

## situation économique des librairies de 1<sup>e</sup> niveau

- enquête 2003 -

*rapport au 15/10/04* \*

La librairie est mal cernée au plan statistique. À la différence de l'édition, elle ne bénéficie ni d'un code d'activité propre au sein de la nomenclature d'activités française<sup>1</sup> ni d'une enquête annuelle de branche s'inscrivant dans le cadre des statistiques obligatoires<sup>2</sup>.

C'est déjà ce constat de l'insuffisance des éléments d'information sur l'économie des entreprises de librairie qui en 1992, à la suite de la médiation Cahart, avait conduit l'Observatoire de l'économie du livre, à la demande du Ministère de la culture, et le Cercle de la librairie à confier à la société Bipe conseil une étude sur la situation économique et financière de la librairie de 1<sup>e</sup> niveau<sup>3</sup>.

Réalisée sur un échantillon de 48 points de vente, cette première enquête de type quantitatif avait mis en évidence le faible niveau de rentabilité de ces commerces, de même que l'extrême sensibilité aux conditions commerciales « négociées » avec leurs fournisseurs comme avec leurs clients (collectivités en particulier). En corollaire, le maintien d'un stock diversifié comme les investissements nécessaires à la modernisation ou au développement de ces entreprises ne pouvaient être envisagés que par le biais d'un endettement alors extrêmement coûteux, à moins que n'intervienne une amélioration des conditions d'exploitation.

En 2003, à la veille de l'application de la loi du 18 juin sur la rémunération du prêt en bibliothèques qui, en plafonnant les rabais accordés sur les ventes de livres non scolaires aux collectivités, devrait contribuer à l'amélioration de ces conditions d'exploitation, le ministère de la culture et de la communication, en concertation et avec l'appui du Syndicat de la librairie française, décidait d'actualiser cette première étude.

---

\* Les résultats du présent rapport peuvent être considérés comme définitifs. Ils seront ponctuellement complétés par des analyses complémentaires et par des annexes dans les semaines qui viennent.

<sup>1</sup> Dans la NAF, les entreprises de librairie sont regroupées avec les revendeurs de presse, de papeterie et de fournitures de bureau au sein du code 52.4R (Commerce de détail de livres, journaux et papeterie). Il s'ensuit que les enquêtes annuelles d'entreprise de l'INSEE ne permettent pas d'analyser avec précision les évolutions des entreprises spécialisées dans la vente de livres neufs.

<sup>2</sup> Loi du 7 juin 1951 sur les statistiques obligatoires. Pour l'édition, l'enquête de branche est déléguée au Syndicat national de l'édition par le Service des études et des statistiques industrielles (SESSI) du ministère chargé de l'Industrie.

<sup>3</sup> Marc Minon, Bruno Schmutz, « Situation économique des librairies françaises de 1<sup>e</sup> niveau », *Cahiers de l'économie du livre*, n° 9, Ministère de la Culture/Cercle de la librairie, 1993, pp. 5-45.

De façon à faciliter la comparaison avec l'enquête de 1992, qui demeurait la dernière disponible sur ce sujet, il fut décidé de conserver l'essentiel de la structure du questionnaire de cette enquête et de le compléter sur les points pour lesquels les évolutions intervenues dans l'environnement de la librairie demandaient un approfondissement (ventes aux collectivités, notamment).

### ***le questionnaire***

Il s'organise en 10 grandes rubriques :

- . caractéristiques du point de vente et de son environnement
- . bilan simplifié
- . compte de résultat simplifié
- . canaux d'approvisionnement
- . transport
- . répartition des ventes par clientèle
- . ventes aux collectivités
- . économie des différents rayons
- . structure du stock, par rayons et par durée de détention (stock ABC)
- . répartition des ventes par diffuseur-distributeur

Une question ouverte permettait également aux libraires interrogés d'exprimer les observations qu'ils souhaitaient faire sur la situation de leur entreprise ou de la librairie en général.

Comme en 1992, le questionnaire a été adressé par voie postale.

### ***le champ – l'échantillon – les réponses reçues***

#### *le champ*

Le terme de « librairies de 1<sup>e</sup> niveau » vient de la segmentation des clientèles opérée par les entreprises de diffusion<sup>4</sup> et désigne, selon les maisons, les 700 à 1300 clients les plus importants (librairies et grandes surfaces culturelles), soit en termes quantitatifs (chiffre d'affaires réalisé avec les éditeurs diffusés), soit en termes qualitatifs (capacité du libraire à « lancer » un titre, travail sur le fonds des éditeurs diffusés, etc.).

À ce titre, les points de vente du 1<sup>e</sup> niveau, qui représentent en moyenne de 60% à 75% du chiffre d'affaires des diffuseurs, bénéficient de visites plus fréquentes des représentants et des remises commerciales les plus élevées.

Pour simplifier, on dira que le concept de 1<sup>e</sup> niveau recoupe, pour le public des lecteurs celui de « vraie » librairie, c'est à dire des points de vente présentant un large assortiment de titres ou vendant essentiellement des livres.

---

<sup>4</sup> Classiquement, cette segmentation distingue :

- ✓ le 1<sup>e</sup> niveau (parfois segmenté en « librairies A » et « librairies B ») ;
- ✓ les 700 à 800 hypermarchés, qui bénéficient d'une équipe spécifique de représentants ;
- ✓ le 2<sup>e</sup> niveau (4.000 à 12.000 points de vente selon les diffuseurs), qui regroupe les petits points de vente de proximité, les supermarchés et les magasins populaires.

Plus récemment, on a vu apparaître le terme de « 3<sup>e</sup> niveau » pour désigner les très petits points de vente et les points de vente occasionnels qui n'ont pas de compte ouvert chez les distributeurs et s'approvisionnent auprès de grossistes ou des plates-formes régionales des distributeurs.

En 1992, les grandes surfaces spécialisées n'avaient pas souhaité participer à la première enquête. De premiers contacts ayant laissé penser que leur participation à une nouvelle enquête était loin d'être acquise, il fut décidé de ne pas les inclure dans l'échantillon. En revanche, comme en 1992, des librairies de grands magasins ont été interrogées.

#### *l'échantillon*

La taille relativement réduite de l'échantillon d'enquête 1992 (48 réponses exploitées) avait conduit les auteurs de l'étude à multiplier les appels à la prudence dans l'interprétation d'une partie des résultats fondés sur un trop faible nombre d'observations.

Pour tenter de remédier à cet écueil, il fut décidé de chercher à accroître significativement la taille de l'échantillon de répondants, par un triplement du nombre de questionnaires envoyés (224 contre 68 en 1992).

Il fut également décidé d'augmenter sensiblement le nombre de librairies de spécialités interrogées (jeunesse, religion, BD, etc.), de façon à pouvoir, le cas échéant, constituer un sous-groupe particulier lors de l'exploitation (53 librairies spécialisées interrogées en 2003 contre 12 en 1992).

Comme en 1992, la structure de l'échantillon a été contrôlée sur les critères de chiffre d'affaires, de zonage urbain et de représentation des différentes chaînes et groupements. Le souci de couverture géographique du territoire, déjà présent en 1992, a été accentué.

La logique du questionnaire étant d'analyser la situation économique de points de vente, l'échantillon constitué est un échantillon de magasins et non d'entreprises. Aussi était-il demandé aux librairies faisant partie d'une chaîne et ne disposant que de données consolidées d'utiliser des données estimées pour le point de vente considéré.

#### *les réponses reçues*

Le constat, déjà opéré en 1992, de la difficulté pour un grand nombre d'entreprises, notamment les plus petites, de dégager le temps nécessaire pour répondre à un questionnaire assez complet fut d'autant plus confirmé lors de l'enquête 2003 qu'une large partie de l'échantillon recevait dans le même temps de la Direction générale de la concurrence de l'Union européenne de lourds questionnaires à questions ouvertes dans le cadre de l'examen du rachat de Vivendi Universal publishing par le groupe Lagardère.

Intervenant dans une période traditionnellement chargée en librairie (rentrée scolaire et universitaire, fêtes de fin d'année), cette concomitance explique qu'à la fin de l'année 2003, cinq mois après l'envoi des questionnaires, 35 réponses seulement avaient été retournées.

Le taux de retour s'est singulièrement amélioré au cours du trimestre suivant, période plus calme pour les libraires, et à la mi-mars, un bilan d'étape de l'enquête fut présenté lors du Salon du livre de Paris <sup>5</sup> à partir des 94 réponses, partielles ou complètes, reçues à cette date.

<sup>5</sup> Cf. Clarisse Normand, « La librairie de 1<sup>e</sup> niveau améliore sa rentabilité », *Livres Hebdo*, n° 550, 26/3/04.

Au total, 96 réponses ont été exploitées (soit, selon les définitions, de 8% à 15% des librairies de 1<sup>e</sup> niveau), représentant un chiffre d'affaires cumulé de 324 M€, dont 262 M€ en livres, soit près de 10% des ventes de livres au détail.

Si, en regard des effectifs de l'enquête 1992, ce nombre de réponses paraît à première vue assez satisfaisant, il convient de préciser que, sur de nombreuses questions (ventes aux collectivités, remises et échéances par rayon, répartition du stock par durée de détention), le nombre de répondants est sensiblement plus réduit, parfois moins d'une quarantaine, ce qui reste en dessous des objectifs de fiabilité recherchés.

Plusieurs libraires, même informatisés, nous ont indiqué que leur logiciel ne leur permettait en effet pas de fournir certaines des données demandées... tout en soulignant qu'elles leur seraient très utiles.

On précisera également que le taux de réponse a été sensiblement plus élevé pour les librairies spécialisées (58%) que pour les librairies générales ou multispécialisées (38%). Ces librairies étant le plus souvent de taille plus modeste, les « petits » points de vente (CA < 1 M€) sont en proportion plus nombreux dans les réponses reçues en 2003.

C'est également le cas des très gros points de vente (CA > 7,5 M€), la tranche intermédiaire des librairies de 1 à 3 M€ étant celle où le taux de réponse a été le plus faible (38%).

C'est pourquoi un contrôle systématique des résultats par niveau de CA a été effectué, et préféré à un redressement des données, toujours un peu hasardeux – d'autant que les analyses de corrélation ont confirmé sur plusieurs variables le caractère peu explicatif du chiffre d'affaires.

Il convient donc d'être doublement prudent dans le rapprochement des résultats des deux enquêtes :

- en premier lieu, en raison de la relative faiblesse des effectifs de l'enquête 1992 (et, sur certaines questions, de l'enquête 2003), qui fait que la marge d'incertitude statistique est non négligeable ;
- en second lieu, en raison des différences de structure évoquées ci-dessus entre les deux échantillons.

Cette prudence est d'autant plus nécessaire que l'on n'a pas pu s'appuyer sur les données brutes de l'enquête de 1992, les archives de l'enquête ayant disparu lors d'un incendie. Ces données n'ont donc pas pu être retraitées, par exemple pour constituer un échantillon constant des répondants aux deux enquêtes, qui aurait pu fournir un éclairage précieux pour l'analyse des évolutions intervenues entre les deux périodes.

Les réponses fournies portent sur les exercices comptables 2001-2002. Les dates de clôture des librairies étant extrêmement variables, il leur était demandé, afin que les données recueillies portent sur une période aussi homogène que possible, de répondre sur l'exercice incluant le 4<sup>e</sup> trimestre 2001.

***pour une bonne lecture des résultats qui suivent : quelques précisions sur les moyennes***

La librairie de 1<sup>e</sup> niveau regroupe des points de vente de taille très différente.

À titre d'illustration, dans les réponses reçues, les cinq plus gros points de vente représentent à eux seuls 50% du chiffre d'affaires cumulé – proportion tout à fait comparable à l'échantillon de l'enquête 1992. Cette différence de taille fait que selon l'angle d'analyse que l'on souhaite privilégier, on recourra essentiellement à deux types d'indicateurs :

- la moyenne arithmétique, dans laquelle chaque entreprise a le même poids, quel que soit son chiffre d'affaires : cet indicateur rend mieux compte de la dimension « réseau » du 1<sup>e</sup> niveau ;
- la moyenne pondérée (ici, en fonction du chiffre d'affaires), qui valorise chaque entreprise au prorata de son chiffre d'affaires : elle donne une image plus exacte de la réalité économique de la branche, mais surreprésente les caractéristiques des plus gros points de vente

On y ajoutera également la médiane, qui désigne la valeur d'une variable qui sépare l'échantillon en deux et qui permet d'affiner l'interprétation de la moyenne arithmétique en neutralisant l'effet des valeurs extrêmes ou atypiques.

***la librairie de 1<sup>e</sup> niveau : des profils très variés***

C'était le premier constat des auteurs de l'enquête de 1992 : corollaire de la double dimension quantitative et qualitative du 1<sup>e</sup> niveau, les librairies ayant répondu à l'enquête présentent des profils très variés :

- diversité de taille : les CA varient de 225.000 € à 55 M€, les surfaces de 75 m<sup>2</sup> à 6000 m<sup>2</sup>
- diversité du degré de spécialisation :
  - de l'offre commerciale : la part du livre dans le chiffre d'affaires (86% en moyenne arithmétique) varie de 32% à 100% ;
  - de l'offre de livres : le poids du principal rayon varie de 15% à 100% ;
- diversité de la localisation : 65% des répondants sont situés dans des zones urbaines de plus de 100.000 habitants, mais 14% sont situés dans des zones de moins de 50.000 habitants
- diversité de la situation concurrentielle : 73% des répondants citent au moins une GSS parmi leurs principaux concurrents, 63% au moins un hypermarché, mais 17% ne citent ni l'un ni l'autre.

Comme on va le voir, cette diversité des profils se double d'une grande diversité des conditions d'exploitation et des résultats économiques.

***les fournisseurs – les conditions commerciales obtenues***

*les canaux d'approvisionnement*

L'enquête de 1992 avait montré que les librairies de 1<sup>e</sup> niveau s'approvisionnaient à près de 90% directement auprès des éditeurs ou des entrepôts centraux de leurs distributeurs, pour 10% auprès des dépôts régionaux de ces distributeurs et de façon très marginale auprès de grossistes (0,4%).

L'enquête 2003 semble en première analyse accentuer ce constat puisque l'approvisionnement direct représenterait désormais un peu moins de 97% du CA en moyenne arithmétique, contre 3% pour les dépôts régionaux et 0,1% pour les grossistes.

La comparaison entre les chiffres 1992 et 2003 est cependant faussée par le développement de la centralisation des facturations par les distributeurs, y compris des approvisionnements auprès de leurs dépôts régionaux. S'il y a effectivement eu, entre les deux enquêtes, restructuration des outils de distribution et disparition de plusieurs dépôts régionaux, le recul de l'approvisionnement auprès des dépôts est de ce fait moins marqué en réalité que ne le suggèrent les données.

S'agissant des conditions commerciales obtenues auprès des fournisseurs, l'enquête 2003 fait apparaître des évolutions contrastées :

- d'un côté, une amélioration de la remise obtenue ;
- de l'autre, un raccourcissement des délais de paiement.

La remise obtenue auprès des diffuseurs<sup>6</sup> en 2003 est plus élevée que dans l'enquête 1992 : 36,4% en moyenne arithmétique<sup>7</sup> contre 35,5% en 1992.

Ce résultat n'est pas nécessairement contradictoire avec le constat de baisse des remises déploré par plusieurs répondants dans la dernière question de l'enquête, ne serait-ce que parce que ce constat est postérieur de deux ans à l'exercice comptable analysé dans l'enquête.

remise moyenne obtenue (base déclarative) 83 réponses	enquête 2003			enquête 1992		
	moyenne pondérée	moyenne arithmétique	nb observations	moyenne pondérée	moyenne arithmétique	nb observations
Editeurs/Distributeurs	37,4%	36,4%	83	36,3%	35,5%	48
Dépôts régionaux	34,6%	34,2%	31	34,2%	33,7%	30
Grossistes	32,2%	31,8%	8	28,8%	27,4%	8
<b>Total</b>	<b>37,4%</b>	<b>36,3%</b>	<b>83</b>	<b>36,1%</b>	<b>35,3%</b>	<b>48</b>

Comme en 1992, cette moyenne masque d'assez grandes disparités, puisqu'elle s'échelonne de 31% à 40% (de 29,6% à 38,5% dans l'enquête 1992).

Si, comme en 1992, les plus gros points de vente bénéficient en moyenne de la remise la plus élevée – l'écart est d'environ 1 point –, ils ne semblent pas avoir plus que les autres bénéficié de l'amélioration des remises.

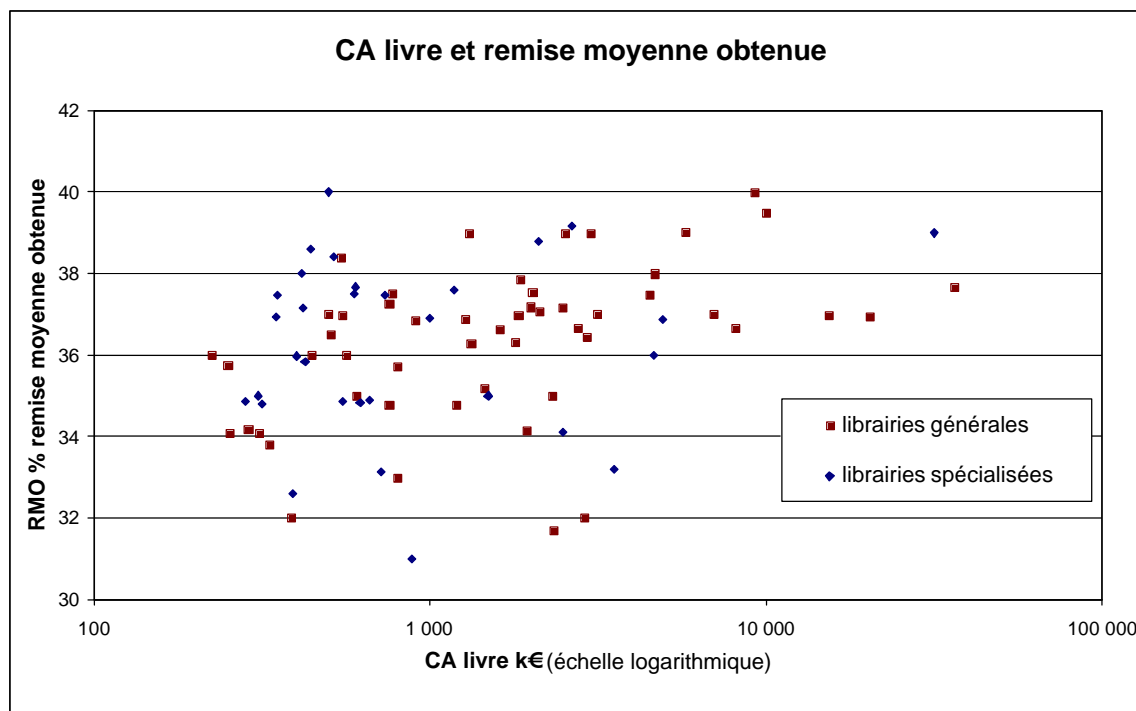
remise moyenne obtenue (base déclarative) moyenne arithmétique 83 réponses	enquête 2003		
	CA total < 1 M€	CA total de 1 à 3 M€	CA total > 3 M€
<i>nb observations</i>	38	22	23
Editeurs/Distributeurs	36,0%	36,5%	36,8%
Dépôts régionaux	33,9%	35,1%	34,1%
Grossistes	30,5%	31,0%	33,5%
<b>Total</b>	<b>36,0%</b>	<b>36,4%</b>	<b>36,8%</b>

Reste que, comme le montre le graphique ci-dessous, le niveau de remise obtenue ne s'explique pas uniquement par le chiffre d'affaires<sup>8</sup> : s'il est vrai que la remise ne descend pas en dessous de 36% pour les répondants réalisant plus de 4,5 M€ de CA livre, on observe qu'une partie importante des petits points de vente (spécialisés entre 350 M€ et 750 M€ notamment) affichent une remise moyenne supérieure à 36%.

<sup>6</sup> Il s'agit ici de la remise contractuelle, c'est à dire hors surremises liées aux « opérations spéciales » de promotion.

<sup>7</sup> Librairies générales 36,4%, librairies spécialisées 36,3%.

<sup>8</sup> La corrélation entre le niveau de remise obtenue et le CA livre est statistiquement significative, mais le coefficient de corrélation est relativement faible (Pearson 0,24).



Deux facteurs principaux expliquent ce phénomène :

- le poids relatif du scolaire et de l’universitaire dans le chiffre d’affaires, ces deux secteurs étant caractérisés par des remises sensiblement plus faibles que les autres secteurs ;
- l’obligation légale faite aux diffuseurs d’inclure dans leur barème de remises une partie qualitative devant être au moins égale à la partie quantitative (article 2 de la loi du 10 août 1981).

Les délais de paiement<sup>9</sup> obtenus des éditeurs/distributeurs comme des dépôts régionaux semblent en revanche s’être resserrés par rapport à 1992 : le délai moyen éditeur/distributeur s’établit à 63 jours en moyenne arithmétique (68 jours en 1992) et à 70 jours en moyenne pondérée (78 jours en 1992).

délais de paiement (base déclarative)	enquête 2003			enquête 1992		
	moyenne pondérée	moyenne arithmétique	nb observat°	moyenne pondérée	moyenne arithmétique	nb observat°
84 réponses						
Editeurs/Distributeurs	70j	65j	84	78j	68j	48
Dépôts régionaux	61j	58j	31	70j	61j	30
Grossistes	55j	49j	8	39j	36j	8
<b>Total</b>	<b>70j</b>	<b>63j</b>	<b>84</b>	<b>76j</b>	<b>67j</b>	<b>48</b>

### *les fournisseurs*

Le poids des différents diffuseurs ou distributeurs – et en particulier, celui des deux premiers – a fait l’objet de nombreux débats lors de la cession par Vivendi Universal de sa branche édition.

<sup>9</sup> Il s’agit ici du délai contractuel déclaré par les répondants, et non du ratio comptable.

Une enquête menée par le Syndicat de la librairie française auprès de ses adhérents en 2002 avait montré que la part cumulée des deux premiers distributeurs variait de 20% à plus de 60%.

Dans l'enquête, la fourchette est plus large encore, puisque, si l'on met à part une librairie religieuse pour laquelle le chiffre est inférieur à 8%, les réponses vont de 12% à 70%, la médiane des réponses se situant à 40% et la moyenne pondérée à 44%, soit un résultat très proche du chiffre donné pour la librairie de 1<sup>e</sup> niveau (45%) par un sondage I+C/Livres Hebdo effectué en juillet 2003 <sup>10</sup>.

La part des cinq premiers distributeurs sur la période concernée par l'étude (Hachette, Interforum, Gallimard/Sodis, Flammarion UD et Seuil) varie quant à elle de 54% à 99% et s'élève à 72% en moyenne pondérée.

Si la part des deux premiers distributeurs est moindre pour la librairie de 1<sup>e</sup> niveau qu'elle ne l'est dans d'autres réseaux (le même sondage la chiffrait à 55% pour les points de vente du 2<sup>e</sup> niveau et à 61% pour les hypermarchés), ces chiffres montrent que l'approvisionnement des librairies est cependant fortement concentré – concentration qui s'est encore accentuée depuis l'enquête, notamment avec le rachat du Seuil par La Martinière.

L'analyse des remises obtenues des différents diffuseurs montre que le niveau de remise est très lié à la nature des fonds qu'ils diffusent : la remise moyenne obtenue des diffuseurs de littérature générale (CDE, Flammarion, Seuil, Actes Sud, Albin Michel, Harmonia Mundi) se situe dans une fourchette allant de 37,5% à 38,5% <sup>11</sup> (en moyenne arithmétique), celle des grands diffuseurs généralistes (Hachette, VUPS) aux alentours de 37%, celle des diffuseurs spécialisés dans le scolaire, l'universitaire ou l'érudition (PUF, Magnard-Vuibert, Hatier, Belin, les Belles lettres) se situant dans une fourchette basse allant de 34,5% à 36%.

### *la répartition des ventes par clientèle – les ventes aux collectivités*

- Comme en 1992, la vente au détail représente près de 80% du CA livre des répondants : 78% en moyenne arithmétique (76% en 1992), dont plus de 2% en vente au détail hors magasin (salons du livre notamment), pratiquée par un peu plus de 40% des répondants, et qui représente plus de 20% du CA pour certaines librairies, en l'occurrence spécialisées.

- La VPC aux particuliers reste modeste, à un niveau inférieur à celui de 1992 : moins de 1% contre 2%.

Il est vrai que cette forme de vente reste peu répandue (21% des répondants) et moins encore sa composante « en ligne », dont la contribution sur la période d'enquête est tout à fait marginale (3% du CA VPC).

<sup>10</sup> Sondage I+C/Livres Hebdo effectué en juillet 2003 auprès d'un échantillon de 300 points de vente incluant 80 librairies de 1<sup>e</sup> niveau. Cf. « Les libraires sondés sur le poids d'Hachette et de Vup », *Livres Hebdo*, n° 529, 10/10/03.

<sup>11</sup> Pour éviter toute équivoque, on précisera que bien que les fourchettes indiquées sont celles qui encadrent les moyennes des remises accordées par chacun des diffuseurs aux répondants de l'enquête. Elles ne doivent pas être confondues avec l'amplitude des remises accordées, qui va de 33% à 40% pour la plupart des diffuseurs.

• La part des ventes aux collectivités, pratiquées par plus de 90% des répondants, serait en recul assez sensible : si la comparaison entre les deux enquêtes fait apparaître un écart de 2 points, (de 21,8% à 19,3% en moyenne arithmétique et de 16,6% à 14,4% en moyenne pondérée), il y a tout lieu de penser que ce recul est encore plus marqué<sup>12</sup>.

répartition des ventes par clientèles	enquête 2003			enquête 1992		
	88 réponses moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observat°	moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observat°
CA Vente au détail	82,6%	77,8%	88	81,9%	76,3%	48
- en magasin	81,8%	75,6%	88	///	///	
- hors magasin	0,9%	2,2%	38	///	///	
CA VPC aux particuliers	0,3%	0,8%	19	1,5%	1,9%	8
dont CA vente en ligne	0,01%	0,002%	3	///	///	
CA Vente aux collectivités	14,4%	19,3%	81	16,6%	21,8%	44
dont CA vente en ligne	-	-	0	///	///	
CA Autres ventes à terme	2,7%	2,1%	10	///	///	
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>88</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>48</b>

La part des ventes aux collectivités est très variable : de 0% à 75% du chiffre d'affaires. Elle représente plus de 30% du CA pour 20% des répondants et, pour 5% d'entre eux (spécialisés jeunesse notamment) plus de 50%.

En 2003 comme en 1992, les ventes aux collectivités représentent en proportion une part plus élevée du chiffre d'affaires des plus petits points de vente : 22% du CA des librairies réalisant un CA de moins d'un million d'euros, contre 16% pour les librairies de plus de 1,6 M€  
Il semblerait néanmoins que ces petits points de vente aient été plus touchés que leurs confrères par le recul des ventes aux collectivités<sup>13</sup>.

% des ventes aux collectivités dans le CA livre			
moyenne arithmétique	enquête 2003	enquête 1992	évolution
CA livre <1,0M€	21,6%	24,8%	-3,2%
CA livre >1,6M€	16,3%	17,3%	-1,0%

La forte hausse du rabais moyen en moyenne pondérée, qui progresse de près de 3 points (de 15,7% à 18,6%) et seulement d'un point en moyenne arithmétique, confirme ce phénomène.

En effet, à l'inverse de la contribution au chiffre d'affaires total, c'est chez les gros points de vente que les rabais sont les plus élevés (17,8% en moyenne arithmétique pour les points de vente de plus de 3 M€ contre 14,3% pour les points de vente de moins d'1 M€).

<sup>12</sup> Les auteurs de l'enquête 1992 avaient précisé que les chiffres relatifs aux ventes aux collectivités étaient quelque peu sous-évalués, dans la mesure où ils ne rendaient pas compte de deux entreprises pesant de façon significative dans l'échantillon ayant filialisé leur activité des ventes aux collectivités.

Les chiffres de l'enquête 2003 sont moins affectés par ce biais puisque, parmi les répondants, seule une entreprise est dans ce cas.

<sup>13</sup> Sur une période plus récente, la baisse des ventes aux collectivités dans les petites librairies de 1<sup>er</sup> niveau s'observe également sur les données 1998-1999 précédemment fournies par une vingtaine des répondants à l'enquête 2003 : en l'espace de quatre ans, la part des collectivités dans le CA a reculé de 20,3% à 16,8% chez les plus petites de ces librairies (moyenne pondérée) et augmenté de 18,3% à 19,9% chez les plus grandes ; elle est en baisse pour les 2/3 des plus petites librairies, alors qu'elle augmente pour 80% des librairies les plus importantes.

Ce recul de la part des ventes aux collectivités chez les plus petits points de vente peut s'analyser de deux façons, toutes deux liées à la surenchère sur les rabais observée dans la deuxième moitié des années 1990 : soit comme une éviction de ces marchés, au profit des grossistes ou de librairies plus importantes, soit comme un retrait volontaire afin de ne pas devoir offrir des rabais trop élevés qui risqueraient de mettre la librairie en danger.

Il conviendra de mesurer si l'entrée en vigueur de la loi du 18 juin 2003, qui plafonne à 9% les rabais sur les achats de livres non scolaires, a ou non inversé le mouvement.

rabais consenti	enquête 2003			enquête 1992			
	87 réponses	moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observat°	moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observat°
CA Vente au détail		2,0%	2,4%	87	1,9%	1,9%	48
- en magasin		2,0%	2,3%	87	///	///	
- hors magasin		2,4%	1,6%	37	///	///	
VPC aux particuliers		2,6%	1,9%	19	0,9%	2,5%	8
dont vente en ligne		1,1%	2,0%	3	///	///	
Vente aux collectivités		18,6%	15,9%	80	15,7%	15,0%	44
dont vente en ligne		-	-	0	///	///	
Autres ventes à terme		17,9%	9,9%	10	///	///	
<b>tous canaux</b>		<b>5,3%</b>	<b>5,6%</b>	<b>87</b>	<b>5,1%</b>	<b>4,3%</b>	<b>48</b>

Les marchés de livres scolaires, présents chez la moitié des répondants seulement, représentent plus de 35% du total des ventes aux collectivités et se caractérisent par un niveau de rabais nettement plus élevé : l'écart avec les marchés non scolaires est, selon les indicateurs, de 3 à 4 points.

rabais aux collectivités par type d'ouvrages				
62 réponses	moyenne pondérée	moyenne arithm	médiane	nb observat°
scolaire	21,0%	18,3%	18,5%	34
non scolaire	17,1%	15,5%	15,0%	60
<b>total</b>	<b>18,5%</b>	<b>16,0%</b>	<b>15,0%</b>	<b>62</b>

Enfin, les marchés publics avec appel d'offres se caractériseraient par un rabais nettement plus élevé que les autres marchés : l'écart atteint 4 points en moyenne (20% contre 15,5% en moyenne arithmétique, 21,5% contre 17,5% en moyenne pondérée), ce qui corrobore les observations effectuées dans les enquêtes menées lors de l'élaboration du projet de loi sur la rémunération du prêt en bibliothèque.

Cette hausse du rabais accordé aux collectivités, s'ajoutant à une très légère hausse du rabais accordé sur la vente au détail, fait que le rabais moyen consenti par les répondants à l'enquête 2003 est plus élevé d'environ un point en moyenne arithmétique<sup>14</sup> qu'il ne l'était dans l'enquête 1992

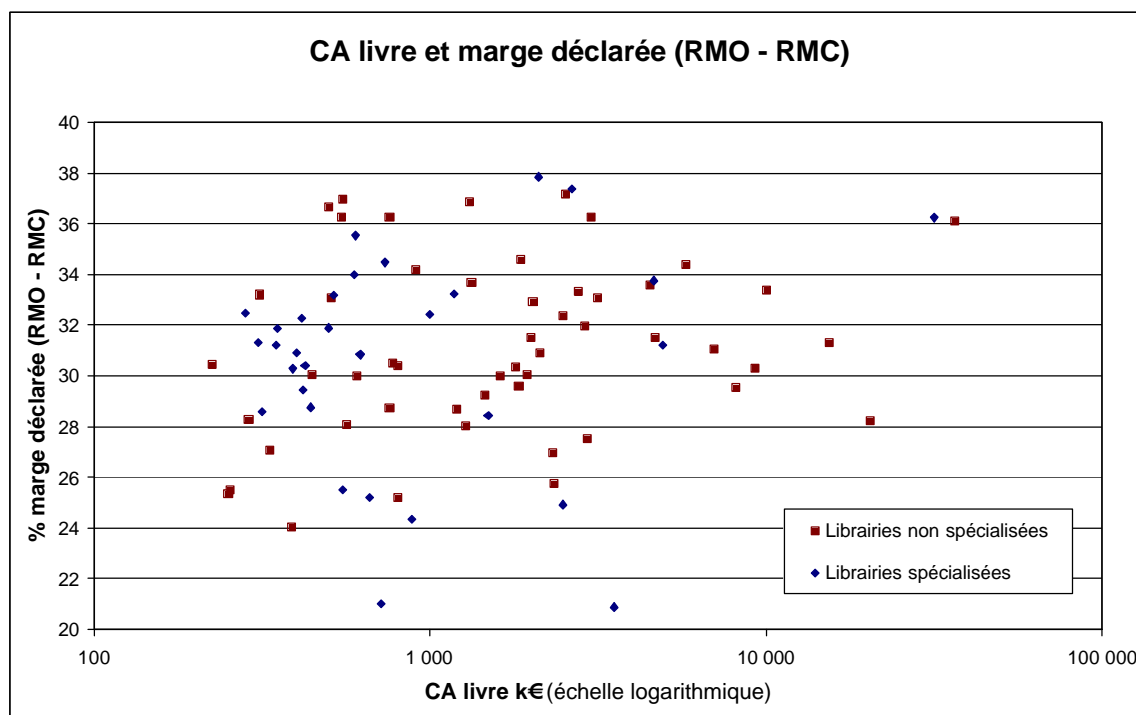
Cela laisse à penser que, pour un grand nombre de librairies, l'amélioration des remises obtenues des fournisseurs a été captée par les acheteurs de livres et, pour une part importante, par les collectivités.

Le calcul de la marge théorique, obtenue en soustrayant le rabais moyen consenti à la remise moyenne déclarée (RMO – RMC), illustre ce double mouvement de sens contraire puisque,

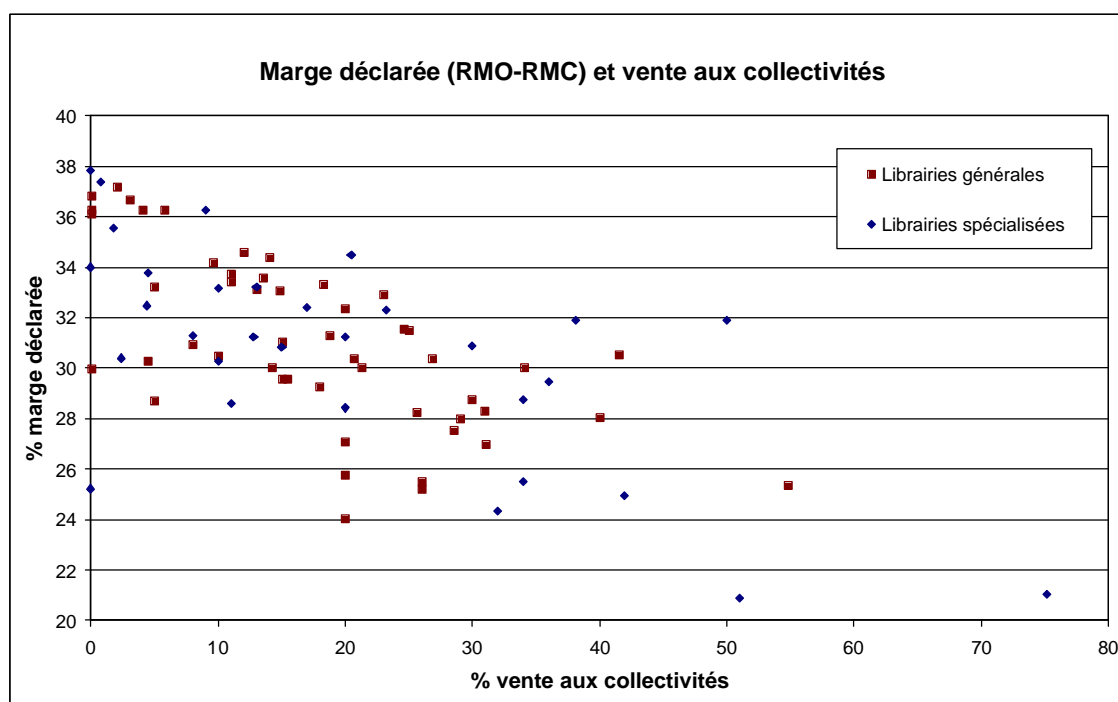
<sup>14</sup> Si l'on exclut le poste « Autres ventes à terme » du calcul pour faciliter la comparaison avec l'enquête de 1992, le rabais moyen consenti ressort à 5,4% en moyenne arithmétique et à 4,9% en moyenne pondérée.

en moyenne arithmétique, la marge théorique ressort à 30,9%, soit seulement 0,5% de plus que dans l'enquête 1992.

Surtout, comme en 1992, on est frappé par la diversité des situations, puisque cette marge varie de 20,9% à 37,9% (de 23,3% à 37,5% en 1992), ce qui signifie que la librairie de l'échantillon qui bénéficie des conditions d'exploitation les plus favorables affiche une marge théorique presque double de celle qui a les conditions les moins favorables.



Comme le montre le graphique ci-dessous, le poids des ventes aux collectivités dans l'activité pèse de façon très significative sur le niveau de marge théorique et donc, selon toute probabilité, sur les conditions d'exploitation des librairies.



Suffirait-il donc à une librairie, pour améliorer ses conditions d'exploitation, de renoncer aux marchés de collectivités ?

La réponse n'est pas si immédiate qu'elle y paraît. Car les ventes aux collectivités, en contrepartie des rabais qui leur sont liés, peuvent également signifier pour la librairie, par le volume d'affaire supplémentaire qu'elles apportent, une amélioration de la remise obtenue des fournisseurs. Et cette fois, c'est l'ensemble des commandes du libraire qui en bénéficie, et non les seules commandes liées aux marchés de collectivités.

Rappelons enfin que les réponses fournies portent sur une période antérieure à l'entrée en vigueur de la loi du 18 juin 2003, qui a plafonné les rabais sur les ventes aux collectivités de livres non scolaires.

Toutes choses égales par ailleurs – c'est-à-dire dans l'hypothèse la plus pessimiste où il n'entraînerait ni volume d'affaire supplémentaire ni augmentation de la remise obtenue –, ce plafonnement se traduirait mécaniquement par un gain de 0,2 point de marge en moyenne pondérée.

Dans l'hypothèse, initialement envisagée, d'un plafonnement des rabais sur les ventes de livres scolaires, il se serait traduit par un gain de 0,6 point de marge.

### *consommation de la marge commerciale et rentabilité*

Pour les 71 répondants hors ENP<sup>15</sup> ayant répondu de façon complète au compte de résultat simplifié, la marge commerciale<sup>16</sup> s'établit à 31,4% du CA en moyenne arithmétique (30,7% en 1992) et à 31,0% en moyenne pondérée (31,2% en 1992).

#### *les charges*

Si elles demeurent le premier poste de charges, les charges de personnel ne sont pas celles qui ont le plus augmenté en proportion : elles s'établissent à 17,2% du CA, en moyenne arithmétique comme en moyenne pondérée, en très légère hausse par rapport à l'enquête 1992 (resp. 17,0% et 16,8%). On soulignera que cette moyenne masque une très grande diversité des situations, puisque le poids du poste Personnel varie de 9% à 25% (médiane 17,7%).

La hausse des charges de loyer, de 2,1% à 2,4% en moyenne arithmétique, est en revanche beaucoup plus nette en proportion, de même que celle des coûts de transport, de 1,3% à 1,5%, particulièrement pour les plus petits points de vente.

Comme en 1992, la localisation des librairies demeure déterminante quant au montant de ces deux postes : les librairies franciliennes supportent des charges de loyer sensiblement plus élevées (3,9% à Paris, 2,9% en région parisienne, 2,1% en région) tandis que les librairies en région supportent des coûts de transport deux fois plus importants (1,7% contre 0,8% pour

<sup>15</sup> Pour des raisons d'homogénéité, les entreprises en nom propre (ENP) n'ont pas été prises en compte dans les résultats développés dans ce paragraphe : « Dans le cas des ENP, en effet, tout ou partie de la rémunération du libraire intervient en aval du résultat net, ce qui a tendance à diminuer le poste "personnel" et à augmenter artificiellement le résultat courant avant impôt ainsi que le résultat net » (Marc Minon, Bruno Schmutz, art. cité)

<sup>16</sup> Il s'agit ici de la marge effective, telle qu'elle ressort du compte de résultat simplifié transmis par les répondants. On notera d'ailleurs qu'en moyenne arithmétique, elle est très proche de la marge théorique précédemment évoquée (c'est moins vrai en moyenne pondérée). Par rapport à la marge théorique, la marge comptable prend en effet en compte :

- la marge réalisée sur les produits autres que le livre ;
- et, s'agissant de l'activité livres, les surremises pour opérations spéciales de promotion.

Paris-RP<sup>17</sup>). Mais en moyenne, la hausse cumulée des deux postes entre 1992 et 2003 est du même ordre quelle que soit l'implantation (de +0,5% à +0,7% du CA).

Les dépenses de promotion-publicité sont stables, à 1,1% du chiffre d'affaires.

La dotation aux amortissements se situe également à un niveau légèrement plus élevé que dans l'enquête 1992 : 1,8% en moyenne arithmétique contre 1,6%, ce qui semble attester d'un niveau d'investissement plus important que dix ans plus tôt. A l'inverse, la dotation aux provisions est légèrement plus faible (0,6% contre 0,8%).

Les frais financiers se situent en revanche à un niveau très sensiblement inférieur à 1992 : 0,5% contre 1,4% en moyenne arithmétique, ce qui s'explique en partie par la forte baisse des taux intervenue entre les deux périodes<sup>18</sup>, mais peut-être aussi par le développement des politiques d'aides (ADELC, prêts du CNL, agences régionales) qui a pu alléger le besoin de recours à l'endettement.

En moyenne, cette forte baisse des frais financiers, à elle seule, fait plus que compenser la hausse des charges précédemment énumérées.

Enfin, le solde des « autres charges externes » non isolées dans l'enquête (incluant notamment les dépenses d'affranchissement et de télécommunication) ressortent également à un niveau plus faible qu'en 1992, ce qui pourrait traduire pour partie l'impact du développement de l'EDI.

### *la rentabilité*

Rapporté au chiffre d'affaires, le résultat avant impôt & éléments exceptionnels s'établit à 2,6% en moyenne arithmétique, au lieu de 0,9% en 1992 (2,8% contre 0,95% en moyenne pondérée).

Le résultat net s'établit pour sa part à 2,0% contre 0,5% en 1992, en moyenne arithmétique comme en moyenne pondérée.

Comme pour d'autres indicateurs, ces moyennes masquent une assez grande amplitude des résultats, qui varient de -10,0% à +10,4% pour le résultat courant (écart-type 3,2%) et de -8,7% à +10,8% pour le résultat net.

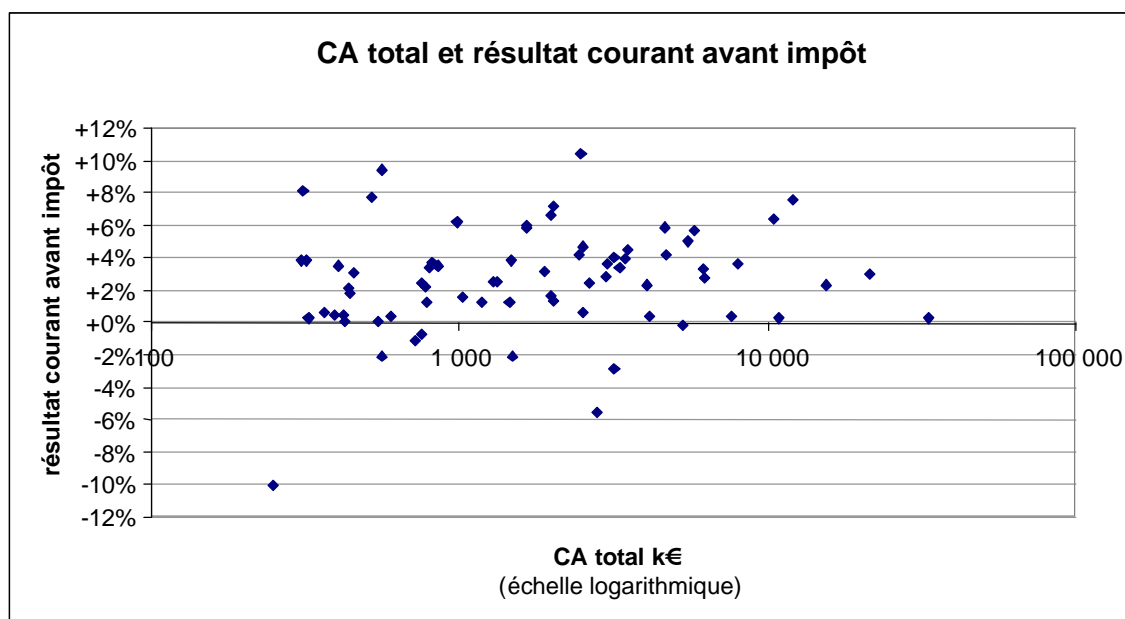
Dans l'enquête 1992, 22% des librairies avaient un résultat courant négatif ; elles sont en proportion deux fois moins nombreuses dans l'enquête 2003 (11%).

rentabilité (en % du CA total)	enquête 2003		enquête 1992	
	moyenne pondérée	moyenne arithmétique	moyenne pondérée	moyenne arithmétique
<i>réponses complètes hors ENP</i>	71 réponses		42 réponses	
Résultat courant avant impôt et éléments exceptionnels	2,76%	2,62%	0,95%	0,89%
Résultat net	2,04%	2,02%	0,51%	0,53%

<sup>17</sup> Pour ces derniers, on précisera qu'au poste comptable « Coûts de transports » analysé ici s'ajoutent également les frais de coursier, comptabilisés en Autres charges externes ou en Personnel s'il s'agit d'un coursier interne, et qui représentent en moyenne 0,4% du chiffre d'affaires.

<sup>18</sup> Pour mémoire, le taux d'intérêt à long terme a baissé d'environ 5 points entre les deux périodes d'enquête : 9,9% en 1990, 4,9% en 2001 (source : OCDE).

Là encore, comme le montre la carte ci-dessous, on remarque qu'il n'y a pas de corrélation linéaire entre le niveau du résultat et la taille de la librairie.



Cette évolution de prime abord favorable de la rentabilité des librairies appelle cependant deux remarques :

– la première, c'est qu'elle reflète la conjoncture des périodes où ont été menées les deux enquêtes et que ces conjonctures sont éminemment différentes :

- l'enquête 1992 était centrée sur l'exercice 1991 qui marquait, après l'embellie du marché de la fin des années 1980, le creux de la récession du début de la décennie 1990 ;
- à l'inverse, l'enquête 2003 est centrée sur les années 2001 et 2002 qui, si elles furent un peu moins bonnes que l'année 2000, s'inscrivent encore dans un cycle dynamique du marché.

– la seconde, c'est que ce résultat demeure, comme c'était déjà le cas en 1992, inférieur à celui du commerce en général :

- en 1992, le Bipe avait relevé que le différentiel du résultat net de l'échantillon d'enquête avec l'ensemble du commerce non alimentaire était de 0,4 points (0,5% contre 0,9%)
- dans l'enquête 2003, rapporté aux derniers chiffres disponibles<sup>19</sup>, ce différentiel serait du même ordre, sinon plus marqué encore s'agissant du résultat avant impôt.

Si l'on ajoute que le chiffre de l'enquête 2003 ne rend pas compte de la situation de plusieurs des librairies interrogées qui, connaissant de graves difficultés au moment de l'enquête, n'ont

<sup>19</sup> INSEE, Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de détail, 2000 et 2002 (ans le cadre du nouveau dispositif d'enquête de l'INSEE, les enquêtes détaillées sur le commerce de détail ne sont plus effectuées que les années paires, celles sur le commerce de gros les années impaires).

Selon l'INSEE, le résultat courant avant impôt dans le commerce de détail non alimentaire était de 3,4% en 2000 et de 4,0% en 2002, soit un écart compris entre 0,6% et 1,2% avec le résultat avant impôt des librairies de 1<sup>er</sup> niveau (2,8%). Le résultat net était de 2,7% en 2000 et de 2,3% en 2002, soit un écart compris entre 0,3% et 0,7%.

sans doute eu ni le temps ni le cœur d'y répondre, on jugera au final l'amélioration de la situation plus modeste que ne semble l'indiquer le rapprochement des deux chiffres.

### *les facteurs liés à la rentabilité*

En 1992, le BIPE avait examiné les caractéristiques des librairies les plus et les moins rentables, et observé que le facteur qui semblait le plus directement corrélé avec la rentabilité était le poids relatif des frais de personnel (corrélation négative). L'existence d'une activité VPC, le fait de vendre d'autres produits que des livres, ainsi que la spécialisation sur un segment du marché du livre ressortaient également comme des facteurs favorables.

Si les analyses de corrélations effectuées sur les résultats 2003 par les méthodes classiques (Pearson, ACM) confirment la corrélation négative avec le poids des frais de personnel (Pearson  $-0,315$ ) – ce qui est quelque peu alarmant dans un métier où la qualification du personnel est devenue une question cruciale –, et, de façon moins nette, avec la corrélation positive avec la spécialisation sur un sous-secteur éditorial, les deux autres facteurs (VPC, autres produits) ne semblent pas significativement corrélés avec le niveau de rentabilité.

Parmi les autres facteurs testés pour lesquels on n'observe pas de corrélation significative, on citera : le nombre de jours d'ouverture, la surface de vente, la forme juridique, l'existence ou non d'un accord sur les 35 heures ou le nombre de grandes surfaces spécialisées concurrentes.

Sans surprise, le niveau de marge théorique et celui de la rotation des stocks sont en revanche corrélés positivement.

La part du scolaire dans le CA est quant à elle corrélée négativement de façon significative : il apparaît donc que les rotations du rayon scolaire, pourtant 3 fois plus élevées que la moyenne, ne suffisent pas à compenser la faiblesse de la remise obtenue (30%), fortement consommée, on l'a vu, par les rabais élevés consentis sur les ventes aux collectivités (18,5%).

Enfin, on observe une nette corrélation de la rentabilité avec l'appartenance à plusieurs groupements ou associations de librairies.

On retrouvera ces corrélations (ou absences de corrélation) dans le tableau ci-dessous, qui utilise la même méthode que dans l'enquête 1992, à savoir la comparaison des caractéristiques des librairies selon leur degré de rentabilité.

profil des librairies selon leur niveau de rentabilité	enquête 2003			enquête 1992		
	tiers des librairies...			tiers des librairies...		
moyenne arithmétique 71 observations hors ENP	... les moins rentables	tiers intermédiaire	... les plus rentables	... les moins rentables	tiers intermédiaire	... les plus rentables
nb observations	24	23	24	14	13	14
<b>résultat courant avant impôt</b>						
moyenne arithmétique	-0,6%	2,7%	5,8%	-1,6%	0,9%	3,2%
médiane	0,3%	2,8%	5,8%	-	-	-
<b>caractéristiques des points de vente</b>						
CA total moyen	3 421	3 732	3 057	10 044 kF	14 344 kF	10 586 kF
CA total médian	983	1 894	2 240	-	-	-
% de librairies Paris-RP	17%	22%	21%	-	-	-
% de propriétaires des murs	41%	23%	29%	-	-	-
% des librairies avec accord 35 h	33%	57%	63%	-	-	-
appartenance à 1 ou plusieurs groupements	54%	70%	63%	-	-	-

(suite du tableau)	enquête 2003			enquête 1992		
	tiers des librairies...			tiers des librairies...		
moyenne arithmétique	... les moins rentables	tiers intermédiaire	... les plus rentables	... les moins rentables	tiers intermédiaire	... les plus rentables
71 observations hors ENP	24	23	24	14	13	14
nb observations	24	23	24	14	13	14
<b>charges et ratios</b>						
% frais de personnel/CA	18,6%	17,4%	15,7%	18,3%	17,6%	15,7%
rotation des stocks	3,6	3,9	4,0	2,9	3,6	3,4
<b>spécialisation</b>						
% livre dans le CA	87,5%	85,1%	90,0%	97,9%	90,3%	86,7%
poids du principal rayon	43,1%	41,1%	33,5%	* 40,5%	* 43,3%	* 43,7%
% de librairies spécialisées	50%	35%	21%	-	-	-
<b>vente aux collectivités</b>						
% ventes aux collectivités	24,6%	20,9%	13,2%	20,6%	23,1%	22,1%
% du scolaire dans les ventes aux collectiv.	55%	49%	40%	-	-	-
<b>remise &amp; rabais</b>						
RMO remise moyenne obtenue	35,9%	36,1%	36,8%	34,8%	35,5%	35,5%
RMC rabais moyen consenti	7,0%	5,7%	4,6%	4,7%	4,8%	5,6%
RMO-RMC marge théorique	28,8%	31,5%	32,3%	30,1%	30,7%	29,8%
marge comptable	30,1%	30,5%	33,5%	30,2%	30,0%	31,4%

\* en raison d'une nomenclature des rayons quelque peu différente de celle de l'enquête 2003 (ex : Littérature regroupée avec Actualités), le poids du principal rayon est en moyenne plus élevé dans l'enquête 1992

### *exploitation et financement*

Le rapprochement des données de l'enquête 2003 avec celles de l'enquête 1992 semble à première vue indiquer une amélioration de la plupart des ratios.

L'analyse par taille de chiffre d'affaires conduit cependant à nuancer le propos, compte tenu de la différence de structure des échantillons de répondants : contrairement à la structure globale de l'échantillon, les plus petits points de vente, dont les ratios sont souvent moins favorables, sont en effet sous-représentés dans les 52 répondants à cette section.

exploitation et financement	enquête 2003			
	moyenne pondérée		moyenne arithm	
	CA livre < 1,6 M€	CA livre > 1,6 M€	CA livre < 1,6 M€	CA livre > 1,6 M€
52 réponses complètes	21	31	21	31
nb observations	21	31	21	31
rotation des stocks	3,1	4,3	3,0	4,3
délai des créances clients	10j	12j	11j	11j
délai des crédits fournisseurs	83j	88j	85j	89j
BFR d'exploitation [(stocks + créances - dettes fournisseurs)/CA]				
- en % du CA	11,2%	5,4%	17,0%	7,3%
- en nombre de jours de CA	41j	20j	62j	27j
Endettement à long terme [Dettes > 1 an / Capitaux propres]				
- Dettes /Capitaux hors Comptes courants d'associés	0,44	0,21	1,00	0,38
- .Dettes /Capitaux y compris Comptes courants d'associés	0,28	0,19	0,34	0,35

#### *la rotation des stocks*

La rotation est significativement plus élevée pour les points de vente les plus importants, en 2003 comme en 1992. Si l'on s'en réfère à la moyenne arithmétique, seul indicateur dont on dispose pour l'enquête 1992, l'écart entre petits et gros points de vente se serait même accru :  
 – pour les plus gros points de vente, la rotation moyenne est plus élevée dans l'enquête 2003 que dans l'enquête 1992 (4,3 contre 3,8) ;  
 – alors qu'elle est légèrement plus faible pour les plus petits points de vente (3,0 contre 3,2).

Dans la mesure où l'on observe une corrélation statistiquement significative de la rotation avec le chiffre d'affaires (Pearson 0,52), on en déduira que, selon toute probabilité, l'augmentation de la rotation moyenne entre les deux enquêtes (3,7 en 2003 en données redressées, contre 3,4 dans l'enquête 1992) masque en fait une évolution divergente :

- une stabilité, voire un léger recul, de la rotation des plus petits points de vente ;
- et une amélioration sensible de celle des des points de ventes les plus importants.

rotation des stocks	enquête 2003			enquête 1992		
	moyenne arithm	médiane	nb observ°	moyenne arithm	médiane	nb observ°
CA livre <1,6M€	3,0	3,2	21	3,2	nd	28
CA livre >1,6M€	4,3	4,2	31	3,8	nd	14

### *le cycle d'exploitation*

L'enquête confirme le constat opéré en 1992 d'un cycle d'exploitation défavorable en termes de trésorerie : les échéances fournisseurs restent moins longues que le temps de stockage, et les ventes à termes, bien qu'en recul, restent non négligeables : le besoin en fonds de roulement reste positif, à 41 jours de chiffre d'affaires (38 jours en 1992).

Le fonds de roulement, qui mesure la part besoin courant financée par des capitaux permanents ressort à 31 jours en moyenne arithmétique (25 jours en 1992).

Evolution plus nette : le ratio d'endettement à long terme est très inférieur à ce qu'il était dans la précédente enquête et ce, quel que soit le niveau de chiffre d'affaires. Ce ratio est corrélé de façon significative avec la rentabilité (Pearson -0,491).

exploitation et financement	enquête 2003 52 réponses complètes	
	moyenne pondérée	moyenne arithmétique
rotation des stocks	4,1	3,8
rotation des stocks livres *	4,0	3,8
délai des créances clients	12j	11j
délai des crédits fournisseurs	88j	88j
BFR d'exploitation [(stocks + créances – dettes fournisseurs)/CA]		
- en % du CA	5,9%	11,2%
- en nombre de jours de CA	22j	41j
Fonds de roulement [(capx propres + dettes > 1an - actif immo net)/CA]		
- en % du CA	3,8%	8,6%
- en nombre de jours de CA	14j	31j
Endettement à long terme [Dettes > 1 an / Capitaux propres]		
- .Dettes /Capitaux hors Comptes courants d'associés	0,23	0,63
- .Dettes /Capitaux y compris Comptes courants d'associés	0,21	0,35

\* 44 répondants seulement

## *économie des différents rayons*

### ***pour une bonne lecture des résultats qui suivent : le problème du poche***

Rayon poche ou interclassement ? La question que tout libraire s'est posée un jour se pose également aux rédacteurs d'un questionnaire d'enquête.

En 1992, les auteurs de l'enquête avaient fait le choix de traiter le poche en rayon séparé, en demandant aux librairies pratiquant l'interclassement d'estimer la part du poche pour chacun des rayons concernés—ce qui posa d'ailleurs des problèmes à plusieurs répondants, en particulier dans le cas du rayon jeunesse.

En 2003, pour éviter ces difficultés et tenir compte du développement de l'interclassement, le choix fut de recueillir les données tous formats confondus, en demandant cependant à ceux des libraires qui pouvaient le faire de préciser la part du poche dans le total général.

S'il a allégé le travail d'une majorité de répondants, ce choix complique quelque peu la comparaison des résultats des deux enquêtes :

- en répartition du chiffre d'affaires, la part des rayons incluant une forte proportion de poches (littérature, jeunesse, pratique) s'en trouve mécaniquement augmentée dans les résultats 2003 ;
- le rabais moyen sur les poches comptant parmi les plus élevés, le rabais moyen de ces rayons s'en trouve également augmenté ;
- enfin, la baisse du nombre d'observations pour les données poche ne signifie évidemment pas qu'une proportion importante des libraires a abandonné ce format, mais que moins de libraires ont pu fournir l'information.

### *le poids des différents rayons*

La littérature générale occupe logiquement une place prépondérante dans le chiffre d'affaires des librairies de 1<sup>er</sup> niveau : elle représente en moyenne pondérée 42% du chiffre d'affaires des répondants (22% pour les romans, 20% pour les essais et sciences humaines). Viennent ensuite les rayons « universitaire, sciences et techniques, droit et médecine » (13%), jeunesse (11%), scolaire (9%), pratique (10%), art (6%), bandes dessinées (5%) et parascolaire (4%).

Compte tenu de la proportion plus importante de librairies spécialisées parmi les répondants à l'enquête 2003 (notamment en jeunesse, religion et universitaire) et du traitement différent du format poche, les données ci-dessous avec mais ne peuvent être directement rapprochées des données équivalentes de l'enquête 1992 pour conclure à la baisse ou à la hausse du poids de tel ou tel rayon dans les librairies de 1<sup>er</sup> niveau<sup>20</sup>. En revanche, le fait que la hiérarchie des différents rayons soit globalement comparable entre les deux enquêtes permet de conclure à l'absence de biais de structure.

<sup>20</sup> La ventilation du chiffre d'affaires selon les différentes disciplines est bien sûr influencée par la plus ou moins forte proportion de librairies spécialisées, tant en moyenne arithmétique que pondérée :

- le poids du rayon jeunesse sera plus élevé en moyenne arithmétique (et par conséquent, celui des autres rayons sera plus faible) s'il y a plus de librairies spécialisées jeunesse parmi les répondants ;
- la présence (ou l'absence) d'un gros point de vente spécialisé (universitaire, religion) viendra également perturber la comparaison des moyennes pondérées.

Compte tenu du nombre relativement restreint d'observations des deux enquêtes, seule la constitution d'un échantillon constant aurait pu permettre de conclure quant à l'évolution du poids des différents rayons entre les deux enquêtes.

répartition du CA par spécialités (détaillé)	enquête 2003			
	66 réponses	moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observ°
<b>ENSEIGN., UNIV., SMTP &amp; REFERENCE</b>		<b>28%</b>	<b>21%</b>	<b>54</b>
Scolaire		9%	9%	41
Parascolaire		4%	3%	39
Universitaire, Sciences et Tech., Droit, Médecine		13%	9%	39
Encyclopédies et dictionnaires		2%	1%	39
<b>LITTERATURE GENERALE</b>		<b>42%</b>	<b>42%</b>	<b>59</b>
Littérature		20%	22%	57
Actualité, documents et reportages		2%	3%	36
Sciences humaines		14%	8%	45
Religions, spiritualités, ésotérisme		6%	9%	41
<b>JEUNESSE, PRATIQUES &amp; AUTRES</b>		<b>31%</b>	<b>37%</b>	<b>64</b>
Jeunesse		11%	16%	61
Bandes dessinées		5%	7%	52
Art et Beaux livres		6%	6%	54
Livres pratiques		8%	8%	53
<b>LIVRES DE POCHE *</b>		///	///	///
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>66</b>

\* Dans l'enquête 2003, le poche est inclus dans le CA des différents rayons ; il représente en moyenne pondérée 12% du CA des 46 librairies ayant pu isoler la part du poche dans le CA livre total (13% en moyenne arithmétique).

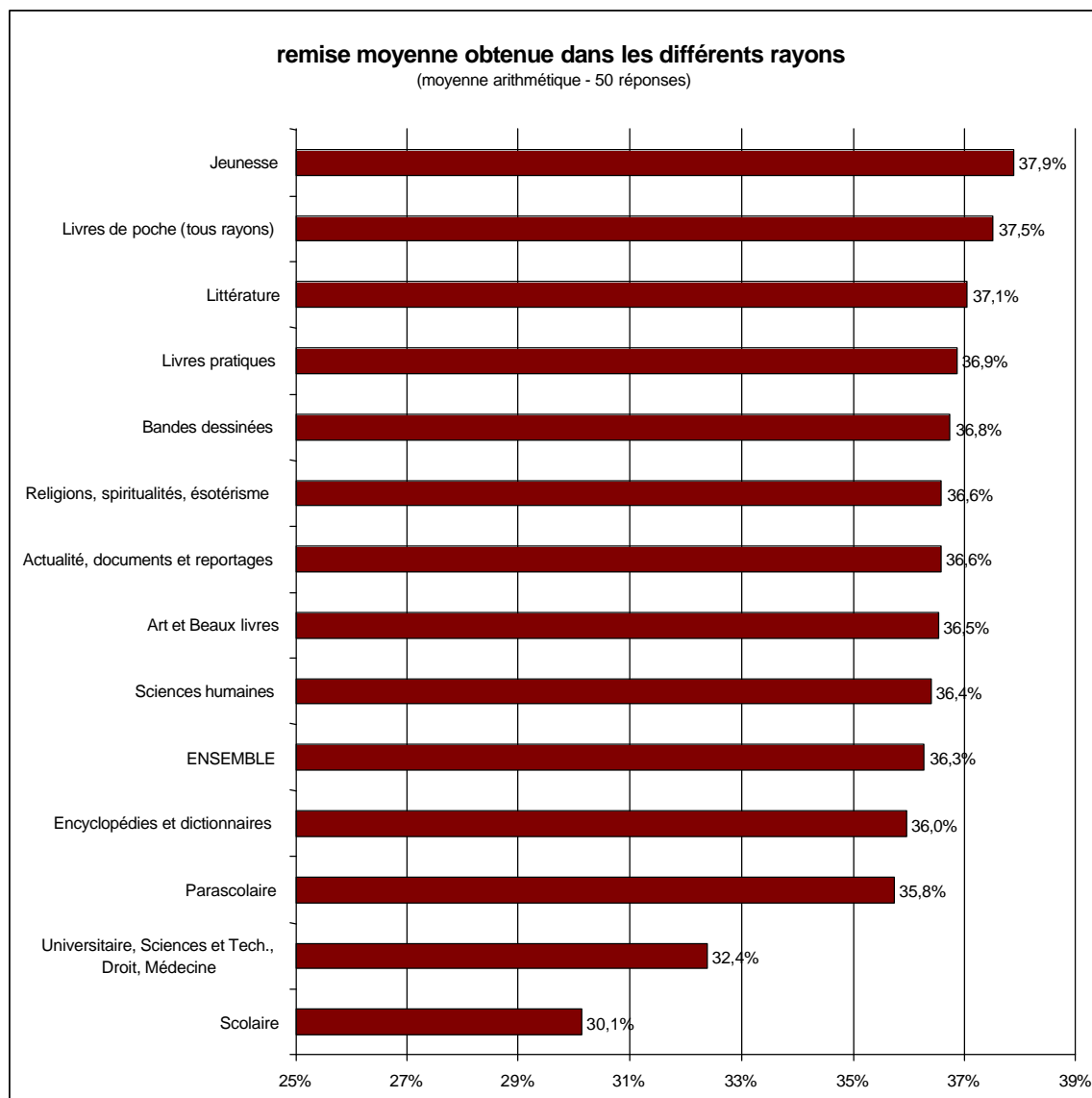
### les remises

L'enquête 2003 corrobore la hiérarchie des remises telle qu'elle apparaissait dans la précédente enquête :

- un pôle littérature générale, jeunesse et BD, où la remise se situe entre 36% et 37% en moyenne arithmétique
- le pôle enseignement et STMP caractérisé par des remises moyennes comprises entre 30% et 32%

À l'exception du scolaire et de la BD, la remise moyenne est plus élevée (de 0,5% à 1% en moyenne arithmétique) dans tous les rayons. Le niveau nettement plus élevé de la remise en religion (2 points de plus que dans l'enquête 1992) s'explique en partie par la présence d'une proportion plus forte de librairies religieuses dans l'échantillon qui, par nature, bénéficient de fortes remises des éditeurs religieux.

remise par spécialités (détail)	enquête 2003			enquête 1992			
	50 réponses	moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observ°	moyenne pondérée	moyenne arithm	nb observ°
<b>ENSEIGN., UNIV., SMTP &amp; REFERENCE</b>		<b>33,7%</b>	<b>32,8%</b>	<b>40</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>
Scolaire		31,3%	30,1%	29	nd	30,9%	22
Parascolaire		37,5%	35,8%	31	nd	35,9%	26
Universitaire, Sciences et Tech., Droit, Médecine		33,9%	32,4%	29	nd	31,2%	22
Encyclopédies et dictionnaires		37,4%	36,0%	29	nd	34,4%	30
<b>LITTERATURE GENERALE</b>		<b>38,2%</b>	<b>36,9%</b>	<b>43</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>
Littérature		38,7%	37,1%	43	nd	36,4%	41
Actualité, documents et reportages		37,5%	36,6%	28	nd		
Sciences humaines		38,1%	36,4%	31	nd	36,0%	40
Religions, spiritualités, ésotérisme		37,2%	36,6%	31	nd	34,4%	19
<b>JEUNESSE, PRATIQUES &amp; AUTRES</b>		<b>38,6%</b>	<b>37,4%</b>	<b>49</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>
Jeunesse		39,0%	37,9%	46	nd	37,2%	41
Bandes dessinées		38,5%	36,8%	40	nd	37,0%	29
Art et Beaux livres		38,2%	36,5%	39	nd	35,5%	39
Livres pratiques		38,6%	36,9%	39	nd	36,0%	32
<b>LIVRES DE POCHE (rayon autonome)</b>		///	///	///	nd	<b>37,2%</b>	<b>42</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>36,9%</b>	<b>36,3%</b>	<b>50</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>
dont Livre de poche (tous rayons confondus)		39,6%	37,5%	30	///	///	



### *les sujets de préoccupation des libraires*

Un petit tiers des répondants (31 librairies) a utilisé la question ouverte qui figurait à la fin du questionnaire. Sans être statistiquement représentatives, ces réponses donnent un aperçu des thèmes qui préoccupent les libraires de 1<sup>e</sup> niveau.

Le thème le plus cité est celui de l'agrandissement (9 citations), vécu comme une nécessité pour affronter la concurrence des grandes surfaces culturelles et des hypermarchés (8 citations).

Avec 8 citations également, le thème du resserrement des conditions des fournisseurs, qu'il s'agisse de la remise ou des délais de paiement.

Est ensuite cité le thème de la hausse des charges, particulièrement l'explosion des coûts de transport (8 citations) et des loyers (4 citations).

Viennent ensuite :

- le thème des difficultés du métier de libraire : difficulté de rémunérer correctement le personnel et inquiétudes quant à la transmission de la librairie (6 citations) ;
- la surenchère sur les rabais aux collectivités (6 citations, souvent accompagnées d'une expression de satisfaction face au vote de la loi du 18 juin 2003) et la question de la gratuité du livre scolaire dans les lycées (4 citations)
- sans oublier, particulièrement dans les premières réponses reçues, la vive inquiétude exprimée face au projet de rachat d'Editis par le groupe Lagardère (4 citations).

Enfin, et le chiffre mérite d'être souligné dans un espace où s'expriment plutôt les doléances, 5 librairies ont inséré un commentaire plutôt positif quant à la situation de leur entreprise.

### *conclusion(s) provisoire(s)*

- La première des conclusions qui s'impose à l'issue de cette deuxième enquête sur la situation économique des librairies de 1<sup>e</sup> niveau est... qu'elle vient bien longtemps après la première : en un peu plus de 10 ans, l'environnement de la librairie s'est singulièrement modifié : production de nouveautés en augmentation d'au moins 50%, concurrence croissante des GSS et des hypermarchés, apparition des librairies en ligne, concentration dans l'édition et la distribution, développement du numérique...

Aurions-nous eu accès aux données brutes de l'enquête de 1992, la liste de ces modifications est suffisamment longue pour qu'il ait été délicat d'isoler de façon assurée les facteurs explicatifs de telle ou telle évolution.

A défaut d'avoir pu pousser aussi loin qu'on le souhaitait la comparaison avec l'enquête du Bipe, on dispose aujourd'hui d'une nouvelle photographie de la situation économique de la librairie de 1<sup>e</sup> niveau, telle qu'elle se présentait à la veille du vote de la loi du 18 juin 2003 et donc d'un nouveau point de référence pour une nouvelle enquête, à réaliser dans un horizon moins éloigné. Il conviendra, à la lumière des leçons de la présente enquête, d'étudier avec les libraires et leurs représentants comment en améliorer le processus de collecte de façon à en accroître encore la représentativité et l'homogénéité des réponses.

- La seconde conclusion est que l'essentiel du constat dressé en 1992 demeure : avec une rentabilité moyenne de 2% en conjoncture favorable (dynamisme du marché, faiblesse des taux d'intérêt), la question de la capacité de financement des investissements matériels et humains de la librairie reste posée.

Le constat de la faible rentabilité de la librairie n'est certes pas nouveau : en 1987, dans un rapport au ministre de la culture, Patrice Cahart titrait le paragraphe consacré à la question « Une rentabilité médiocre » et citait une étude réalisée sur les exercices 1984-1985 auprès d'une vingtaine de librairies qui affichaient un bénéfice comptable moyen de 0,9%<sup>21</sup>. Si l'on considère que les librairies ne devaient alors gérer « que » 15.000 nouveautés par an et 270.000 titres disponibles, contre 45.000 nouveautés annuelles et 570.000 titres disponibles en 2003, on mesurera mieux l'ampleur du défi que les librairies de 1<sup>e</sup> niveau ont eu à relever. On s'expliquera mieux aussi pourquoi leur rentabilité reste modeste et l'on comprendra que ce n'est qu'au prix d'efforts constants de modernisation et de professionnalisation qu'elle a pu être atteinte. De façon plus prosaïque, on comprendra mieux aussi que la question de l'agrandissement se pose en termes très concrets pour des librairies dont la largeur d'assortiment constitue un atout majeur.

<sup>21</sup> Patrice Cahart, *Le livre français a-t-il un avenir ?*, La Documentation française, 1988, pp. 89-90.

Mais la modestie de cette rentabilité, à l'heure où les objectifs de rentabilité à deux chiffres ne sont plus étrangers au secteur du livre, souligne que la situation de la librairie de 1<sup>e</sup> niveau, si elle est aujourd'hui meilleure qu'il y a dix ans plus tôt, demeure fragile.

Observatoire de l'économie du livre, octobre 2004