Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère
Culture
Communication

SYNDICAT NATIONAL DE L'EDITION

# CALIBRE

## Pourquoi CALIBRE ?

Les Forums de la Petite Edition, tenus en 2004 et 2005, avaient permis à l'interprofession (éditeurs, libraires) et aux pouvoirs publics de mesurer les attentes de nombreux éditeurs dans bien des domaines.
Les difficultés rencontrées par ces maisons d'édition de petite ou très petite taille dans la distribution de leurs ouvrages avaient été tout particulièrement mises en relief. Celles-ci, accrues ces dernières années, avec des conséquences parfois dramatiques, sont particulièrement préjudiciables à la diversité de l'édition française.
Pour les résoudre, des études ont été menées tout au long de l'année 2005 par le Syndicat national de l'édition et la Direction du livre et de la lecture, avec l'appui du Syndicat de la librairie française.
Calibre est le fruit de ces réflexions et tente d'apporter une solution à ce problème spécifique et récurrent grâce aux progrès réalisés ces dernières années, en particulier dans le domaine informatique.

## Qu'est-ce que CALIBRE ?

Calibre est un outil de distribution des ouvrages d'éditeurs dont la taille, le niveau des ventes ou encore la faible rotation des stocks, ne leur permettent pas d'être distribués par les industriels du secteur.
Sa conception et sa mise en place s'appuient sur les principes suivants :

- Consolidation des différents flux : flux physiques, flux d'informations et enfin flux financiers.
- Utilisation de circuits d'information dématérialisés : Internet, Dilicom etc.
- Absence de stocks chez Calibre : ceux-ci sont conservés par l'éditeur qui en garde ainsi la maîtrise.
- Maintien des relations commerciales directes entre l'éditeur et le point de vente (fixation du taux de remise), Calibre n'assurant que la distribution des ouvrages.

## Fonctionnement de CALIBRE

Pour regrouper les flux d'informations, Calibre fait appel à Dilicom et Internet, et pour les flux physiques à une plate-forme de réception et de préparation des commandes.
Décrit globalement, le circuit des commandes passées par les points de vente aux éditeurs adhérents à Calibre est le suivant :

- Chaque point de vente adresse directement ses commandes à Calibre (et non plus aux éditeurs). Quand le point de vente est abonné à Dilicom, celles-ci sont saisies et transmises en même temps que leurs commandes aux autres distributeurs.
- Après consolidation de ces commandes, Calibre adresse régulièrement les demandes d'approvisionnement correspondantes aux éditeurs.
- Les éditeurs approvisionnent Calibre des quantités demandées sous un délai convenu à l'avance.
- A réception, Calibre prépare les commandes des points de vente, tous éditeurs confondus, les leur expédie et les leur facture.
- Enfin, Calibre verse à terme convenu la recette nette[1] à l'éditeur.

L'utilisation d'un suivi informatisé permet aux différents intervenants (points de vente, Calibre et éditeurs) de suivre à tout moment, via Internet, l'état d'avancement de chacune des commandes.

## Les avantages de CALIBRE

Les regroupements réalisés par Calibre offrent des avantages immédiats tant aux éditeurs qu'aux points de vente. Par la diminution des frais fixes et la baisse des coûts variables unitaires qu'ils induisent, ils entraînent de véritables économies pour chacun des intervenants et permettent une plus grande souplesse dans la distribution des ouvrages.

### Pour l'éditeur

- L'éditeur reçoit des commandes groupées en provenance de Calibre. Il envoie au centre de distribution un ensemble d'ouvrages au lieu d'expédier autant d'envois que de commandes : plus grande facilité et économie dans la préparation et les frais de transport.
- L'éditeur n'émet plus qu'une seule facture par mois vers Calibre, correspondant aux commandes traitées[2], au lieu d'émettre autant de factures que d'envois effectués vers les différents points de vente.
- L'éditeur n'émet plus de pro forma vers des clients qui ne sont pas en compte chez lui : Calibre gère les comptes de ses clients.
- L'éditeur a la certitude d'être payé quel que soit le client qui a souhaité acquérir ses ouvrages. De plus il est payé régulièrement, à l'échéance convenue : le recouvrement et le risque d'impayés sont à la charge de Calibre[3].
- L'éditeur reçoit chaque mois des statistiques de vente (par ouvrage, par point de vente) lui permettant d'ajuster sa diffusion et de gérer ses stocks et ses tirages.

---

1. Montant facturé au point de vente diminué de la commission due à Calibre.
2. Sur la base du relevé de ventes mensuel fourni par Calibre.
3. Calibre est ducroire vis-à-vis des éditeurs.

## Pour le point de vente

• Le point de vente émet une commande unique vers Calibre au lieu d'émettre autant de commandes que d'éditeurs concernés. De plus, le point de vente abonné à Dilicom émet ses commandes d'ouvrages vers Calibre de la même façon qu'il opère vers les distributeurs industriels, Calibre étant répertorié comme le distributeur de ces éditeurs.

• Le point de vente, dès lors qu'il est en compte chez Calibre, n'a plus de démarches administratives nouvelles[4] à effectuer en cas de commande d'ouvrages d'un autre éditeur client de Calibre.

• Le point de vente réceptionne un unique envoi provenant de Calibre au lieu d'un envoi par éditeur à qui il a passé commande.

• Le point de vente bénéficie systématiquement, via les outils interprofessionnels (Prisme etc.), du regroupement des envois provenant de Calibre avec ceux des autres distributeurs industriels.

• Le point de vente reçoit une facture par envoi, tous éditeurs confondus, au lieu d'une facture par envoi et par éditeur. Les paiements se faisant principalement par LCR magnétiques, les règlements et leur comptabilisation sont facilités.

## *Conclusion*

Ces différents avantages entraînent un gain de temps important tant pour l'éditeur que pour le point de vente. Ils doivent pouvoir permettre à chacun de se consacrer davantage aux « fondamentaux » de leurs métiers respectifs : pour l'un, éditer, naturellement, mais aussi faire connaître sa production par le biais de catalogues, visites aux libraires, service de presse (cela d'autant plus que Calibre n'est pas diffuseur) et pour l'autre, conseiller et orienter la clientèle vers une plus grande diversité d'ouvrages en connaissant mieux la petite édition.
Cette possibilité pour les éditeurs et les libraires de se consacrer davantage au cœur de leurs métiers devrait alors se traduire par un développement de leurs ventes.

4. Pro-forma, paiement d'avance, fourniture de RIB, etc.

✂----------

Coupon à détacher

**Intéressé par CALIBRE, je souhaite en savoir davantage lors d'un contact prochain.**

Raison sociale
Nom du responsable
Adresse
Code postal : Ville
Tel e-mail

**Pour mieux vous connaître merci de nous indiquer ces quelques éléments**

Secteur d'activité éditorial
Ventes annuelles estimées (milliers d'ex)
Prix public moyen estimé
Commentaires

Coupon à adresser au SNE – Isabelle Pham – 115 Boulevard Saint Germain 75006 Paris