 2 – librairies de livres anciens et d'occasion (25) ; groupe 3 – grandes surfaces culturelles et librairies de chaîne ou d'éditeurs (38) ; groupe 4 – espaces livres des grandes surfaces alimentaires (367) ; et enfin, le groupe 5 qui rassemblait tous les autres points de vente du livre (245).
6. http://www.nordpasdecals.fr/jcms/c_124816/toutes-les-actualites/la-region-soutient-les-librairies-et-les-editeurs-independants
7. Au moment où nous écrivons, les critères d'éligibilité des dispositifs 2016 n'ont pas encore été publiés.
8. http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/libraire/aide_aux_librairies/
9. « Librairies : repères économiques », ministère de la Communication, Direction du Livre et de la Culture, 2005.
10. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_fr.htm : une PME est une entreprise dont l'effectif est inférieur à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total de bilan n'excède pas 43 millions d'euros.
11. Voir par exemple la publication des Espaces naturels régionaux (ENR) Nord – Pas-de-Calais : *Renouvellement des centres-bourgs et des villages : une démarche engagée !*, décembre 2014.
12. Le commerce de proximité se compose de commerces de quotidieneté, dans lesquels le consommateur se rend fréquemment, voire quotidiennement. Les commerces alimentaires spécialisés (boulangeries-pâtisseries, boucheries-charcuteries, poissonneries...), les alimentations générales, les supérettes, les commerces sur évenaires et marchés, les traiteurs, les cafés-tabacs, les commerces de livres, journaux et papeterie et les pharmacies sont tous, par définition, des commerces de proximité ; ils proposent des produits et des services consommés et renouvelés fréquemment par les ménages (source : INSEE).
13. Les entreprises de proximité bénéficient d'un dispositif de soutien mis en place par la Région, le contrat ACES : http://www.nord-pasdecals.fr/jcms/c_24140/guide-des-aides/contrat-artisanat-commerce-entreprises-et-services-aces.
14. Cette part était en 2008 de 23,8 % contre 24,8 % en 1998 (Chambre régionale de commerce et d'industrie Nord – Pas-de-Calais, *Étude sectorielle. Le commerce de détail*, décembre 2009).
15. Voir les critères qualitatifs du nouveau protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie mis en place en 2008 : http://www.syndicat-librairie.fr/les_usages_commerciaux.
16. Définition de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants : « Nous appelons bibliodiversité la production et la diffusion vers les plus larges populations de la diversité et du pluralisme des créations intellectuelles et artistiques qui trouvent forme dans un livre (matériel ou, de plus en plus demain, sur un support électronique), et qui ont souvent besoin de temps et de médiation pour rencontrer leurs lecteurs. » (« Bibliodiversity Indicators », *Bibliodiversity*, janvier 2011, p. 55). La bibliodiversité, c'est donc aussi amener le livre dans un nombre le plus élargi possible de points de vente.
17. *Les Points de vente du livre en France*, étude réalisée sous la direction de Paul Claval, Paris, La Documentation française, 1987. Dans cette étude, la qualité du choix offert par les libraires était notée par la présence dans l'assortiment d'éditeurs appelés A (éditeur de littérature générale ayant une importante production en sciences sociales), B (éditeur spécialisé dans les livres techniques et de documentation pour le grand public), C (éditeur de livres scolaires) et D (petit éditeur de diffusion restreinte, qui produit surtout des livres pour enfants et de pédagogie). Ces marqueurs éditoriaux ont été modifiés et adaptés dans le questionnaire qui a été adressé aux structures. Quatre catégories ont été retenues : littérature générale en grand format ; pochothèque ; livres jeunesse de création (hors déclinaison marketing de jeux vidéos, personnages de télévision ou cinéma – type Disney, etc.) ; livres de vulgarisation en sciences et techniques, sciences humaines et sociales, développement personnel.

II ► Données géographiques et structurelles

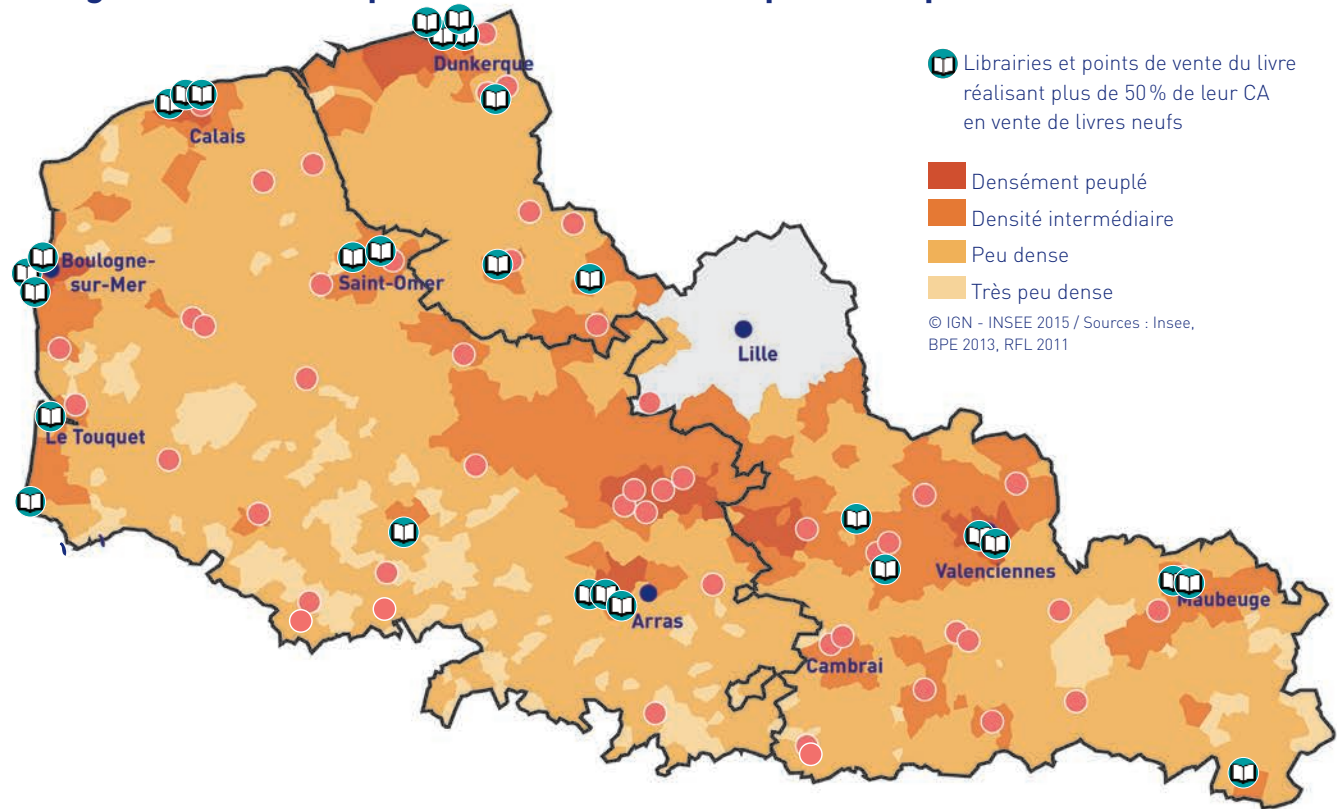
1 ► Répartition géographique et territoriale

■ Répartition de l'effectif de l'étude sur le territoire du Nord et du Pas-de-Calais (hors Métropole européenne de Lille)

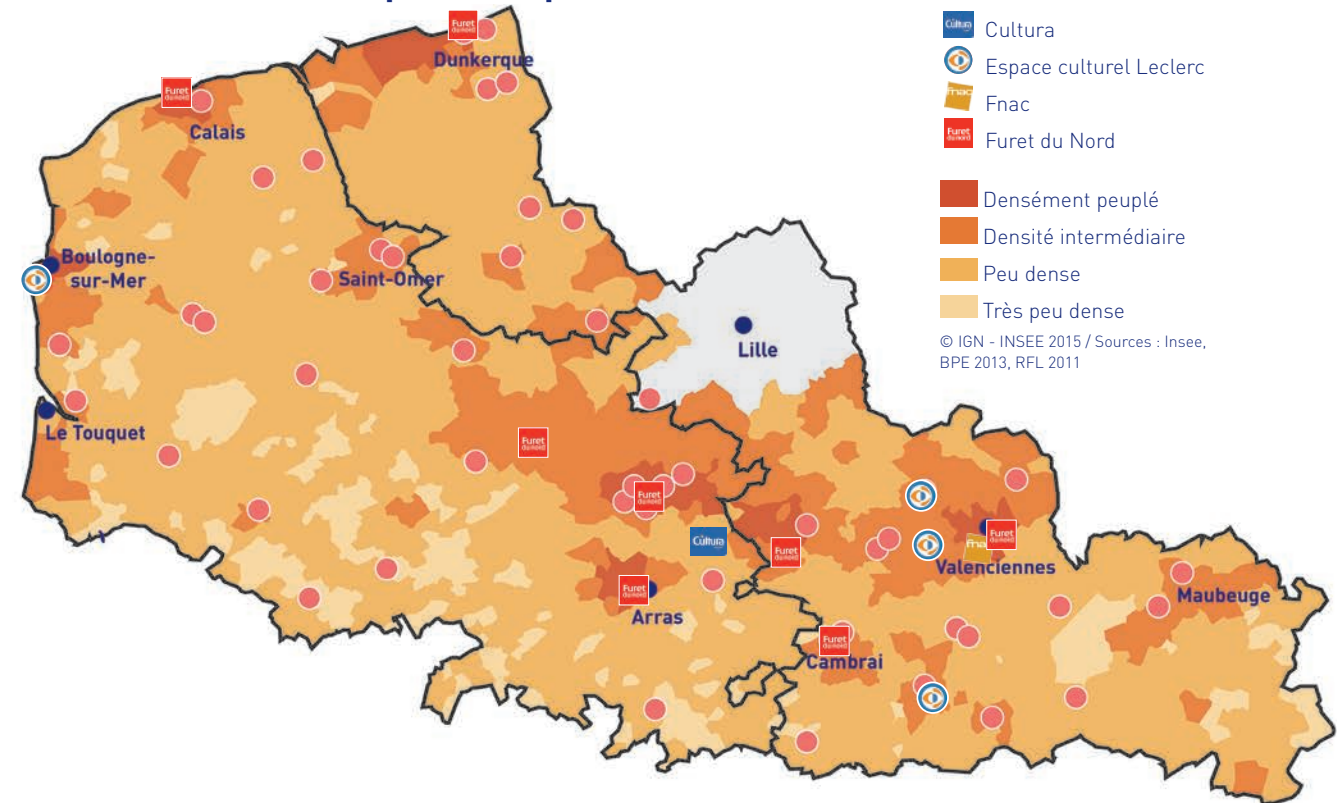


© IGN - INSEE 2015 / Sources : Insee, BPE 2013, RFL 2011

■ Comparaison de la répartition avec celle des librairies indépendantes généralistes et spécialisées (hors Métropole européenne de Lille)



■ Comparaison de la répartition avec celle des grandes surfaces culturelles (GSC) (hors Métropole européenne de Lille)

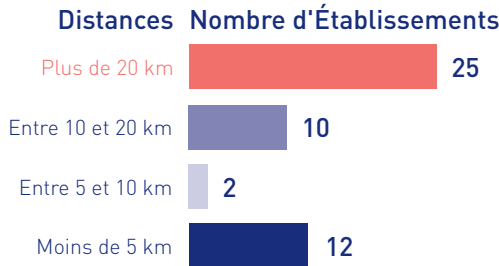


■ Maillage culturel

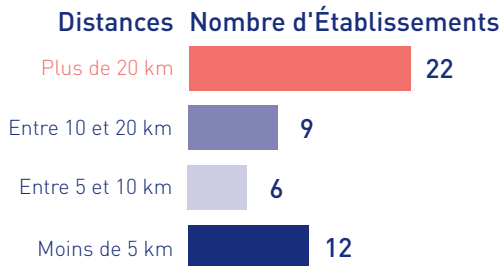
Ces trois cartes révèlent quatre grands ensembles à la densité inégale : le Bassin minier, le Hainaut-Cambrésis, la Côte d'Opale et les Flandres orientales. On observe une forte concentration de points de vente du livre dans le Bassin minier, notamment autour de Lens, ainsi que dans la région de Dunkerque et dans les Flandres. À l'exception de la Côte d'Opale, l'ouest du Pas-de-Calais souffre d'une pénurie de points de vente du livre, toutes catégories confondues. La possible ouverture d'une grande surface culturelle dans cette région risque de fragiliser encore plus les lieux existants.

L'effectif de l'étude concerne 25 points de vente dans le département du Nord et 24 dans le département du Pas-de-Calais, ce qui, si l'on ajoute les points de vente du livre concentrés dans la région lilloise, accentue la différence de densité de points de vente du livre entre les deux départements. Par ailleurs, aucun établissement du Pas-de-Calais n'a un chiffre d'affaires total qui dépasse 500 000 € (contre 5 établissements dans le Nord, hors métropole lilloise).

Distances entre les points de vente de l'effectif et les librairies indépendantes



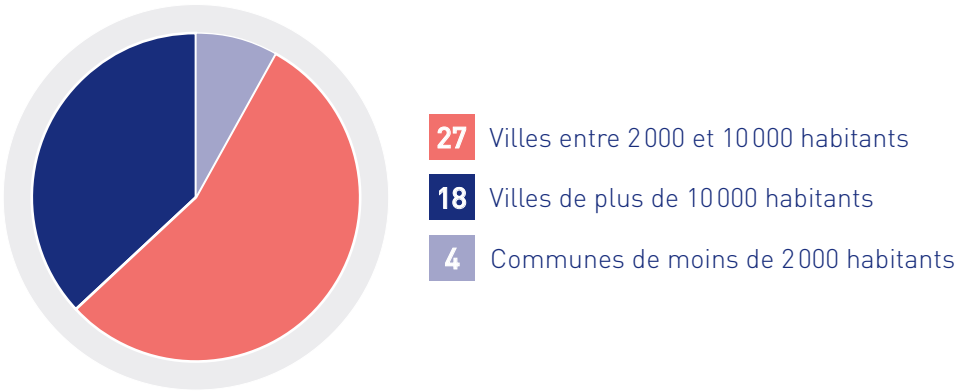
Distance entre les points de vente de l'effectif et les grandes surfaces culturelles



La mesure des distances entre les points de vente de l'effectif d'une part, et les librairies indépendantes et grandes surfaces culturelles, d'autre part, montre que, **dans leur majorité, ces petits points de vente du livre sont à plus de 20 km d'une librairie indépendante ou d'une GSC** (25 et 22 respectivement). Lorsque la répartition par niveau des bibliothèques de la région sera mise à jour, il s'agira d'étendre ces calculs aux **bibliothèques et médiathèques**, d'autant que, d'après les propos recueillis, **les gérants des petits points de vente du livre considèrent ces dernières, en plus des rayons librairie des grandes surfaces, comme leurs principales concurrentes**, bien plus que les librairies indépendantes et les GSC.

■ Répartition par type de commune

31 établissements sur 49 sont installés dans des **communes de moins de 10 000 habitants**.



■ Localisation

Une **localisation en centre-ville** ou **centre-village** en très grande majorité.

Dans les communes de moins de 2000 habitants



Dans les villes



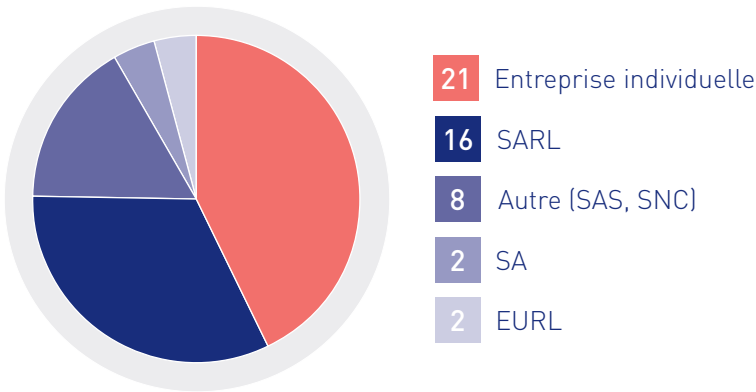
92 % sont satisfaits de leur **localisation**.

Seuls 3 établissements se sont déclarés insatisfaits de leur localisation et le justifiaient en citant la **fermeture de commerces** autour du leur, **les mauvaises conditions de stationnement**, et **la présence d'une grande surface culturelle** à seulement quelques mètres de leur magasin. En réalité, même parmi ceux qui se sont déclarés satisfaits de leur localisation, beaucoup se sont plaints de **la désertification des centres-villes**, de **l'ouverture de rayons presse et librairie dans les grandes surfaces** avoisinantes et ont exprimé leur crainte face au manque d'attractivité de leur commerce et de leur métier dans l'éventualité d'une reprise.

2 ► Fiche d'identité

■ Statut juridique

21 établissements sur 49 sont des **entreprises individuelles**.



SARL : Société anonyme à responsabilité limitée ; SAS : Société par actions simplifiées ; SNC : Société en nom collectif ; SA : Société anonyme ; EURL : Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée.

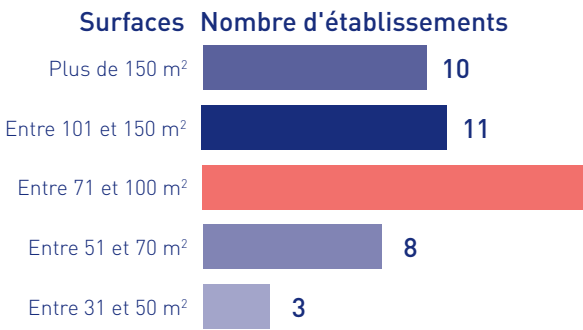
40 établissements ont été acquis dans le cadre d'une **reprise**, soit une très grande majorité.
7 reprises datent de **moins de 4 ans**.

Année de la reprise	Nombre d'établissements
Entre 2012 et 2015	7
Entre 2014 et 2009	3
Entre 2008 et 2005	5
Entre 2004 et 2000	16
Avant 2000	9

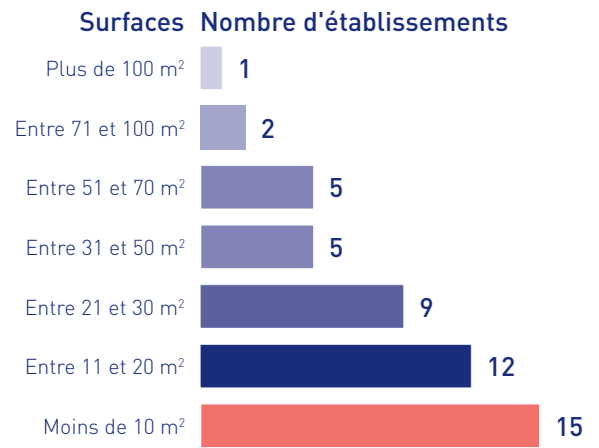
À noter : parmi les 99 établissements repérés au début de l'étude, 50 ont été supprimés de l'effectif (voir introduction). Parmi ces derniers, 9 ont été exclus de l'étude pour cause de fermeture effective ou imminente.

■ Surfaces de vente

Surfaces de vente totales



Surfaces de vente livres



La **majorité** des établissements ont une **surface totale qui oscille entre 71 et 100 m²**. La surface de vente livres ne dépasse pas 28 % de la surface totale pour 27 établissements sur 49.

Les surfaces de vente livres selon les tranches de CA livres*

* Sur la base de 42 établissements, 7 ne s'étant pas prononcé sur leur CA livres.

Surface livres / CA livres	Moins de 20 m²	Entre 21 et 30 m²	Entre 31 et 50 m²	Entre 51 et 70 m²	Entre 71 et 100 m²	Plus de 100 m²
Moins de 20 000 €	15	1			1	
Entre 21 000 et 60 000 €	6	4	3	2		
Entre 61 000 et 150 000 €	3	2	1	2		1
Plus de 151 000 €					1	

L'étude des librairies indépendantes du Nord - Pas de Calais en 2015 avait montré que plus une librairie est grande en surface commerciale, plus le chiffre d'affaires au m² augmente (étude CRLL-Clersé, p. 14). Il est intéressant de noter ici que **l'établissement qui a le plus gros CA livres ne correspond pas à celui dont la surface de vente livres est la plus grande** : ce dernier réalise un chiffre d'affaires entre 91 000 et 150 000 €. Si, logiquement, une grande partie des établissements qui font moins de 20 000 € de CA livres se retrouve parmi les plus petites superficies, la corrélation n'est pas automatique pour les tranches suivantes.

■ Réseaux et enseignes

Enseignes	Non-affiliés
25	24

On trouve quasiment **autant d'établissements affiliés à une enseigne** (de presse ou de papeterie) **que de structures ayant souhaité garder leur indépendance** ou ayant des activités qui ne leur permettent pas d'être affiliées.

Outre leur appartenance ou non à une enseigne, l'une des particularités de ce réseau de points de vente, à l'inverse, par exemple du réseau Libr'Aire (Association des librairies indépendantes des Hauts-de-France) est son **absence d'élément fédérateur** : exerçant souvent une activité multiple, ces entrepreneurs connaissent mal leurs homologues et se sentent relativement isolés.

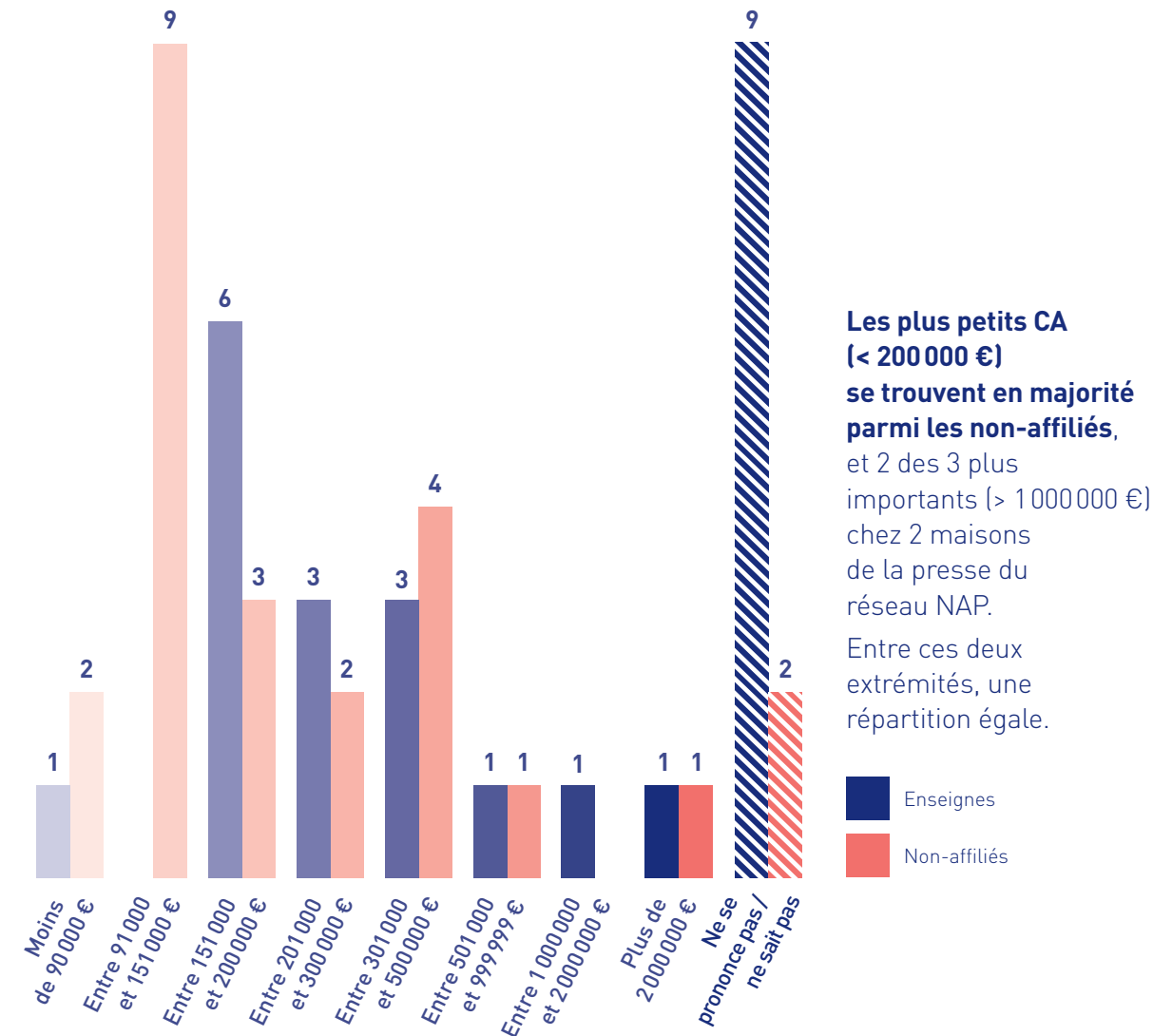
Enseignes	Nombre d'Établissements
Maison de la Presse	18
Mag Presse	5
Autres (Rouge Papier)	2

Localisation / Affiliation	Enseignes	Non-affiliés
Commune de moins de 2 000 habitants	2	2
Commune de 2 000 à 9 999 habitants	12	15
Commune de plus de 10 000 habitants	11	7

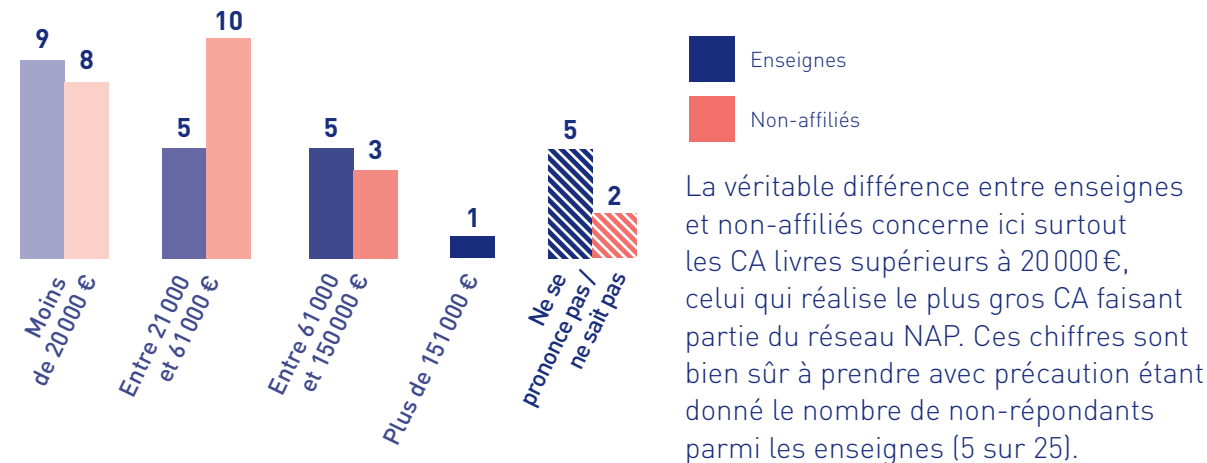
Le réseau NAP, propriétaire des enseignes Maison de la Presse et Mag Presse, constitue la quasi-totalité de la sélection avec 23 établissements sur les 25 affiliés. Les Mag Presse n'ont d'ordinaire que très rarement un rayon librairie mais 5 établissements font toutefois partie de l'effectif.

On trouve, par comparaison, **davantage de non-affiliés dans les petites villes de moins de 10 000 habitants**, et davantage d'enseignes au-delà.

Les chiffres d'affaires totaux selon l'affiliation ou non à une enseigne



Les chiffres d'affaires livres selon l'affiliation ou non à une enseigne



3► Emploi et formation

■ Profil du gérant

27 femmes sur 49 gérants.
4 gérants ont **moins de 39 ans**.
8 gérants ont **plus de 60 ans**.

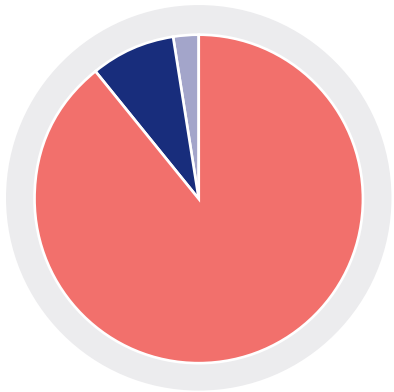
Tranches d'âges	Nombre de gérants
Moins de 20 ans	0
De 20 à 39 ans	4
De 40 à 59 ans	37
60 ans et plus	8

En grande majorité, les gérants ont entre 40 et 59 ans (75,5%) et ont repris l'activité dans le cadre d'une **reconversion professionnelle**.

Leurs parcours sont multiples : à la question « Quelle a été votre formation initiale ? », ont été recueillies autant de réponses différentes que de répondants. Certains ont exercé le métier d'enseignant, de boulanger, de comptable, de juriste, de directeur de centre social, etc. Deux répondants cumulaient plusieurs activités, en complément de leur activité de diffuseurs de presse.

■ Répartition de l'emploi (hors gérants non salariés)

13 structures n'ont **pas de salarié**.
83 **emplois salariés** répartis entre les 49 structures.



- 27** Entre 1 et 2 salariés
- 7** Entre 3 et 5 salariés
- 2** Plus de 5 salariés

27 structures ont moins de 2 salariés ;
2 gérants travaillent avec leur conjoint(e) (statut de conjoint-collaborateur).

Seules deux structures ont des salariés exclusivement affectés à la vente de livres.

62,5 ETP (équivalents temps plein) cumulés.

Ce nombre a été calculé sur la base d'informations sourcées (pour 40 établissements sur 49) et d'une estimation moyenne (sur la fourchette communiquée lors de l'entretien ; cf. questionnaire en annexe).

Plus de la moitié (21 sur 36) emploie moins d'1 ETP (équivalent temps plein).

Il convient cependant de manier ces chiffres avec prudence car deux établissements emploient respectivement 11 et 14 salariés, venant ainsi fausser toute tentative de moyenne. Si l'on exclut ces établissements, on obtient ainsi **58 emplois salariés pour 39,5 ETP, soit une moyenne de 0,68 ETP par établissement.**

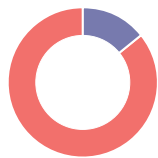
Répartition des ETP selon le CA total

Nb d'ETP / CA total	Pas de salarié	Entre 0,1 et 0,5	Entre 0,6 et 1	Entre 1,1 et 1,5	Entre 1,6 et 2	Entre 2,1 et 3	Plus de 3
Moins de 90 000 €	2						
Entre 91 000 et 200 000 €	6	5	3	2	2		
Entre 201 000 et 500 000 €	3	1	4	1	1	3	1
Entre 501 000 et 999 999 €					1	1	
Plus de 1 000 000 €			1				1
Ne se prononce pas / ne sait pas	2	2	5			2	

Répartition des salariés selon le CA total

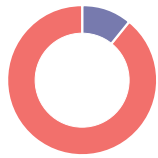
Nb de salariés / CA total	Pas de salarié	Entre 1 et 2	Entre 3 et 5	Plus de 5
Moins de 90 000 €	2			
Entre 91 000 et 200 000 €	6	11	1	
Entre 201 000 et 500 000 €	3	7	3	
Entre 501 000 et 999 999 €		1	1	
Plus de 1 000 000 €		1		2
Ne se prononce pas / ne sait pas	2	7	2	

La formation



14,3 %

des **gérants** (7) ont acquis **une expérience antérieure en librairie**, et seulement 3 ont reçu une formation spécialisée.



11,1 %

des **salariés** (4) ont acquis **une expérience antérieure en librairie**.

Une **activité qui reste fragile** alors que 6 établissements avec un chiffre d'affaires total compris entre 91 000 et 200 000 € et 3 entre 201 000 € et 500 000 € ne peuvent embaucher de salariés (les 2 gérant(e)s qui travaillent avec leur conjoint(e) n'ont pas communiqué leur chiffre d'affaires).

Les entretiens ont révélé un **manque réel de formation** pour ces professionnels de la chaîne du livre et leurs salariés. Ceux qui peuvent prétendre à une expérience antérieure l'ont souvent acquise au sein d'une entreprise familiale, dont ils ont hérité.

Quelques outils sont mis en place par les enseignes du réseau NAP mais ne viennent pas pallier un **apprentissage acquis souvent uniquement sur le terrain**.

III ► Dimension économique

1 ► Chiffres d'affaires

■ **Le chiffre d'affaires total (chiffres 2014) ***

* Sur la base de 38 établissements, 11 (22,4%) ne s'étant pas prononcé (parmi ceux-ci, deux établissements ont été repris en 2014), et sachant que les chiffres d'affaires totaux ici comptabilisés incluent les chiffres d'affaires pour la presse et les jeux qui sont exprimés, sur le bilan comptable, en commissions et non en passages en caisse :

CA total cumulé estimé ► **13,84 M€**
> dont **11,4 M€** données sourcées

CA total moyen estimé ► **364 340 €**

Environ la **moitié de ces 38 établissements (21)** a un **CA total inférieur à 200 000 €** :

CA total	Effectif
Moins de 90 000 €	3
Entre 91 000 et 150 000 €	9
Entre 151 000 et 200 000 €	9
Entre 201 000 et 300 000 €	5
Entre 301 000 et 500 000 €	7
Entre 501 000 et 999 999 €	2
Entre 1 000 000 et 2 000 000 €	1
Plus de 2 000 000 €	2
TOTAL	38

■ **Le chiffre d'affaires livres (chiffres 2014)***

* Sur la base de 42 établissements, 7 (14,2%) ne s'étant pas prononcé :

CA livres cumulé estimé ► **1,98 M€**
> dont **1,4 M€** données sourcées

CA livres moyen estimé ► **47 303 €**

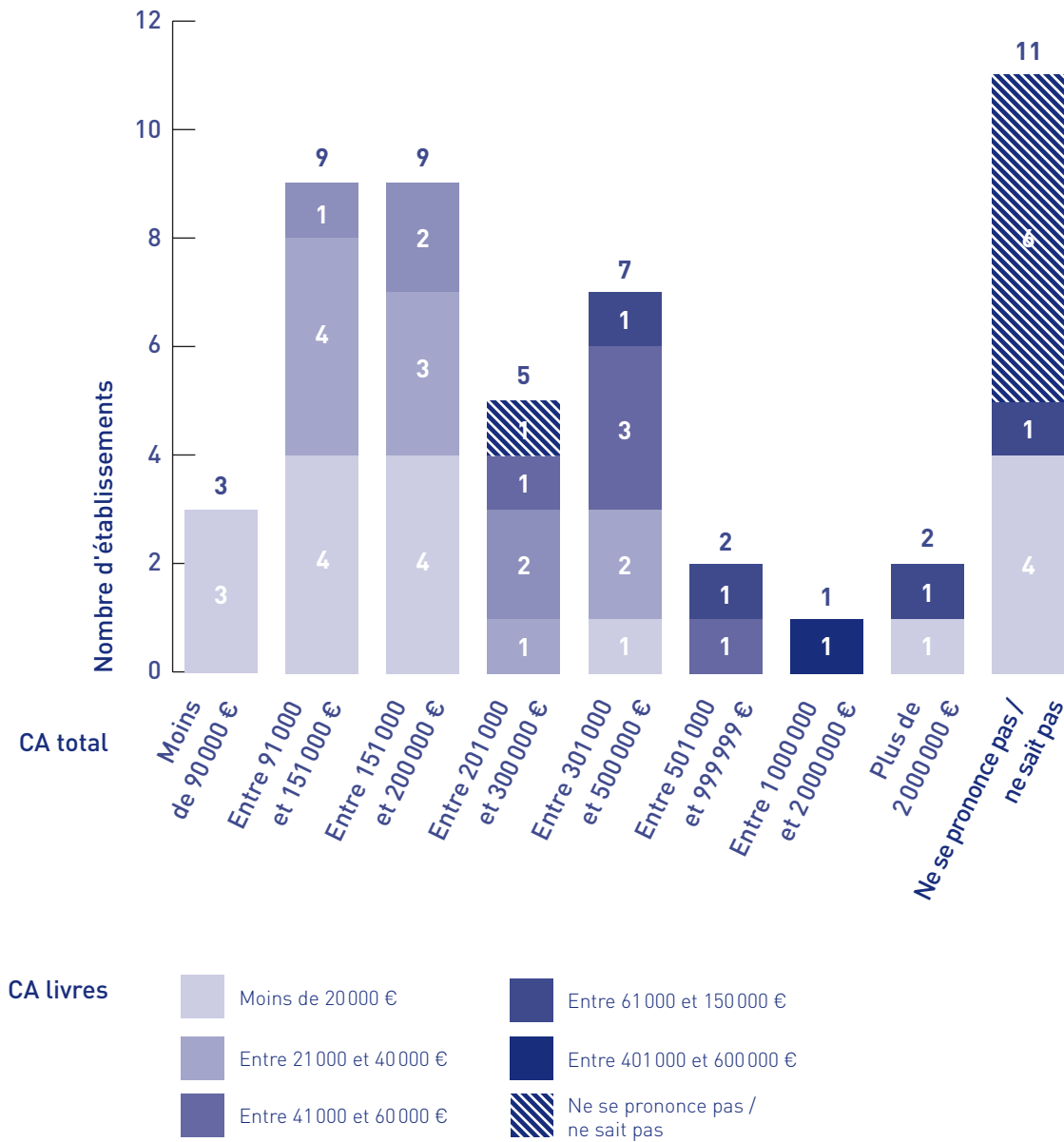
Un **chiffre d'affaires livres par établissement** qui peine à s'élever au-dessus de **60 000 €** :

CA livres	Effectif
Moins de 20 000 €	17
Entre 21 000 et 40 000 €	10
Entre 41 000 et 60 000 €	5
Entre 61 000 et 90 000 €	5
Entre 91 000 et 150 000 €	4
Entre 151 000 et 400 000 €	0
Entre 401 000 et 600 000 €	1
Plus de 600 000 €	0
TOTAL	42

37 établissements sur 42 ont un **CA livres inférieur à 90 000 €**.

Les deux établissements qui ont un CA total supérieur à 2 000 000 € sont deux librairies-papeteries, qui, selon leurs déclarations, tirent une majeure part de leurs revenus de la papeterie et non de la librairie.

Part du CA livres sur le CA total



Tous les établissements qui ont un CA total inférieur à 200 000 € ont un CA livres qui ne dépasse pas 60 000 €. On retrouve toutefois deux CA livres inférieur à 20 000 € dans deux tranches supérieures de CA total, dont celle de plus de 2 000 000 €.

19 établissements ont un **CA livres compris entre 25 % et 41 % de leur CA total.**

(Certains pourcentages sont calculés sur des données sourcées exactes, et d'autres sur des données sourcées auxquelles ont été appliquées des moyennes – les réponses, dans le questionnaire, correspondaient à des tranches.)

Parmi ces 19 établissements, **10 ont un CA livres supérieur à 40 000 €.**

Localisation des établissements selon leur CA total

CA total	Commune de moins de 2 000 habitants	Commune de 2 000 à 9 999 habitants	Commune de plus de 10 000 habitants
Moins de 90 000 €	0	2	1
Entre 91 000 et 150 000 €	0	6	3
Entre 151 000 et 200 000 €	1	6	2
Entre 201 000 et 300 000 €	1	2	2
Entre 301 000 et 500 000 €	0	5	2
Entre 501 000 et 999 999 €	0	1	1
Entre 1 000 000 et 2 000 000 €	0	0	1
Plus de 2 000 000 €	0	0	2
Ne se prononce pas / ne sait pas	2	5	4

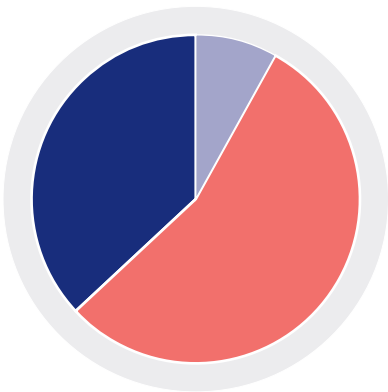
Localisation des établissements selon leur CA livres

CA livres	Commune de moins de 2 000 habitants	Commune de 2 000 à 9 999 habitants	Commune de plus de 10 000 habitants
Moins de 20 000 €	2	11	4
Entre 21 000 et 60 000 €	0	9	6
Entre 61 000 et 90 000 €	1	3	1
Entre 91 000 et 150 000 €	0	1	3
Entre 151 000 et 400 000 €	0	0	0
Entre 401 000 et 600 000 €	0	0	1
Plus de 600 000 €	0	0	0
Ne se prononce pas / ne sait pas	1	3	3

Ces chiffres d'affaires totaux et livres ne suivent pas forcément la taille de la commune ; hormis pour les deux plus importants CA totaux qui se situent de façon attendue dans une ville de plus de 10 000 habitants, on constate que la taille de la commune n'a pas d'incidence directe sur le chiffre d'affaires total de l'établissement.

2 ► Charges

■ Le loyer



- 23 Locataires
- 21 Propriétaires
- 5 Les deux (SCI)

23 gérants sont **propriétaires**.
5 sont à la fois **locataires et propriétaires** (SCI).

Des loyers mensuels qui varient de 450 euros à 4 000 euros (3 établissements ne s'étant pas prononcé) :

- moins de 500 euros : 2 établissements
- entre 500 et 800 euros : 9 établissements
- entre 800 et 1 200 euros : 6 établissements
- entre 1 200 et 1 800 euros : 6 établissements
- plus de 1 800 euros : 2 établissements

3 ► Subventions et investissement :
une profession peu aidée

Des établissements peu aidés par les pouvoirs publics

→ sur les 22 établissements ayant reçu une subvention, seulement 2 structures ont reçu une aide (soutien aux petits points de vente du livre*) hors aide à la modernisation des diffuseurs de presse du ministère de la Culture et de la Communication.

Des établissements à la modernisation inégale

→ la moitié a fait des travaux ou acquis du matériel ces trois dernières années (en majorité, ils ont acquis une nouvelle caisse).

Pour 20 % de ceux qui n'ont pas modernisé leur magasin, ils y ont renoncé **faute de capacité d'investissement**.

* Soutien au développement des points de vente du livre en zones rurales et périurbaines, mis en place en 2015 dans le contexte de l'accord-cadre entre l'État, la Région Nord - Pas-de-Calais et le CNL.

IV ► Professionnalisation : devenir libraire ?

1 ► Une informatisation en développement



30 % des établissements (15 sur 49) disposent d'un **logiciel de gestion des stocks et des ventes** en librairie.
→ une majorité de ceux-ci (68 %, 10 établissements) gère son stock livres par son logiciel de presse.

L'informatisation ne fait pas partie des priorités d'investissement : sur les 17 établissements qui se sont équipés en informatique ou caisse ces trois dernières années, 12 travaillent encore aujourd'hui sans logiciel pour la gestion de leur stock librairie.

2 ► Offre de livres et fournisseurs

La question des fournisseurs, et notamment des relations entre l'effectif et les leaders du marché, est certainement la plus sensible et celle qui a alimenté une grande partie des échanges lors des entretiens : les gérants parlent d'« abus », d'importants frais d'envoi et de retour, d'une certaine « méconnaissance » des rayons librairie en maisons de la presse. Ces thèmes régulièrement abordés poussent nombre d'entre eux à ne plus traiter avec une multitude de fournisseurs mais à se limiter à un seul, capable de leur offrir un panaché adapté à leur demande.

■ Le stock : peu de volumes et peu de références

Volumes	Effectifs
Moins de 500	17
Entre 501 et 1 000	13
Entre 1 001 et 1 500	3
Entre 1 501 et 2 000	1
Entre 2 001 et 3 000	0
Entre 3 001 et 4 000	3
Plus de 4 000	9
Ne sait pas	3

Références	Effectifs
Moins de 250	13
Entre 250 et 500	10
Entre 500 et 750	8
Entre 750 et 1 000	3
Entre 1 000 et 3 000	4
Entre 3 000 et 4 000	2
Plus de 4 000	6
Ne sait pas	3

30 structures ont un **stock inférieur à 1000 volumes** (dont 6 moins de 250) et **seulement 9 structures ont un stock supérieur à 4 000 volumes**.

34 structures ont **moins de 1000 références** (dont 13 moins de 250) : on trouve parmi elles la **quasi-totalité** (à une occurrence près) **des structures qui ont un CA livres inférieur à 20 000 €**. Les CA librairie des autres structures n’excèdent pas 90 000 €.

6 structures ont **plus de 4 000 références**. Parmi elles, on trouve naturellement la structure qui réalise le plus gros CA en librairie, mais deux structures ont un CA librairie inférieur à 90 000 euros, et 3 entre 91 000 et 150 000 euros. Deux de ces structures sont situées hors centre-ville.

Si les communes de moins de 2000 habitants n’abritent pas de points de vente du livre avec un stock supérieur à 750 références, il n’y a pas de corrélation automatique, dans le haut du tableau, pour les deux strates démographiques suivantes : on trouve 7 établissements avec un stock supérieur à 1 000 références dans les villes de moins de 10 000 habitants, et 8 dans celles de plus de 10 000 habitants.

23 établissements cumulent un **CA livres inférieur à 40 000 € et moins de 750 références en stock**.

* Sur la base de 40 établissements, 9 ne s’étant pas prononcé.

Stock références / CA livres	Entre 50 et 150	Entre 150 et 250	Entre 250 et 500	Entre 500 et 750	Entre 750 et 1 000	Entre 1 000 et 3 000	Plus de 3 000
Moins de 20 000 €	6	4	2	2	2		1
Entre 21 000 et 40 000 €		1	5	3		1	
Entre 41 000 et 60 000 €			1		1	2	
Entre 61 000 et 150 000 €			1	2		1	4
Plus de 151 000 €					1		

■ Les fournisseurs

	Établissements clients
Le Comptoir du livre	30
Interforum	27
Hachette	25
Flammarion	21
Gallimard-CDE	21
Piccolia	16
Volumen	16
Actes Sud	15
La générale du livre	13
Média Diffusion	13
Harmonia Mundi	11
Les Belles Lettres	11
Autres (AVM, Auzou...)	8

Parmi les fournisseurs, le **Comptoir du livre est le plus cité** : 30 établissements ont choisi de travailler avec lui, souvent de manière **quasi-exclusive**, malgré des remises inférieures aux moyennes des remises observées dans le réseau des librairies indépendantes : elles vont de 16 à 30 %, avec une moyenne de 23 %. Les raisons invoquées : un **office unique**, un **assortiment qui regroupe une grande variété de genres** (y compris des références des autres fournisseurs) et qui est, selon les gérants, **plus adapté** aux demandes de leurs clientèles (best-sellers, jeunesse, coloriages, etc.), une **livraison et des retours bimensuels et la visite régulière** du représentant.

Seulement la moitié des établissements (25) travaille avec Hachette avec des remises qui excèdent rarement 29 %.

Les diffuseurs représentant la petite édition indépendante tels que Pollen ou Harmonia Mundi, par exemple, sont quasi absents de la liste des fournisseurs.

Le nombre de références en stock comparé au choix du fournisseur

Fournisseur / références	Comptoir du livre	Interforum	Hachette
Moins de 500	16	9	7
De 500 à 1 000	8	5	4
TOTAL	24	14	11
De 1 000 à 3 000	3	2	3
Plus de 3 000	3	8	8
TOTAL	6	10	11

Les établissements qui présentent un faible nombre de références en stock choisissent de travailler davantage avec Le Comptoir du livre qu’avec Hachette et Interforum ; on observe la situation inverse pour les stocks supérieurs à 1000 références.

Établissements clients du Comptoir du livre, Hachette et Flammarion par tranches de CA total

Fournisseur / CA livres	Comptoir du livre	Hachette	Flammarion
Moins de 90 000 €	2	1	0
Entre 91 000 et 151 000 €	6	5	4
Entre 151 000 et 300 000 €	10	6	6
Entre 301 000 et 500 000 €	3	4	3
Entre 501 000 et 999 999 €	0	2	2
Entre 1 000 000 et 2 000 000 €	1	1	1
Plus de 2 000 000 €	1	1	1
Ne se prononce pas / ne sait pas	8	5	4
TOTAL	30	25	21

Établissements clients du Comptoir du livre, Hachette et Flammarion par tranches de CA livres

Fournisseur / CA livres	Comptoir du livre	Hachette	Flammarion
Moins de 40 000 €	19	9	5
Entre 41 000 et 60 000 €	3	3	3
Entre 61 000 et 90 000 €	3	4	4
Entre 91 000 et 150 000 €	0	4	4
Plus de 151 000 €	1	1	1
Ne se prononce pas / ne sait pas	4	4	4
TOTAL	30	25	21

On est en droit ici d'interroger la relation entre CA total ou CA livres et le choix du fournisseur. En termes de CA total, **en-dessous de 300 000 €, les points de vente travaillent davantage avec le Comptoir du livre** (18) qu'avec Hachette (12) ou Flammarion (10) par exemple, ce dernier ayant un périmètre de diffusion moins large que les deux premiers. La différence est encore plus perceptible en-dessous de 40 000 € : 19 commandent au Comptoir du Livre, contre 9 à Hachette et 5 à Flammarion. **Inversement, plus le CA livres augmente, plus on travaille avec d'autres fournisseurs que le Comptoir.** Comme nous l'avions fait remarquer, ceux qui travaillent avec le Comptoir, le font souvent de manière exclusive. Il est difficile de savoir si une offre diversifiée en termes de fournisseurs est une cause ou un effet de l'augmentation du CA livres. Elle témoigne, pour ceux qui y ont recours, d'une **démarche sans doute plus affirmée de bibliodiversité** (cf. p. 35).

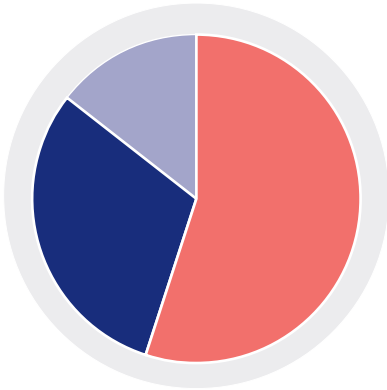
Visites des représentants

	Établissements clients	Établissements visités
Comptoir du livre	30	24
Piccola	16	14
Interforum	27	13
Gallimard-CDE	21	8
Hachette	25	6
Média Diffusion	13	2
Flammarion	21	1
Volumen	16	0
Actes Sud	15	0
La générale du livre	13	0
Harmonia Mundi	11	0
Les Belles Lettres	11	0
Autres	8	2

Comme pour les librairies généralistes, les visites des représentants se raréfient, un problème fréquemment soulevé lors des entretiens. **Les gérants regrettent de ne pas ou plus voir ni représentant ni éditeur**, rendant l’office encore plus arbitraire et la sélection plus ardue pour des professionnels peu formés et informés.

À noter : la quasi totalité de l’effectif a regretté, lors des entretiens, la disparition de la plateforme qui s’était installée en région lilloise, la LôL (La Librairie ô Libraires), créée en 2010 et qui a cessé ses activités en 2014 (voir *Eulalie* n° 6, 2011, p. 28-29). Elle proposait notamment un office spécialement adapté aux maisons de la presse et leur permettait de venir chaque semaine chercher leurs commandes de livres et d’effectuer leurs retours sans frais de transport.

L’assortiment



- 27 Sélection propre + office
- 15 Office
- 7 Sélection propre

À noter : les établissements du réseau NAP choisissent leur assortiment de manière autonome et sans bénéficier de tarifs négociés.

La part des nouveautés dans l’assortiment

Part des nouveautés dans l’assortiment	Établissements
Entre 0 et 30 %	11
Entre 31 et 50 %	14
Plus de 51 %	24

11 établissements ont moins de 30 % de leur stock constitué par les nouveautés* favorisant les éditions de poche et un fonds de livres de jeunesse (cf. infra).

* Une nouveauté est un livre paru depuis moins de 3 mois. En moyenne, en librairie généraliste, le taux de nouveauté approche davantage les 50 % du stock.

Parmi ceux qui ont choisi comme fournisseurs :

▶ Le Comptoir du livre ▶ 3 sur 30

▶ Hachette ▶ 15 sur 25

ne choisissent pas l’office.

Cette **différence de choix de l’office en fonction du fournisseur**, que l’on retrouve aussi chez Interforum (sur 27 établissements clients, 10 ne choisissent pas l’office) est **symptomatique des tensions qui existent entre ces établissements et certains fournisseurs** et témoigne d’une certaine inadéquation de l’offre avec la demande. Les raisons invoquées : un office trop important, nécessitant une mobilisation de leur trésorerie, des frais de retour et une manutention importants, des remises qui peinent à décoller, pour des chiffres d’affaires qui restent faibles. Chez les autres diffuseurs (Gallimard, MDS, etc.), l’office est très rare (à l’exception de Piccola, pour la moitié de leurs clients) et ne concerne que les grosses maisons de la presse.

- 8 établissements ont parfois **recours à une librairie généraliste** pour composer leur assortiment, certains exclusivement.
Les **avantages cités** : aucun frais de livraison ni de retour et le conseil et l’expertise du libraire, malgré des remises assez faibles (20 % en moyenne).
- 29 établissements sur 49 réalisent **moins de 5 % de leur chiffre d’affaires livres sur le scolaire ou le parascolaire**. Parmi eux, 9 ne vendent aucun livre scolaire ou parascolaire.

À noter : L’établissement qui réalise le plus gros chiffre d’affaires livres (406 000 €) est également le seul à réaliser plus de 30 % de son chiffre d’affaires en livres scolaires et parascolaires.

3 ► Commandes

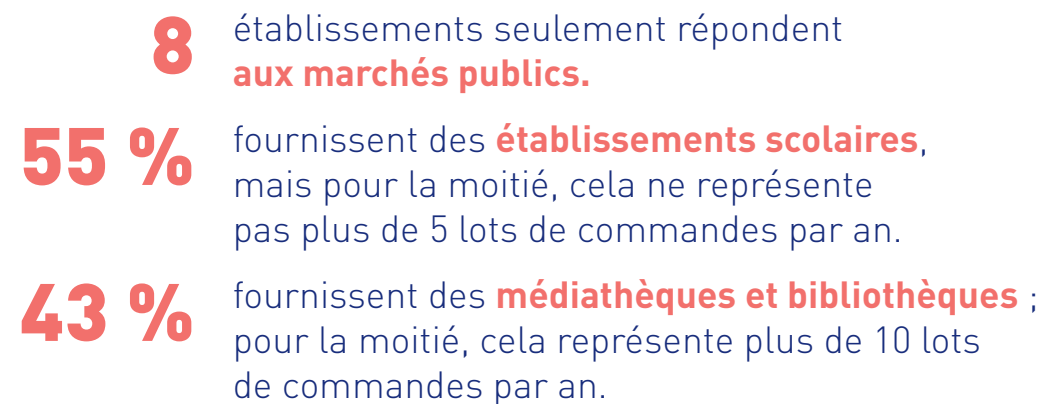
■ Les commandes à l'unité



Les commandes à l'unité peuvent peser sur ces établissements car les frais d'envoi sont souvent très élevés pour ceux qui pratiquent un office bimensuel et souhaitent être livrés avant la livraison de l'office.

Cela les met également dans une **position inconfortable par rapport à leurs concurrents** – librairies généralistes, GSC, supermarchés, librairies en ligne – dont les stocks sont plus élevés ou qui bénéficient de livraisons quotidiennes. Certains parent à ce problème en commandant eux-mêmes sur des libraires en ligne afin de « ne pas perdre un client ».

■ Marchés publics et ventes aux collectivités



Pour la **majorité des établissements** (36 sur 49), la **part des ventes aux particuliers représente plus de 80 % de leur CA livres.**

15 ne travaillent jamais avec les collectivités (dont 8 ont un CA livres inférieur à 20 000 € et 3 entre 21 000 et 40 000 €).

Cela étant dit, **la vente aux collectivités n'est pas une priorité** même si certains regrettent que les municipalités ne fassent parfois pas appel à eux pour les budgets d'acquisition des bibliothèques. Les municipalités se tournent essentiellement vers ces établissements pour la commande des remises de prix des écoles municipales ou les achats de dictionnaires, parce qu'ils sont le seul point de vente de livres dans la commune.

V ► Rôle culturel et social

1 ► Animations & communication

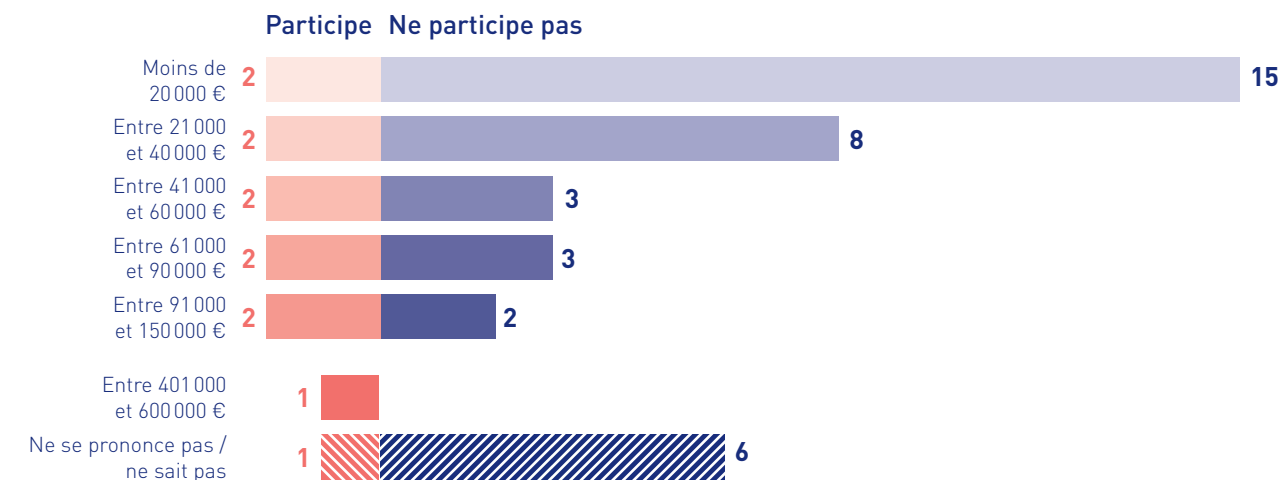
■ Salons du livre et animations



Pour ceux qui disent conseiller le client, ils le font tous d'abord par un échange oral, parfois par des vitrines thématiques (76 %), des tables thématiques (40 %) ou par des rédactions de coups de cœur (24 %).

Les établissements du réseau NAP bénéficient également, lors des fêtes de fin d'année par exemple, de catalogues et reçoivent régulièrement la liste des livres en tête des ventes.

La participation ou non à des manifestations littéraires ou culturelles selon les tranches de CA livres



On note une **corrélation entre le CA livres et l'investissement des établissements dans des manifestations littéraires ou culturelles.** Ainsi, sur les 27 établissements qui réalisent moins de 40 000 € de CA livres, seulement 4 participent à des manifestations hors les murs. C'est seulement à partir de 90 000 € que cette pratique l'emporte.

27 établissements, soit un peu plus de la moitié, ont déjà accueilli des **dédicaces** au sein de leur magasin.

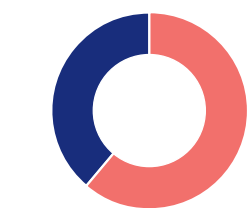
Les **signatures en magasin sont toutefois peu fréquentes**, et peu nombreuses (moins de 5 par an). Elles **représentent pour beaucoup la seule animation liée au livre**.

Les auteurs en dédicace sont souvent originaires de la région, voire de la commune où se trouve l'établissement. Il s'agit également souvent d'auteurs auto-édités.

Quel est le profil de ces 27 établissements qui organisent des animations ?

- des **enseignes** en majorité (16 sur 27) ;
- des établissements qui vendent en majorité des **livres pour enfants**, de la **littérature contemporaine en format poche** et des **best-sellers** ;
- concernant leur CA livres : les structures qui réalisent moins de 20 000 € en CA livres sont moins enclines à prendre le temps d'animer le magasin mais **au-dessus de 41 000 €**, elles le font quasiment toutes ;
- concernant la **taille de la commune** : elle n'a **pas forcément d'incidence** sur cette volonté d'animation ;
- le **nombre de salariés peut être un facteur déterminant**. Les 7 établissements qui possèdent au moins 3 salariés proposent tous des animations. Mais la surface totale du magasin est aussi un facilitateur. Les structures ayant une surface totale de moins de 70 m² (10 sur 27) n'organisent ainsi jamais d'animations, alors qu'elles le font quasi toutes au-dessus de 150 m² (9 sur 10).

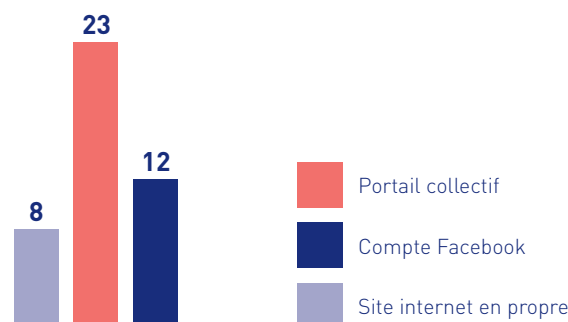
■ Site internet



30 établissements sont présents sur **Internet**.

La présence sur Internet n'est pas une priorité ; les enseignes profitent le plus souvent d'un portail collectif du réseau NAP.

Concernant les médias sociaux, seul Facebook est utilisé. Aucun des établissements n'a de compte Twitter ou de blog en ligne.

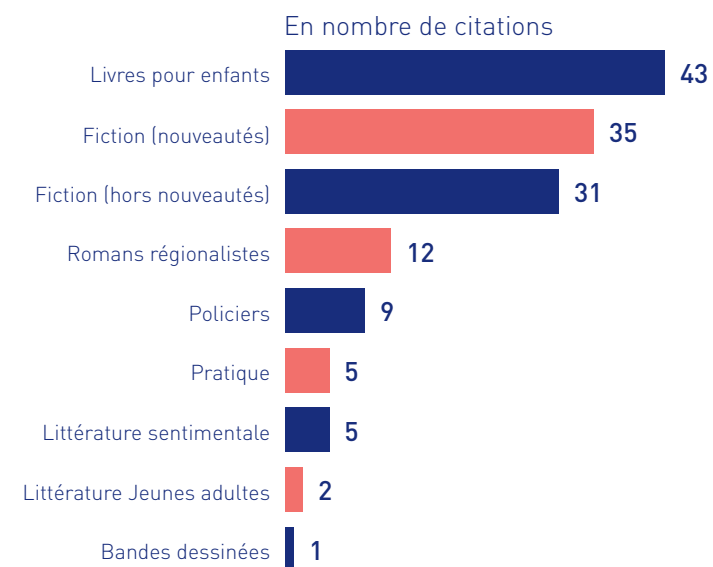


2 ► La bibliodiversité

Pour pouvoir évaluer le rôle culturel de ces établissements dans la chaîne du livre, il a paru essentiel de les observer ou de les interroger selon **trois perspectives** :

- les **genres les plus vendus en magasin** parmi une liste de 10 genres populaires en librairie ;
- la **présence ou non de quatre catégories de livres** utilisées comme indicateur de bibliodiversité (cf. p. 5) ;
- la **présence des éditeurs régionaux** dans les rayons.

Les genres les plus cités parmi les trois genres les plus vendus

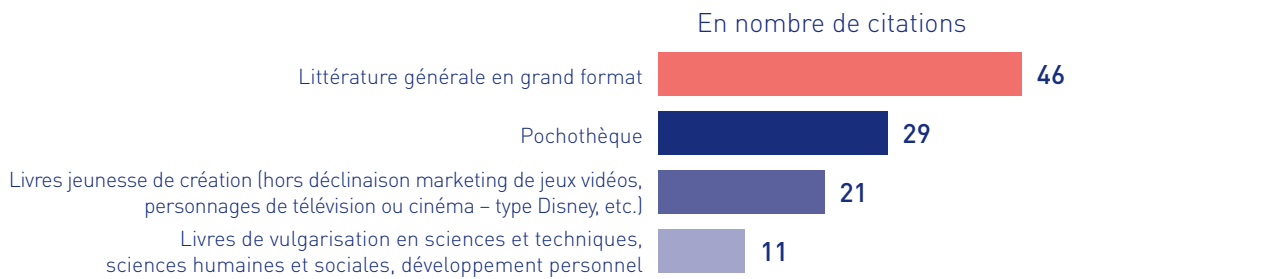


À noter : une forte présence des romans régionaux et la faible occurrence de genres pourtant en forte croissance tels que la littérature jeunes adultes et la bande dessinée.

La forte présence de la littérature jeunesse en maison de la presse révèle deux phénomènes, observés lors des entretiens en magasin :

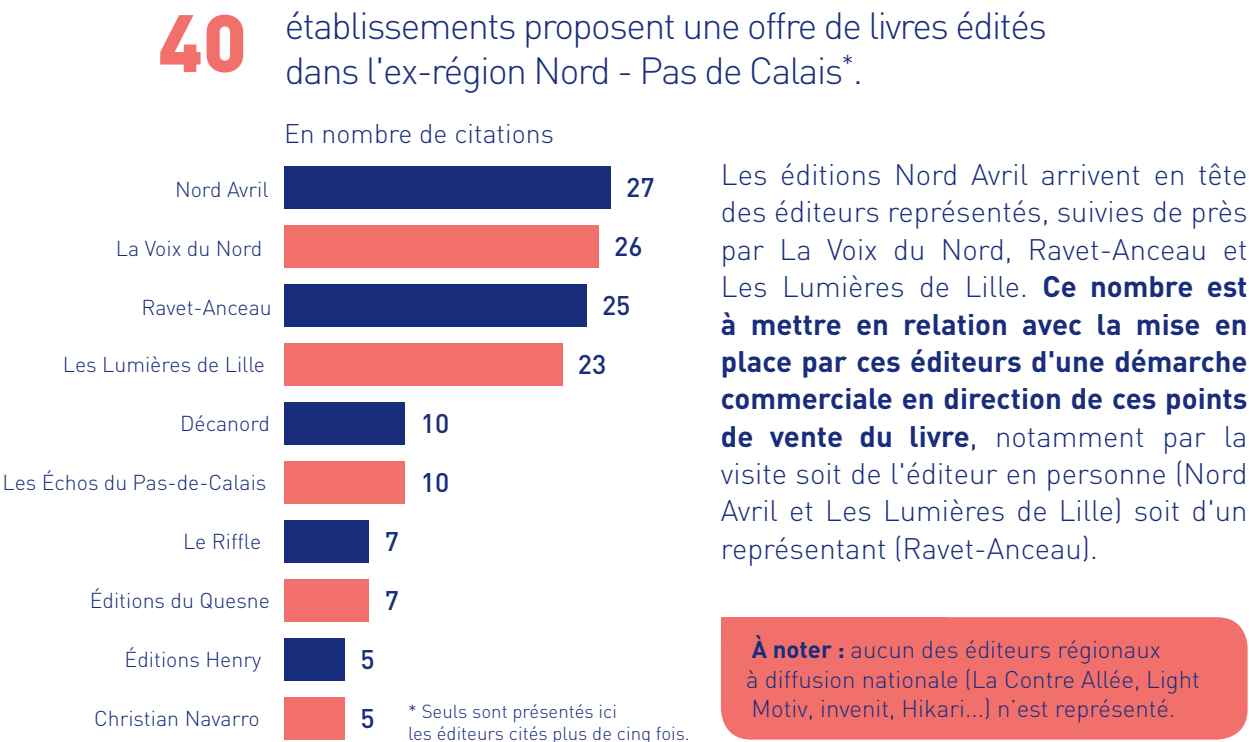
- **l'achat d'un livre est souvent conditionné à un autre achat** ; sans être un achat d'impulsion, il est rarement, comme le montrera la partie sur les « services » la cause directe du passage en magasin ;
- le deuxième phénomène observé tient au **profil de la clientèle**, plus âgée qu'en librairie et plus fragile financièrement également, selon les propos recueillis. Comme le déclarait un gérant d'une maison de la presse, c'est une clientèle qui « n'ose pas » entrer dans une librairie. Elle achète souvent des livres pour ses enfants ou ses petits-enfants, non pour elle-même, démontrant par là même, enfin, le rôle de ces magasins dans la **transmission aux enfants du goût mais aussi du plaisir de lire**.

Observation de 4 catégories éditoriales en rayon



Cette répartition en 4 catégories éditoriales révèle une autre réalité que la simple observation des genres les plus vendus : **les établissements du panel ne disposent pas d'un fonds très important**, et moins de 60 % d'entre eux ont une pochothèque composée à la fois de classiques et d'un fonds contemporain. En dessous de 750 références, seuls 11 établissements sur 31 ont une pochothèque, c'est-à-dire un fonds de livres en format poche composé de textes de littérature classique. Ces établissements sont **peu nombreux à vendre des ouvrages de sciences humaines ou de psychologie**. Concernant les nouveautés, revenait assez fréquemment la phrase « Les prix littéraires, je n'en ai pas vendu. » Ainsi, même s'ils sont présents en magasin, les prix littéraires ne sont pas forcément mis en avant, sauf dans les maisons de la presse ayant une offre supérieure à 500 références. En revanche, si la littérature de jeunesse mettant en scène des héros récurrents, souvent présents sur d'autres médias, constitue le genre le plus vendu en magasin, **43 % soit 21 établissements offrent également un choix de livres de jeunesse de création**. Ce choix est moins présent dans les 27 établissements qui réalisent moins de 40 000 € de CA en livres : seulement 6 établissements le proposent. On retrouve cette proportion en prenant en compte le nombre de références en stock : seuls 8 établissements sur les 31 qui ont un stock inférieur à 750 références ont une offre de littérature jeunesse de création.

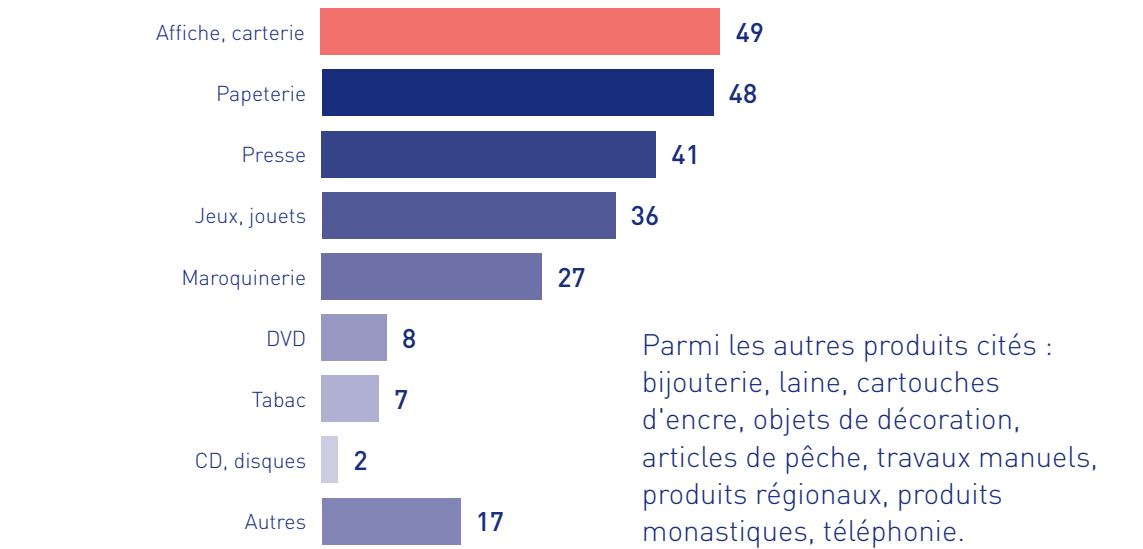
L'édition en région



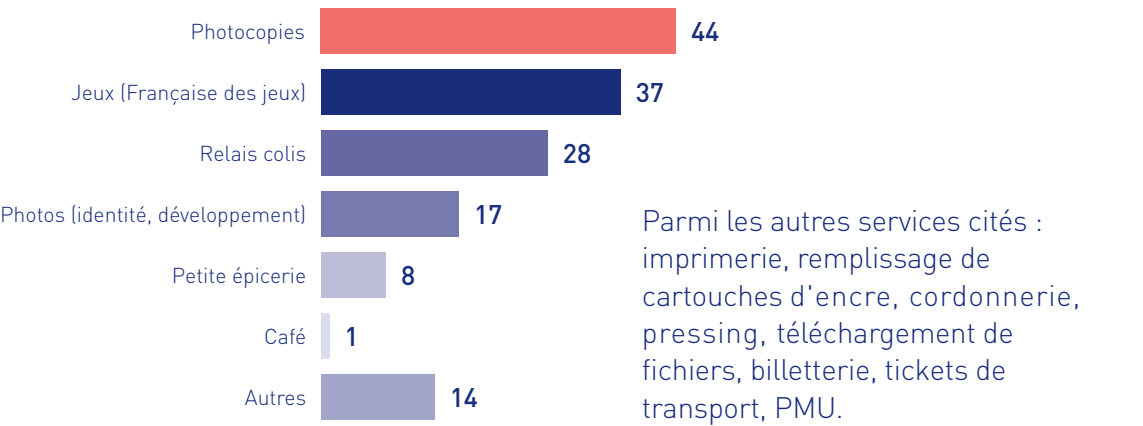
3 ► Un commerce culturel de proximité

■ Des commerces multi-produits et multiservices

Les produits



Les services



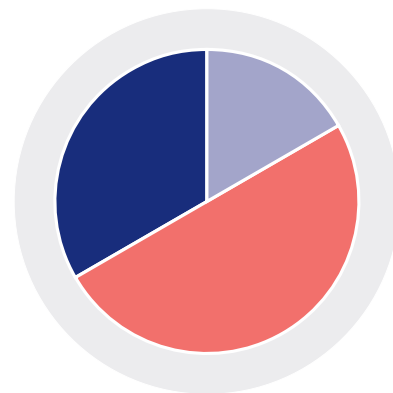
À noter :
la majorité de ces établissements (39 sur 49) acceptent les chèques-livres offerts par la Région*. Ceux qui n'ont pas signé de convention invoquaient des difficultés administratives ou le nombre peu élevé de demandes.

Le **rôle social de nombre de ces établissements est indéniable** : ils sont avant tout des commerces de proximité, proposant de multiples services dans un centre-ville souvent frappé par la fermeture de commerces avoisinants. Comme nous l'avons montré, leur situation prépondérante en centre-ville leur donne un rôle d'autant plus central, à la fois socialement et géographiquement, tout en les exposant à une situation économique fragilisée.

C'est pourquoi certains ont volontairement développé des services supplémentaires ou accéléré le développement de services en direction des entreprises ou des collectivités, notamment en papeterie par exemple. La vente de livres se positionne souvent après celle de la presse et de la papeterie, parfois des jeux, autre source conséquente de revenus pour nombre de ces établissements.

* Le montant du chèque-livre destiné aux lycéens de la région Nord - Pas de Calais s'élevait à 70 € pour la rentrée scolaire 2015-2016.

■ La participation aux événements culturels locaux



- 6** Participent à des manifestations dans et à l'extérieur de leur commune
- 4** Participent à des manifestations à l'extérieur de leur commune
- 2** Participent à des manifestations dans leur commune

Les 12 établissements qui participent à des événements littéraires ou culturels, le font aussi bien dans leur commune qu'à l'extérieur de leur commune.

VI ► Conclusion et perspectives

1 ► Rôle économique et culturel des petits points de vente au sein de la chaîne du livre

Cette étude de 49 points de vente du livre, composés en grande partie de librairies-papeteries et librairies-papeterie presse, a révélé un certain nombre de fragilités, certaines structurelles, d'autres plus circonstancielles. Certaines de ces fragilités sont communes à l'ensemble de la chaîne du livre mais, dans le cas de notre effectif, elles sont parfois accentuées par l'absence d'aides spécifiques à ces points de vente.

Le manque de formation

L'une des premières fragilités est le manque de formation des gérants et des salariés au commerce de la vente de livres : gestion des retours, rotation des stocks, relations avec les fournisseurs, choix et mise en valeur d'un assortiment, toutes ces problématiques, au cœur du métier de libraire, sont soumises à un apprentissage souvent empirique et forcément limité. Certains se disent avant tout commerçants, avec des parcours professionnels multiples, et c'est d'ailleurs sur cette expérience « commerçante », et une analyse toujours pertinente de la demande de la clientèle, qu'ils s'appuient pour composer leur offre en librairie. **En recourant à une formation ciblée sur l'assortiment et sa mise en valeur, mais également sur les relations avec les fournisseurs, nul doute que cette offre gagnerait en qualité et en rentabilité.**

Une économie fragilisée par le recul de la presse

Le recul de la presse affecte les librairies-papeterie-presse du groupe étudié, soit 41 établissements sur 49. Selon René Fausserau, responsable produits librairie du réseau NAP, depuis 2010, le chiffre d'affaires généré par la presse a chuté de 30 %, tandis que les fermetures des maisons de la presse ne cessent d'augmenter chaque année. Il confie également que, si dans les années 1970, 30 % de la vente totale de livres sur le marché français provenaient des maisons de la presse, elles ne représentent plus aujourd'hui que 7 %. Ces chiffres sont à confronter à la hausse des loyers des commerces de centre-ville, et à la désertification de ces derniers, à la fois cause et effet de fermetures inéluctables. Toutefois, **face à ce recul de la presse, certains voient désormais dans le livre un produit d'appel**, qui peut expliquer pourquoi tant d'établissements continuent à vendre des livres **malgré les faibles marges réalisées sur ce produit culturel qu'ils jugent incontournable.**

Des chiffres d'affaires en partie plombés par des remises faibles

Avec des remises qui peinent à s'élever au-dessus de 23 %, la vente de livres relève parfois du sacerdoce. Il devient alors extrêmement difficile, dans ce contexte : 1) de travailler avec les collectivités appliquant la remise des 9 %, malgré l'augmentation de leur chiffre d'affaires que cela pourrait représenter ; 2) de commander un livre à l'unité, pour lequel les frais de port sont proportionnellement importants, et d'éviter ainsi de perdre un client au profit des plateformes commerciales en ligne et de leur service de livraison rapide. Les **relations avec les fournisseurs sont un sujet récurrent de frustration** : des offices trop importants fragilisent leur trésorerie et demandent des manipulations (retours, etc.) et une manutention qu'ils doivent souvent gérer seuls, faute de salariés, en plus de la presse, elle aussi chronophage. Ces considérations ont amené nombre d'établissements à se tourner vers un diffuseur indépendant, Le Comptoir du livre, qui diffuse plus de 1 300 éditeurs et qui, depuis plusieurs années, propose une offre adaptée aux commerces

multi-produits tels que les maisons de la presse. Ce diffuseur est venu pallier, dans le Nord et le Pas-de-Calais, la suspension des services proposés par la LôL en 2012. Cette plateforme de diffusion qui s'était installée dans la région lilloise en 2010 a été mentionnée par la quasi-totalité des gérants, qui pour beaucoup se rendaient à son entrepôt une fois par semaine. Nul doute que **le manque d'une telle plateforme au nord de Paris, adaptée en partie aux petits points de vente du livre, est l'un des points les plus saillants de cette étude.**

Fortement concurrencés par les hypermarchés, Internet et les réseaux de lecture publique

Les premiers concurrents de ce groupe de points de vente ne sont pas les librairies indépendantes. C'est davantage l'ouverture de rayons presse et librairie en super- et hypermarchés, dont les conséquences économiques sont dramatiques pour les maisons de la presse installées à proximité (un gérant par exemple, après l'ouverture de ces rayons dans une grande surface avoisinante, a dû licencier son employée embauchée quelques mois plus tôt) ; c'est aussi parfois l'ouverture d'une médiathèque ou d'un centre culturel dans des communes défavorisées où l'achat d'un livre est une dépense non négligeable pour un budget modeste. C'est enfin, bien sûr, comme pour une grande partie de la profession, la concurrence d'Internet et de sa rapidité de livraison, face à des points de vente dont le stock de références est, comme nous l'avons vu, très réduit. Certains n'hésitent pas eux-mêmes à utiliser ces plateformes en ligne pour assurer des ventes. D'autres, lorsqu'ils remettent à leurs clients les colis de livres (facilement identifiables) livrés dans leur magasin par le biais de relais-colis, rappellent volontiers à leur clientèle l'existence de la loi Lang et du service qu'ils s'estiment capables de fournir.

Un certain isolement (au sein de la profession et face aux pouvoirs publics)

Pris entre plusieurs activités et plusieurs métiers, ces gérants ont un **sentiment très marqué d'isolement** : ils se connaissent mal et se rencontrent peu entre structures similaires, ne sont peu ou pas syndiqués. Il est indéniable que ce manque d'interaction accentue certaines de leurs difficultés dans le commerce si particulier du livre. Une **mise en réseau serait peut-être une première action efficace en faveur d'une meilleure professionnalisation.**

Ces établissements regrettent également le **manque de lien avec les collectivités publiques ou les établissements scolaires de leur commune**, qui parfois les ignorent, préférant commander à la librairie généraliste d'une commune voisine. De même, par leur situation « hybride », ils échappent à presque toutes les aides en direction des librairies, ce que l'accord-cadre entre l'État, la Région Nord - Pas-de-Calais et le CNL avait pallié en 2015 en créant un dispositif de soutien au développement des points de vente du livre en zones rurales et péri-urbaines. Ce dispositif, par l'acquisition de fonds ou le renforcement de l'attractivité du point de vente, a permis d'accompagner plusieurs établissements dans leur démarche de qualification sur des points dont la présente étude vient confirmer l'importance.

Un service de proximité

L'un des points forts de ce réseau est sans aucun doute le service de proximité qu'il fournit à ses clients. **C'est la diversité des services et des produits qui assure leur viabilité économique mais également leur rôle au sein de la commune**, que vient appuyer leur localisation centrale pour une très grande majorité d'entre eux. C'est aussi, comme l'ont fait remarquer plusieurs gérants, l'amplitude de leurs horaires d'ouverture qui leur permet parfois de répondre à des demandes de dernière minute. **L'utilité sociale de ces commerces**, si l'on veut bien inclure la culture parmi les exigences fondamentales d'une société, **est ainsi indéniable.**

2 ► Enjeux et perspectives

En ouverture de cette étude, nous nous demandions quel était le rôle économique, social et culturel de ces points de vente du livre. Nous avons abordé la question de leur **rôle social en montrant comment, en tant que service de proximité, ces commerces tissent du lien social tout en étant un point focal dans la plupart des centres-villes.**

La **question économique** est plus délicate. Les chiffres d'affaires livres cumulés sont loin, dans le Nord et le Pas-de-Calais, de ceux de la librairie publiés en 2015 (les 41 établissements du groupe 1 représentaient un chiffre d'affaires total de 16,18 M€ qui, pour beaucoup, provient essentiellement de la vente de livres neufs)² mais ils ne sont pas pour autant négligeables. **Sans doute d'autres études sur un groupe identique permettrait d'en saisir toutes les nuances, de même qu'une étude similaire sur le périmètre de la région lilloise.** Il convient ici de noter que plusieurs maisons de la presse réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans la vente de livres neufs, avec parfois une offre comparable à une librairie généraliste, n'ont pas été retenues dans l'effectif, et ne faisaient pas non plus partie du groupe 1 des librairies identifiées en 2015. De manière emblématique, malgré des chiffres d'affaires livres très élevés, elles ne sont pas citées dans le traditionnel classement de *Livres Hebdo* recensant, par chiffres d'affaires, les 400 plus grosses librairies de France. De la même manière qu'aujourd'hui, une étude du monde de l'édition qui exclurait la catégorie de l'auto-édition, en plein essor, pourra sembler incomplète, il peut sembler opportun de ne plus omettre, dans les études sur la librairie, ces maisons de la presse dont le professionnalisme et la rentabilité sont reconnus.

Malgré ce rôle économique relatif dans la chaîne du livre, **ces établissements maintiennent un maillage culturel dans des zones souvent dépourvues de tout point de vente du livre**, comme l'ont montré les distances entre ces points et les librairies et GSC de la région. Du point de vue de la bibliodiversité, il est évident que la majorité de l'effectif ici observé ne la privilégie pas et se soucie plus d'efficacité en adaptant leur offre à la demande de leur clientèle. Toutefois, l'édition régionale y est bien représentée même si, de manière incomplète. Il y a ici matière à réflexion si l'on regarde le succès des romans régionalistes, d'une part, dans ces petits points de vente et le regret qu'ils ont tous exprimé de ne pas rencontrer d'éditeurs, notamment d'éditeurs en région, d'autre part. Force est de constater également, que les **relations tendues entre ces gérants et les fournisseurs les poussent irrémédiablement à simplifier leur offre en ne passant que par un seul intermédiaire, au détriment, donc, de la diversité.**

Notons toutefois qu'en matière de diffusion-distribution, **une nouvelle organisation des flux pourrait bien prochainement redistribuer les cartes.** Plusieurs réseaux de dépositaires de presse, soucieux de maintenir en vie un réseau de diffusion dense et prospère, ont en projet d'assurer eux-mêmes la diffusion et distribution des livres neufs en librairie-papeterie-presse. Nous pouvons citer l'exemple du groupement Alliance (9500 diffuseurs de presse sur toute la France) qui, comme nous l'a indiqué le délégué commercial pour le Nord et le Pas-de-Calais, lancera, sur ce secteur, avant la fin de l'année 2016, un « service » de diffusion-distribution, lequel a déjà fait ses preuves en Normandie : le diffuseur s'enregistrera auprès du semi-grossiste partenaire, la Librairie de Paris à Saint-Étienne, et définira un office selon sa clientèle avec chaque représentant de son secteur. Il recevra les livres tous les jours en même temps que la presse, avec des retours deux fois par mois, et une remise nette de 25 %, sans frais de livraison ni de retour.

Il pourra également passer des commandes à l'unité, avec un délai de livraison de 4 jours maximum. Les dépositaires de presse, en proposant ce service, ont donc bien compris que la **problématique de la diffusion-distribution des livres pesait sur la survie de ces commerces déjà fragiles**.

En conclusion

Le réseau des librairies-papeteries-presse, nous l'avons vu dans cette étude, est traversé par de multiples lignes de tensions qui tiennent à la crise du modèle économique du petit commerce de proximité, au décrochement de la presse comme produit d'appel, à la concurrence des plateformes de vente en ligne et des hypermarchés, aux relations commerciales déséquilibrées avec les grands diffuseurs-distributeurs de livres, pour n'en citer que quelques-unes. Toutefois, le livre reste un bien culturel à forte valeur symbolique qui confère aux lieux où on l'expose, où on en parle, où on le vend, une « aura » qui n'a jamais été entamée. La librairie est un commerce singulier pour cette raison. Et c'est peut-être aussi pourquoi **le livre, demain plus encore qu'aujourd'hui, peut être un « appel culturel » autant qu'un « produit d'appel »** dans ces nouveaux commerces multi-produits et multi-services situés dans les petites communes, les villages et les quartiers périurbains.

**3 ► Six préconisations
pour améliorer la situation
des librairies-papeteries-presse**

- Favoriser une meilleure reconnaissance de leur particularité par les fournisseurs.
- Encourager des partenariats renforcés avec l'édition régionale.
- Favoriser une prise de conscience par les collectivités locales de leur rôle social, économique et culturel.
- Mettre en place des espaces d'échanges et de partages d'expérience.
- Mettre en place un cadre adapté pour des dispositifs de formation professionnelle.
- Encourager la mise en œuvre d'aides économiques adaptées aux besoins de ces structures.

Notes

- 1. Chiffres obtenus auprès de René Faussereau, responsable produits librairie du réseau NAP.
- 2. Étude CRLL-Clersé, p. 29)

VII ► Annexe : questionnaire de l'étude

Librairies-papeteries-presse et autres petits points de vente du livre en Nord - Pas de Calais

1 ► Votre établissement

1.1 Quel est son statut juridique ?

- ☐ SARL
☐ SA
- ☐ Entreprise individuelle
☐ EURL
- ☐ Association
☐ Autre, précisez.....

1.2 Votre point de vente est-il :

- ☐ une création pure ?
- ☐ une reprise ?

↳ Si c'est une création :

Quelle est la date de création ?

- ☐ Entre 0 et 3 ans
☐ Entre 4 et 6 ans
- ☐ Entre 7 et 10 ans
☐ Entre 10 et 15 ans
- ☐ Plus de 15 ans

↳ Si c'est une reprise :

Quelle est la date de reprise ?

- ☐ Entre 0 et 3 ans
☐ Entre 4 et 6 ans
- ☐ Entre 7 et 10 ans
☐ Entre 10 et 15 ans
- ☐ Plus de 15 ans

Pouvez-vous indiquer la date de création si vous la connaissez ?

- ☐ Entre 0 et 3 ans
☐ Entre 4 et 6 ans
- ☐ Entre 7 et 10 ans
☐ Entre 10 et 15 ans
- ☐ Plus de 15 ans
☐ Je ne sais pas

1.3 La vente de livres :

- ☐ représente 50 % ou plus de votre chiffre d'affaires ?
- ☐ est une activité secondaire ?

1.4 Quels autres types de produits proposez-vous au sein de votre commerce ?

- ☐ CD, disques
☐ DVD
☐ Jeux, jouets
- ☐ Affiche, carterie
☐ Papeterie
☐ Maroquinerie
- ☐ Presse
☐ Tabac
☐ Autre, précisez

1.5 Quels types de services proposez-vous au sein de votre commerce ?

- ☐ Café
☐ Jeux (Française des jeux)
☐ Photocopies
- ☐ Photos (identité, développement)
☐ Relais colis
- ☐ Petite épicerie
☐ Autre, précisez

1.6 Êtes-vous lié par un contrat de franchise ou à un réseau d'enseigne ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

↳ Si oui à 1.6 Lequel ?

- ☐ Maison de la presse
☐ Mag Presse
- ☐ Agora
☐ Agora Presse
- ☐ Autre, précisez.....
.....

1.7 Votre établissement est-il situé :

- A. ☐ dans une commune de moins de 2000 habitants ?
- B. ☐ dans une ville de 2000 à 9999 habitants ?
- C. ☐ dans une ville plus de 10000 habitants ?
☐ Je ne sais pas

↳ Si oui à A

Plus précisément, votre établissement est-il situé :

- ☐ dans une rue commerçante de votre commune ?
☐ dans une zone commerciale périphérique ?
- ☐ dans une rue non-commerçante de votre commune ?
☐ Autre, précisez

↳ Si oui à B et C

Plus précisément, votre établissement est-il situé :

- ☐ en centre-ville ?
☐ dans une rue commerçante hors centre-ville ?
☐ dans une rue non-commerçante hors centre-ville ?
- ☐ dans une zone commerciale périphérique ?
☐ Autre, précisez

1.8 Êtes-vous satisfait de votre localisation ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui Pourquoi ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Parce que c'est une zone de passage
- ☐ Parce que c'est à proximité d'autres commerces
- ☐ Parce que l'on peut y accéder facilement (transport en commun, stationnement, etc.)
- ☐ Parce qu'il est situé à proximité d'établissements scolaires
- ☐ Autre, précisez.....

↳ Si non Pourquoi ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Parce que beaucoup de commerces ont fermé autour du mien
- ☐ Parce que le loyer est trop cher
- ☐ Parce qu'il est difficile d'y accéder (loin des transports en commun, pas de stationnement, etc.)
- ☐ Autre, précisez.....

2 ► Votre local

2.1 Êtes-vous :

- ☐ propriétaire des murs ?
- ☐ locataire ?
- ☐ les deux ?

↳ Si oui à Locataire

Quel est le montant mensuel du loyer, charges comprises ?

- ☐ Moins de 500 euros
☐ Entre 501 et 800 euros
☐ Entre 801 et 1000 euros
- ☐ Entre 1001 et 1200 euros
☐ Entre 1201 et 1500 euros
☐ Entre 1501 et 1800 euros
- ☐ Plus de 1800 euros
☐ Ne se prononce pas
☐ Je suis propriétaire

2.2 Quelle est environ la superficie...

... de votre surface de vente totale ?

- ☐ Moins de 30 m²
- ☐ Entre 31 et 50 m²
- ☐ Entre 51 et 70 m²
- ☐ Entre 71 et 100 m²
- ☐ Entre 101 et 150 m²
- ☐ Plus de 150 m²
- ☐ Je ne sais pas

... de votre surface de vente livres ?

- ☐ Moins de 10 m²
- ☐ Entre 11 et 20 m²
- ☐ Entre 21 et 30 m²
- ☐ Entre 31 et 50 m²
- ☐ Entre 51 et 70 m²
- ☐ Entre 71 et 100 m²
- ☐ Plus de 100 m²
- ☐ Je ne sais pas

... de votre espace de stockage, réserve, traitement des colis ?

- ☐ Moins de 10 m²
- ☐ Entre 11 et 20 m²
- ☐ Entre 21 et 30 m²
- ☐ Plus de 30 m²
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Je n'ai pas de réserve

2.3 Avez-vous réalisé des travaux d'aménagement ou fait l'acquisition de matériel ou de mobilier ces 3 dernières années ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 2.3 Précisez (plusieurs réponses possibles) :

- ☐ Travaux d'agrandissement
- ☐ Travaux d'agencement intérieur
- ☐ Travaux de rénovation extérieurs
- ☐ Mobilier
- ☐ Équipement (caisse enregistreuse, logiciel de gestion de stock, etc.)
- ☐ Décoration
- ☐ Autre, précisez.....

↳ Si non à 2.3 Précisez pourquoi :

- A. ☐ Parce que je n'en ai pas besoin
- B. ☐ Parce que je vais bientôt céder mon magasin (retraite, cessation d'activité)
- C. ☐ Parce que je n'ai pas de capacité d'investissement
- ☐ Autre, précisez

↳ Si oui à C

Si vous aviez la possibilité, dans quel domaine souhaiteriez-vous investir ?

- ☐ Travaux d'agrandissement
- ☐ Travaux d'agencement intérieur
- ☐ Travaux de rénovation extérieurs
- ☐ Mobilier
- ☐ Équipement (caisse enregistreuse, logiciel de gestion de stock, etc.)
- ☐ Décoration
- ☐ Autre, précisez.....

3 ► Votre chiffre d'affaires de l'année 2014

3.1 Quel est votre chiffre d'affaires total pour l'année 2014 ?

- ☐ Moins de 90 000 €
- ☐ Entre 91 000 et 150 000 €
- ☐ Entre 151 000 et 200 000 €
- ☐ Entre 201 000 et 300 000 €
- ☐ Entre 301 000 et 500 000 €
- ☐ Entre 501 000 et 900 000 €
- ☐ Entre 1 000 000 et 2 000 000 €
- ☐ Plus de 2 000 000 €
- ☐ Ne se prononce pas
- ☐ Je ne sais pas

Quelle est la part de la vente de livres neufs sur votre chiffre d'affaires global pour l'année 2014 ?

- ☐ Moins de 20 000 €
- ☐ Entre 21 000 et 40 000 €
- ☐ Entre 41 000 et 60 000 €
- ☐ Entre 61 000 et 90 000 €
- ☐ Entre 91 000 et 150 000 €
- ☐ Entre 151 000 et 200 000 €
- ☐ Entre 201 000 et 300 000 €
- ☐ Entre 301 000 et 400 000 €
- ☐ Entre 401 000 et 600 000 €
- ☐ Entre 601 000 et 800 000 €
- ☐ Entre 801 000 et 1 000 000 €
- ☐ Plus de 1 000 000 €
- ☐ Ne se prononce pas
- ☐ Je ne sais pas

3.2 Quel a été votre résultat net en 2014 ?

- ☐ Moins de 5000 €
- ☐ Entre 5001 et 10000 €
- ☐ Entre 10 001 et 20 000 €
- ☐ Entre 20 001 et 50 000 €
- ☐ Entre 50 001 et 100 000 €
- ☐ Plus de 100 000 €
- ☐ Ne se prononce pas
- ☐ Je ne sais pas

3.3 Sur vos ventes en livres neufs, quelle est la part en %...

... de la vente aux particuliers ? (estimation)

- ☐ Moins de 40 %
- ☐ Entre 41 et 50 %
- ☐ Entre 51 et 60 %
- ☐ Entre 61 et 70 %
- ☐ Entre 71 et 80 %
- ☐ Plus de 80 %
- ☐ Je ne sais pas

... de la part des ventes aux collectivités ? (estimation)

- ☐ Moins de 5 %
- ☐ Entre 6 et 10 %
- ☐ Entre 11 et 20 %
- ☐ Entre 21 et 30 %
- ☐ Plus de 30 %
- ☐ Je ne sais pas

... de la part des ventes hors les murs (salons, conférences, etc.) ? (estimation)

- ☐ Moins de 5 %
- ☐ Entre 6 et 10 %
- ☐ Entre 11 et 15 %
- ☐ Plus de 15 %
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Je n'ai pas de ventes de livres hors les murs
- ☐ Je ne vends pas de livres aux collectivités

3.4 Quelle est la part, en %, des ventes en livres scolaires et parascolaires sur votre chiffre d'affaires ? (estimation)

- ☐ Moins de 5 %
- ☐ Entre 6 et 10 %
- ☐ Entre 11 et 20 %
- ☐ Entre 21 et 30 %
- ☐ Plus de 30 %
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Je ne vends pas de livres scolaires et parascolaires

3.5 Avez-vous bénéficié d’une aide financière publique ces trois dernières années ?

☐ Oui ☐ Non

↳ Si oui à 3.6 De quelle institution publique (plusieurs réponses possibles) ?

- | | |
|--|--|
| ☐ Le Conseil régional | ☐ La banque publique d’investissement (BPI) |
| ☐ Le Conseil départemental | ☐ Nord Actif |
| ☐ La Ville / commune ou agglomération de communes dans laquelle est domicilié mon établissement | ☐ Pas de Calais Actif |
| ☐ La Direction régionale des affaires culturelles (Drac) | ☐ Aide à la modernisation des diffuseurs de presse de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC – Cabinet Deloitte) |
| ☐ Le Centre national du livre (CNL) | ☐ Autre, précisez |

4 ► L’emploi dans votre structure

4.1 Votre conjoint(e) a-t-il(elle) le statut de conjoint(e) collaborateur(-trice) dans votre structure ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Je n’ai pas de conjoint(e)

4.2 Avez-vous un ou plusieurs salariés (année 2015) ?

☐ oui ☐ non

↳ Si oui à 4.2 Combien avez-vous de salariés ?

- ☐ Entre 1 et 2
☐ Entre 3 et 5
☐ Plus de 5
☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 4.2 Combien cela représente-t-il d’équivalents temps plein en 2015 (ETP) ? (sans compter le temps de travail du gérant)

- ☐ Entre 0,1 et 0,5
☐ Entre 0,6 et 1
☐ Entre 1,1 et 1,5
☐ Entre 1,6 et 2
☐ Entre 2,1 et 3
☐ Plus de 3
☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 4.2

4.3 Parmi vos employés, certains sont-ils exclusivement affectés à la vente de livres (année 2015) ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

4.4 Avez-vous reçu une formation de libraire ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 4.4 Laquelle ?

4.5 Avez-vous une expérience professionnelle antérieure en tant que libraire ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 4.5 De combien d’années ?

- ☐ Entre 1 et 3 ans
☐ Entre 4 et 7 ans
☐ Entre 8 et 12 ans
☐ Plus de 12 ans
☐ ne se prononce pas

4.6 Est-ce que l’un de vos employés a reçu une formation de libraire ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

↳ Si oui à 4.6 Laquelle ?

4.7 Est-ce que l’un de vos employés a une expérience professionnelle antérieure en tant que libraire ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

↳ Si oui à 4.7 De combien d’années ?

- ☐ Entre 1 et 3 ans
☐ Entre 4 et 7 ans
☐ Entre 8 et 12 ans
☐ Plus de 12 ans
☐ Ne se prononce pas

5 ► Votre offre de livres (hors scolaire et parascolaire)

5.1 Comment constituez-vous votre assortiment de livres ?

- A ☐ Vous le sélectionnez vous-même
B ☐ Votre (vos) fournisseur(s) sélectionne(nt) pour vous les titres (grilles offices)
C ☐ Les deux (vous choisissez sur une partie seulement de votre assortiment)

↳ Si oui à C Précisez dans quelles proportions :

- | | |
|---|---|
| ☐ 1/4 office - 3/4 sélection personnelle | ☐ 3/4 office - 1/4 sélection personnelle |
| ☐ 1/2 office - 1/2 sélection personnelle | ☐ Je ne sais pas |

5.2 Avec quels diffuseurs de livres travaillez-vous ?

Diffuseurs	Oui / Non	Taux de remise	Visite de représentant	Classement niveau par le diffuseur	Sélection des titres & volumes
Comptoir du livre	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Hachette	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Interforum	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Piccolia	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
La générale du livre	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Gallimard-CDE	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Média Diffusion	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office

Flammarion	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Actes Sud	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Volumen	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Harmonia Mundi	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Les Belles Lettres	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office
Autre	☐ Oui ☐ Non	☐ Moins de 20% ☐ 20-21 % ☐ 22-25 % ☐ 26-29 % ☐ 30-32% ☐ 33-35% ☐ Plus de 35%	☐ Oui ☐ Non	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Ne sait pas	☐ Grille d'office imposée ☐ Grille d'office personnalisée ☐ Pas de grille d'office

5.3 À quelle fréquence recevez-vous les livres ?

- ☐ Plusieurs fois par semaine
- ☐ Une fois toutes les deux semaines
- ☐ Une fois par mois
- ☐ Une fois toutes les deux semaines
- ☐ Une fois par mois
- ☐ Moins d'une fois par mois
- ☐ Ne se prononce pas

5.4 Quelle est la part approximative des nouveautés dans votre assortiment ?

- ☐ Entre 1 et 10 %
- ☐ Entre 11 et 20 %
- ☐ Entre 21 et 30 %
- ☐ Entre 31 et 40 %
- ☐ Entre 41 et 50 %
- ☐ Plus de 50 %

5.5 Avez-vous parfois recours à une librairie généraliste pour composer votre assortiment ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas
↳ Si oui à 5.5 Laquelle/lesquelles ?

5.6 Votre stock de livres neufs compte approximativement...

... combien de titres en volumes ?
☐ Entre 50 et 250 ☐ Entre 1001 et 1500 ☐ Entre 3001 et 4000
☐ Entre 251 et 500 ☐ Entre 1501 et 2000 ☐ Plus de 4000
☐ Entre 501 et 1000 ☐ Entre 2001 et 3000 ☐ Je ne sais pas

... combien de titres en nombre de références ?
☐ Entre 50 et 250 ☐ Entre 1001 et 1500 ☐ Entre 3001 et 4000
☐ Entre 251 et 500 ☐ Entre 1501 et 2000 ☐ Plus de 4000
☐ Entre 501 et 1000 ☐ Entre 2001 et 3000 ☐ Je ne sais pas

5.7 Proposez-vous à la vente les livres d'éditeurs régionaux ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas
↳ Si oui à 5.7 Lesquels ?

AIRVEY ÉDITIONS	☐	
ANKAMA ÉDITIONS	☐	
ASSOCIATION DES ÉDITIONS MÉLI-MÉLO	☐	
ATELIER GALERIE ÉDITIONS	☐	
ATRIA	☐	
CENTRE HISTORIQUE MINIER	☐	
DÉCANORD	☐	
ÉDITIONS CHRISTIAN NAVARRO	☐	
ÉDITIONS DE L'ÉTAGÈRE	☐	
ÉDITIONS DU DOUAYEUL	☐	
ÉDITIONS DU PASSE-TEMPS	☐	
ÉDITIONS DU QUESNE	☐	
ÉDITIONS DEGEORGE	☐	
ÉDITIONS HENRY	☐	
ÉDITIONS INVENIT	☐	
ÉDITIONS LA CONTRE ALLÉE	☐	
ÉDITIONS LAPIN	☐	

ÉDITIONS LOUVRE LENS	☐	
ÉDITIONS NOIRES A BEC JAUNE	☐	
ÉDITIONS NORD AVRIL	☐	
ÉDITIONS SAINT MARTIN	☐	
ÉDITIONS VASSEUR	☐	
ENGELAERE ÉDITIONS	☐	
KYMER A	☐	
LAM ÉDITIONS	☐	
LES ÉCHOS DU PAS-DE-CALAIS	☐	
LA FONTAINE ÉDITIONS	☐	
LA NUIT MYRTIDE	☐	
LA VOIX DU NORD	☐	
LE MARAIS DU LIVRE	☐	
LE ROSIER GRIMPANT	☐	
LE TEETRAS MAGIC	☐	
LES CONTEMPORAINS FAVORIS	☐	
LES ÉDITIONS DU CÉNACLE DE FRANCE	☐	
LES LUMIÈRES DE LILLE	☐	
LES VENTERNIERS	☐	
LIGHT MOTIV	☐	
MANANNAN COMMUNICATIONS	☐	
RAVET-ANCEAU	☐	
RIFFLE	☐	
Autres	☐	

↳ Si autres précisez

5.8 Possédez-vous, dans votre assortiment de livres, les catégories suivantes ?

☐ Littérature générale en édition grand format
☐ Pochothèque
☐ Livres de vulgarisation en sciences et techniques, sciences humaines et sociales, développement personnel

☐ Livres jeunesse de création (hors déclinaison marketing de jeux vidéos, personnages de télévision ou cinéma – type Disney, etc.)

6 ► Informatisation

6.1 Êtes-vous équipé d'un logiciel de gestion des stocks et des ventes de livres ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 6.1 Lequel ?

- ☐ Librisoft (2DCom)
- ☐ Lynx (Axone)
- ☐ Elico (Elico)
- ☐ Medialog (Tite-Live)
- ☐ Inférence (Praxie)
- ☐ Ellipses (TMIC)
- ☐ Mon stock livres est géré par un logiciel de presse
- ☐ Autre, précisez :.....

6.2 Êtes-vous relié au fichier Dilicom ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

7 ► Commandes et clientèle

7.1 Pratiquez-vous la commande à l'unité ?

☐ Oui ☐ Non

7.2 Êtes-vous fournisseur d'établissements scolaires ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 7.2 Combien de commandes environ par an ?

- ☐ 1 à 5
- ☐ 10 à 15
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ 6 à 10
- ☐ + de 15

7.3 Recevez-vous des commandes de médiathèques ou de bibliothèques ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 7.3 Combien environ par an ?

- ☐ 1 à 5
- ☐ 10 à 15
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ 6 à 10
- ☐ + de 15

7.4 Est-ce que vous répondez à des marchés publics ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

7.5 Acceptez-vous les « chèques livres » de la Région Nord – Pas de Calais ?

☐ Oui ☐ Non ☐ On ne m'en a jamais présenté

7.6 Quels sont, parmi ces catégories, les livres plus demandés par votre clientèle (3 choix possibles) ?

- ☐ Livres pour enfants
- ☐ Littérature contemporaine
- ☐ Mangas
- ☐ Policier
- ☐ Pratique
- ☐ Littérature sentimentale
- ☐ Best-sellers
- ☐ Romans régionaux
- ☐ Bande dessinée
- ☐ Littérature Jeunes adultes
- ☐ Je ne sais pas

7.7 Diriez-vous que vous pratiquez une activité de conseil auprès de votre clientèle pour ce qui concerne l'achat de livres ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 7.7 De quelle manière (plusieurs réponses possibles) ?

- ☐ Table(s) thématique(s)
- ☐ Rédaction de « coups de cœur »
- ☐ Rédaction de résumé d'ouvrages
- ☐ Vitrines thématiques
- ☐ Échange oral avec le client

8 ► Animations et communication

8.1 Votre établissement est-il présent sur Internet ?

☐ Oui ☐ Non

↳ Si oui à 8.1 De quelle manière (plusieurs réponses possibles) ?

- ☐ Un site Internet en propre
- ☐ Présence sur un portail collectif
- ☐ Un compte Facebook
- ☐ Un compte Twitter
- ☐ Autre

8.2 Participez-vous à des manifestations littéraires ou culturelles ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 8.2 Ces manifestations ont-elles lieu :

- ☐ Dans votre commune ?
- ☐ À l'extérieur de votre commune ?
- ☐ Les deux ?

8.3 Organisez-vous des animations culturelles au sein de votre magasin (signatures d'auteurs, dédicaces, rencontres-conférences...) ?

☐ Oui ☐ Non ☐ Ne se prononce pas

↳ Si oui à 8.3 De quelle nature (plusieurs réponses possibles) ?

- ☐ Signatures et dédicaces
- ☐ Débats-conférences
- ☐ Soirée thématique en partenariat avec un autre commerçant
- ☐ Soirée thématique en partenariat avec une institution publique
- ☐ Autre, précisez.....

9.1 Votre structure

9.2 Vous êtes :

☐ un homme ? ☐ une femme ?

9.3 Quel âge avez-vous ?

☐ Moins de 20 ans ☐ De 20 à 39 ans ☐ De 40 à 59 ans ☐ 60 ans et plus

9.4 Quelle est votre formation ?

9.5 Gérez-vous plusieurs magasins ?

☐ Oui ☐ Non

↳ Si oui à 9.5 Combien ?

☐ Entre 2 et 3 ☐ Entre 4 et 5 ☐ Ne se prononce pas

© Centre régional des Lettres et du Livre Nord – Pas-de-Calais, 2016
Quartier des 3 Parallèles, La Citadelle
Avenue du Mémorial des Fusillés,
62000 Arras
Tél. : 03 21 15 69 72
Mél : contact@crll-npdc.fr

Président : Christian Morzewski – Directeur : Léon Azatkhanian
Chargée de mission pour l'économie du livre : Céline Telliez
Chargée d'administration : Élisabeth Bérard
Chargée de l'information et de la médiation : Prescillia Wattecamp.

Réalisation de l'étude : Céline Telliez,
avec la collaboration scientifique de Florence Rio,
maître de conférences en sciences de l'information et de la communication
à l'université de Lille, laboratoire Geriico.

Comité de pilotage :
- Thierry Auger, adjoint au chef de département de la diffusion,
chargé des aides aux librairies françaises, Centre national du Livre
- Léon Azatkhanian, directeur, CRLL Nord - Pas de Calais
- Fanny Baggio, chargée de mission Lettres et Livres, Région Hauts-de-France
- Annie Berthomieux, conseillère Livre et Lecture, Drac Hauts-de-France (Amiens)
- Alice Gradel, conseillère Livre et Lecture, Drac Hauts-de-France (Lille)
- Cécile Hautière, chargée de mission Livre et Lecture, Région Hauts-de-France
- Nolwenn Vandestien, coordinatrice de l'association Libr'Aire
- Emily Vanhée, présidente de l'association Libr'Aire.

Mise en page : Valérie Dussart et Jane Secret.
Contact : economiedulivre@crll-npdc.fr

Remerciements à Stéphane Humbert, direction du Développement durable,
de la Prospective et de l'Évaluation, Conseil régional des Hauts-de-France,
et à Jean-Loup Malbranque, délégué commercial, Groupe Alliance Distribution Expansion.

Le CRLL Nord – Pas de Calais est subventionné par le ministère de la Culture –
Direction régionale des affaires culturelles, le Conseil régional Hauts-de-France,
le Département du Pas-de-Calais, le Département du Nord.
Il reçoit le soutien de la Communauté urbaine d'Arras.
Le CRLL Nord – Pas de Calais est membre de la Fill
(Fédération interrégionale du Livre et de la Lecture).





Terres de France

Jean Anglade

Roman

Éditions

18 PRÉ. A. C. CLÉRE

REPERE

LA BIBLIOTHÈQUE

10m

913
1938

1913

Jean Roucas
Denis Vincenti

Le Bouffon

Autobiographie

COMIX

PAUL-LOUP SULITZER

LE RÉGIME
SULITZER

ÊTRE MINCE
SANS FATIGUE
PRATIQUES ET
POUR TOUJOURS

Préface
de Professeur
Christian Cabrol

COMIX

SO

Pr
Acc
Souv

AFTER

Hugo Boss

AFTER DE FILS SAISON 3

100 QUESTIONS A MA PÉDIATRE III

COL

A

PO

Fran

Lat

3€

Apprenez GANGLI

vosre
avenir
par les
cartes



L'enfant
en miettes

L'aide sociale à l'enfance
bilan et perspectives

Pierre Verdier

DUNOD

Elle
& lui
MARC LEVY

Robert Laffont, Bouquins

FRANCK
THILLIEZ
[ANGOR]

NOUVEAUTÉ

Neuven

Le brûlot



LA VALEUR
DES CARTES

BIEN
DANS
SA PEAU

BIEN DANS SA PEAU

LES ENTEUX

CHARLES VILLENEUVE

LES LIAISONS
DANGEREUSES
DE MERRE
BELEGVOY

engagé et le mort
d'un P

PLON

9€

OBSERVER
LA NATURE
EN
PROMENADE

multiguides activité

Pierre Brandao

ÉCRIT DE MÉMOIRE

4,55

PRÉVOIR
LE TEMPS
EN 10 LEÇONS

et tout pour connaître les prévisions météo.

Du san