

# **situation économique de la librairie indépendante**

– rapport des enquêtes quantitatives –

**Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre**  
mars 2007

étude réalisée pour  
**le Syndicat de la librairie française**  
**le Syndicat national de l'édition**  
**et le Ministère de la culture et de la communication**  
**(Direction du livre et de la lecture, Centre national du livre)**

rapport établi par  
Hervé Renard, Observatoire de l'économie du livre, DLL

<b>Introduction</b>	<b>4</b>
<b>1. PRÉSENTATION DES ENQUÊTES</b>	<b>6</b>
le champ - l'échantillon	6
les questionnaires	7
le déroulement des enquêtes – l'exploitation des résultats	8
les réponses reçues	9
le poids des segments ABCD dans le chiffre d'affaires de la librairie indépendante	10
représentativité de l'échantillon de réponse	10
[encadré] quelques précisions sur la présentation des résultats	11
<b>2. CARTE D'IDENTITÉ DE LA LIBRAIRIE</b>	<b>13</b>
<b>2.1. CARACTÉRISTIQUES DES LIBRAIRIES</b>	<b>13</b>
2.1.1. <i>Structure de l'échantillon et chiffre d'affaires par produit</i>	13
Chiffres d'affaires moyens et médians	13
Structure par produit	14
2.1.2. <i>Forme juridique</i>	15
2.1.3. <i>Effectifs &amp; productivité</i>	16
Effectifs	16
Chiffre d'affaires par emploi	16
[encadré] quelques précisions sur la présentation des résultats : lecture des « boîtes à moustaches »	18
2.1.4. <i>Surfaces &amp; productivité</i>	19
2.1.5. <i>Propriété des locaux</i>	19
Nature du bail	20
2.1.6. <i>Largeur de l'assortiment</i>	20
2.1.7. <i>Heures et jours d'ouverture</i>	22
2.1.8. <i>Informatisation et usages du numérique</i>	24
2.1.8.a. Gestion des stocks et analyse des ventes	24
2.1.8.b. Transmission des commandes de réassort	25
2.1.8.c. Accès et usages internet	27
2.1.8.d. Abonnement à Electre	28
<b>2.2. LA LIBRAIRIE DANS SON ENVIRONNEMENT</b>	<b>31</b>
2.2.1. <i>Groupements et syndicats de librairies</i>	31
L'appartenance aux groupements	31
L'appartenance à un syndicat de libraires	32
2.2.2. <i>Concurrence</i>	33
<b>2.3. LES LIBRAIRES ET L'INFORMATION COMMERCIALE – LES REPRÉSENTANTS</b>	<b>35</b>
2.3.1. <i>Les supports d'information commerciale</i>	35
2.3.2. <i>Opinions sur l'information et les relations commerciales</i>	36
2.3.3. <i>Nombre de visites des représentants</i>	38
<b>3. L'ÉCONOMIE DES LIBRAIRIES</b>	<b>41</b>
<b>3.1. CANAUX D'APPROVISIONNEMENT</b>	<b>41</b>
3.1.1. <i>Structure des approvisionnements</i>	41
3.1.2. <i>Les remises</i>	42
3.1.2.a. Les remises par canaux	42
3.1.2.b. La remise globale	43
3.1.2.d. Remises moyennes par catalogues diffusés	45
3.1.3. <i>Délais de paiement</i>	48
<b>3.2. OFFICE, RÉASSORT, RETOURS</b>	<b>49</b>
3.2.1. <i>L'office</i>	49
3.2.1.a. Part de l'office dans l'approvisionnement	49
3.2.1.b. Ratio office/ventes nettes	49
[encadré] quelques précisions sur la présentation des résultats de l'enquête Distributeurs	50
3.2.1.c. Les flux d'approvisionnement en volume	51
3.2.2. <i>Les retours</i>	51
3.2.3. <i>Gestion des flux et productivité</i>	52
<b>3.3. RÉSULTATS PAR SPÉCIALITÉS</b>	<b>54</b>
3.3.1. <i>Structure des ventes par spécialités</i>	54
3.3.2. <i>Le livre au format poche en librairie</i>	56
3.3.2.a. Le poids des livres de poche	56
3.3.2.b. L'interclassement	58
3.3.3. <i>Remises moyennes par spécialités</i>	61

3.3.4. <i>Les librairies spécialisées</i> .....	63
3.3.4.a. Comment définir une « librairie spécialisée » ? .....	63
3.3.4.b. Une relecture du niveau des remises par taille de librairie.....	64
3.4. VENTES PAR CLIENTÈLES .....	65
3.4.1. <i>Répartition des ventes par clientèles</i> .....	65
3.4.2. <i>Rabais consenti</i> .....	68
L'utilisation des cartes de fidélité.....	69
3.5. CONSOMMATION DE LA MARGE ET RENTABILITÉ.....	70
3.5.1. <i>La marge</i> .....	71
Marge commerciale et marge théorique .....	73
3.5.2. <i>Les charges</i> .....	74
3.5.2.a. Personnel .....	74
3.5.2.b. Loyer .....	75
3.5.2.c. Transport.....	76
3.5.2.d. Quelques autres postes de charge .....	77
Promotion, publicité.....	77
Dotation aux provisions.....	78
Impôts & taxes – Taxe professionnelle - TACA .....	79
3.5.3. <i>La rentabilité</i> .....	81
Rapprochements et comparaison avec d'autres sources .....	82
Les facteurs liés à la rentabilité .....	83
3.5.4. <i>Le cas particulier des entreprises individuelles</i> .....	86
3.6. RATIOS D'EXPLOITATION.....	87
la rotation des stocks .....	87
le besoin en fonds de roulement .....	89
3.7. RÉPARTITION DES STOCKS PAR DURÉE DE DÉTENTION.....	90
<b>4. LES PRÉOCCUPATIONS DES LIBRAIRES .....</b>	<b>92</b>
les relations avec les fournisseurs.....	93
les difficultés économiques .....	96
l'absence ou l'étroitesse des marges de manœuvre .....	98
les difficultés du métier de libraire .....	99
les atouts de la librairie.....	100
des idées et des souhaits pour assurer l'avenir de la librairie .....	100
<b>5. L'ÉVOLUTION 2003-2005 : quelques premiers résultats de l'échantillon constant</b>	
<b>de répondants de 1<sup>e</sup> niveau.....</b>	<b>102</b>
les périodes concernées par les enquêtes .....	102
caractéristiques de l'échantillon constant .....	103
5.1. L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES .....	104
• l'évolution des surfaces.....	105
• l'évolution des composantes du chiffre d'affaires livre .....	106
5.2. L'ÉVOLUTION DES VENTES PAR CLIENTÈLES .....	109
5.2.1. <i>L'évolution de la répartition des ventes par clientèles</i> .....	109
5.2.2. <i>L'évolution du rabais</i> .....	111
une estimation théorique de l'impact de la baisse des rabais.....	112
5.2.3. <i>L'impact des modifications du cadre législatif : la loi du 18 juin 2003 et le nouveau code des marchés publics</i> .....	113
• une mesure de la récupération de marchés non scolaires .....	114
[encadré] Trois scénarios d'évolution de l'activité vente aux collectivités non scolaires en librairie.....	115
• plafonnement des rabais et versement du droit de prêt .....	117
5.3. L'ÉVOLUTION DE LA RENTABILITÉ ET DU COMPTE DE RÉSULTAT .....	119
5.3.1. <i>L'évolution de la rentabilité</i> .....	119
5.3.2. <i>L'évolution de la marge et de sa consommation</i> .....	121
5.3.2.a. L'évolution de la marge commerciale.....	121
5.3.2.b. La consommation de la marge .....	122
SYNTHESE ET CONCLUSIONS PROVISOIRES .....	123
<b>ANNEXES .....</b>	<b>124</b>
ANNEXE 1 – MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE .....	124
ANNEXE 2 – QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE QUANTITATIVE .....	125
ANNEXE 3 – QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE DISTRIBUTEURS .....	134

# situation économique de la librairie indépendante

– rapport des enquêtes quantitatives \* –

En mars 2005, la Commission des usages commerciaux, instance de concertation entre éditeurs et libraires, décidait de mener une étude sur la situation économique de la librairie française.

L'une des ambitions de cette étude était d'établir une photographie actualisée, deux ans après l'enquête sur la *Situation économique de la librairie de 1<sup>e</sup> niveau* réalisée par le Ministère de la culture<sup>1</sup>, de la situation de l'ensemble de la librairie indépendante, tous « niveaux » confondus<sup>2</sup>, en ajoutant à un diagnostic factuel des éléments qualitatifs sur la façon dont les libraires vivent cette situation économique et le fonctionnement de la filière.

\* Rapport établi par Hervé Renard, Observatoire de l'économie du livre (DLL-CNL).

La passation et une première exploitation de l'enquête Librairie, ainsi que la totalité de l'enquête Distributeurs, ont été effectués par Ipsos Culture, sous la direction de Sophie Martin, avec la collaboration d'Armelle Vincent-Gérard, Stéphanie Ninérailles et, pour les traitements informatiques, d'Isabelle Kermarrec (enquête Distributeurs) et Nicolas Sobiepanek (enquête Librairie). Une exploitation complémentaire de l'enquête Librairie a ensuite été réalisée par Hervé Renard, en liaison avec Ipsos Culture. Remerciements à Didier Grevel pour ses avis éclairés et à Geoffroy Pelletier pour ses patientes relectures.

<sup>1</sup> Observatoire de l'économie du livre, *Situation économique de la librairie de 1<sup>e</sup> niveau*, octobre 2004, disponible en ligne sur le site du Centre national du livre (<http://www.centrenationaldulivre.fr/Situation-economique-des.html>). L'étude a également fait l'objet d'un numéro spécial des *Cahiers du SLF* en octobre 2005.

<sup>2</sup> Le terme de « niveaux » de librairies vient de la segmentation des clientèles opérée par les entreprises de diffusion. Classiquement, cette segmentation distingue :

- le 1<sup>e</sup> niveau (parfois segmenté en « librairies A » et « librairies B »), qui 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.) ;
- 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 hypermarchés (environ 1.000), qui bénéficient d'une équipe spécifique de représentants ou d'une structure dédiée.

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, comme les magasins populaires et la majorité des 1.800 supermarchés vendant du livre, auprès de grossistes ou des agences régionales des distributeurs.

Mal cernée au plan statistique, la librairie ne fait en effet pas l'objet d'un suivi régulier par l'appareil statistique national : 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>3</sup> ni d'une enquête annuelle de branche s'inscrivant dans le cadre des statistiques obligatoires.

Le projet de la Commission des usages commerciaux rejoignant une préoccupation de la Direction du livre et de la lecture, qui envisageait au même moment de réaliser une enquête sur la structure et la situation de la librairie de 2<sup>e</sup> niveau, particulièrement mal connue alors même qu'elle est fréquemment désignée comme l'un des réseaux les plus fragiles, le Ministère de la culture décidait de se joindre au Syndicat de la librairie française et au Syndicat national de l'édition pour la réalisation de ce projet.

Le dispositif envisagé pour cette étude comportait trois volets :

- une enquête quantitative sur un large échantillon représentatif de la librairie indépendante ;
- une étude qualitative sur une partie de cet échantillon (entretiens approfondis en face à face) ;
- et enfin, une enquête auprès des principaux distributeurs sur les flux réalisés avec les librairies retenues pour l'enquête quantitative.

Un comité de pilotage associant, outre les trois financeurs de l'étude – Syndicat de la librairie française, Syndicat national de l'édition et Ministère de la culture et de la communication (DLL et CNL) –, l'ADELIC et des directeurs commerciaux de maisons d'édition, s'est constitué en mai 2005 sous la présidence de Bruno Caillet, président de la Commission des usages commerciaux (*voir composition en Annexe 1*).

Organisé en trois collèges co-décisionnaires (libraires, éditeurs et pouvoirs publics), ce comité a élaboré de mai à juillet 2005 les modalités des différentes enquêtes : mise au point des questionnaires des enquêtes quantitatives, constitution des échantillons, ébauche d'une grille d'entretiens pour l'enquête qualitative.

S'agissant des enquêtes quantitatives, il fut décidé après appel d'offres d'en confier la passation à Ipsos Culture, qui gère depuis 1999 un panel de points de vente de livres, tandis que l'enquête qualitative était confiée à Denis Bénévent (Datalib) et Ambroise Pujebet (ancien directeur commercial de Gallimard), deux professionnels ayant une expérience et une connaissance approfondie des réseaux de librairies.

Dans la suite de ce rapport, on utilisera par commodité les appellations « enquête 2005 » pour désigner l'enquête quantitative Librairie, dont sont tirés la majorité des résultats présentés et « enquête 2003 » pour désigner l'enquête sur la situation économique de la librairie de 1<sup>e</sup> niveau réalisée deux ans plus tôt.

---

<sup>3</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, 47.62Z dans le projet de nomenclature révisée de juillet 2006). 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.

## 1. PRÉSENTATION DES ENQUÊTES

### *le champ - l'échantillon*

Le champ visé par l'étude se définit comme l'ensemble des points de vente spécialisés dans la vente de livres neufs (excluant donc les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces culturelles et les réseaux de diffusion de presse type Relay), et plus précisément celui de la librairie « indépendante », c'est-à-dire hors les réseaux détenus par un groupe extérieur à la librairie.

Le choix méthodologique initial de l'étude a été de sortir de la segmentation traditionnelle en niveaux de clientèle utilisée par les diffuseurs. Ce choix a été motivé à la fois par des considérations pratiques – à commencer par le fait que chaque diffuseur a sa propre définition des 1<sup>e</sup>, 2<sup>e</sup> voire 3<sup>e</sup> niveaux et qu'il n'existe donc aucun répertoire des points de vente par niveau –, mais aussi en raison d'un sentiment diffus, mais partagé, que les évolutions récentes du marché du livre rendaient cette notion de niveaux de librairies moins pertinente.

Le champ ainsi défini a été segmenté en quatre tailles de librairies correspondant à des seuils jugés significatifs par les membres du comité en termes de profil économique pour des entreprises de librairie.

Le tableau ci-dessous présente la définition de ces 4 catégories, baptisées par convention A, B, C et D<sup>4</sup>, ainsi que les objectifs de réponse visés, qui incluaient une proportion de 30% de librairies franciliennes dans chaque catégorie.

catégorie	chiffre d'affaires livre	Paris-IdF	Province	TOTAL
<b>A</b>	2 M€ et plus	9	21	<b>30</b>
<b>B</b>	de 1 à 2 M€	9	21	<b>30</b>
<b>C</b>	de 300 K€ à 1 M€	18	42	<b>60</b>
<b>D</b>	moins de 300 K€	18	42	<b>60</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>126</b>	<b>180</b>

Sur l'hypothèse d'un taux de réponse global de 60%, le nombre de questionnaires nécessaire à la réalisation de ces objectifs a été estimé à 300.

En l'absence d'une base de données ou d'un répertoire de la librairie indépendante, l'échantillon a été constitué à partir de listes de librairies communiquées par les membres du comité :

- listes fournies par les responsables commerciaux (Editis, Gallimard, Volumen) ;
- liste d'adhérents du SLF ;
- liste des répondants à l'enquête 2003 sur la librairie de 1<sup>e</sup> niveau.

<sup>4</sup> Comme l'indique le tableau, les catégories A et B de l'enquête sont définies sur le seul critère du chiffre d'affaires livre ; elles ne recoupent pas la segmentation du 1<sup>e</sup> niveau en « librairies A » et « librairies B » adoptée il y a quelques années par certains diffuseurs.

De façon pragmatique, ont été retenues les librairies qui figuraient simultanément sur les différentes listes, cette présence simultanée pouvant s'analyser comme un indice de représentativité de la cible visée. Ces librairies ont été qualifiées par le comité selon la nomenclature ABCD, l'échantillon étant ensuite ajusté en fonction des objectifs quantitatifs et de répartition Paris/Province.

Les librairies de spécialité (jeunesse, religion, etc.) n'ont pas été écartées mais, contrairement à l'enquête 2003, n'ont pas non plus été surreprésentées en vue de la constitution d'un sous-échantillon spécifique.

40 des 296 librairies retenues ont ensuite été sélectionnées par le comité pour être interrogées sur site en face à face lors de l'enquête qualitative.

Enfin, la liste de 296 librairies, accompagnée de leur Gencod, a été intégrée au questionnaire adressé par Ipsos Culture aux 16 principaux distributeurs afin qu'ils renseignent pour chacune de ces librairies plusieurs indicateurs sur les flux réalisés avec ces entreprises.

### *les questionnaires*

- *enquête quanti Librairie* (cf. Annexe 2)

Les enquêtes nationales sur la situation économique de la librairie étant peu nombreuses, le questionnaire de l'enquête librairie a été adapté de celui de l'enquête 2003 sur la situation des librairies de 1<sup>e</sup> niveau, de façon à permettre un minimum de comparabilité<sup>5</sup>. Le comité s'est cependant efforcé de l'alléger et de le simplifier dans la mesure où le questionnaire 2005 s'adressait également à des librairies *a priori* moins outillées pour le suivi et l'analyse de leur gestion que les librairies de 1<sup>e</sup> niveau.

Le questionnaire de l'enquête 2005 s'organise en 8 grandes rubriques :

- caractéristiques du point de vente et de son environnement
- opinions sur l'information reçue des diffuseurs
- canaux d'approvisionnement
- bilan et compte de résultat simplifiés
- structure des ventes par canal
- structure des ventes par spécialité
- structure du stock par durée de détention (stock ABC)
- remises et délais de paiement obtenus par diffuseur

Une question ouverte en fin de questionnaire 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.

---

<sup>5</sup> Le questionnaire de l'enquête 2003 avait lui-même été adapté de celui de la première enquête sur la librairie de 1<sup>e</sup> niveau réalisée en 1992 (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).

La période d'observation souhaitée était l'exercice 2004. Afin d'obtenir des périodes d'observation aussi homogènes que possible, il était demandé aux librairies dont l'exercice comptable ne coïncide pas avec l'année civile de répondre sur l'exercice incluant les deux derniers mois de 2004 – les deux derniers mois de l'année étant particulièrement importants dans l'activité d'une librairie.

- *enquête Distributeurs* (cf. Annexe 3)

Pour chaque librairie de l'échantillon, il était demandé aux distributeurs de fournir les indicateurs suivants :

- CA PP HT et nombre d'exemplaires sur les flux :
  - office
  - réassort
  - retour
  - ventes nettes
- CA net HT après remise et surremises
- remise moyenne

*le déroulement des enquêtes – l'exploitation des résultats*

- Le questionnaire Librairie a été adressé par voie postale aux 296 librairies de l'échantillon début novembre 2005.

Fin novembre, soit 10 jours après la date souhaitée pour le retour des questionnaires, 59 librairies seulement avaient retourné leur réponse.

Au terme de trois relances par fax et courriel (deux par Ipsos et une par le SLF auprès de ses adhérents), 139 réponses étaient parvenues à Ipsos début avril. Bien que ce chiffre soit en deçà des objectifs initiaux, le comité a décidé de ne pas procéder à une ultime relance afin de ne pas allonger les délais de l'enquête pour un gain de réponses probablement marginal.

Une première exploitation de ces réponses a été réalisée par Ipsos Culture sous système Quantum de janvier à mai 2006. Les principaux résultats chiffrés de cette exploitation ont fait l'objet d'une présentation au comité de pilotage fin mai 2006.

Une exploitation approfondie a ensuite été réalisée sous Excel de juillet 2006 à février 2007 par l'Observatoire de l'économie du livre, en liaison avec Ipsos : revalidation du codage des réponses, intégration d'une 140<sup>e</sup> réponse arrivée tardivement, calcul systématique de moyennes pondérées, affinements de certains résultats, calcul de résultats globalisés et analyse des évolutions 2003-2005 sur un échantillon constant de 53 répondants.

- Le questionnaire Distributeurs a été adressé par courriel fin octobre aux 16 principaux distributeurs.

Fin février 2006, 11 d'entre eux avaient retourné leur réponse à Ipsos.

Conformément aux engagements de stricte confidentialité pris par le comité, la consolidation et l'exploitation des données ont été effectuées par Ipsos Culture entre janvier et mai 2006.

## les réponses reçues

### • enquête Librairie

Les 140 réponses reçues à l'enquête quantitative Librairie se répartissent comme suit :

	nb réponses reçues	nb questionnaires envoyés	taux de réponse	rappel objectifs
librairies A	32	48	67%	30
librairies B	27	44	61%	30
librairies C	55	110	50%	60
librairies D	26	94	28%	60
	<b>140</b>	<b>296</b>	<b>47%</b>	<b>180</b>

Le taux de réponse global (47%), même s'il est un peu plus élevé qu'en 2003 (43%<sup>6</sup>), est en dessous de l'objectif initial. Si, en nombre de répondants, les objectifs sont atteints pour les librairies A et presque atteints pour les librairies B et C, le taux de réponse des librairies D s'est révélé encore plus faible que prévu<sup>7</sup>.

Si l'on ajoute le fait que les répondants à l'enquête n'ont pas répondu à toutes les parties du questionnaire<sup>8</sup>, on comprendra sans peine que l'on se soit heurté sur certaines questions à un problème d'effectif de réponse, en particulier pour les librairies D.

C'est pourquoi, dans les résultats qui suivent, les librairies D ont parfois dû être agrégées avec les librairies C (et parfois les librairies A avec les B), les effectifs de réponse des groupes B et D sur certaines questions étant trop faibles pour que les résultats puissent être considérés comme représentatifs de ces catégories.

On trouvera dans les résultats qui suivent un certain nombre d'éléments explicatifs du faible taux de réponse des plus petites librairies (*voir 3.2.3*).

<sup>6</sup> Dans l'enquête 2003 sur la librairie de 1<sup>er</sup> niveau, 10 mois après l'envoi des 224 questionnaires, 96 librairies avaient répondu. Ces 96 répondants se répartissent, selon la segmentation retenue pour l'enquête 2005, en : 31 librairies A (32% des effectifs), 17 librairies B (18%), 43 librairies C (45%) et 5 librairies D (5%).

On notera au passage que cette répartition montre bien que la segmentation en « niveaux » de clientèle ne se fait pas uniquement sur des critères quantitatifs, et que les librairies de 1<sup>er</sup> niveau ne sont pas toutes, loin s'en faut, des « grosses » librairies.

<sup>7</sup> Au moindre taux de retour des plus petites librairies s'est également superposé un problème sur la catégorisation initiale de certaines librairies. Après réception des 140 réponses, il s'est en effet avéré que 20 librairies avaient été codées par le comité dans une catégorie ABCD autre que leur catégorie réelle. Ces erreurs d'appréciation ont joué en faveur des effectifs de réponse aux catégories A et C (+3 librairies chacune) au détriment des catégories B (-4 librairies) et D (-2 librairies).

<sup>8</sup> Le caractère incomplet de certaines réponses n'a en outre pu être réduit par une phase de rappel des répondants pour complément d'information, que le comité, à la fois par excès d'optimisme et par contrainte budgétaire, avait supprimé du budget initial proposé par Ipsos.

Les objectifs de répartition régionale sont en revanche globalement respectés (30% de librairies franciliennes), même si les librairies franciliennes sont un peu sous-représentées dans la catégorie A (22% des effectifs) et surreprésentées dans la catégorie C (36% des répondants).

	Paris-IdF	dont Paris	dont IdF	Prov	
librairies A	22%	9%	13%	78%	100%
librairies B	30%	19%	11%	70%	100%
librairies C	36%	15%	22%	64%	100%
librairies D	27%	15%	12%	73%	100%
<b>ENSEMBLE</b>	<b>30%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>70%</b>	<b>100%</b>

### • enquête Distributeurs

Fin février 2006, 11 des 16 distributeurs contactés avaient retourné à Ipsos leur réponse à l'enquête.

Par rapprochement avec les résultats de l'enquête Librairie, on a pu estimer que ces 11 distributeurs représentent environ 85% de l'approvisionnement des librairies ayant répondu à l'enquête.

### *le poids des segments ABCD dans le chiffre d'affaires de la librairie indépendante*

Selon les éléments fournis à Ipsos par quatre des principaux distributeurs pour le calcul de résultats globalisés (*voir encadré ci-après*), le chiffre d'affaires de la librairie indépendante se répartit de la façon suivante entre les segments ABCD tels qu'ils ont été définis pour l'enquête.

catégorie	CA livre	% du CA de la librairie indépendante
A	2 M€ et plus	29%
B	de 1 à 2 M€	17%
C	de 300 K€ à 1 M€	27%
D	moins de 300 K€	27%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### *représentativité de l'échantillon de réponse*

Les 140 réponses reçues représentent un chiffre d'affaires cumulé de 280 M€ dont 236 M€ en livre, soit environ 21% du chiffre d'affaires livre estimé de la librairie indépendante.

### *quelques précisions sur la présentation des résultats*

#### *moyenne arithmétique, moyenne pondérée, médiane*

Plusieurs indicateurs sont utilisés pour la présentation des résultats :

- la moyenne pondérée, qui valorise le résultat de chaque entreprise au prorata de son poids dans l'échantillon (le plus souvent, en chiffre d'affaires) : elle donne une image plus exacte de la réalité économique de la branche (approche macroéconomique), mais surreprésente les caractéristiques des plus gros points de vente ;
- la moyenne arithmétique : c'est la moyenne « classique », dans laquelle chaque entreprise a le même poids, quel que soit son chiffre d'affaires (approche plus microéconomique ou sociologique) : la moyenne arithmétique rend mieux compte de la dimension « réseau », mais est sensible à l'impact des valeurs extrêmes ou atypiques, surtout lorsque le nombre d'observations est faible ;
- la médiane, qui désigne la valeur d'une variable qui sépare l'échantillon en deux (les valeurs de la moitié des effectifs de l'échantillon sont inférieures ou égales à la médiane) et qui permet d'affiner l'interprétation de la moyenne arithmétique en neutralisant l'effet des valeurs extrêmes ou atypiques.

On trouvera ci-dessous un exemple fictif qui permet de mieux saisir la nature de ces trois indicateurs.

10 librairies ont une activité de vente aux collectivités :

8 librairies vendent chacune pour 100 € avec un rabais de 9%, soit un montant prix public HT de 109,89 €

1 librairie vend pour 100 € avec un rabais de 5%, soit un montant prix public HT de 105,26 €

1 librairie vend pour 9.100 € avec un rabais de 25%, soit un montant prix public de 12.133 €

=> la moyenne pondérée des rabais est de : 23,8%

=> la moyenne arithmétique est de : 10,2%

=> la médiane est de : 9,0%

- **la moyenne pondérée traduit la réalité du flux macro-économique** : les collectivités qui ont acheté aux 10 librairies ont bien globalement bénéficié d'un rabais de 23,8%, puisqu'elles ont payé 10.000 € des ouvrages d'une valeur prix public totale de 13.117 € ; mais la pratique du libraire qui réalise 91% des ventes avec un rabais de 25% écrase celle des autres

- **la moyenne arithmétique est assez significative des pratiques de nos 10 libraires**, mais :
  - . c'est une valeur fictive (dans notre exemple, aucun libraire n'accorde de rabais de 10,2%)
  - . pas très précise (une moyenne de 10,2% peut correspondre à notre exemple, mais aussi au cas où tous les libraires pratiqueraient un rabais de 10,2%)
  - . et pas très utile pour l'analyse économique puisqu'elle ne nous renseigne pas sur le rabais global obtenu par les collectivités acheteuses

Considérées de façon isolée, ni la moyenne arithmétique ni la moyenne pondérée ne rendent compte de la réalité. La mise en regard de ces deux moyennes apporte déjà une information plus complète : sur notre exemple, on peut ainsi en déduire que la ou les librairies vendant le plus aux collectivités pratiquent un rabais sensiblement plus élevé que les autres.

Si l'on ajoute l'information apportée par la médiane (la moitié des librairies vend avec un rabais de 9% ou de moins de 9%), on remarque que la médiane est assez proche de la moyenne arithmétique : on peut alors en déduire qu'un grand nombre de librairies doit pratiquer un rabais voisin de la valeur médiane.

Selon le point de vue qui est le sien, le lecteur pourra cependant par commodité privilégier l'un ou l'autre de ces indicateurs :

- si l'on s'intéresse aux flux économiques de « la » librairie considérée comme canal de vente, on privilégiera la moyenne pondérée ;
- si l'on s'intéresse aux pratiques des librairies, c'est-à-dire que l'on considère la librairie dans sa dimension réseau, au sein duquel chaque librairie est importante, quelle que soit sa taille, on privilégiera la moyenne arithmétique<sup>9</sup>.

Mais c'est bien la mise en regard des trois indicateurs qui décrit de façon la plus complète la réalité.

C'est pourquoi, dans la majorité des tableaux décrivant un flux économique, on a fait figurer à la fois la moyenne pondérée et la moyenne arithmétique. La mention des deux moyennes est particulièrement utile pour la catégorie A (chiffres d'affaires livre > 2 M€) qui, contrairement aux autres catégories, n'a pas de plafond de chiffre d'affaires.

<sup>9</sup> En un raccourci qui avait amusé les membres du comité de pilotage, nous avons indiqué que la moyenne pondérée exprimait plutôt le point de vue des éditeurs et la moyenne arithmétique celui des libraires.

Mais pour calculer des moyennes pondérées, il faut connaître le chiffre d'affaires correspondant au rabais ou à la remise indiquée, et donc disposer de réponses « complètes », ce qui est loin d'être toujours le cas. Pour cette raison, les tableaux sur les rabais ou les remises portent souvent sur des effectifs de réponse plus réduits.

Enfin, pour rendre compte de la dispersion des réponses, qui explique les écarts entre les trois indicateurs présentés ci-dessus, on a préféré aux indicateurs classiques de variance ou d'écart-type, les représentations graphiques, principalement les nuages de points et les « boîtes à moustaches » (*boxplots*), dont on trouvera une présentation dans la partie 2.1.3.

#### *moyennes « avec zéros », moyennes « hors zéros »*

On comprendra mieux ce qui se cache derrière ces appellations barbares sur l'exemple suivant :

100 librairies ont indiqué la répartition de leur chiffre d'affaires par canaux d'approvisionnement. Une seule de ces 100 librairies s'approvisionne auprès de grossistes, pour 20% de son chiffre d'affaires.

Le poids moyen des grossistes dans l'approvisionnement des librairies sera de :

- . 0,2% en moyenne arithmétique « avec zéros » (le poids des grossistes est de 0% pour les 99 autres librairies)
- . mais de 20% en moyenne arithmétique « sans zéros » (on ne s'intéresse qu'aux librairies qui s'approvisionnent chez les grossistes)

- La **moyenne sans zéros** mesure l'intensité d'une pratique lorsqu'elle existe, mais ne rend pas compte de la fréquence d'existence de cette pratique. Elle peut donc être trompeuse si elle est présentée comme la valeur moyenne d'une population dont une partie des membres n'a pas cette pratique (NB. Les moyennes calculées par défaut par de nombreux logiciels statistiques sont des moyennes sans zéros).

- La **moyenne avec zéros** est, comme la plupart des moyennes arithmétiques, une valeur fictive, mais elle rend compte à la fois de la distribution d'une pratique et de son intensité.

Sauf mention contraire, les moyennes arithmétiques mentionnées dans le rapport sont des moyennes « avec zéros ».

#### *résultats « globalisés »*

Si la comparaison des situations des différents types de librairie constitue l'un des objectifs de l'enquête, il a paru utile au comité de disposer d'indicateurs synthétiques susceptibles de rendre globalement compte de la situation de l'ensemble des librairies, quelle que soit leur taille.

Pour ce faire, il convient de savoir combien pèsent les librairies de type A, B, C et D dans le champ de la librairie indépendante.

Ipsos a donc indiqué à quelques-uns des distributeurs participant à l'enquête à quel seuil de chiffre d'affaires correspondaient chez eux les librairies A, B, C et D (ex : « les librairies A (CA livre total > 2 M€) réalisent chez vous un CA de plus de 250 k€») en leur demandant combien ces librairies représentaient, en chiffre d'affaires et en nombre de points de vente, dans leur activité librairie.

- À partir des réponses fournies par quatre des principaux d'entre eux, Ipsos a pu construire une **pondération sur les chiffres d'affaires** (*voir p. 10*) permettant de calculer, à partir des 4 résultats A, B, C et D en moyenne pondérée issus de l'enquête, un chiffre « globalisé » qui constitue une estimation raisonnablement représentative de l'ensemble de la librairie indépendante.

Ces résultats globalisés en chiffre d'affaires pondéré ont été intégrés à la plupart des tableaux du rapport.

- Il n'a en revanche pas été possible de construire une pondération cohérente sur le nombre de points de vente qui, de façon symétrique, aurait permis de globaliser les résultats en moyenne arithmétique.

## 2. CARTE D'IDENTITÉ DE LA LIBRAIRIE

### 2.1. CARACTÉRISTIQUES DES LIBRAIRIES

#### 2.1.1. Structure de l'échantillon et chiffre d'affaires par produit

	réponses reçues	questionnaires envoyés
<b>effectifs</b>	<b>140</b>	<b>296</b>
<b>librairies A</b>	23%	15%
<b>librairies B</b>	19%	16%
<b>librairies C</b>	39%	36%
<b>librairies D</b>	19%	33%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### *Chiffres d'affaires moyens et médians*

Par construction, chaque catégorie représente des profils très différents de librairies.

Comme l'indique l'écart important avec la médiane, le chiffre d'affaires moyen de la catégorie A (pas de plafond de chiffre d'affaires) est tiré vers le haut par quelques très grosses librairies.

Pour simplifier, on pourra retenir que le CA médian d'une catégorie donnée est environ 2,5 fois plus élevé que celui de la catégorie suivante, et que le CA médian de la catégorie A est environ 15 fois plus élevé que celui de la catégorie D.

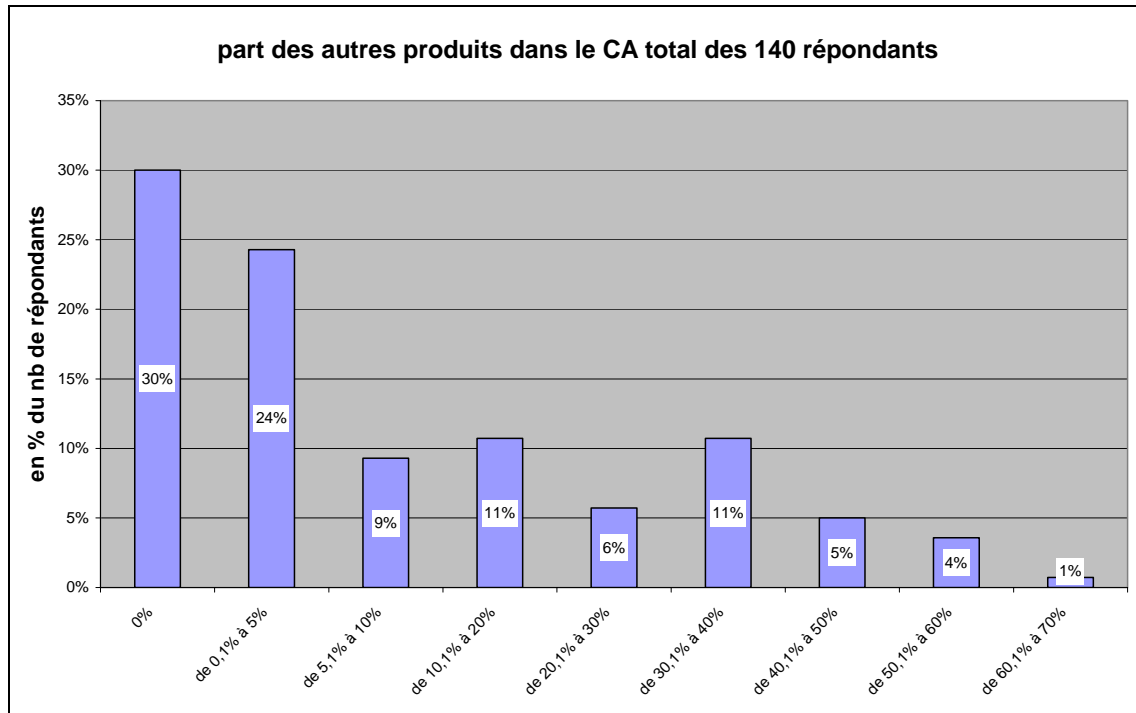
chiffre d'affaires	moyenne arithm				médiane			
	libr A	libr B	libr C	libr D	libr A	libr B	libr C	libr D
moyen et médian (k€)								
140 réponses	32	27	55	26	32	27	55	26
taux de réponse	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
CA total	6 026	1 604	675	252	4 131	1 387	596	251
CA livre	5 094	1 399	554	215	3 240	1 332	541	229

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### Structure par produit

Le livre représente **en moyenne 85% du chiffre d'affaires** des librairies (chiffre globalisé) et la totalité du chiffre d'affaires pour 30% des répondants.

La vente des autres produits représente 15% du chiffre d'affaires des librairies, mais n'est pratiquée que par 70% des répondants. Dans un tiers des cas (24% des répondants), il s'agit d'une activité très minoritaire (moins de 5% du CA total) mais pour un autre tiers (20% des répondants), la part des autres produits dépasse 30% du chiffre d'affaires.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Les produits les plus présents sont par ordre décroissant :

- la papeterie (42% des répondants et 7% du CA en moyenne arithmétique <sup>10</sup>) ;
- le multimédia (disques, DVD) (35% des répondants et 2,3% du CA) ;
- et la presse (15% des répondants et 0,6% du CA).

Les autres produits vendus dans les librairies de l'échantillon ne pèsent en moyenne que quelques dixièmes de points de chiffre d'affaires. Il s'agit :

- des jeux & jouets (6% des répondants, 0,6% du CA) ;
- de la carterie (3% des répondants, 0,2% du CA) ;
- d'activités d'édition ou imprimerie (2% des répondants)
- d'activités de restauration (café, salon de thé, 2% des répondants)
- de vente d'articles religieux (1%) ;
- ou encore des activités particulières des relais ou *corners* France Loisirs (1%).

<sup>10</sup> Il s'agit ici du poids moyen dans le CA de l'ensemble des répondants, y compris ceux qui n'ont pas de rayon papeterie (moyenne « avec zéros »). Le poids moyen du rayon papeterie dans les seules librairies vendant de la papeterie est naturellement plus élevé (16% en moyenne arithmétique « hors zéros »).

La papeterie est surtout présente dans les librairies A (63% des répondants contre 30% à 38% dans les autres catégories), alors que la presse (de 11% à 16% des répondants) et, dans une moindre mesure, le multimédia (34% à 38% des librairies A, B et C, mais 15% seulement des librairies D) sont présents dans des proportions comparables dans toutes les catégories de librairies. Les jouets sont en revanche uniquement présents dans les catégories C et D, qui comptent plusieurs librairies jeunesse, de même que la carterie.

structure du CA	moyenne pondérée					moyenne arithm				taux de présence			
	libr A	libr B	libr C	libr D	résult globalisé	libr A	libr B	libr C	libr D	libr A	libr B	libr C	libr D
140 réponses	32	27	55	26		32	27	55	26	32	27	55	26
taux de réponse	100%	100%	100%	100%		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>livre</b>	<b>84,5%</b>	<b>87,2%</b>	<b>82,1%</b>	<b>85,3%</b>	<b>84,6%</b>	<b>84,0%</b>	<b>91,8%</b>	<b>87,6%</b>	<b>86,8%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>autres produits</b>	<b>15,5%</b>	<b>12,8%</b>	<b>17,9%</b>	<b>14,7%</b>	<b>15,4%</b>	<b>16,0%</b>	<b>8,2%</b>	<b>12,4%</b>	<b>13,2%</b>	<b>75%</b>	<b>56%</b>	<b>73%</b>	<b>69%</b>
papeterie	9,3%	3,5%	9,3%	7,6%	<b>7,8%</b>	10,5%	2,8%	6,2%	6,1%	63%	30%	38%	31%
multimédia	2,0%	5,2%	5,4%	1,6%	<b>3,4%</b>	1,9%	2,9%	2,7%	1,2%	34%	37%	38%	15%
presse	0,3%	0,2%	0,8%	1,1%	<b>0,6%</b>	0,3%	0,2%	1,0%	0,7%	16%	11%	16%	12%
autres ou non ventilé	3,8%	3,9%	2,3%	4,5%	<b>3,6%</b>	3,3%	2,2%	2,5%	5,1%	38%	4%	22%	46%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 2.1.2. Forme juridique

Les formes juridiques dominantes varient fortement d'une catégorie de librairies à l'autre :

- les librairies A sont majoritairement constituées en sociétés anonymes (63%), de type classique (25%) ou par actions simplifiées (38%) ;
- les librairies B se partagent entre les sociétés anonymes (41%) et les SARL (56%) ;
- tandis que les librairies C et D privilégient le statut de SARL (C 77%, D 73%), puis celui de l'entreprise individuelle (C 11%, D 19%).

forme juridique	en % des répondants	libr A	libr B	libr C	libr D
	140 réponses	32	27	55	26
	taux de réponse	100%	100%	100%	100%
S.A.	société anonyme	25%	19%	7%	8%
S.A.S.	société par actions simplifiée	38%	22%	5%	-
S.A.R.L.	société anonyme à responsabilité limitée	34%	56%	73%	69%
E.U.R.L.	(S.A.R.L. unipersonnelle) entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée	3%	-	4%	4%
E.N.P., E.I.	entreprise en nom personnel, entreprise individuelle	-	4%	11%	19%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 2.1.3. Effectifs & productivité

#### *Effectifs*

Très logiquement, la segmentation ABCD reflète également des profils très marqués en termes d'effectif employé.

Plus que l'effectif moyen, qui est tiré à la hausse, surtout dans le cas des librairies A, par les plus grosses librairies, on s'intéressera à l'effectif médian, qui reflète mieux le niveau d'emploi comparé des quatre groupes.

La part des emplois à plein temps représente sur toutes les catégories plus de 80% des effectifs. Elle tend cependant à décroître avec la taille de la librairie, au bénéfice du temps partiel (répondants B) et de l'apprentissage (répondants C et D).

effectifs	libr A		libr B		libr C		libr D	
	eff. total	eff. livre	eff. total	eff. livre	eff. total	eff. livre	eff. total	eff. livre
<i>nb emplois en équivalent temps plein, y compris dirigeants</i>								
131 réponses eff. totaux et affectés au livre	31	31	25	25	52	52	23	23
taux de réponse	97%	97%	93%	93%	95%	95%	88%	88%
<b>effectif moyen</b> (moyenne arithmétique)	<b>34,1</b>	<b>26,1</b>	<b>9,9</b>	<b>8,0</b>	<b>4,6</b>	<b>3,4</b>	<b>2,1</b>	<b>1,6</b>
- dont plein temps	29,4	22,6	8,0	6,8	3,8	2,9	1,6	1,3
- dont temps partiel	3,9	2,8	1,6	1,0	0,6	0,3	0,3	0,2
- dont apprentis	0,8	0,6	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1
<b>effectif médian</b>	<b>26,0</b>	<b>18,8</b>	<b>9,0</b>	<b>7,8</b>	<b>4,0</b>	<b>3,0</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>
<b>effectif moyen par type d'emploi</b> (en %)								
- dont plein temps	86%	87%	81%	85%	81%	84%	78%	81%
- dont temps partiel	11%	11%	16%	13%	13%	8%	14%	11%
- dont apprentis	2%	2%	3%	2%	5%	7%	8%	8%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

#### *Chiffre d'affaires par emploi*

Quel que soit l'indicateur considéré, le chiffre d'affaires par emploi décroît avec la taille de la librairie : **les ratios des répondants A sont supérieurs de 45% à 60% à ceux des librairies D.**

On remarque en outre que, sur presque tous les indicateurs, les écarts de productivité vont en s'accroissant : le ratio CA livre/emploi livre des librairies B est inférieur de 9% à celui des librairies A, celui des C est inférieur de 11% à celui des B, mais celui des D est inférieur de 24% à celui des librairies C.

chiffre d'affaires par emploi	en k€	moyenne arithm				médiane			
		libr A	libr B	libr C	libr D	libr A	libr B	libr C	libr D
<i>emplois en équivalent temps plein, yc dirigeants</i>									
130 réponses effectifs totaux et affectés au livre		31	25	52	23	31	25	52	23
taux de réponse		97%	93%	95%	88%	97%	93%	95%	88%
CA total / emploi total		172	163	148	124	168	162	146	122
CA livre / emploi affecté au livre		198	179	160	122	188	175	152	121
CA livre au détail / emploi affecté au livre *		160	150	126	102	155	139	122	99

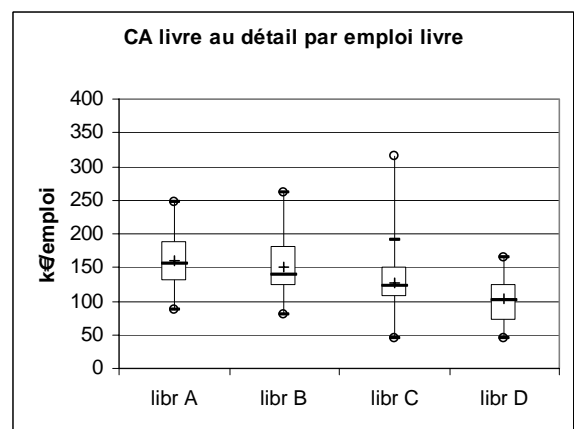
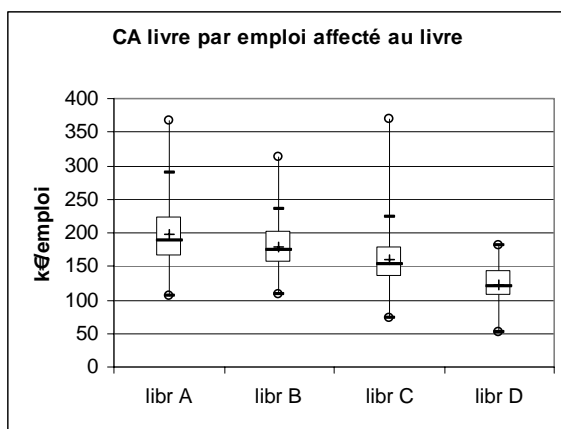
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* effectifs de réponse plus faibles (108 répondants)

Sans doute les meilleures performances des grandes librairies s'expliquent-elles en partie par des économies d'échelle sur les tâches de gestion et d'administration : il est probable en effet que rapportés non pas aux emplois affectés au livre, mais aux emplois affectés à la vente de livres, les ratios des grandes et petites librairies seraient un peu moins éloignés.

Comme on le verra par la suite (3.2.3.), d'autres facteurs viennent cependant expliquer ces importants écarts de productivité.

On est également frappé par la très grande dispersion qui s'observe sur le ratio CA livre/emploi des librairies A, B et C (*cf. graphiques*) : les ventes aux collectivités, qui tirent les ratios vers le haut, expliquent bien sûr une partie de ces écarts, mais les ratios calculés à partir du chiffre d'affaires au détail (hors collectivités) vont cependant du simple au triple dans toutes les catégories de librairies.



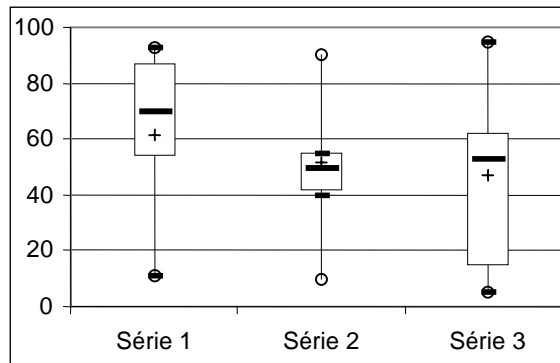
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

#### Commentaire

Les ratios CA livre/emploi sont marqués par la présence de nombreux points « atypiques » (1 A, 1 B et 3 C). L'exclusion des ventes aux collectivités (ratio CA livre au détail par emploi) permet d'en éliminer trois (un seul point atypique en C), mais la dispersion des ratios CA livre au détail/emploi reste forte dans toutes les catégories de librairies.

**quelques précisions sur la présentation des résultats : lecture des « boîtes à moustaches »**

Les « boîtes à moustaches » (*Box and Whiskers Plots*, ou *boxplots*) sont un moyen commode et synthétique de représentation graphique de la distribution d'une variable, inventée par un statisticien américain, John Wilder Tukey, en 1977. Cette représentation permet de visualiser d'un seul coup d'œil plusieurs éléments caractéristiques de la distribution d'une variable : le minimum, le maximum, la moyenne arithmétique, la médiane et les quartiles.



*Lecture du graphique :*

- les **minimum** et **maximum** sont représentés sous la forme de petits cercles (o) qui figurent aux extrémités des traits verticaux sortant des boîtes rectangulaires ;
- les bordures inférieures et supérieures des boîtes marquent les **1<sup>e</sup>** et **3<sup>e</sup>** **quartiles**, et donc, la répartition des 50% centraux des valeurs de la série (lecture : 50% des valeurs sont supérieures ou égales au 1<sup>e</sup> quartile et inférieures ou égales au 3<sup>e</sup> quartile) ; la boîte elle-même est donc une représentation de ce que les statisticiens appellent « l'écart interquartile » ;
- le trait au milieu des boîtes marque la **médiane**, c'est-à-dire la valeur qui partage la série en deux (50% des valeurs de la série sont inférieures ou égales à la médiane) ;
- la croix (+) au milieu des boîtes marque la **moyenne arithmétique** ;
- les tirets (-) situés près des extrémités des traits verticaux sont les « moustaches » (adaptation québécoise des « favoris » du nom anglais) et marquent les limites au-delà desquelles les valeurs peuvent être considérées comme atypiques au regard de la distribution de la variable<sup>11</sup> (plusieurs valeurs atypiques dans la série 2 de l'exemple). S'il n'y a pas de valeurs atypiques, les moustaches coïncident avec le minimum et le maximum (cas des séries 1 et 3).

On lira par exemple sur la boîte de la série 1 (moyenne arithmétique : 61) que :

- un quart des valeurs sont comprises entre la valeur 10 (minimum) et la valeur 55 (1<sup>e</sup> quartile) ;
- un autre quart entre 55 (1<sup>e</sup> quartile) et 70 (médiane) ;
- un troisième quart entre 70 et 88 (3<sup>e</sup> quartile) ;
- les valeurs du dernier quart étant comprises entre 88 et 94 (maximum).

La macro Excel utilisée pour la réalisation des boîtes a été développée par Claude Monteil (INP-ENSAT) et Michel Metz (INP-ENSEEIH) et est téléchargeable à l'adresse <http://www.inp-toulouse.fr/excel-interactif/>

<sup>11</sup> La valeur des « moustaches » est déterminée par la formule (quartile  $\pm$  [1,5 x espace interquartile]). La valeur de 1,5 entrant dans la formule de calcul est « selon Tukey, une valeur pragmatique (...), qui a une raison probabiliste. Si une variable suit une distribution normale, alors la zone délimitée par la boîte et les moustaches devrait contenir 99,3% des observations. On ne devrait donc trouver que 0,7% d'observations atypiques (outliers). (...) Pour Tukey la valeur 1,5 est donc un compromis pour retenir comme atypiques assez d'observations mais pas trop d'observations. » (Monique Le Guen, « La boîte à moustaches de Tukey : un outil pour initier à la Statistique », <http://www.sfds.asso.fr/groupe/statvotre/Boite-a-moustaches.pdf>)

### 2.1.4. Surfaces & productivité

On observe les mêmes phénomènes que dans l'analyse des ratios d'emploi :

- les ratios des librairies A sont de 50% à 60% plus élevés que ceux des librairies D ;
- et l'écart des librairies D avec les librairies C est le plus marqué.

surfaces et productivité (m <sup>2</sup> )	moyenne arithm				médiane			
	libr A	libr B	libr C	libr D	libr A	libr B	libr C	libr D
<b>surface (m<sup>2</sup>)</b> 137 réponses complètes	30	26	55	26	30	26	55	26
taux de réponse	94%	96%	100%	100%	94%	96%	100%	100%
surface totale	1 607	407	173	90	1 299	323	143	74
surface consacrée à la vente	984	286	132	71	916	255	110	58
surface de vente affectée au livre	803	249	109	59	625	250	100	47
<b>productivité</b> 135 réponses complètes	30	25	54	26	30	25	54	26
taux de réponse	94%	93%	98%	100%	94%	93%	98%	100%
CA total k€/ m <sup>2</sup> consacré à la vente	6,7	6,5	5,5	4,3	6,1	5,5	5,2	4,3
CA livre k€/ m <sup>2</sup> consacré au livre	6,7	6,5	5,5	4,4	6,1	5,7	5,2	4,5
CA livre détail k€/ m <sup>2</sup> consacré au livre*	5,9	5,5	4,1	3,7	5,3	3,9	3,8	2,9
* 106 réponses complètes	26	21	42	17	26	21	42	17
taux de réponse	81%	78%	76%	65%	81%	78%	76%	65%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 2.1.5. Propriété des locaux

Un petit quart des répondants est propriétaire des murs de la librairie : de 34% chez les libraires A, la proportion décroît doucement dans les librairies B et C (resp. 30% et 24%), puis chute brutalement à 8% dans les librairies D.

On note également qu'une petite minorité de librairies A, B et C, notamment en Ile-de-France, occupent des locaux loués ou prêtés par la commune ou des organismes communaux.

Enfin, on note que la proportion de librairies propriétaires ou détenues par ses dirigeants est particulièrement faible à Paris (10%).

propriété des locaux	taille				localisation		
	libr A	libr B	libr C	libr D	Paris	IdF	Prov
<b>en % du nb de répondants</b>							
139 réponses	32	27	54	26	20	21	98
taux de réponse	100%	100%	98%	100%	100%	95%	100%
<b>la librairie ou ses dirigeants ou associés</b>	<b>34%</b>	<b>30%</b>	<b>24%</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>	<b>23%</b>	<b>28%</b>
la librairie (personne morale)	9%	4%	2%	4%	10%	5%	3%
son ou ses dirigeant(s) ou associé(s)	25%	26%	22%	4%	-	18%	24%
<b>une société ou une personne extérieure</b>	<b>59%</b>	<b>67%</b>	<b>72%</b>	<b>92%</b>	<b>90%</b>	<b>64%</b>	<b>69%</b>
<b>autre</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>9%</b>	<b>3%</b>
commune, agglomération de communes, office HLM	3%	4%	4%	-	-	9%	2%
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### *Nature du bail*

La nature du bail est un élément important au moment de la cession d'une entreprise. Pour le cessionnaire, un bail librairie est naturellement moins facile à céder qu'un bail tous commerces, et sera moins valorisé. Inversement, la qualification du bail en librairie sera un élément de facilitation pour la reprise par un libraire.

En majorité (59% des répondants locataires), et en particulier à Paris (78%), les baux commerciaux des répondants locataires sont des baux librairie ou assimilés (librairie-papeterie, etc.).

nature du bail en % du nb des librairies locataires	taille				localisation		
	libr A	libr B	libr C	libr D	Paris	RP	Prov
100 réponses	19	18	39	24	18	14	68
bail librairie ou assimilé	63%	67%	62%	46%	78%	57%	54%
bail tous commerces	26%	28%	33%	38%	17%	36%	35%
NR	11%	6%	5%	17%	6%	7%	10%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### **2.1.6. Largeur de l'assortiment**

Comme le montrent les tableaux et graphiques ci-dessous, **la largeur de l'assortiment est étroitement corrélée avec la taille de la librairie** : comme pour le chiffre d'affaires ou les effectifs, l'assortiment moyen ou médian double pratiquement à chaque passage de catégorie.

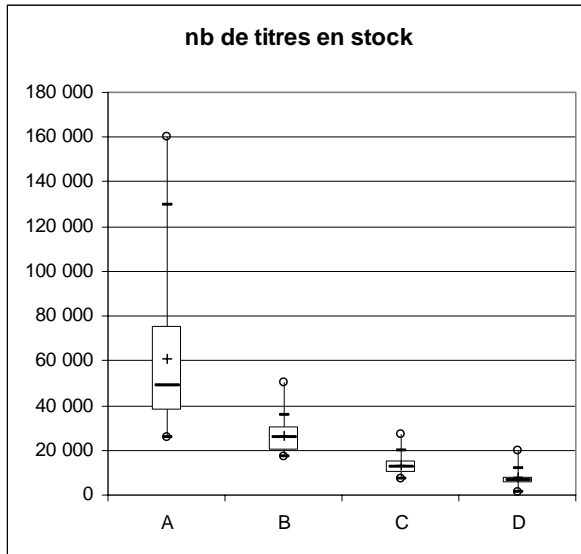
Résultat logique également : c'est dans les librairies générales (regroupées ici avec les spécialisées scolaires, dont le profil sur cet indicateur est assez proche) que l'on trouve l'assortiment le plus large. Même s'il convient d'être prudent compte tenu de la faiblesse des effectifs, viennent ensuite les librairies spécialisées en Littérature & SHS (de 8.000 à 48.000 titres dans les réponses reçues), les autres librairies spécialisées affichant le nombre de titres le moins élevé (de 1.400 à 22.600 titres) <sup>12</sup>.

nb de titres en stock selon la taille et la spécialisation	libr A	libr B	libr C	libr D
<b>moyennes arithmétiques</b>				
116 réponses	28	23	44	21
taux de réponse	88%	85%	80%	81%
<b>ensemble (moyennes arithmétiques)</b>	<b>60 957</b>	<b>26 604</b>	<b>13 193</b>	<b>7 673</b>
dont librairies générales ou spécialisées scolaires/USTM	63 712	27 482	14 358	8 267
dont spécialisées littérature et SHS	* 38 000	* 26 167	13 691	* 10 390
dont autres librairies spécialisées		* 21 336	11 082	* 5 877
<b>ensemble (médianes)</b>	<b>48 800</b>	<b>26 000</b>	<b>12 759</b>	<b>6 565</b>
dont librairies générales ou spécialisées scolaires/USTM	56 054	27 613	13 891	6 455
dont spécialisées littérature et SHS	* 36 000	* 26 000	12 900	* 10 390
dont autres librairies spécialisées		* 21 336	11 000	* 3 970

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : compte tenu de la faiblesse des effectifs, ces résultats sont donnés à titre indicatif

<sup>12</sup> Sur la définition des librairies générales et des différents types de librairies spécialisées, voir 3.3.4.

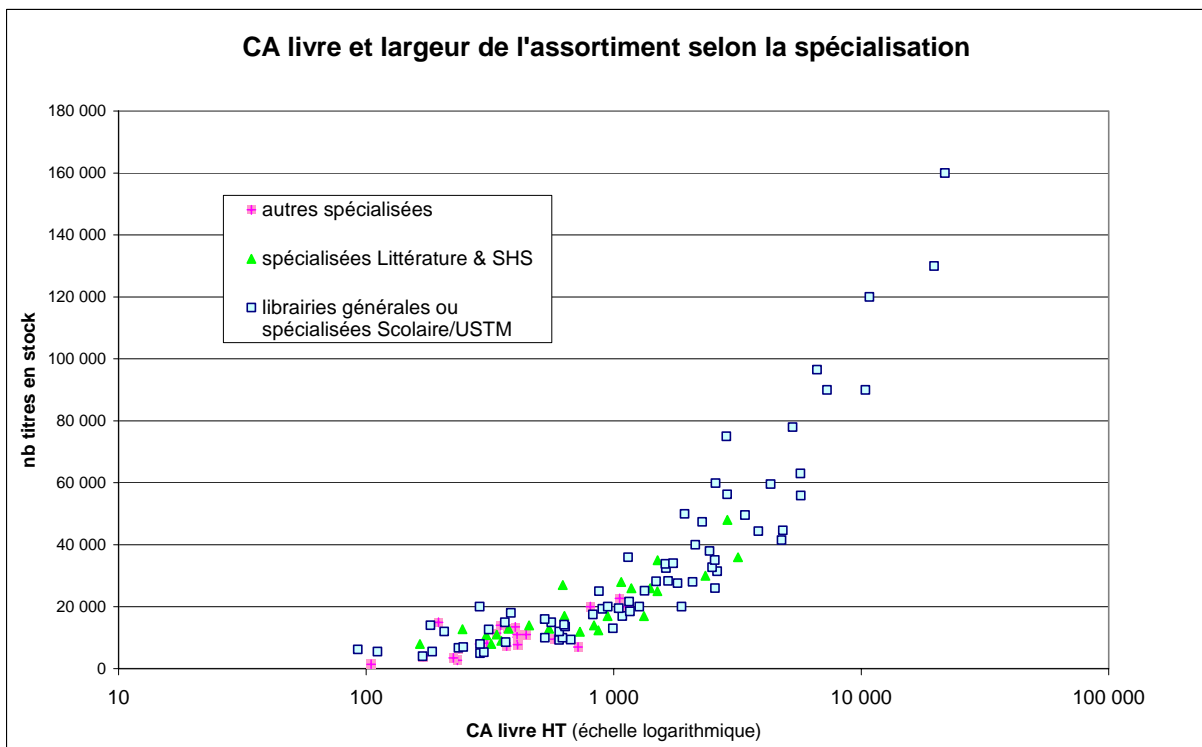


Commentaire

- la distribution des librairies A et, dans une moindre mesure, des librairies B, est nettement plus dispersée que celle des librairies C et D : l'écart interquartile des librairies A atteint 38 000 titres (q1 : 37 500, q3 : 75 750)

- chez les librairies A, la présence d'un point atypique très supérieur à la moustache supérieure, explique l'écart important entre moyenne et médiane

- présence d'au moins un point atypique dans les autres catégories (2 pour les librairies C, 4 pour les librairies D) – à chaque fois supérieur à la moustache supérieure



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

La **profondeur du stock** décroît également avec la taille de la librairie : de 1,72 exemplaire par titre en moyenne chez les répondants A à 1,36 chez les répondants D.

Les ratios assortiment/surface livre indiquent une **plus forte rentabilisation de l'espace dans les plus petites librairies** (147 volumes/m<sup>2</sup> dans les librairies A, 188 dans les librairies D). Compte tenu de la plus grande profondeur du stock dans les grandes librairies, l'écart sur le ratio titres/m<sup>2</sup> est encore plus marqué : de 91 titres/m<sup>2</sup> chez les répondants A à 154 chez les répondants D.

ratios assortiment	moyenne arithm				médiane				nb
	libr A	libr B	libr C	libr D	libr A	libr B	libr C	libr D	obs
nb de volumes par titre	1,72	1,41	1,37	1,36	1,69	1,43	1,30	1,21	111
nb de volumes par m <sup>2</sup> consacré au livre	147	162	175	188	135	141	163	157	117
nb de titres par m <sup>2</sup> consacré au livre	91	120	131	154	82	105	123	138	114

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

À l'exception des librairies C, on observe également que **le ratio titres/surface est sensiblement plus élevé dans les librairies spécialisées en Littérature & Sciences humaines** : 153 titres/m<sup>2</sup> contre 112 dans les librairies générales et dans les autres librairies spécialisées. Ces librairies se caractérisent en revanche par une moindre profondeur du stock (1,25 exemplaire par titre contre 1,5 en moyenne dans les autres librairies).

### **2.1.7. Heures et jours d'ouverture**

Les pratiques des répondants en matière de durée d'ouverture sont assez variables : ils sont ouverts de 5 à 7 jours par semaine, pour une durée hebdomadaire comprise entre 35 et 70 heures, et une durée annuelle comprise entre 1 692 et 3 640 heures.

**Les librairies A offrent les horaires d'ouverture les plus étendus** : ouvertes en moyenne près d'une demi-journée de plus que les autres librairies (5,9 jours contre 5,6), elles ont également des horaires journaliers plus étendus (9,5 heures contre 8,5 pour les librairies D). Sur une semaine, les librairies A sont ainsi ouvertes 5 heures de plus en moyenne que les librairies B et 7 heures de plus que les librairies C et D.

La différence se joue notamment sur le lundi, où tous les répondants A sont ouverts (et à 75% toute la journée), alors que la proportion n'est que de 60% à 75% dans les autres librairies (et de 18% à 31% pour l'ouverture toute la journée).

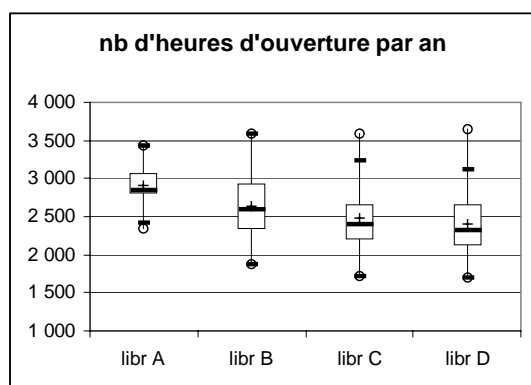
À l'exception des librairies B, on n'observe en revanche pas de différence véritablement significative concernant l'ouverture le dimanche, pratiquée, le plus souvent de façon partielle, par environ un quart des répondants.

En volume annuel, l'écart est encore renforcé par le fait que les librairies A demeurent ouvertes toute l'année, alors que les librairies C ferment en moyenne une semaine et les librairies D (dont on rappelle qu'elles n'emploient en général qu'une à deux personnes) deux semaines par an. Sur une année, les librairies A sont ainsi ouvertes 2 900 heures en moyenne, soit 21% de plus que les librairies D (2 400 heures).

nb d'heures et de jours d'ouverture	libr A	libr B	libr C	libr D
140 réponses	32	27	55	26
taux de réponse	100%	100%	100%	100%
<b>nb moyen de jours d'ouverture</b>	<b>5,9</b>	<b>5,5</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>
<b>ouverture le dimanche</b>				
OUI, toute la journée	3%	-	9%	8%
OUI, en partie	16%	11%	15%	19%
NON	81%	89%	76%	73%
<b>ouverture le lundi</b>				
OUI, toute la journée	75%	26%	18%	31%
OUI, en partie	25%	48%	44%	35%
NON	-	26%	38%	35%
<b>nb moyen d'heures d'ouverture par jour ouvré *</b>	<b>9,5</b>	<b>9,2</b>	<b>8,7</b>	<b>8,5</b>
<b>nb moyen d'heures d'ouverture par semaine *</b>	<b>55,9</b>	<b>50,8</b>	<b>48,4</b>	<b>48,0</b>
<b>nb moyen de semaines de fermeture par an *</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,9</b>	<b>2,0</b>
<b>nb moyen d'heures d'ouverture par an *</b>	<b>2 906</b>	<b>2 631</b>	<b>2 481</b>	<b>2 401</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* effectifs plus restreints : respectivement 138 (1 non réponse en C et en D), 138 (1 non réponse en B et en C) et 136 répondants (1 non réponse en B, 2 en C, 1 en D)



#### Commentaires

- les librairies A se caractérisent par une durée d'ouverture élevée et des pratiques assez homogènes
- les durées moyenne et médiane décroissent à chaque passage de catégorie
- les librairies B, C et D ont des durées moyennes plus faibles, mais se caractérisent par une plus grande dispersion des pratiques : c'est ainsi une librairie D (librairie-papeterie-presse) qui affiche la durée d'ouverture annuelle la plus élevée (3 640 h)

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Il apparaît également que **les pratiques d'ouverture le dimanche et le lundi sont étroitement liées à la localisation géographique des librairies :**

- 60% des librairies parisiennes ouvrent le dimanche, contre 28% des librairies franciliennes et 11% des librairies de province ;
- 70% des librairies parisiennes, mais aussi des librairies de province, ouvrent le lundi, contre seulement 45% des librairies franciliennes. Les librairies parisiennes sont cependant plus nombreuses que les librairies de province à ouvrir toute la journée du lundi.

nb d'heures et de jours d'ouverture	Paris	IdF hors Paris	Province
140 réponses	20	22	98
taux de réponse	100%	100%	100%
<b>nb moyen de jours d'ouverture</b>	<b>6,0</b>	<b>5,4</b>	<b>5,6</b>
<b>ouverture le dimanche</b>			
OUI, toute la journée	20%	5%	3%
OUI, en partie	40%	23%	8%
NON	40%	73%	89%
<b>ouverture le lundi</b>			
OUI, toute la journée	50%	18%	36%
OUI, en partie	20%	27%	45%
NON	30%	55%	19%
<b>nb moyen d'heures d'ouverture par semaine *</b>	<b>57,2</b>	<b>47,6</b>	<b>49,8</b>
<b>nb moyen de semaines de fermeture par an *</b>	<b>0,7</b>	<b>1,7</b>	<b>0,5</b>
<b>nb moyen d'heures d'ouverture par an *</b>	<b>2 931</b>	<b>2 405</b>	<b>2 568</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* effectifs plus restreints : respectivement 138 (1 non réponse en C et en D), 138 (1 non réponse en B et en C) et 136 répondants (1 non réponse en B, 2 en C, 1 en D)

## 2.1.8. Informatisation et usages du numérique

### *2.1.8.a. Gestion des stocks et analyse des ventes*

**Plus des trois quarts des répondants** sont informatisés pour la gestion des stocks et l'analyse des ventes.

Mais si l'informatisation est massive dans les librairies A et B (respectivement 94% et 89%) et conséquente dans les librairies C (76%), elle est **nettement moins développée dans les librairies D** : 35% d'entre elles ne sont pas du tout informatisées, et 19% ne le sont que partiellement. Ce (relativement) faible niveau d'informatisation, en particulier pour ce qui est de l'analyse des ventes, explique les faibles taux de réponse de ces librairies à plusieurs des questions de l'enquête.

Si l'on fait abstraction des effets de structure <sup>13</sup>, on n'observe pas de différence significative en matière d'informatisation entre les librairies de province et d'Ile-de-France. À taille comparable, on note en revanche que **les petites librairies générales (C&D) sont sensiblement moins informatisées que les petites librairies spécialisées** (56% contre 78%) – alors que les niveaux d'informatisation dans les catégories A & B sont tout à fait comparables (générales 80%, spécialisées 82%).

<sup>13</sup> Effet de structure : la surreprésentation des librairies de province dans la catégorie A, massivement informatisée, fait que, globalement, les répondants de province sont plus informatisés que les répondants franciliens (85% contre 63% sont informatisés pour la gestion des stocks et l'analyse des ventes). Mais, à taille comparable, on n'observe pas d'écarts significatifs selon la localisation.

<b>Votre librairie est-elle informatisée pour...</b> <i>en % du nb de librairies *</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
OUI, pour la gestion des stocks	100%	93%	91%	62%
OUI, pour l'analyse des ventes	94%	89%	76%	50%
<b>total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>s/t OUI, pour les deux</b>	<b>94%</b>	<b>89%</b>	<b>76%</b>	<b>46%</b>
<b>s/t NON, ni pour l'un ni pour l'autre</b>	<b>-</b>	<b>7%</b>	<b>9%</b>	<b>35%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* taux de réponse : gestion des stocks 100% (140 réponses) / analyse des ventes 96% (135 réponses).

Les 5 non réponses à la question sur l'analyse des ventes équivalent probablement à une réponse « non ».

### 2.1.8.b. Transmission des commandes de réassort

**Tous les répondants A et B utilisent les systèmes d'échange de données informatisées (EDI) pour transmettre leurs commandes de réassort.**

En volume, ce mode de transmission représente près de **90% de leurs commandes**, tandis que le fax, utilisé par 95% d'entre eux, n'est clairement qu'un outil d'appoint (7% des lignes de commandes).

À l'opposé, l'EDI n'est utilisé que par **50% des répondants D** et représente en moyenne 50% des lignes de commande. Dans ces librairies, **le fax reste un support essentiel** pour la transmission des commandes : utilisé par la totalité des répondants, il représente encore 40% du volume des commandes.

Les librairies C se situent en position intermédiaire : l'EDI y est largement répandu (82% des répondants) et demeure nettement majoritaire en volume (71% du volume des commandes), mais l'utilisation du fax y demeure assez intensive (23% des commandes).

Les commandes par téléphone jouent un rôle d'appoint pour les librairies B, C et D (de 4% à 10% des lignes de commande), tandis que les commandes par courrier ne dépassent 1% du volume des commandes dans aucune catégorie de librairies.

<b>modalités de transmission des commandes de réassort</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>taux d'utilisation</b> <i>en % du nb de librairies</i>				
<i>140 réponses, plusieurs réponses possibles</i>	32	27	55	26
<i>taux de réponse</i>	100%	100%	100%	100%
EDI (Dilicom, Elico, Tite Live...) *	100%	100%	82%	50%
téléphone	63%	41%	35%	54%
fax	94%	96%	95%	100%
courrier	53%	37%	27%	31%

\* inclut également les commandes passées directement sur les sites de diffuseurs et les commandes passées via Minitel (Hachette)

intensité d'utilisation	en % du nb de lignes de commande	« Indiquez, même de façon approximative, la part que représente chacun des modes de transmission ci-après dans le volume de vos commandes de réassort »			
		libr A	libr B	libr C	libr D
	130 réponses	30	26	52	22
	taux de réponse	94%	96%	95%	85%
EDI (Dilicom, Elico, Tite Live...)*		90%	88%	71%	50%
téléphone		1%	4%	5%	9%
fax		8%	7%	23%	40%
courrier		1%	1%	1%	1%
		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* inclut également les commandes passées directement sur les sites de diffuseurs et les commandes passées via Minitel (Hachette)

Lecture du tableau : 63% des répondants A utilisent le téléphone pour transmettre leurs commandes de réassort (taux d'utilisation), mais les commandes passées par téléphone ne représentent en moyenne que 1% du volume total des commandes de réassort (intensité d'utilisation)

Enfin, on note que plus des deux tiers des librairies A et plus de la moitié des librairies B utilisent au moins trois modes de transmission des commandes, tandis que 63% des librairies C et 70% des librairies D en utilisent seulement un ou deux.

Les différences de pratiques sont particulièrement frappantes entre les librairies A, chez qui une majorité relative utilise les 4 modes des transmission des commandes et les librairies C et D, où une minorité de 12% à 13% de libraires utilisent exclusivement le fax.

taux d'utilisation concomitante des différents modes de transmission des commandes de réassort		libr A	libr B	libr C	libr D
en % du nb de librairies	140 réponses	32	27	55	26
	taux de réponse	100%	100%	100%	100%
<b>les 4 modes</b>		<b>41%</b>	<b>26%</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>
<b>3 modes</b>		<b>28%</b>	<b>26%</b>	<b>18%</b>	<b>23%</b>
EDI + téléphone + fax		19%	15%	11%	8%
EDI + fax + courrier		9%	11%	5%	-
téléphone + fax + courrier		-	-	2%	15%
<b>2 modes</b>		<b>28%</b>	<b>44%</b>	<b>47%</b>	<b>58%</b>
EDI + fax		25%	44%	42%	27%
EDI + courrier		3%	-	2%	-
téléphone + fax		-	-	4%	23%
fax + courrier		-	-	-	8%
<b>1 seul mode</b>		<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>16%</b>	<b>12%</b>
EDI		3%	4%	4%	-
fax		-	-	13%	12%
		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 2.1.8.c. Accès et usages internet

Résultat cohérent avec les précédents, la totalité des répondants A et la presque totalité des répondants B disposent d'un accès internet, mais une forte minorité de 15% à 20% des répondants C et D n'en dispose pas.

En revanche, lorsque les répondants ont un accès internet, il s'agit dans 90% des cas d'un accès haut débit, permettant un usage professionnel intensif, et ce quelle que soit la taille de la librairie.

<b>accès internet</b>	<i>en % du nb de librairies</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
	<i>effectifs</i>	32	27	55	26
oui		100%	96%	85%	77%
non		-	4%	15%	19%
NR		-	-	-	4%
		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>si OUI, ADSL ?</b>	<i>en % des OUI</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
	<i>effectifs</i>	28	23	42	*18
oui		88%	88%	89%	*90%
non		6%	12%	6%	*10%
NR		6%	-	4%	-
		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>données consolidées</b>	<i>en % du nb de librairies</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
	<i>effectifs</i>	32	27	55	26
accès internet, OUI		100%	96%	85%	77%
- dont ADSL, OUI		88%	85%	76%	69%
- dont ADSL, NON (modem)		6%	11%	5%	8%
- dont NR		6%	-	4%	-
accès internet, NON		-	4%	15%	19%
NR		-	-	-	4%
		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies D : effectifs faibles

L'usage premier de l'internet est le suivi des commandes (68% des répondants), devant la consultation des programmes éditoriaux (58%) et les diverses recherches (34%), qui arrivent en tête des autres usages indiqués par les répondants.

<b>Internet vous sert à...</b>	<i>(plusieurs réponses possibles)</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
	<i>en % des 125 répondants ayant un accès internet effectifs</i>	32	26	47	20
... voir les programmes éditoriaux (information, nouveautés ...) ?		72%	42%	53%	65%
... suivre vos commandes (sites distributeurs, Dilicom, Prisme) ?		78%	73%	55%	75%
... autres		72%	65%	55%	55%
... autres : recherches (dont recherches bibliographiques)		41%	46%	26%	25%
... autres : vente, relation clientèle		22%	15%	13%	15%
... autres : mail		13%	4%	11%	10%
... autres usages		16%	8%	15%	5%
NR		-	4%	6%	5%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Le tableau ci-dessous liste la totalité des autres usages d'internet mentionnés par les répondants.

Autres usages d'internet (question ouverte)		en % des 125 répondants ayant un accès internet	
<b>Autres : recherches</b>	<b>34%</b>	<b>Autres : vente, relation clientèle</b>	<b>16%</b>
Autres : recherches bibliographiques	21%	Autres : VPC	2%
Autres : recherches et vérification Electre	4%	Autres : site de la librairie	10%
Autres : recherche d'information sur la disponibilité	2%	Autres : lien client (préparation de sa visite)	2%
Autres : veille presse, émissions TV, "recherches web"	3%	Autres : mails d'information (animations etc.)	4%
Autres : recherches (non précisé)	10%	<b>Autres : gestion compta, stocks, banque, coursier</b>	<b>3%</b>
<b>Autres : consultation ou enrichissement de bases de données</b>	<b>4%</b>	<b>Autres : veille concurrentielle, échange entre libraires</b>	<b>3%</b>
Autres : Dilicom	1%	Autres : sites d'autres librairies, veille concurrentielle	2%
Autres : Datalib	2%	Autres : échange entre libraires	1%
Autres : TiteLive-Mediabase	2%	<b>Autres : mail</b>	<b>10%</b>
<b>Autres : commandes ou recherches particulières</b>	<b>3%</b>		
Autres : commandes ou recherches bibliographiques à l'étranger	3%	<b>TOTAL Autres usages d'internet</b>	<b>62%</b>
Autres : micro éditions	1%	<b>NR</b>	<b>4%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

#### 2.1.8.d. Abonnement à Electre

De la même façon, **le taux d'abonnement à la base bibliographique Electre, massif dans les librairies A et B (plus de 90%), décroît singulièrement avec la taille de la librairie** : il n'est plus que de 62% dans les librairies C et de 35% dans les librairies D.

Si une courte majorité de librairies A ont un abonnement à Electre par internet, **c'est l'abonnement cédérom qui domine dans les autres catégories**, particulièrement dans les librairies B et C où il représente plus des deux tiers des abonnements.

Le choix de l'abonnement cédérom est certes un choix contraint pour les librairies qui n'ont pas d'accès internet : 22% des librairies D abonnées à Electre, 15% des librairies C et 4% des librairies B sont dans ce cas.

Mais *a contrario*, on relève que la grande majorité des librairies ayant opté pour l'abonnement cédérom disposent d'un accès internet : c'est le cas de la totalité des librairies A ayant un abonnement cédérom, mais aussi de 94% des librairies B (64% sur 68%), de 81% des librairies C (62% sur 76%) et de 60% des librairies D (22% sur 56%).

Enfin, on observe que **la fréquence de mise à jour des cédéroms décroît également rapidement avec la taille de la librairie** : la quasi totalité des abonnés A ont opté pour des mises à jour mensuelles contre seulement 46% des abonnés C et 20% des abonnés D. Chez ces derniers, la mise à jour trimestrielle domine nettement (60% des abonnés cédérom).

<b>abonnement et type d'abonnement à Electre</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
140 réponses	32	27	55	26
taux de réponse	100%	100%	100%	100%
<b>abonnement à Electre</b> <i>en % du nb de librairies</i>				
OUI	97%	93%	62%	35%
NON	3%	7%	38%	65%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>si OUI, s'agit-il...</b> <i>en % des OUI</i>				
... d'un abonnement internet	55%	32%	24%	44%
... d'un abonnement cédérom	45%	68%	76%	56%
<i>dont librairies avec accès internet</i>	45%	64%	62%	33%
<i>dont librairies sans accès internet</i>	-	4%	15%	22%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>si cédérom, rythme de mise à jour...</b> <i>en % des abonnés cédérom</i>				
... annuel	-	-	4%	20%
... trimestriel	7%	24%	46%	60%
... mensuel	93%	76%	46%	20%
NR	-	-	4%	-
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>réponses consolidées</b> <i>en % du nb de librairies</i>				
<b>OUI</b>	<b>97%</b>	<b>93%</b>	<b>62%</b>	<b>35%</b>
- abonnement internet	53%	30%	15%	15%
- abonnement cédérom	44%	63%	47%	19%
<i>. mise à jour annuelle</i>	-	-	2%	4%
<i>. mises à jour trimestrielles</i>	3%	15%	22%	12%
<i>. mises à jour mensuelles</i>	41%	48%	22%	4%
<b>NON</b>	<b>3%</b>	<b>7%</b>	<b>38%</b>	<b>65%</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Si l'abonnement à Electre, on l'a vu, est quasi systématique chez les libraires A & B, on observe que dans les plus petites librairies, **la spécialisation semble influencer sur le taux d'abonnement** : les librairies C & D spécialisées en Littérature et sciences humaines ont ainsi un taux d'abonnement qui se rapproche de celui des grandes librairies (83%), les autres librairies spécialisées se caractérisent à l'inverse par un taux d'abonnement nettement plus faible que la moyenne (27%).

<b>abonnement à Electre selon la taille et la spécialisation</b>	<b>% de OUI</b>	<b>libr A&amp;B</b>	<b>libr C&amp;D</b>
140 réponses		59	81
taux de réponse		100%	100%
librairies générales *		94%	54%
spécialisées littérature & SHS		** 100%	83%
autres spécialisées		** 100%	27%
<b>ensemble</b>		<b>95%</b>	<b>53%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM / \*\* Attention : effectifs très faibles

S'il est clair que ces données reflètent pour partie des fonctions d'utilité différentes (au sens économique) – une librairie à large assortiment aura de façon structurelle davantage besoin

d'être abonnée à une base mise à jour en temps réel qu'une librairie spécialisée sur un domaine à faible production – ou, plus prosaïquement, le fait de disposer d'une connexion haut débit à internet <sup>14</sup>, elles traduisent également des arbitrages économiques, l'abonnement cédérom à mise à jour trimestrielle, voire annuelle (20% des librairies D en abonnement cédérom), étant sensiblement moins coûteux que l'abonnement internet.

Ces formules d'abonnement cédérom paraissent cependant encore trop coûteuses à certaines librairies non abonnées, comme ce libraire D généraliste, qui utilise toujours le 3617 Electre du minitel ou ce libraire C spécialisé qui note en marge de sa réponse : « *beaucoup trop cher pour une librairie moyenne* ».

---

<sup>14</sup> La quasi totalité des répondants ayant un abonnement à Electre par internet disposent d'une connexion haut débit (94% des répondants A, 100% des répondants B, C et D).

La réciproque n'est pas vraie pour autant : 55% des répondants disposant d'une connexion haut débit et d'un abonnement à Electre ont choisi l'abonnement cédérom (A 41%, B 62%, C 68%, D 43%).

## 2.2. LA LIBRAIRIE DANS SON ENVIRONNEMENT

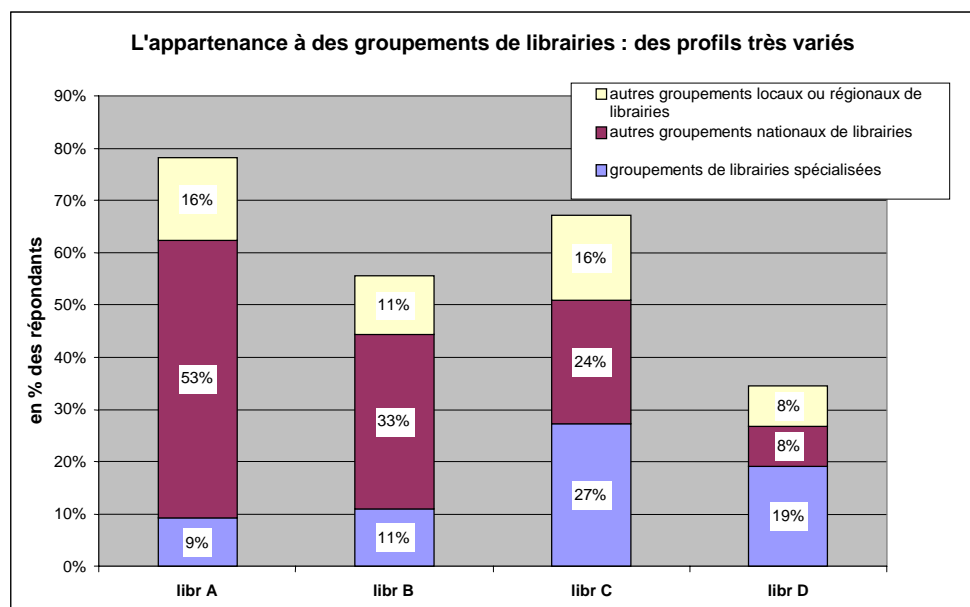
### 2.2.1. Groupements et syndicats de librairies

#### *L'appartenance aux groupements*

**Plus de la moitié des répondants appartiennent à un ou plusieurs groupements de librairies**<sup>15</sup> : près des deux tiers des librairies A et C, une librairie B sur deux et un tiers des librairies D.

La nature de ces groupements varie sensiblement d'une catégorie à l'autre (*voir graphique*) :

- dominance des **groupements nationaux pour les librairies A et B** (pour 85% des adhérents A à un groupement et 64% des adhérents B) ;
- des **groupements spécialisés pour les librairies D** (56% des adhérents)
- les librairies C occupant une position intermédiaire (41% des adhérents appartiennent à un groupement national, 47% à un groupement spécialisé).



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

11% des répondants, soit un membre de groupement sur cinq, déclarent en outre appartenir à plusieurs groupements, selon des modalités très diverses : groupement local et régional, groupement national et spécialisé, deux groupements spécialisés (littérature et jeunesse), etc. Ces appartenances multiples sont plus fréquentes chez les librairies A (22%) que chez les librairies B (7%) ou C (11%), et n'apparaissent chez aucun des répondants D.

<sup>15</sup> Les 6 réponses mentionnant l'appartenance à des groupements ou associations autres que de librairies (unions locales de commerçants, association support d'un festival du livre, ...) n'ont pas été prises en compte dans les tableaux.

appartenance à un ou plusieurs...	libr A	libr B	libr C	libr D
140 observations	32	27	55	26
<b>groupements de librairies</b>	<b>63%</b>	<b>52%</b>	<b>58%</b>	<b>35%</b>
- un seul groupement	41%	44%	47%	35%
- plusieurs groupements	22%	7%	11%	-
dont groupements de librairies spécialisées	9%	11%	27%	19%
dont autres groupements nationaux de librairies	53%	33%	24%	8%
dont autres groupements locaux ou régionaux de librairies	16%	11%	16%	8%
<b>chaînes de librairie</b>	<b>6%</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
- dont membres d'un groupement	-	-	2%	-
<b>ni groupement ni chaîne</b>	<b>28%</b>	<b>37%</b>	<b>40%</b>	<b>58%</b>
<b>NR</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

les principaux groupements : appartenance à un ou plusieurs...	libr A	libr B	libr C	libr D
140 observations	32	27	55	26
<b>groupements de librairies spécialisées</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>	<b>27%</b>	<b>19%</b>
ASLJ (Association des Librairies Spécialisées Jeunesse)	-	4%	13%	12%
ALBD (Association des Libraires de Bande Dessinée)	3%	4%	5%	-
SLLR (Syndicat des Librairies de Littérature Religieuse)	3%	-	5%	-
3 autres groupements	6%	7%	9%	-
<b>autres groupements nationaux de librairies</b>	<b>53%</b>	<b>33%</b>	<b>24%</b>	<b>8%</b>
Initiales	3%	11%	20%	4%
Librairies Ensemble	9%	15%	4%	-
Autour du livre	25%	-	-	-
Page	6%	7%	-	-
4 autres groupements	13%	-	-	4%
<b>autres groupements locaux ou régionaux de librairies</b>	<b>16%</b>	<b>11%</b>	<b>16%</b>	<b>8%</b>
Librairies du Sud	6%	4%	5%	4%
Librairies Atlantiques	3%	4%	5%	-
9 autres groupements	9%	7%	9%	4%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### *L'appartenance à un syndicat de libraires*

L'échantillon d'enquête étant constitué pour partie d'une sélection d'adhérents du Syndicat de la librairie française, on ne s'étonnera pas de la proportion très élevée de répondants (près de 80%) déclarant être membres d'un syndicat de librairie ou, plus précisément, pour la quasi totalité d'entre eux, du SLF – et l'on ne considèrera pas ce chiffre comme représentatif de la librairie indépendante.

Plus intéressant est le croisement avec l'appartenance à un groupement, qui oppose une forte majorité de librairies A (60%) cumulant les deux appartenances (syndicat et groupement) à une forte minorité de librairies D (31%) qui n'appartient ni à un groupement ni à un syndicat. Par rapport aux librairies A, fortement insérées dans des démarches collectives, **les librairies D apparaissent nettement plus isolées.**

appartenance à un ou plusieurs...	libr A	libr B	libr C	libr D
en % du nb de librairies	32	27	55	26
140 observations				
<b>syndicats de libraires</b>	<b>81%</b>	<b>70%</b>	<b>85%</b>	<b>65%</b>
dont plusieurs syndicats	3%	-	-	-
SLF	81%	70%	84%	65%
2 autres syndicats (FFSL, UNDP)	3%	-	2%	-
<b>syndicats et groupements</b>				
à la fois groupement(s) et syndicat(s) de libraires	59%	37%	51%	27%
groupement(s) mais pas syndicat(s)	3%	15%	7%	8%
syndicat(s) mais pas groupement(s)	19%	33%	33%	35%
ni groupement(s) ni syndicat(s)	19%	15%	9%	31%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

## 2.2.2. Concurrence

Pour qualifier *a minima* leur environnement concurrentiel, il était demandé aux libraires interrogés d'indiquer s'ils étaient situés à proximité d'une grande surface culturelle ou d'un hypermarché.

Les réponses à cette question montrent qu'elles doivent être analysées davantage comme un indicateur de concurrence ressentie que comme un indicateur objectif, comme le suggère le fait que la moitié des répondants parisiens déclarent ne pas avoir de grande surface culturelle à proximité.

**La concurrence des grandes surfaces, et en particulier des grandes surfaces culturelles, est ressentie par plus de la moitié des répondants, et en particulier par les libraires A et B, qui déclarent à plus de 75% être situés à proximité d'une grande surface culturelle et à 60% environ à proximité d'un hypermarché, contre respectivement 54% et 38% des librairies D.**

50% des librairies A et B citent en outre les deux formes de concurrence, contre moins du quart des librairies D.

Concurrence : « Avez-vous à proximité... »	taille				localisation		
	libr A	libr B	libr C	libr D	Paris	IdF h/ Paris	Province
en % du nb de librairies	32	27	55	26	20	22	98
140 observations							
<b>... un magasin multimédia (FNAC, Virgin, Cultura, Espace Leclerc, ...)</b>							
OUI	75%	81%	65%	54%	50%	64%	73%
NON	25%	19%	33%	38%	45%	36%	24%
NR	-	-	2%	8%	5%	-	2%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>... un hypermarché</b>							
OUI	63%	56%	53%	38%	5%	68%	59%
NON	31%	37%	40%	35%	85%	29%	27%
NR	6%	7%	5%	27%	10%	11%	5%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>les deux</b>	<b>50%</b>	<b>52%</b>	<b>36%</b>	<b>23%</b>	<b>5%</b>	<b>55%</b>	<b>44%</b>
<b>ni l'un ni l'autre</b>	<b>13%</b>	<b>11%</b>	<b>16%</b>	<b>19%</b>	<b>40%</b>	<b>23%</b>	<b>8%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

NB. À propos des non réponses à cette question (NR), plus élevées pour la question relative aux hypermarchés et chez les librairies D, peuvent être en large partie assimilées à une réponse « NON ».

**Les librairies parisiennes se déclarent globalement moins exposées** : la faible citation des hypermarchés est logique compte tenu de leur absence à Paris *intra muros*, mais la citation des grandes surfaces culturelles est aussi plus faible que dans le cas des librairies franciliennes ou de province.

Enfin, alors que l'on n'observe pas d'écart significatif concernant la concurrence des GSS, **la concurrence des hypermarchés est sensiblement plus ressentie par les librairies générales** (64%) que par les librairies spécialisées (33%) : hors effet de structure, on observe un écart du même ordre entre les librairies générales de province (70%) et leurs concurrents spécialisés (38% : spécialisées littérature 33%, autres spécialisées 42%).

## **2.3. LES LIBRAIRES ET L'INFORMATION COMMERCIALE – LES REPRÉSENTANTS**

Plusieurs diffuseurs ayant, ces dernières années, cherché à développer l'information commerciale à destination des libraires, qu'il s'agisse de la création de sites dédiés ou de la fourniture d'informations plus complètes sur les résultats commerciaux de la librairie (par rapport à sa zone de chalandise, à la moyenne nationale, etc.), cette section du questionnaire visait à recueillir la perception des libraires sur ces outils d'information et sur leur articulation avec le travail des représentants.

### **2.3.1. Les supports d'information commerciale**

La première série de questions consistait, sur trois items (les nouveautés, les opérations promotionnelles et les résultats commerciaux), à classer les trois principaux vecteurs d'information mis en place par les diffuseurs (représentants, support papier, sites internet) par ordre de fréquence d'utilisation.

- Sur les deux premiers items (**nouveautés** et **opérations promotionnelles**), **les représentants demeurent de très loin le vecteur d'information privilégié par les libraires**, cité en premier par plus de 90% des répondants A, B et C.

Les scores plus faibles qui s'observent chez les répondants D ne s'expliquent pas tant par un recours plus important aux autres supports, qui n'obtiennent pas de notes moyennes plus élevées que celles attribuées par les autres librairies, que par une proportion non négligeable de non réponses (15%). Ce taux élevé de non réponse peut signifier que ces libraires ne bénéficient pas de la diversité des supports qu'il leur était demandé de classer ou, pire encore, qu'ils ne se sont pas sentis concernés par la question.

La moindre citation des représentants par les librairies D semble refléter en tout cas assez directement le caractère sensiblement plus réduit de la fréquence de passage des représentants dans les plus petits points de vente (*voir ci-dessous 2.3.3.*).

- S'agissant de **l'information sur les résultats commerciaux, la prééminence des représentants est sensiblement moins marquée** : s'ils demeurent le vecteur privilégié pour les librairies A et B, ils sont au coude à coude avec le support papier chez les répondants C, et n'arrivent qu'en 2<sup>e</sup> position chez les libraires D. Chez ces derniers, on observe par ailleurs un taux de non réponse encore un peu plus élevé que sur les deux premières questions (19%).

Les **scores modestes du support internet** sont naturellement à mettre en regard de son caractère non généralisé – même s'il est aujourd'hui présent chez la plupart des grands diffuseurs – et sans doute aussi de la nature et de la diversité des contenus offerts, sans oublier le fait, on l'a vu, que 15% à 20% des libraires C&D n'ont pas d'accès internet <sup>16</sup>.

C'est en tout cas sur l'item « nouveautés » que ce support obtient ses meilleurs scores, cité en premier par 3 librairies et en second par 8 librairies.

<sup>16</sup> Les notes moyennes attribuées au support web doivent être relevées de 0,1 à 0,2 point si l'on considère les seules librairies C et D ayant un accès web, soit des scores comparables à ceux des librairies A et B. On note également un écart de 0,15 à 0,3 point en moyenne entre les notes des librairies ayant un accès ADSL et celles ayant un accès modem.

<b>information reçue des diffuseurs</b>								
« Les informations en provenance des diffuseurs vous parviennent sous différentes formes ou différents supports. Pour chacun des sujets suivants, classez ces supports de 1 à 3 par ordre de fréquence d'utilisation »								
	<b>support cité en premier</b> en % du nb de librairies				<b>note moyenne</b> sur une échelle de 0 à 3			
	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>les nouveautés</b>								
<i>nb observations</i>	32	27	55	26	32	27	54	22
représentants	88%	96%	93%	65%	2,88	2,93	2,91	2,68
support papier (courrier)	13%	-	5%	12%	2,03	1,85	1,91	1,86
sites web des éditeurs/diffuseurs	-	4%	-	8%	1,00	0,89	0,78	0,77
NR	-	-	2%	15%	-	-	-	-
<b>les opérations promotionnelles</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
représentants	100%	93%	89%	65%	3,00	2,89	2,89	2,66
support papier (courrier)	-	4%	7%	12%	1,72	1,81	1,81	1,70
sites web des éditeurs/diffuseurs	-	4%	-	8%	0,75	0,74	0,57	0,64
NR	-	-	4%	15%	-	-	-	-
<b>vos résultats commerciaux</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
représentants	56%	59%	47%	35%	2,47	2,48	2,33	2,00
support papier (courrier)	44%	33%	49%	46%	2,44	2,19	2,31	2,27
sites web des éditeurs/diffuseurs	-	4%	2%	-	0,69	0,74	0,56	0,45
NR	-	4%	2%	19%	-	-	-	-

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Lecture du tableau :

- *support cité en premier* : 88% des librairies A citent les représentants comme première source d'information sur les nouveautés

- *note moyenne* : la note 3 a été attribuée au support classé en 1<sup>er</sup>, la note 2 au support classé en 2<sup>e</sup>, la note 1 au support classé en dernier ; enfin, la note 0 a été attribuée aux supports non classés par les librairies ayant classé au moins un support ; aucune note n'a été attribuée pour les non réponses totales à un item (aucun support classé)

### **2.3.2. Opinions sur l'information et les relations commerciales**

Dans une deuxième série de questions, il était demandé aux libraires d'exprimer leur appréciation sur certains aspects des relations commerciales avec leurs fournisseurs en indiquant s'ils étaient « d'accord » ou « pas d'accord » avec plusieurs affirmations.

Les réponses obtenues font apparaître plusieurs lignes de clivage, qui se déplacent selon le thème des affirmations proposées :

- S'agissant de la **qualité de l'information sur les nouveautés** et de la **fréquence des visites des représentants**, le clivage s'opère entre les libraires A et B qui, à plus de 96% s'estiment satisfaits et les librairies D, où le taux de satisfaction est sensiblement plus faible (nouveautés 62%, fréquence des visites 58%) et où une forte minorité (respectivement 38% et 35%) se déclare insatisfaite de la situation actuelle ;
- Les lignes de clivage sont moins nettes pour ce qui est de **l'information commerciale** : si une nette majorité de libraires B et C ne souhaite pas recevoir davantage d'information commerciale (écart de 30 points et 40 points entre « d'accord » et « pas d'accord »), la majorité est beaucoup plus courte chez les libraires A et D (respectivement. 10 et 8 points).

L'attitude des libraires A et D vis-à-vis de la quantité d'information commerciale s'inscrit cependant dans des contextes assez différents : en effet, alors que les deux tiers des librairies A déclarent avoir le temps d'analyser l'information qui leur est communiquée, la proportion est inversée chez les libraires D, qui à 62% déclarent ne pas avoir le temps de l'analyser.

Plus surprenant : 11% des répondants (9% des A, 19% des B, 7% des C et 15% des D) déclarent à la fois vouloir davantage d'information commerciale et ne pas avoir le temps d'analyser l'information qui leur est communiquée. « *Ce n'est pas nécessairement contradictoire* », note un libraire en marge de sa réponse. Cet apparent paradoxe, qui ne concerne certes qu'une minorité de librairies, peut en effet être le signe d'une information inadaptée aux besoins des libraires.

Enfin, sur ces deux questions, on notera également la proportion relativement importante de non réponses chez les librairies D qui peut, là encore, exprimer le fait que ces librairies ne se sont pas senties concernées par la question posée.

- Enfin, s'agissant de la **maîtrise des approvisionnements pour les nouveautés (office)**, les opinions varient assez nettement avec la taille de la librairie : si une courte majorité absolue de librairies A et C et une courte majorité relative de librairies B déclarent maîtriser leurs approvisionnements, ce sentiment est minoritaire chez les libraires D (38% contre 46% qui déclarent ne pas en avoir la maîtrise).

On soulignera également que, sur cette question, 8% à 12% des répondants de toutes catégories ont refusé de choisir entre les réponses « d'accord » et « pas d'accord » proposées par le questionnaire en indiquant explicitement que la situation était très variable selon les fournisseurs (réponse « ça dépend »). Ce type d'annotation apparaît également sur les autres items, mais de façon nettement plus marginale.

Les **librairies spécialisées en Littérature et sciences humaines sont les plus nombreuses à estimer avoir la maîtrise de leurs approvisionnements** (d'accord : 70%, pas d'accord 22%), alors que les avis s'équilibrent parfaitement dans les autres catégories de librairies (librairies générales : d'accord 46%, pas d'accord 46% – autres librairies spécialisées : d'accord 43%, pas d'accord 43%).

Un libraire membre du comité a par ailleurs souligné que, l'assortiment étant au cœur du métier de libraire, certains libraires, même en cas de situation non satisfaisante, ont pu ne pas vouloir indiquer qu'ils ne maîtrisaient pas leurs approvisionnements, ce qui aurait signifié à leurs yeux qu'ils n'exerçaient pas correctement leur métier. La tonalité des entretiens menés dans le cadre de l'enquête qualitative semble indiquer que la situation est effectivement plus tendue sur ce point que ne le laissent apparaître les réponses à cette question de l'enquête quantitative.

opinions sur l'information et les relations commerciales				
« Êtes-vous plutôt d'accord ou pas d'accord avec les informations suivantes :				
	libr A	libr B	libr C	libr D
en % du nb de librairies				
nb observations	32	27	55	26
en général, je dispose d'une bonne information sur les nouveautés				
d'accord	97%	96%	82%	62%
pas d'accord	3%	-	15%	38%
solde : « d'accord » - « pas d'accord »	+94%	+96%	+67%	+23%
ça dépend	-	4%	2%	-
NR	-	-	2%	-
	100%	100%	100%	100%

<b>opinions sur l'information et les relations commerciales</b>				
<b>« Êtes-vous plutôt d'accord ou pas d'accord avec les informations suivantes :</b>				
<i>en % du nb de librairies</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>les visites des représentants sont trop espacées</b>				
d'accord	3%	-	20%	35%
pas d'accord	97%	96%	76%	58%
<i>solde : « d'accord » - « pas d'accord »</i>	<i>-94%</i>	<i>-96%</i>	<i>-56%</i>	<i>-23%</i>
ça dépend	-	-	4%	4%
NR	-	4%	-	4%
<b>je voudrais davantage d'information commerciale</b>				
d'accord	45%	35%	27%	38%
pas d'accord	55%	65%	67%	46%
<i>solde : « d'accord » - « pas d'accord »</i>	<i>-9%</i>	<i>-31%</i>	<i>-40%</i>	<i>-8%</i>
ça dépend	-	-	2%	4%
NR	-	-	4%	12%
<b>je n'ai pas le temps d'analyser toute l'information commerciale communiquée par mes fournisseurs</b>				
d'accord	33%	65%	53%	62%
pas d'accord	64%	35%	44%	31%
<i>solde : « d'accord » - « pas d'accord »</i>	<i>-30%</i>	<i>+31%</i>	<i>+9%</i>	<i>+31%</i>
ça dépend	3%	-	2%	-
NR	-	-	2%	8%
<b>je maîtrise mes approvisionnements pour les nouveautés</b>				
d'accord	55%	46%	51%	38%
pas d'accord	33%	42%	38%	46%
<i>solde : « d'accord » - « pas d'accord »</i>	<i>+21%</i>	<i>+4%</i>	<i>+13%</i>	<i>-8%</i>
ça dépend	12%	8%	9%	12%
NR	-	4%	2%	4%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### **2.3.3. Nombre de visites des représentants**

La **taille des librairies s'avère extrêmement discriminante** pour la fréquence des visites des représentants :

- si au moins 50% des librairies A <sup>17</sup> reçoivent plus de 50 représentants par mois (soit 2 à 3 visites par jour), la proportion n'est que de 15% dans les librairies B – aucune librairie C ou D n'entrant dans cette catégorie ;
- une forte majorité des librairies B (78%) reçoit de 20 à 50 visites par mois (1 à 2 par jour) ;
- tandis que la majorité des librairies C (58%) et D (77%) reçoit moins de 20 visites par mois.

On observe cependant que quelques librairies A et B (librairies générales de province) sont également dans ce cas.

On relève d'ailleurs que les **librairies de province sont globalement moins fréquemment visitées** que leurs consœurs franciliennes et parisiennes.

<sup>17</sup> Le chiffre réel est probablement plus proche de 60%, une partie des librairies A n'ayant pas répondu à cette question entrant vraisemblablement dans cette catégorie.

De façon plus compréhensible, dans la mesure où leur activité porte sur un champ éditorial plus restreint, **c'est également le cas des « autres librairies spécialisées », nettement moins visitées par les représentants** que les librairies générales et les librairies spécialisées en littérature.

nb moyen de visites des représentants « Combien de visites de représentants recevez-vous en moyenne par mois ? »	libr A	libr B	libr C	libr D
<i>en % du nb de librairies</i> <i>nb observations</i>	32	27	55	26
moins de 20 visites par mois	3%	7%	58%	77%
de 20 à 50	34%	78%	38%	23%
de 50 à 80	44%	11%	-	-
plus de 80	6%	4%	-	-
NR	13%	-	4%	-
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

nb moyen de visites des représentants selon la spécialisation et la localisation	* libr générales	spécialisées litt-SHS	autres spécialisées	Paris	IdF hors Paris	Prov
<i>en % du nb de librairies</i> <i>nb observations</i>	89	27	24	20	22	98
moins de 20 visites par mois	34%	22%	79%	10%	32%	47%
de 20 à 50	45%	52%	21%	60%	55%	36%
de 50 à 80	15%	15%	-	20%	14%	10%
plus de 80	3%	-	-	-	-	3%
NR	3%	11%	-	10%	-	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

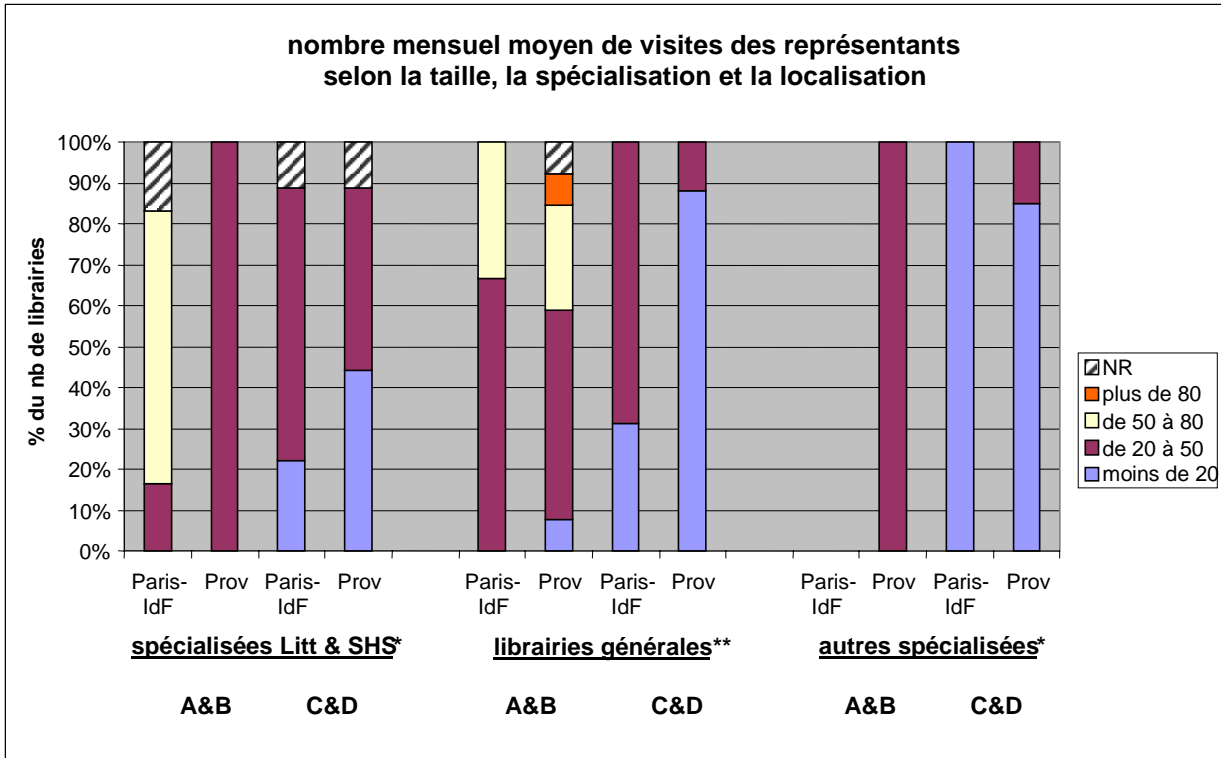
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM

Si ces écarts s'expliquent en partie par des effets de structure<sup>18</sup>, les trois facteurs (taille, localisation et spécialisation) ont cependant le plus souvent **un effet cumulatif**, comme l'illustre le graphique ci-après qui, à la différence du second tableau, permet de faire abstraction de ces effets de structure :

- les librairies A&B spécialisées en littérature de Paris-IdF sont par exemple plus visitées en moyenne que leurs consoeurs A&B de province, qui sont elles-mêmes plus visitées que les spécialisées littérature C&D de Paris-IdF, elles-mêmes plus visitées que leurs consoeurs C&D de province ;
- à quelques exceptions près, ce schéma cumulatif s'applique aux autres cas de figure.

<sup>18</sup> Il y a par exemple dans les réponses reçues davantage d'« autres librairies spécialisées » en Province (22% des effectifs) qu'à Paris (5%) ou en Ile-de-France (5% également) : ces librairies recevant par nature moins de visites de représentants que les librairies générales, cela tendra mécaniquement à diminuer la fréquence moyenne des visites des librairies de province par rapport aux librairies de Paris-Ile de France.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : effectifs réduits / \*\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM

Lecture du graphique : 67% des librairies générales A&B situées sur Paris-IdF et 51% des librairies A&B de province déclarent recevoir en moyenne de 20 à 50 représentants par mois

### 3. L'ÉCONOMIE DES LIBRAIRIES

#### 3.1. CANAUX D'APPROVISIONNEMENT

##### 3.1.1. Structure des approvisionnements

L'approvisionnement direct auprès des **distributeurs** ou des éditeurs assurant leur propre distribution est **largement majoritaire dans toutes les catégories de librairies**. Si sa part décroît avec la taille de la librairie, elle ne descend pas en moyenne en-dessous de 90% (librairies D) et atteint 98% dans les librairies A.

répartition du CA par canaux d'approvisionnement <sup>t</sup>	moyenne pondérée					moyenne arithmétique				nb obs
	libr A	libr B	libr C	libr D	résultat globalisé	libr A	libr B	libr C	libr D	
127 réponses complètes	28	26	49	24		28	26	49	24	127
taux de réponse	88%	96%	89%	92%		88%	96%	89%	92%	
Distributeurs <sup>1</sup>	98,2%	94,9%	92,0%	90,8%	<b>93,9%</b>	97,8%	95,0%	91,4%	90,5%	127
Comptoirs de vente <sup>2</sup>	0,9%	3,7%	5,0%	2,5%	<b>3,0%</b>	1,4%	3,5%	5,3%	2,7%	63
Agences/Dépôts	0,6%	1,1%	2,3%	4,5%	<b>2,2%</b>	0,7%	1,2%	2,5%	4,3%	36
Grossistes	0,3%	0,3%	0,7%	2,2%	<b>0,9%</b>	0,1%	0,3%	0,8%	2,6%	30
<b>ENSEMBLE</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>127</b>

répartition du CA par canaux d'approvisionnement <sup>t</sup>	taux d'utilisation				nb obs
	libr A	libr B	libr C	libr D	
127 réponses complètes	28	26	49	24	127
taux de réponse	88%	96%	89%	92%	
Distributeurs <sup>1</sup>	100%	100%	100%	100%	127
Comptoirs de vente <sup>2</sup>	39%	50%	63%	33%	63
Agences/Dépôts	32%	23%	29%	29%	36
Grossistes	14%	19%	27%	33%	30
<b>ENSEMBLE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>127</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

<sup>1</sup> y compris les commandes distributeurs mises à disposition au GIE Bercy / <sup>2</sup> y compris les commandes directes au GIE Bercy

Le recours aux **comptoirs de vente**, surtout fréquent pour les librairies parisiennes (68%) et franciliennes (89%), est également pratiqué par les librairies en région (38%). Il représente en moyenne pondérée 6% de l'approvisionnement des librairies franciliennes et 1% de celui des librairies en région (**3,0% en résultat globalisé**).

À l'inverse, l'**approvisionnement via les agences ou les dépôts régionaux** des distributeurs (**2% en résultat globalisé**) est surtout le fait des répondants de province : 34% d'entre eux y ont recours contre seulement 14% des répondants parisiens et franciliens. Si cette proportion varie peu selon les catégories (elle est par exemple de 38% chez les libraires A de province et de 39% chez les libraires D), la part des agences et dépôts dans l'approvisionnement est nettement plus élevée dans les plus petites librairies : de 2% en moyenne chez les libraires A utilisant ce canal (moyenne hors zéros), le poids des agences passe à 6% pour les librairies B,

à 10% pour les librairies C et à 15% pour les librairies D, atteignant jusqu'à 45% pour un des répondants.

L'implantation géographique joue moins en ce qui concerne le recours aux **grossistes (0,9% en résultat globalisé)**, pratiqué par 22% des répondants en région et 28% des répondants Paris-IdF. Il s'agit en revanche pour ses utilisateurs d'un canal d'approvisionnement très minoritaire (moins de 4% de l'approvisionnement en moyenne hors zéros) sauf pour les répondants D de province, où son poids en moyenne hors zéros grimpe à 8% (15% et 30% de l'approvisionnement de 2 répondants).

canaux d'approvisionnement <sup>1</sup> et localisation	taux d'utilisation		moyenne pondérée		moyenne arithmétique		nb obs
	Paris-IdF	prov	Paris-IdF	prov	Paris-IdF	prov	
127 réponses complètes	36	91	36	91	36	91	127
taux de réponse	86%	93%	86%	93%	86%	93%	
Distributeurs <sup>1</sup>	100%	100%	94,9%	97,1%	92,8%	93,6%	127
Comptoirs de vente <sup>2</sup>	78%	38%	4,5%	1,3%	6,3%	2,5%	63
Agences/Dépôts	14%	34%	0,3%	1,1%	0,4%	2,9%	36
Grossistes	28%	22%	0,2%	0,5%	0,4%	1,1%	30
<b>ENSEMBLE</b>	-	-	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>127</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

<sup>1</sup> y compris les commandes distributeurs mises à disposition au GIE Bercy / <sup>2</sup> y compris les commandes directes au GIE Bercy

### 3.1.2. Les remises

#### *3.1.2.a. Les remises par canaux*

La remise obtenue des **distributeurs** s'établit à 36,2% en résultat globalisé. Elle va de 37,4% en moyenne arithmétique pour les librairies A à 34,5% pour les librairies D, soit un écart de 3 points, légèrement plus resserré en moyenne pondérée (37,4% contre 35,0%).

Si cet écart est plus réduit que celui que l'on imaginait intuitivement, on observe en revanche **une dispersion des remises beaucoup plus marquée chez les librairies D** : alors que la remise moyenne déclarée va de 34,5% à 39,5% pour les librairies A, elle s'étale entre 28,4% et 37,6% chez les librairies D, soit une amplitude de 9 points.

La remise obtenue des **comptoirs de vente** est sensiblement plus faible (2 points de moins en moyenne globalisée), mais on observe de fortes variations de l'écart avec la remise distributeurs : il dépasse en effet 5% pour 20% des répondants (jusqu'à 8% pour l'un d'entre eux), mais 28% des répondants n'indiquent aucun écart. Ces différences ne semblent s'expliquer ni par la taille de la librairie, ni par le montant des achats aux comptoirs.

De la même façon, on observe des variations inexplicables, de 0% à 5%, sur le montant des frais d'approche qui s'appliquent « en pied de facture » pour l'approvisionnement en agence. Ces **frais d'approche** sont d'environ **3% en moyenne** (2,9% en chiffre globalisé), soit, par rapport à l'approvisionnement direct, **l'équivalent de 1,5 point de remise** pour les libraires utilisant ce canal.

remise moyenne obtenue par canaux d'approvisionnement	moyenne pondérée					moyenne arithmétique				nb obs
	libr A	* libr B	libr C	* libr D	résultat globalisé	libr A	* libr B	libr C	* libr D	
94 répondants CA et remises	20	18	38	18		20	18	38	18	94
taux de réponse à la question	63%	67%	69%	69%		63%	67%	69%	69%	
Distributeurs <sup>1</sup>	37,4%	37,1%	35,6%	35,0%	<b>36,2%</b>	37,4%	37,0%	35,6%	34,5%	94
Comptoirs de vente <sup>2</sup>	35,6%	34,4%	34,9%	32,4%	<b>34,4%</b>	33,8%	34,3%	34,0%	32,5%	47
Agences/Dépôts <sup>3</sup>	36,5%	35,7%	34,6%	31,9%	<b>34,7%</b>	36,1%	35,7%	34,8%	31,9%	23
Agences/Dépôts (frais d'approche)	3,2%	2,0%	1,9%	4,0%	<b>2,9%</b>	3,1%	2,0%	1,9%	3,2%	23
Grossistes	36,6%	34,5%	30,5%	29,9%	<b>32,9%</b>	32,3%	30,3%	32,2%	29,2%	23
<b>Total</b>	<b>37,3%</b>	<b>37,0%</b>	<b>35,6%</b>	<b>34,8%</b>	<b>36,1%</b>	<b>37,3%</b>	<b>36,9%</b>	<b>35,5%</b>	<b>34,4%</b>	<b>94</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

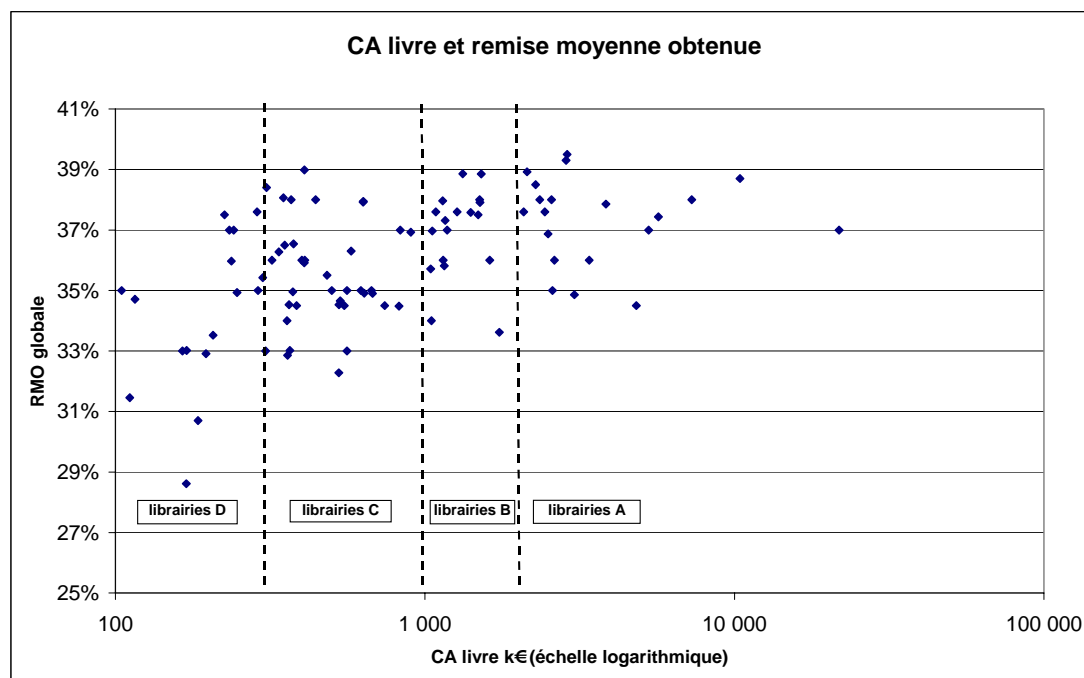
\* Attention : librairies B et D : effectifs faibles

<sup>1</sup> y compris les commandes distributeurs mises à disposition au GIE Bercy / <sup>2</sup> y compris les commandes directes au GIE Bercy /

<sup>3</sup> estimation de la remise effective après déduction des frais d'approche

### 3.1.2.b. La remise globale

Toutes librairies confondues, la remise globale varie de 29,6% à 39,5% et s'établit à **36,1% en résultat globalisé**. Si, en moyenne, elle tend à croître avec le chiffre d'affaires livre, cette croissance est loin d'être linéaire, comme le montre le graphique ci-après.

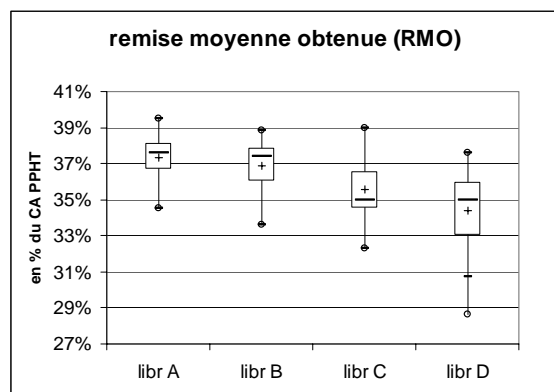


source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Plusieurs facteurs expliquent ce phénomène :

- la part qualitative entrant dans l'établissement des remises ;
- le poids du prescrit (scolaire, USTM) dans l'activité de la librairie (*voir ci-dessous 3.3.3*) ;
- mais aussi la spécialisation des librairies (*voir ci-dessous 3.3.4*) ;
- ainsi que d'éventuels effets d'enseigne.

Corollaire de la dispersion des remises distributeurs, on observe une dispersion croissante des taux de remise globale sur les librairies C, et surtout D : alors que l'amplitude est d'environ 5 points pour les librairies A (de 34,5% à 39,5%) et B (de 33,6% à 38,9%), elle grimpe à près de 7 points pour les librairies C (de 32,3% à 39%) et à 9 points pour les librairies D (de 28,6% à 37,6%).



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 3.1.2.c. Rapprochement avec l'enquête Distributeurs

Le rapprochement des données qui précèdent avec les remises indiquées par les distributeurs pour les librairies ayant répondu à l'enquête fait apparaître :

- en moyenne arithmétique : des résultats assez proches pour les librairies B, C et D et plus élevés dans l'enquête Distributeurs pour les librairies A (+0,5%) ;
- en moyenne pondérée : des résultats systématiquement supérieurs dans l'enquête Distributeurs : +1,1 point (librairies A), +0,7 point (librairies B) et +1,3 point (librairies C et D).

remise moyenne	moyenne pondérée				moyenne arithmétique			
	libr A	* libr B	libr C	* libr D	libr A	* libr B	libr C	* libr D
<b>rapprochement enquête Librairie et enquête Distributeurs</b>								
Enq Librairie : RMO Distributeurs (94 répondants CA et remises)	37,4%	37,1%	35,6%	35,0%	37,4%	37,0%	35,6%	34,5%
<i>nb d'observations</i>	20	18	38	18	20	18	38	18
Enq Distributeurs : remise moyenne (livres prescrits inclus, 136 librairies)	38,5%	37,8%	36,9%	36,3%	37,9%	36,8%	35,6%	34,7%
<i>nb d'observations</i>	29	30	51	27	29	30	51	27

source : *Situation économique de la librairie*, enquêtes quantitatives 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL (enquête Librairie) / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL (enquête Distributeurs)

**Attention** : Enquête Librairie : librairies B et D, effectifs faibles

Plusieurs facteurs peuvent expliquer ces écarts :

- en premier lieu, les remises indiquées par les distributeurs incluent **les surremises exceptionnelles** (opérations spéciales notamment), accordées ponctuellement mais régulièrement aux librairies en sus de la remise contractuelle (ou « remise fichier ») ; ces surremises ne sont en général pas incluses dans le chiffre déclaré par les libraires, alors même qu'elles peuvent apporter à certains un supplément de marge non négligeable<sup>19</sup> ;

<sup>19</sup> « Les chiffres indiqués [dans notre réponse] sont ceux des contrats mais ne reflètent que partiellement la réalité. Nous négocions très régulièrement des surremises et des échéances, notamment sur des commandes importantes (fonds, achats de collectivités, etc.). » (librairie C, spécialisée jeunesse, province).

– il y a d'autre part des **différences de champ** entre les deux séries de résultats :

- le chiffre de l'enquête Distributeurs porte sur la totalité des répondants à l'enquête Librairie, y compris le tiers de répondants à l'enquête qui n'ont pas fourni les éléments permettant de calculer leur remise<sup>20</sup> ;
- en outre, les distributeurs ayant participé à l'enquête Distributeurs ne représentent pas la totalité de l'approvisionnement direct des librairies (85% environ) ;

– enfin les périodes observées ne sont pas exactement les mêmes (année civile 2004 pour l'enquête Distributeurs, exercices 2004-2005 pour 84% des répondants à l'enquête Librairie).

Pour ces différentes raisons, on n'interprétera donc pas l'écart entre les deux enquêtes comme une mesure directe de l'impact des surremises dans la rémunération des librairies.

Même si le volume concerné est limité, il semble en revanche qu'une partie de l'écart puisse s'expliquer par **les remises extrêmement basses accordées par certaines petites structures d'édition**<sup>21</sup>.

### 3.1.2.d. Remises moyennes par catalogues diffusés

Comme dans l'enquête 2003, le questionnaire incluait une question sur les conditions commerciales accordées par les principaux diffuseurs ou, plus précisément, sur les catalogues diffusés par ces entreprises – un même diffuseur pouvant avoir des conditions différentes selon les fonds diffusés. Pour 35 de ces catalogues (30 catalogues non scolaires et 5 catalogues scolaires), représentant 12 diffuseurs, il était ainsi demandé aux libraires d'indiquer la remise et l'échéance obtenues, ainsi que le poids de chaque catalogue dans le chiffre d'affaires de la librairie.

Si le taux de réponse à cette question a été très élevé (de 93% à 100% selon les catégories), les réponses fournies ne permettent pas le calcul de moyennes pondérées, les répondants, dans leur très grande majorité, n'étant pas en mesure d'indiquer le poids des différents catalogues dans leur chiffre d'affaires<sup>22</sup>.

<sup>20</sup> Dans la catégorie A, cette proportion est même un peu plus élevée (37%) et ces 37% de librairies représentent 43% du CA livre cumulé de la catégorie, ce qui peut expliquer en partie l'écart entre les deux sources. Certains distributeurs n'ayant communiqué à Ipsos que des données agrégées par catégories ABCD (voir encadré ci-après, 3.2.), il n'a pas été possible d'isoler dans l'enquête Distributeurs les données relatives aux 94 répondants de l'enquête Librairie ayant indiqué leur remise.

<sup>21</sup> Cf. les témoignages récents de deux grandes librairies de 1<sup>e</sup> niveau : « *En matière de remise, on tourne avec les petits autour de 30 ou 33%, ce qui ne correspond plus à rien parce que ça ne nous permet plus de vivre.* » « *Nous avons 40% chez les gros et aussi chez Harmonia Mundi, Vilo et Belles Lettres. Ce qui veut dire que les petits éditeurs qui sont diffusés par ces trois réseaux nous font les mêmes conditions que les cinq gros. C'est ensuite que les choses se compliquent.* » (interviews de libraires réalisées par Bertrand Legendre et Corinne Abensour dans le cadre d'une étude qualitative sur les petites structures d'édition réalisée pour le Ministère de la culture et de la communication (DLL-CNL), *Regards sur l'édition : I. Les petits éditeurs, situation et perspectives*, la Documentation française, coll. Question de culture, mars 2007).

<sup>22</sup> Les libraires, lorsqu'ils le peuvent, ont en général plus de facilité à ventiler leur chiffre d'affaires par distributeur que par diffuseur : 39% des répondants ont pu fournir une répartition de leur chiffre d'affaires par distributeur (31% des A, 37% des B, 45% des C et 38% des D), mais moins de la moitié d'entre eux a pu fournir la répartition détaillée par catalogues des diffuseurs (16% des répondants : 9% des A, 4% des B, 24% des C et 19% des D).

Ces réponses permettent cependant de calculer des moyennes arithmétiques qui donnent une mesure intéressante de la variation de la dispersion des remises pratiquées selon la taille des librairies.

Le graphique ci-après permet ainsi de visualiser :

- l'écart qui sépare, pour chaque catégorie de librairies, le niveau de remise des catalogues non scolaires de celui des catalogues scolaires ;
- l'amplitude des remises obtenues par chacun des groupes ;
- et enfin la « pente » plus ou moins forte qui relie, pour un catalogue donné, la remise moyenne accordée à chaque catégorie de librairies.

• *écart scolaire/non scolaire*

Si l'on fait abstraction des deux courbes un peu atypiques qui « enveloppent », en haut et en bas, les remises des catalogues non scolaires, on observe un écart de 4 à 5 points entre le groupe des catalogues scolaires et la remise la plus faible du groupe des catalogues non scolaires.

Cet écart est plus marqué pour les librairies C et D (C : de 28,4% à 33,5%, D : de 25,9% à 30,6%) que pour les librairies A et B (A : de 31,5% à 35,9%, B : de 30,5% à 34,4%).

• *amplitude des remises*

– L'amplitude des remises obtenues pour les catalogues non scolaires est plus forte pour les petites librairies que pour les grandes : toujours en faisant abstraction des deux courbes atypiques qui enveloppent le groupe non scolaire, l'écart entre la remise la plus faible et la remise la plus élevée varie en effet de 3,5 points pour les librairies A (de 35,9% à 39,4%) à près de 6 points pour les librairies D (de 30,6% à 36,3%).

À cette moindre amplitude des remises s'ajoute un deuxième élément qui atteste du caractère plus homogène des niveaux de remise dans les grandes librairies : on observe dans les librairies A un faisceau dense de remises autour de 39%, faisceau qui tend à s'ouvrir à chaque « passage » de catégorie pour n'être pratiquement plus visible dans les librairies D.

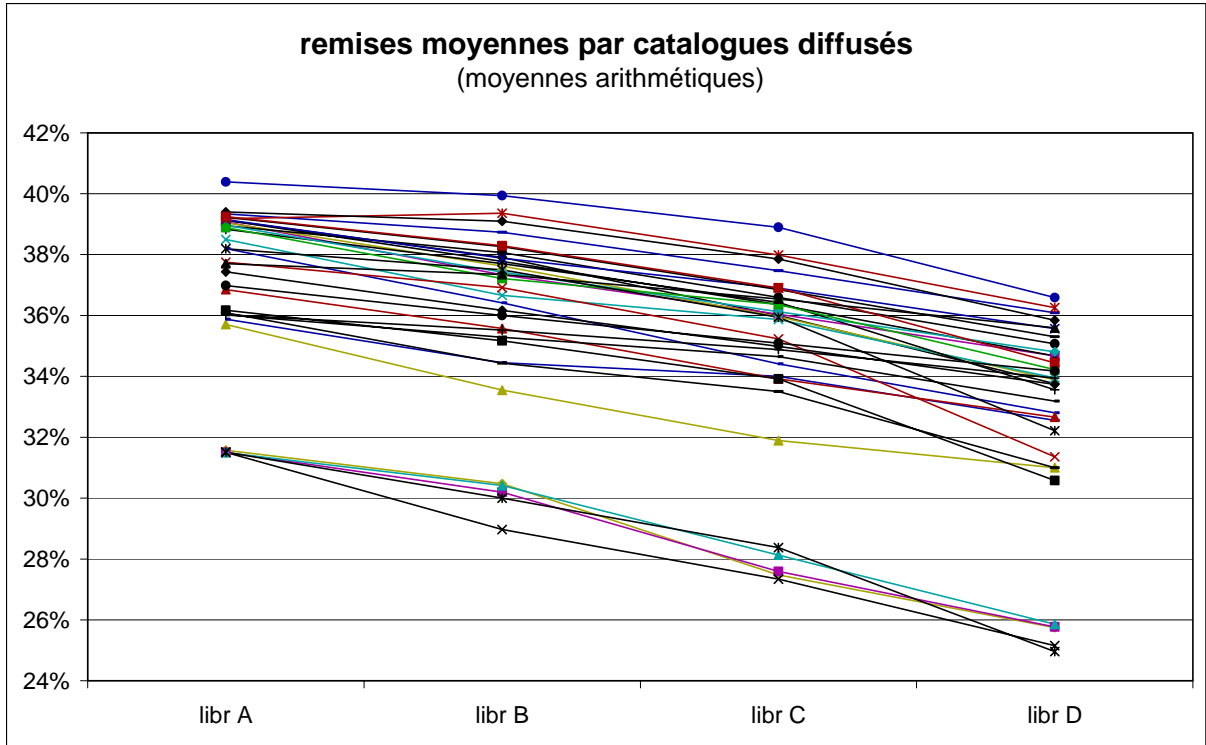
– Si le nombre d'observations est plus faible, la remarque vaut également pour les catalogues scolaires, pour lesquels les librairies A obtiennent chez tous les diffuseurs la remise maximale de 31,5%, les librairies B une forte concentration des remises entre 30% et 30,5%, tandis que les remises sont relativement plus dispersées pour les librairies C et D.

• *« pente » des remises*

– La « pente » des remises obtenues, qui relie, pour un catalogue donné, la remise moyenne obtenue par les librairies A, B, C et D, varie fortement selon les catalogues :

- . l'écart entre la remise des librairies A et celle des librairies D varie de 2,1 points à 6,4 points pour les catalogues non scolaires : il est supérieur à 5 points pour 28% des catalogues de la liste, compris entre 4 et 5 points pour 28% , entre 3 et 4 pour 28% également et entre 2 et 3 points pour 17% ;
- . les écarts sont à la fois plus homogènes et plus marqués s'agissant des catalogues scolaires, compris entre 5,6 points et 6,5 points ;

– Pour les catalogues non scolaires, c'est surtout entre les librairies C et D que l'écart de remise est le plus important (78% des catalogues) ; ce n'est en revanche pas le cas des catalogues scolaires, pour lesquels les écarts sont dans l'ensemble plus réguliers.



### 3.1.3. Délais de paiement

Le délai de paiement moyen tous canaux confondus s'établit à **62 jours (résultat globalisé)**, avec un écart moyen de 5 jours entre librairies A&B et C&D (65 j contre 61 j en moyenne pondérée, 64 j contre 59 j en moyenne arithmétique).

Compte tenu de son poids dans l'approvisionnement des librairies, l'écart est du même ordre pour le **délai distributeurs** (65 j en moyenne pondérée pour les librairies A&B contre 61 j pour les librairies C&D, 64 j contre 59 j en moyenne arithmétique).

Même si les bases de réponse sont étroites, on observe que le délai moyen semble raccourcir de 2 à 3 jours à chaque « passage » de catégorie.

On note également une forte concentration du délai distributeurs autour de 60 jours, qui est le délai de paiement indiqué par plus des deux tiers des répondants : 50% des A, 65% des B, 88% des C et 57% des D.

On fera à propos des échéances obtenues des autres canaux (agences/dépôts et grossistes) les mêmes remarques qu'à propos des remises : elles sont en général plus courtes – mais pas toujours, et sans que l'on puisse établir de règle quant au niveau d'écart avec le délai distributeur.

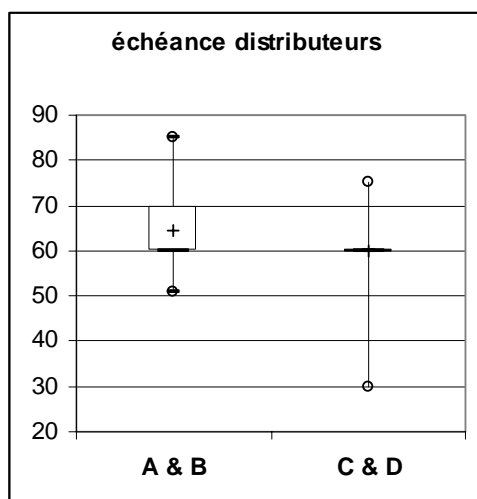
Compte tenu du faible poids de ces canaux dans l'approvisionnement des librairies, l'impact de ces délais plus courts est de toute façon limité : ils ne coûtent ainsi qu'une journée de délai aux librairies D, qui sont pourtant les plus gros utilisateurs de ces canaux.

délais de paiement par canaux d'approv <sup>t</sup>	moyenne pondérée							moyenne arithmétique						nb obs	
	en nb de jours	libr A&B	*libr A	*libr B	libr C&D	libr C	*libr D	résult globalisé	libr A&B	*libr A	*libr B	libr C&D	libr C		*libr D
77 réponses CA et délais		37	20	17	40	26	14		37	20	17	40	26	14	77
taux de réponse		63%	63%	63%	49%	47%	54%		63%	63%	63%	49%	47%	54%	
Distributeurs <sup>1</sup>		66	66	63	61	62	60	63	65	66	63	60	61	59	77
Comptoirs de vente <sup>2</sup>		51	42	*59	53	55	*32	50	46	*40	*51	49	50	*45	27
Agences / Dépôts		56	*60	*53	58	58	*56	57	55	*60	*45	56	58	*50	17
Grossistes		ns	ns	*56	45	52	*38	47	ns	ns	38	36	30	*45	16
<b>Total</b>		<b>65</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>59</b>	<b>62</b>	<b>64</b>	<b>65</b>	<b>63</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>58</b>	<b>77</b>

source : Situation économique de la librairie, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies A, B et D / Comptoirs, Agences et Grossistes : effectifs faibles

<sup>1</sup> y compris les commandes distributeurs mises à disposition au GIE Bercy / <sup>2</sup> y compris les commandes directes au GIE Bercy



#### Commentaire

- les librairies C&D se caractérisent à la fois par une forte amplitude des échéances (de 30 j à 75 j) et une extrême concentration autour de la médiane (78% de ces librairies ont une échéance de 60 j), ce qui a pour effet graphique d'écraser complètement la boîte ;

- la distribution des échéances des librairies A&B est par comparaison globalement plus homogène (de 51 j à 85 j), mais plus dispersée dans sa partie centrale (les 50% centraux vont de 60 j à 70 j)

## **3.2. OFFICE, RÉASSORT, RETOURS**

### **3.2.1. L'office**

#### ***3.2.1.a. Part de l'office dans l'approvisionnement***

L'office représente **une part importante de l'approvisionnement des librairies, en particulier des plus petites** : un peu plus de 30% en moyenne pondérée pour les librairies A, 37% en librairie B et près de 40% pour les librairies C et D.

Le poids sensiblement plus faible de l'office en librairie A, qu'il conviendrait cependant de confirmer par d'autres indicateurs (moyenne arithmétique, indicateurs de dispersion), est cohérent avec la plus grande maîtrise des approvisionnements déclarée par ces librairies (*voir ci-dessus 2.3.2*).

<b>part de l'office dans l'approvisionnement</b> % [office PPHT / (office+réassort) PPHT] <i>enquête Distributeurs, hors livres prescrits</i>		<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>échantillon 295 librairies *</b>	<i>nb obs</i>	44	48	106	97
moyenne pondérée		31,7%	37,2%	39,8%	39,6%
<b>échantillon 136 librairies *</b>	<i>nb obs</i>	29	30	51	26
moyenne pondérée		30,0%	36,8%	40,5%	37,4%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête Distributeurs 2005 / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* sur la définition des échantillons « 295 » et « 136 librairies », voir encadré page suivante

#### ***3.2.1.b. Ratio office/ventes nettes***

Les écarts entre les différentes catégories de librairies sont encore plus marqués si l'on se réfère à un autre ratio utilisé par les distributeurs, qui rapporte l'office non plus à l'approvisionnement (office + réassort), mais aux ventes nettes (office + réassort – retours).

Ce résultat n'est pas surprenant dans la mesure où le taux de retour est *a priori* plus élevé sur les offices que sur les réassorts : il est donc logique que le ratio des librairies dont l'office représente une part plus importante des approvisionnements (librairies C et D) soit comparativement plus élevé.

<b>part de l'office dans l'approvisionnement</b> % [office PPHT / (office+réassort-retours) PPHT] <i>enquête Distributeurs, hors livres prescrits</i>		<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>échantillon 295 librairies</b>	<i>nb obs</i>	44	48	106	97
moyenne pondérée		38,1%	48,9%	54,3%	56,4%
<b>échantillon 136 librairies</b>	<i>nb obs</i>	29	30	51	26
moyenne pondérée		35,4%	48,0%	55,5%	51,2%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête Distributeurs 2005 / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL

### ***quelques précisions sur la présentation des résultats de l'enquête Distributeurs***

Le calendrier des enquêtes explique que les résultats de l'enquête Distributeurs se présentent sous la forme de deux séries distinctes :

- une série « 295 librairies », qui correspond à l'échantillon initial de l'enquête Librairie (fichier d'envoi) ;
- et une série « 136 librairies », qui correspond aux répondants effectifs de cette enquête.

#### **• deux séries de résultats**

Le comité de pilotage ayant décidé de lancer les deux enquêtes simultanément, la liste de librairies adressée aux distributeurs ne pouvait naturellement être que celle des 296 destinataires du questionnaire de l'enquête Librairie. À la clôture de la réception des réponses, pour permettre le rapprochement des deux enquêtes, Ipsos a donc extrait des réponses fournies par les distributeurs les 136 réponses relatives aux librairies ayant effectivement répondu à l'enquête Librairie\*.

#### **• deux périmètres : avec et hors livres prescrits**

À la suggestion d'un des membres du comité participant à l'enquête Distributeurs, il a été demandé, pour tenir compte des spécificités du secteur du livre prescrit (office, remises, retour) de fournir les éléments figurant au questionnaire sur deux périmètres : avec et hors livres prescrits.

#### **• présentation des résultats**

Pour chacune des séries, les résultats sont présentés sous forme de moyennes (pondérées ou, le cas échéant, arithmétiques).

Certains répondants à l'enquête ont en effet préféré communiquer à Ipsos, non pas les éléments détaillés librairie par librairie, mais des réponses agrégées par catégorie ABCD, ce qui a limité les possibilités de calcul d'indicateurs, notamment de dispersion. Pour tenter de remédier à cette difficulté, Ipsos a cependant calculé des médianes estimées qui, sans être exactes, permettent d'avoir une approche minimale de la dispersion des données.

#### **• quelle utilisation des deux séries de résultats ?**

Les résultats des deux séries sont relativement proches : sur la majorité des indicateurs, les écarts n'excèdent pas 7%, sauf pour les librairies D où ils atteignent 15% (taux de retour). Laquelle des deux séries doit-on privilégier ?

- Par construction, pour recouper ou compléter les résultats de l'enquête quantitative Librairie, c'est bien sûr la série « 136 librairies » qu'il convient d'utiliser.

- Portant sur un périmètre plus large, la série « 295 librairies » est quant à elle plus représentative *a priori* du champ de la librairie indépendante, notamment en ce qui concerne les catégories C et surtout D qui ont peu répondu à l'enquête quantitative

Elle peut être cependant plus difficile à analyser, dans la mesure où on ne connaît pas les spécificités des 159 librairies qui n'ont pas répondu à l'enquête Librairie (spécialisation notamment), spécificités qui peuvent, le cas échéant, influencer sur les variables mesurées par l'enquête Distributeurs.

En outre, il est plus que vraisemblable qu'il y ait eu, pour ces 159 librairies, des erreurs dans la catégorisation ABCD effectuée par le comité de pilotage au moment de la constitution de l'échantillon (cf. p. 9, note 7).

Si, pour les 136 répondants à l'enquête Librairie, Ipsos a pu conclure que ces erreurs de catégorisation avaient un impact limité sur les résultats de l'enquête Distributeurs\*\*, on ne peut par définition en être totalement assuré pour les 159 librairies pour lesquelles on ne dispose pas d'éléments de recoupement.

**En conclusion**, pour mesurer les caractéristiques des librairies A et B, on privilégiera les résultats de la série « 136 », plus partiels mais probablement plus exacts ; en revanche, le faible taux de réponse des librairies C et D à l'enquête Librairie conduit, pour ces librairies, à privilégier la série « 295 ».

\* Les écarts d'effectifs entre les séries « 295 » et « 136 librairies » et les effectifs d'envoi et de réponse de l'enquête Librairie (respectivement 296 et 140 librairies) s'expliquent de la façon suivante :

- erreur sur le Gencod d'une librairie de l'échantillon d'envoi, qui n'a donc pu être renseignée par les distributeurs : les réponses des distributeurs portent donc sur 295 et non 296 librairies ;
- prise en compte pour l'exploitation de l'enquête Librairie :
  - . des réponses adressées à Ipsos par 3 librairies qui ne faisaient pas partie de l'échantillon initial, pour lesquelles on ne dispose par conséquent pas de données des distributeurs ;
  - . ainsi que d'une réponse parvenue à Ipsos après l'exploitation de l'enquête Distributeurs.

La série extraite par Ipsos pour le rapprochement avec l'enquête Librairie porte donc sur un effectif de 136 librairies, et non de 140.

\*\* Écarts inférieurs à 6% sur la plupart des indicateurs en valeur et à 0,05 point sur les ratios.

### 3.2.1.c. Les flux d'approvisionnement en volume

L'enquête Distributeurs permet de quantifier les flux d'approvisionnement en volume dans les différentes catégories de librairies. Il apparaît ainsi que les libraires A ont reçu en moyenne des 11 distributeurs ayant répondu à l'enquête plus d'un millier de volumes par jour, les librairies B près de 500 volumes, les librairies C environ 200 volumes et les librairies D environ 100 volumes.

Comme sur d'autres résultats, du fait du caractère non borné de la catégorie, les moyennes de la catégorie des librairies A sont tirées vers le haut par quelques très grosses librairies : les médianes estimées de la catégorie A (autour de 1.100 volumes par jour) sont ainsi très inférieures aux moyennes arithmétiques, ce qui n'est pas le cas dans les autres catégories (médianes estimées des librairies B : 470 volumes par jour, C : 200 volumes par jour, D : 100 volumes par jour).

On observe également que la part de l'office en volume est inférieure de 3 à 5 points à sa part en valeur, ce qui s'explique par un poids plus élevé des livres de poche dans les commandes de réassort.

flux en volume		moyenne pondérée			
office + réassort, nb d'exemplaires					
<b>enquête Distributeurs yc livres prescrits</b>		libr A	libr B	libr C	libr D
<b>échantillon 295 librairies</b>	<i>nb obs</i>	44	48	106	97
	nb d'exemplaires/an	433 856	161 236	73 949	36 611
	nb d'exemplaires/jour *	1 446	537	246	122
	% office / (office + réassort)	27,8%	32,4%	34,9%	34,6%
<b>échantillon 136 librairies</b>	<i>nb obs</i>	29	30	51	26
	moyenne arithmétique				
	nb d'exemplaires/an	452 082	153 542	69 652	33 335
	nb d'exemplaires/jour *	1 507	512	232	111
	% office / (office + réassort)	26,2%	32,3%	35,8%	33,8%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête Distributeurs 2005 / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* base 300 jours/an

### 3.2.2. Les retours

Aux alentours de 15% dans les librairies A, le taux de retour s'élève en moyenne pondérée à plus de 23% des approvisionnements en librairie B et à 27% et plus dans les librairies C et D (30% dans l'échantillon 295 librairies).

Dans la mesure où l'office bénéficie d'un droit de retour intégral, contrairement aux commandes de réassort pour lesquelles la faculté de retour se négocie au cas par cas<sup>23</sup>, il n'est pas surprenant que le taux de retour soit plus élevé dans les librairies C et D, où l'office représente, on l'a vu, une part plus importante de l'approvisionnement.

<sup>23</sup> Cf. Protocole d'accord sur les Usages commerciaux de l'édition avec la librairie, SNE/SLF/FFSL, 2001 ([http://www.sne.fr/3\\_edition/usages\\_commerciaux.htm](http://www.sne.fr/3_edition/usages_commerciaux.htm)), article 11: « Les nouveautés envoyées dans le service de nouveautés comportent un droit de retour intégral, dans des limites de temps fixées par l'éditeur ou le diffuseur. (...) Les autres modalités de retour sont traitées dans une deuxième phase de la négociation. »

Si les données recueillies ne permettent pas de le calculer, il semble néanmoins que le niveau très sensiblement plus élevé des taux de retour en librairie C, et plus encore en librairie D, traduise plus qu'un effet de structure, d'autant que ces librairies sont *a priori* moins susceptibles que des librairies plus importantes de négocier des facultés de retour sur les commandes de réassort.

Selon toute vraisemblance, dans ces librairies, moins visitées par les représentants et qui ont majoritairement le sentiment de ne pas maîtriser leurs offices, les taux de retour sur offices sont parmi les plus élevés.

Ces taux de retour pèsent bien évidemment sur leurs conditions d'exploitation :

- en temps, ce qui explique en partie la moindre productivité de ces librairies à effectif restreint (voir 2.1.3. et ci-dessous 3.2.3.) ;
- en coûts de transport ;
- et surtout, en trésorerie – les ouvrages retournés ne leur étant crédités, compte tenu du délai de garde, que 4 à 5 mois après le règlement des offices.

<b>taux de retour (sur approvisionnement)</b> % [retours PPHT / (office+réassort) PPHT] <i>enquête Distributeurs, hors livres prescrits</i>		<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>échantillon 295 librairies</b>	<i>nb obs</i>	44	48	106	97
	moyenne pondérée	16,6%	23,8%	26,8%	29,8%
<b>échantillon 136 librairies</b>	<i>nb obs</i>	29	30	51	26
	moyenne pondérée	15,1%	23,3%	27,1%	27,0%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête Distributeurs 2005 / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL

Calculés non plus sur l'approvisionnement, mais sur les ventes nettes (office + réassort - retours), les taux de retour sont mécaniquement plus élevés et dépassent les 30% dans les librairies B, C et D.

<b>taux de retour (sur ventes nettes)</b> % [retours PPHT / (office+réassort-retours) PPHT] <i>enquête Distributeurs, hors livres prescrits</i>		<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>libr D</b>
<b>échantillon 295 librairies</b>	<i>nb obs</i>	44	48	106	97
	moyenne pondérée	20,0%	31,2%	36,6%	42,4%
<b>échantillon 136 librairies</b>	<i>nb obs</i>	29	30	51	26
	moyenne pondérée	17,8%	30,4%	37,1%	36,9%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête Distributeurs 2005 / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL

### **3.2.3. Gestion des flux et productivité**

Les éléments qui précèdent permettent d'éclairer d'un jour nouveau les importants écarts de productivité observés entre grandes et petites librairies (de 45% à 60%, voir 2.1.3.).

Si l'on rapporte le nombre de volumes moyen reçus par jour (office + réassort) au nombre d'emplois livre, il apparaît en effet que les libraires C et D réceptionnent en moyenne 20% d'ouvrages de plus qu'un libraire A (69 livres par emploi et par jour en librairie D contre 58 en librairie A).

Si l'on ajoute au flux entrant la gestion des retours, l'écart est bien sûr plus marqué encore et il apparaît que ce sont **33% de volumes en plus que doivent traiter les employés des petites librairies.**

<b>flux en volume par emploi</b> <i>moyennes arithmétiques</i>	<b>libr.</b> <b>A</b>	<b>libr.</b> <b>B</b>	<b>libr.</b> <b>C</b>	<b>libr.</b> <b>D</b>	<b>écart</b> <b>D/A</b>
nb volumes/j : office + réassort	1 507	512	232	111	
effectif affecté au livre	26,1	8,0	3,4	1,6	
<b>nb volumes/j (office+réass.) / emploi livre</b>	<b>58</b>	<b>64</b>	<b>68</b>	<b>69</b>	<b>+20%</b>
taux de retour sur approvisionnement	15%	23%	27%	27%	
nb volumes/j : office + réassort + retours	1 735	631	295	141	
<b>nb volumes/j (office+réass.+retours) / emploi livre</b>	<b>66</b>	<b>79</b>	<b>87</b>	<b>88</b>	<b>+33%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête Distributeurs 2005 / Ipsos Culture pour SLF/SNE/DLL-CNL

Encore ce chiffre de 33% semble-t-il constituer **une mesure minimale** de l'écart de poids de la gestion des flux entre grandes et petites librairies, car au moins deux facteurs laissent à penser qu'une comparaison « toutes choses égales par ailleurs » ferait ressortir un écart plus marqué encore :

- compte tenu des tâches d'administration et de gestion, qui pèsent en proportion davantage dans les petites librairies, un emploi livre en librairie D n'est pas équivalent à un emploi livre en librairie A en termes de temps disponible pour les activités de librairie proprement dites : calculés non sur les emplois, mais sur les emplois affectés à la vente de livres, les ratios feraient apparaître un écart plus élevé ;
- en outre, les librairies C et D, on l'a vu, comportent une proportion importante de librairies spécialisées pour lesquelles les assortiments et les flux sont moindres que dans les librairies générales : la comparaison du flux moyen par emploi entre une librairie générale A et une librairie générale C ou D ferait également ressortir un écart encore plus marqué.

Il apparaît donc en conclusion que la gestion des flux, et en particulier celle des retours, constitue l'un des principaux facteurs d'explication de la moindre productivité des petites librairies.

Le poids de cette gestion des flux, venant s'ajouter à :

- la faiblesse des effectifs ;
- la moindre informatisation de l'analyse des ventes ;
- la moindre syndicalisation ;

constitue également l'un des facteurs pouvant expliquer la **faiblesse du taux de réponse à l'enquête des petites librairies.**

### 3.3. RÉSULTATS PAR SPÉCIALITÉS

Le questionnaire incluait une liste de 13 rayons, regroupés en 3 grandes familles.

Si, moyennant quelques regroupements, les librairies n'ont pas eu trop de difficultés à indiquer la ventilation de leur chiffre d'affaires – même si, comme sur d'autres indicateurs, les librairies D, moins informatisées, ont été moins nombreuses à répondre –, les effectifs de réponse sur les remises par rayon sont singulièrement plus faibles, ce qui nous a conduit, dans la présentation des tableaux, à faire figurer des résultats regroupés (librairies A&B et C&D).

#### 3.3.1. Structure des ventes par spécialités

La ventilation agrégée du chiffre d'affaires (115 répondants) montre des profils très différenciés.

- L'écart le plus frappant concerne les rayons de « **savoir** » (scolaire, universitaire et parascolaire), qui représentent le quart du chiffre d'affaires des librairies A, mais dont le poids décroît avec la taille de la librairie jusqu'à ne plus représenter que 6% du CA des librairies D.
- À l'inverse, le poids du groupe Autres (**Jeunesse, BD, Beaux-livres et Pratiques**) croît de 33% pour les librairies A à 45% du chiffre d'affaires des librairies D.
- Enfin, même si tous les répondants n'ont pu fournir l'information, le poids du **poche** se révèle également discriminant : de 10% chez les A à 26% chez les D.

répartition du CA par disciplines (nomenclature agrégée)	moyenne pondérée				moyenne arithmétique			
	libr A	* libr B	libr C	* libr D	libr A	* libr B	libr C	* libr D
115 réponses	31	22	44	18	31	22	44	18
taux de réponse à la question	97%	81%	80%	69%	97%	81%	80%	69%
Savoir (Scolaire, Parascolaire, USTM, Encycl.-dictionnaires)	26%	14%	9%	6%	26%	13%	8%	7%
Litt. générale (Littérature, Policier/SF, Actua/docs, SHS, Religion)	40%	51%	50%	47%	41%	52%	48%	48%
Autres (Jeunesse, BD, Art et beaux livre, Pratiques)	33%	35%	41%	47%	33%	35%	44%	45%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
dont Poche (toutes catégories confondues) **	10%	13%	17%	26%	11%	12%	18%	26%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies B et D : effectifs faibles

\*\* pour les 74 librairies ayant pu fournir l'information

La répartition détaillée du chiffre d'affaires fournie par 101 des librairies de l'échantillon permet d'affiner l'analyse.

- Si tous les rayons du groupe Savoir pèsent moins dans les librairies C&D, l'écart est particulièrement marqué pour le **scolaire** (autour de 3,5% contre 7% pour les librairies A&B) et plus encore pour le rayon **Universitaire, Scientifique, Technique, Médical et Professionnel** (0,5% contre 9% en moyenne pondérée pour les librairies A&B). Ces rayons ne sont d'ailleurs présents que chez moins de 40% des répondants C&D.

La concentration du scolaire sur les librairies A est également liée, on le verra, à celle des ventes aux collectivités.

• En **littérature générale**, le principal écart concerne la littérature, plus présente en proportion dans les plus petites librairies.

S'agissant des rayons Sciences humaines et Religion & Esotérisme, les écarts entre moyenne pondérée et moyenne arithmétique sont plus frappants que les écarts entre grandes et petites librairies. Ces écarts s'expliquent notamment :

– par le poids élevé des sciences humaines dans une librairie représentant près de 20% du CA cumulé des librairies A&B ayant fourni leur répartition par rayons (d'où un écart important entre moyenne pondérée et moyenne arithmétique) ;

– et par la présence dans les librairies C&D de petites librairies spécialisées en religion et en ésotérisme, qui explique le niveau élevé des moyennes arithmétiques.

• Enfin, dans le dernier groupe, l'écart le plus net concerne le rayon **Jeunesse** qui, notamment en raison de la présence de plusieurs librairies spécialisées, représente près du quart du chiffre d'affaires des répondants C&D contre 12% de celui des répondants A&B.

Plus surprenant *a priori*, on observe également un écart du simple au double, mais de sens contraire, sur le rayon Pratique (autour de 10% chez les libraires A&B et de 5% chez les libraires C&D), qui s'explique en partie par le fait que ce rayon n'existe que dans 76% des répondants C&D contre 96% des répondants A&B.

Là encore, on le verra, l'une des explications réside dans la présence de nombreuses librairies spécialisées dans les répondants C&D, qui n'offrent pas ou peu de livres pratiques.

répartition du CA par disciplines (nomenclature détaillée)	moyenne pondérée		moyenne arithm		taux d'existence du rayon	
	libr A&B	libr C&D	libr A&B	libr C&D	libr A&B	libr C&D
101 réponses	46	55	46	55	46	55
taux de réponse à la question	78%	68%	78%	68%	78%	68%
<b>Savoir</b>	<b>22,1%</b>	<b>7,5%</b>	<b>19,6%</b>	<b>7,0%</b>	<b>91%</b>	<b>73%</b>
Scolaire	6,8%	3,9%	7,0%	3,4%	67%	36%
Parascolaire	3,6%	1,8%	3,4%	1,8%	80%	40%
Univ., Sc. & techn., Droit Médecine (yc. Gestion)	9,3%	0,4%	6,7%	0,5%	74%	29%
Encyclopédies et dictionnaires	2,4%	1,4%	2,4%	1,4%	87%	64%
<b>Littérature générale</b>	<b>42,7%</b>	<b>50,3%</b>	<b>46,3%</b>	<b>48,1%</b>	<b>100%</b>	<b>84%</b>
Littérature (yc Policiers & SF)	24,8%	31,6%	27,6%	29,9%	100%	82%
Littérature (yc. Poésie, Théâtre - hors Policiers/SF)*	19,4%	26,1%	22,1%	24,8%		
Littérature policière et Science fiction*	5,4%	5,4%	5,5%	5,1%		
Documents, Sc. humaines, Religion & ésotérisme	17,9%	18,8%	18,6%	18,2%	100%	84%
Actualité, documents, reportages*	3,1%	5,2%	5,5%	5,0%		
Sciences humaines (yc. Histoire et Géographie)*	11,7%	9,0%	3,3%	4,8%		
Religions, spiritualité, ésotérisme*	3,2%	4,6%	9,9%	8,3%		
<b>Autres</b>	<b>35,2%</b>	<b>42,2%</b>	<b>34,2%</b>	<b>44,9%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Jeunesse & BD	17,2%	29,3%	18,0%	31,5%	100%	95%
Jeunesse*	11,2%	22,0%	12,0%	24,5%		
Bandes dessinées*	6,0%	7,3%	6,0%	7,0%		
Art-Beaux livres	6,6%	7,8%	7,1%	8,4%	98%	84%
Livres pratiques	11,3%	5,1%	9,0%	5,0%	96%	76%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>		
dont Poches (toutes catégories confondues) **	10,5%	18,4%	11,7%	19,7%	ns	ns
dont Occasion (toutes catégories confondues)	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	11%	9%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* extrapolation de la répartition observée sur les effectifs plus restreints des 75% à 80% de répondants ayant fourni l'information détaillée / \*\* pour les 67 librairies ayant pu fournir l'information

### **3.3.2. Le livre au format poche en librairie**

#### ***3.3.2.a. Le poids des livres de poche***

Deux tiers seulement des répondants aux questions sur les rayons ont pu fournir des données sur les livres au format poche. Ces effectifs de réponse plus faibles s'expliquent par les différents modes d'intégration de ce format dans l'organisation des rayons des librairies.

Comme dans l'enquête 2003 en effet, pour tenir compte du développement de l'interclassement (*voir ci-dessous 3.3.2.b.*), il était demandé aux libraires de fournir des informations sur les différents rayons tous formats confondus et de préciser, s'ils le pouvaient, la part du poche dans le total général <sup>24</sup>.

Or, quel que soit le mode de traitement du poche retenu par le libraire, la réponse à cette question suppose qu'il dispose de plusieurs codes-caisse pour les livres au format poche :

- pour les libraires pratiquant l'interclassement, la connaissance précise du poids du poche suppose en effet qu'ils puissent isoler la part du poche dans chaque rayon ;
- quant aux libraires ayant un rayon poche autonome, ils peuvent facilement fournir les informations sur le poids du poche mais, s'ils n'ont qu'un code-caisse unique pour le poche, ils ne pourront pas en revanche fournir les informations « tous formats confondus » pour les différents rayons <sup>25</sup>.

#### **• selon la taille**

Les réponses fournies par 74 librairies montrent que **le poche semble peser davantage dans l'activité des petites librairies** : 11% en moyenne arithmétique dans les librairies A & B, 19% dans les librairies C & D (moyennes arithmétiques).

Si la moyenne des librairies C & D est tirée vers le haut par un point de vente (littérature et sciences humaines) qui réalise 65% de son activité en poche, l'écart sur la médiane est assez marqué (15% C&D, 10,5% A&B).

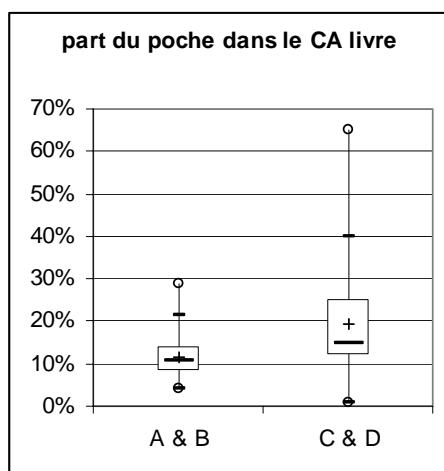
On note également que le poche représente plus de 30% du chiffre d'affaires pour un quart des répondants C & D, mais pour aucun des répondants A & B.

On remarque enfin que, comme sur d'autres indicateurs, les librairies A&B ont un profil beaucoup plus homogène que les librairies C&D.

---

<sup>24</sup> En 1992, les auteurs de la première enquête sur la librairie de 1<sup>e</sup> niveau 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.

<sup>25</sup> Les réponses des librairies qui n'ont pas indiqué de ventilation de leur rayon poche ont été redressées en redistribuant le chiffre d'affaires du rayon poche sur les autres rayons présents dans ces librairies selon la répartition par discipline des ventes de poche en librairie issue du panel Ipsos Culture pour 2004.



#### Commentaire

Profil nettement plus homogène des librairies A&B :

- la part du poche varie de 4% à 29% chez les libraires A&B et de 0,9% à 65% (point atypique) chez les libraires C&D ;

- l'écart interquartile (bords inférieurs et supérieurs de la boîte) est également sensiblement plus réduit dans les librairies A&B (la part du poche est comprise entre 8% et 14% pour la moitié des répondants A&B) que dans les librairies C&D (entre 12% et 25%).

#### • selon la spécialisation

Résultat logique compte tenu de la part de ces spécialités dans l'offre de poche, **c'est dans les librairies spécialisées en littérature et sciences humaines que le poche pèse le plus** : 20,5% en moyenne arithmétique contre 14% dans les librairies générales (médiane : 18% contre 11%).

Pour 37% d'entre elles (13% des librairies générales), le poche représente plus de 20% du chiffre d'affaires livre.

A l'inverse, le poche ne dépasse pas 10% du CA livre pour 39% des librairies générales contre seulement 16% des librairies spécialisées en littérature.

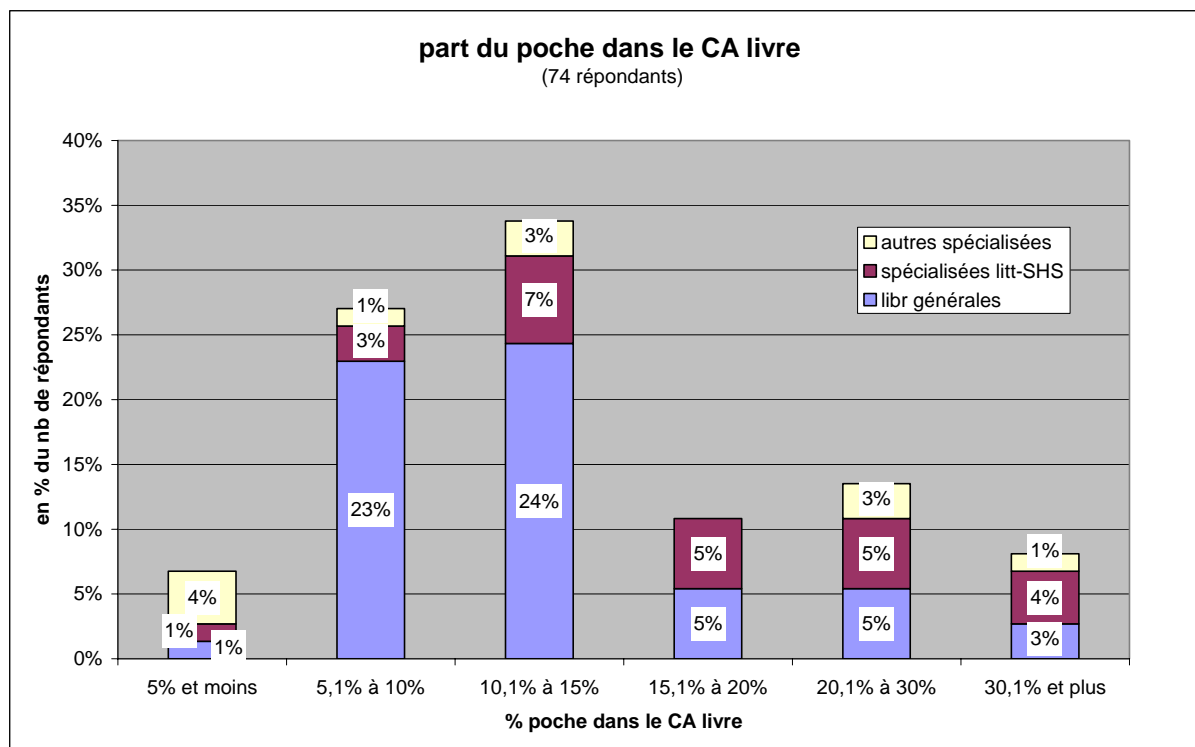
On remarque également que **les librairies spécialisées en littérature sont celles qui sont le plus à même d'isoler le poids du poche dans leur chiffre d'affaires** : 70% d'entre elles ont fourni cette information, contre seulement 52% des librairies générales et 38% des autres librairies spécialisées<sup>26</sup> – le taux de réponse étant particulièrement faible (23%) dans les librairies jeunesse.

part du poche dans le CA livre selon la spécialisation	* libr générales	spécialisées litt-SHS	** autres spécialisées
<i>nb observ<sup>o</sup></i>	46	19	9
<i>taux de réponse</i>	52%	70%	38%
moyenne arithmétique	14%	20,5%	15%
médiane	11%	18%	15%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM / \*\* Attention : Autres spécialisées : effectifs très faibles

<sup>26</sup> Les très faibles effectifs de réponse des autres librairies spécialisées (9 répondants) conduisent à considérer avec circonspection les résultats sur le poids du poche dans cette catégorie. Les 9 réponses reçues présentent un profil particulièrement éclaté, avec à la fois une proportion élevée de répondants pour lesquels le poche pèse peu dans le chiffre d'affaires (10% du CA et moins pour 4 répondants, dont 3 librairies religieuses) et une proportion presque aussi élevée de répondants chez lesquels il constitue une part importante du CA (plus de 20,1% du CA livre pour 3 répondants : 2 librairies jeunesse et une librairie spécialisée en ésotérisme).



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Lecture : Le poche représente entre 5,1% et 10% du CA livre pour 27% des répondants (23% de librairies générales, 3% de librairies spécialisées littérature, 1% d'autres librairies spécialisées)

### 3.3.2.b. L'interclassement

La pratique de l'interclassement des livres « grand format » et des livres au format poche est inégalement répandue selon les rayons et les types de librairies : majoritaire pour le rayon Sciences humaines (61% des librairies de l'échantillon), il n'est pratiqué que par une (forte) minorité de librairies s'agissant des rayons Littérature (39%) et Jeunesse (35%)<sup>27</sup>.

- **L'interclassement des sciences humaines est majoritaire** quelle que soit la taille des librairies (de 55% à 69% selon la catégorie de chiffre d'affaires) et davantage pratiqué par les librairies C et D pour ce qui est des rayons Littérature et Jeunesse.

- **La spécialisation s'avère en revanche déterminante** pour ce qui est des rayons **Littérature** et plus encore **Sciences humaines**. Les répondants spécialisés en Littérature & SHS sont en effet :

- 89% à interclasser le rayon Sciences humaines, contre seulement 58% des librairies générales et 54% des autres librairies spécialisées ayant un rayon Sciences humaines ;
- et 63% à interclasser le rayon Littérature (34% des librairies générales et 46% des autres librairies spécialisées ayant un rayon Littérature).

<sup>27</sup> Respectivement 64%, 41% et 36% des librairies si l'on exclut pour le calcul les quelques librairies – spécialisées – non concernées par la question dans la mesure où elles n'ont pas de rayon Littérature ou Sciences humaines ou Jeunesse.

• L'interclassement du rayon Jeunesse est également nettement plus pratiqué par les librairies spécialisées (spécialisées Littérature & SHS : 48%, autres spécialisées : 50%) que par les librairies générales (25%) mais, de façon un peu surprenante, est plutôt un peu moins fréquent dans les librairies jeunesse (46%) que dans les autres « autres librairies spécialisées » (53%).

• Enfin, on note que c'est à Paris, et dans une moindre mesure, en région parisienne que l'interclassement est le plus répandu.

S'il s'agit pour partie d'un effet de structure<sup>28</sup>, on observe cependant qu'il y a bien globalement, par-delà cet effet, un effet « localisation » : à une exception près, **quel que soit le rayon concerné et la spécialisation des librairies, l'interclassement est davantage pratiqué en région parisienne qu'en province**<sup>29</sup> (voir graphique).

interclassement	taille				spécialisation			localisation		
	libr A	libr B	libr C	libr D	* libr générales	spéc. Litt. & SHS	autres spéc.	Paris	IdF hors Paris	Prov
« Le grand format et le poche sont-ils interclassés ? »										
% nb librairies 140 observ <sup>o</sup>	32	27	55	26	89	27	24	20	22	98
<b>rayon Littérature</b>										
OUI	31%	22%	45%	54%	34%	63%	33%	65%	41%	34%
NON	66%	74%	40%	35%	62%	33%	33%	35%	50%	55%
pas de rayon	-	-	9%	8%	-	-	29%	-	5%	6%
NR	3%	4%	5%	4%	4%	4%	4%	-	5%	5%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>rayon Sc. hum. &amp; soc.</b>										
OUI	69%	63%	55%	62%	58%	89%	38%	90%	64%	54%
NON	28%	33%	29%	27%	37%	7%	25%	10%	27%	34%
pas de rayon	-	-	9%	8%	-	-	29%	-	5%	6%
NR	3%	4%	7%	4%	4%	4%	8%	-	5%	6%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>rayon Jeunesse</b>										
OUI	31%	26%	38%	42%	25%	48%	50%	50%	36%	32%
NON	66%	70%	53%	35%	67%	44%	38%	50%	55%	57%
pas de rayon	-	-	2%	4%	1%	4%	-	-	-	2%
NR	3%	4%	7%	19%	7%	4%	13%	-	9%	9%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

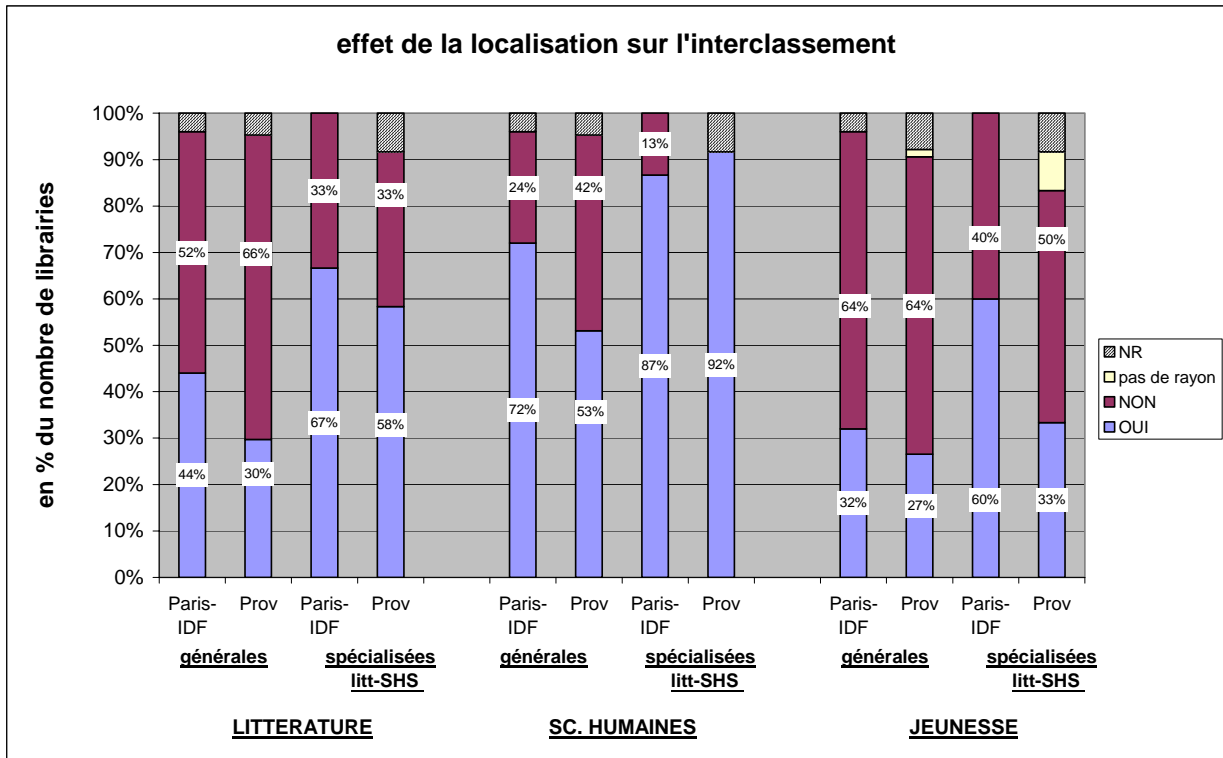
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM

<sup>28</sup> 50% des répondants parisiens et 23% des répondants franciliens sont spécialisés en Littérature & SHS, contre seulement 12% des répondants de province.

<sup>29</sup> L'exception concerne le rayon Sciences humaines, pour lequel l'interclassement, massivement pratiqué par les librairies franciliennes spécialisées en Littérature & SHS (87%), est au moins aussi fréquent chez les répondants de province (92%, non réponse 8%).

On n'a pas fait figurer sur le graphique les « autres librairies spécialisées », dont les effectifs sur Paris-RP sont trop faibles (2 librairies) pour pouvoir envisager une comparaison avec les 22 répondants de province.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

**Lecture** : 44% des librairies générales de Paris-IDF pratiquent l'interclassement du rayon Littérature, contre 30% des librairies générales de province.

Comme les chiffres du tableau le laissent supposer, **la pratique de l'interclassement est sélective** ; sur les 125 libraires de l'échantillon ayant répondu sur les trois rayons :

- 25% interclassent les trois rayons ;
- 25% n'en interclassent aucun ;
- les 50% restant en interclassant seulement un ou deux.

Sans surprise, c'est à Paris (40%) et dans les librairies spécialisées en littérature (44%) que l'on pratique le plus l'interclassement systématique et en province (27%) et dans les librairies générales (30%) qu'aucun des 3 rayons n'est interclassé.

Enfin, on observe qu'en moyenne, **les librairies pour lesquelles le poche représentent une part importante du chiffre d'affaires sont plus enclines à l'interclassement** : le poche représente par exemple 19% en moyenne du CA des librairies qui interclassent le rayon Littérature mais seulement 13% du CA de celles qui ne l'interclassent pas.

part du poche dans le CA livre		
moyenne arithmétique		
74 réponses		
interclassement du rayon...	OUI	NON
... Littérature	19%	13%
... Sciences humaines	16%	13%
... Jeunesse	20%	13%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

**Lecture** : le poche représente en moyenne 19% du CA des librairies qui interclassent le rayon Littérature et 13% du CA de celles qui ne l'interclassent pas

### 3.3.3. Remises moyennes par spécialités

Comme dans les enquêtes précédentes, on observe que le **scolaire** et l'**universitaire, scientifique, technique, médical et professionnel** se caractérisent par un niveau de remise nettement plus faible que les autres rayons : 30% en moyenne pour le scolaire pour les librairies A&B, 33% pour l'USTM, alors que, dans ces librairies, les remises sur les autres rayons se situent entre 37% et 39%<sup>30</sup>.

remise moyenne obtenue (RMO) par disciplines (nomenclature détaillée)	moyenne pondérée		moyenne arithm	
	libr A&B	libr C&D	libr A&B	libr C&D
<i>48 réponses CA et rabais</i>	21	27	21	27
<i>taux de réponse à la question</i>	36%	33%	36%	33%
<b>Savoir</b>	<b>33,4%</b>	<b>31,4%</b>	<b>33,0%</b>	<b>30,5%</b>
Scolaire	30,4%	30,0%	30,0%	26,6%
Parascolaire	36,8%	34,3%	36,0%	31,1%
Univ., Sc. & techn., Droit Médecine (yc. Gestion)	33,6%	26,0%	32,7%	25,4%
Encyclopédies et dictionnaires	36,4%	32,9%	36,0%	32,4%
<b>Littérature générale</b>	<b>38,2%</b>	<b>36,3%</b>	<b>37,8%</b>	<b>35,5%</b>
Littérature (yc Policiers & SF)	38,7%	36,4%	38,2%	35,6%
<i>Littérature (yc. Poésie, Théâtre - hors Policiers/SF) *</i>	38,7%	36,4%	38,2%	35,5%
<i>Littérature policière et Science fiction*</i>	38,7%	36,4%	36,1%	35,6%
Documents, Sc. humaines, Religion & ésotérisme	37,6%	36,2%	37,1%	35,2%
<i>Actualité, documents, reportages *</i>	38,4%	35,3%	38,1%	35,1%
<i>Sciences humaines (yc. Histoire et Géographie) *</i>	37,8%	35,9%	37,0%	33,0%
<i>Religions, spiritualité, ésotérisme *</i>	38,3%	37,8%	37,5%	33,7%
<b>Autres</b>	<b>38,5%</b>	<b>36,6%</b>	<b>37,7%</b>	<b>35,9%</b>
Jeunesse & BD	38,8%	37,1%	38,1%	36,3%
<i>Jeunesse *</i>	39,3%	37,4%	38,5%	36,5%
<i>Bandes dessinées *</i>	38,0%	36,6%	37,3%	33,8%
Art-Beaux livres	38,1%	35,4%	37,6%	34,9%
Livres pratiques	38,2%	35,5%	37,2%	34,1%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>37,2%</b>	<b>36,0%</b>	<b>36,7%</b>	<b>35,6%</b>
dont Poches (toutes catégories confondues) **	39,2%	36,2%	38,8%	35,6%
dont Occasion (toutes catégories confondues)	ns	ns	ns	ns

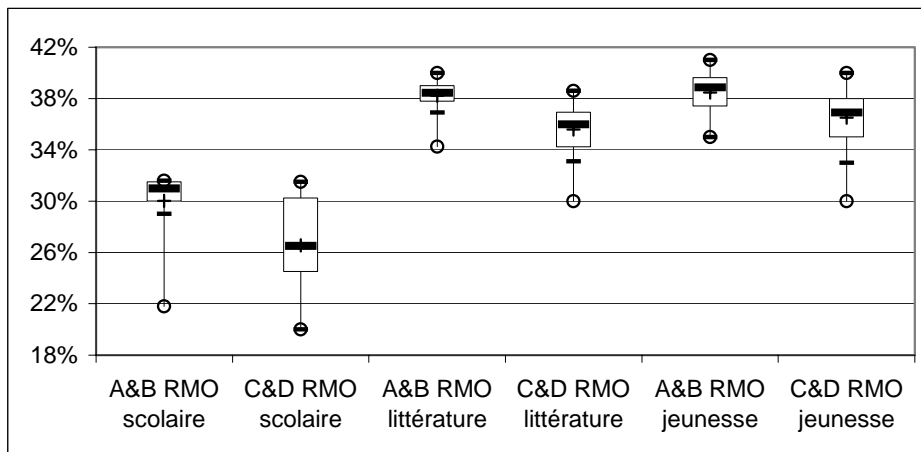
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* extrapolation de la répartition observée sur les effectifs plus restreints des 75% à 80% de répondants ayant fourni l'information détaillée / \*\* pour les 27 librairies ayant pu fournir l'information

<sup>30</sup> Ce faible niveau de remise, régulièrement dénoncé par la librairie, s'explique selon les éditeurs par les particularités de l'économie du livre prescrit et est contrebalancé par des rotations singulièrement plus élevées que les autres rayons. La question n'était pas posée dans l'enquête 2005, mais les enquêtes 1992 et 2003 avaient montré que, pour les librairies de 1<sup>e</sup> niveau, la rotation du rayon scolaire était en moyenne 3 fois plus élevée.

La concentration des ventes de livres prescrits sur les librairies A et B précédemment mise en évidence a donc deux conséquences :

- la première est qu'alors que, rayon par rayon, les écarts sur les remises sont assez significatifs entre grandes et petites librairies (de 2 à 7 points en moyenne arithmétique), **l'écart sur la remise globale<sup>31</sup> est beaucoup plus resserré** : 2 points en moyenne arithmétique (36,7% pour les librairies A&B contre 35,6% pour les librairies C&D) et un peu plus d'un point en moyenne pondérée (37,2% contre 36%) ;
- la seconde est que c'est sur le prescrit que l'écart entre petites et grandes librairies est le plus marqué : soit en termes de niveau de remise (7 points d'écart sur l'USTM) soit en termes d'homogénéité des remises (cas du scolaire, voir graphique).



Commentaires du graphique :

- hormis la présence d'une valeur extrême à 22%, la remise scolaire est beaucoup plus homogène pour les librairies A&B : 50% des librairies A&B ont une remise comprise entre 30% et 31,5% (bords inférieurs et supérieurs de la boîte), soit un écart de 1,5 point ; pour les librairies C&D, la fourchette qui rassemble les 50% de valeurs centrales va de 24,5% à 30,3%, soit un écart de 6 points ; on observe en outre un écart marqué sur la médiane (31% pour les librairies A&B, 26% pour les librairies C&D) ;
- par comparaison, la distribution des remises en Littérature et en Jeunesse des librairies C&D est sensiblement plus homogène que celle du scolaire ; l'écart sur la médiane est également nettement moins marqué (38,5% contre 36% en littérature, 38,9% contre 36,9% en jeunesse, soit un écart maximal de 3 points)
- les remises des librairies A&B sont plus homogènes en Littérature (50% des valeurs entre 37,8% et 39%, soit un écart d'1,2 point) qu'en Jeunesse (50% des valeurs entre 37,4% et 39,6%, soit un écart de 2,2 points)

<sup>31</sup> Les niveaux de remise globale qui ressortent de l'approche par spécialités diffèrent très légèrement de ceux qui ressortent de l'approche par canaux d'approvisionnement. Ces différences s'expliquent par les écarts de taux de réponse entre les deux questions (48 librairies pour les remises par spécialités, 94 pour les remises par canaux).

### 3.3.4. Les librairies spécialisées

Les écarts observés sur les remises par rayon conduisent à isoler pour l'analyse les librairies pour lesquelles le scolaire et l'universitaire représentent une partie significative de l'activité.

Dans le même ordre d'idée, la plus grande amplitude des taux de remise qui s'observe chez les librairies C&D sur presque tous les rayons conduit à chercher à isoler les librairies spécialisées.

#### *3.3.4.a. Comment définir une « librairie spécialisée » ?*

La notion de « librairie spécialisée » n'étant pas si facile à traduire en termes statistiques<sup>32</sup>, on a décidé – de façon nécessairement arbitraire – de retenir, pour définir le caractère de spécialisation, différents seuils de CA par discipline au-delà desquels la librairie sera considérée comme spécialisée<sup>33</sup> – approche que l'on a recoupée et complétée avec l'appartenance à des groupements de librairies spécialisées (ASLJ, ALBD, Siloe, ALEF, etc.).

seuils de % du CA au-delà desquels une librairie sera considérée dans l'enquête comme spécialisée en...	
Scolaire + Parascolaire + USTM	35%
Littérature + Actualité + Sciences humaines	60%
Religion	25%
Ésotérisme	25%
Jeunesse	40%
BD	40%
Art	40%

Selon cette définition, parmi les 140 répondants, on compte 59 librairies spécialisées (32 si l'on exclut la spécialisation Littérature & Sciences humaines) réparties de la façon suivante.

spécialisation	en nb de librairies					en % de chaque catégorie				
	libr A	libr B	libr C	libr D	ENS	libr A	libr B	libr C	libr D	ENS
<b>librairies non spécialisées</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>81</b>	<b>72%</b>	<b>70%</b>	<b>42%</b>	<b>62%</b>	<b>58%</b>
<b>librairies spécialisées</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>59</b>	<b>28%</b>	<b>30%</b>	<b>58%</b>	<b>38%</b>	<b>42%</b>
<i>dont spécialisées hors Litt. &amp; SHS</i>	6	2	16	8	32	19%	7%	29%	31%	23%
s1 - scolaire & USTM	6	-	2	-	8	19%	-	4%	-	6%
s2 - religion	-	1	4	-	5	-	4%	7%	-	4%
s3 - ésotérisme	-	-	-	2	2	-	-	-	8%	1%
s4 - art	-	-	1	1	2	-	-	2%	4%	1%
s5 - jeunesse	-	1	7	5	13	-	4%	13%	19%	9%
s6 - BD	-	-	2	-	2	-	-	4%	-	1%
s7 - littérature & SHS	3	6	16	2	27	9%	22%	29%	8%	19%
<b>ENSEMBLE</b>	<b>32</b>	<b>27</b>	<b>55</b>	<b>26</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

<sup>32</sup> Si une librairie ne vendant par exemple que des ouvrages d'architecture sera classée sans hésitation dans la catégorie des « librairies spécialisées », comment qualifierait-on une librairie réalisant 55% de son activité en littérature générale et 45% en jeunesse ? On ne saurait la considérer comme une librairie générale (elle n'a ni scolaire, ni universitaire, ni art, ni pratique). Si l'on utilise comme critère le principal rayon, elle sera classée en littérature, alors même qu'elle a une spécialisation jeunesse marquée. Selon le mode de définition retenu pour l'enquête, elle sera considérée comme spécialisée jeunesse.

Soulignons enfin que ces approches de la spécialisation (poids du rayon principal ou seuils par rayons) excluent la plupart des librairies « multispecialisées », ces très grandes librairies dont les rayons Jeunesse ou Religion peuvent être plus étendus que ceux de certaines librairies spécialisées.

<sup>33</sup> Ces critères sont différents de ceux utilisés dans l'enquête 2003, pour laquelle on avait retenu des seuils légèrement plus élevés.

Sans surprise, on observe que les librairies spécialisées en scolaire et en USTM se concentrent essentiellement sur les librairies A (6 librairies sur 8), les librairies spécialisées en littérature et sciences humaines sur la catégorie C (près de 30% des effectifs) tandis que les autres spécialités se concentrent plutôt sur les catégories C et D : sur ces deux catégories, les librairies spécialisées hors littérature représentent environ 30% des effectifs.

### 3.3.4.b. Une relecture du niveau des remises par taille de librairie

Si l'on intègre ce critère de spécialisation pour l'analyse des remises obtenues, on s'aperçoit que, quelle que soit la taille du chiffre d'affaires :

- les librairies spécialisées en scolaire-USTM ont une remise globale inférieure d'au moins un point à celle des librairies non spécialisées ;
- et que les autres librairies spécialisées ont à l'inverse une remise globale plus élevée : 1,3 point pour les librairies A, 1,4 pour les B, 1,7 pour les C et 2,5 points pour les librairies D.

On observe également que, conformément au résultat attendu, la remise obtenue par les librairies généralistes décroît avec le chiffre d'affaires : quatre points séparent ainsi les librairies A (37,5%) des librairies D (33,3%).

remise moyenne selon la spécialisation moyennes arithmétiques	libr A	libr B	libr C	libr D
94 répondants CA et remises	20	18	38	18
taux de réponse à la question	63%	67%	69%	69%
librairies non spécialisées	37,5%	36,4%	34,7%	33,3%
librairies spécialisées Scolaire & USTM	34,8%	-	33,6%	-
autres librairies spécialisées (yc Littérature & SHS)	38,8%	37,8%	36,4%	35,8%
<b>ensemble</b>	<b>37,3%</b>	<b>36,9%</b>	<b>35,5%</b>	<b>34,4%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

On retiendra en conclusion que l'analyse des remises par spécialité met en évidence les **deux facteurs qui permettent d'expliquer le faible écart de remise globale constaté entre grandes et petites librairies** :

- la concentration des rayons scolaire et universitaire dans les librairies A et B ;
- et la présence importante de librairies spécialisées dans les catégories C et D.

On retrouvera bien évidemment le même phénomène dans tous les résultats liés à la remise obtenue, à commencer par la marge commerciale (*voir 3.5.1.*).

### 3.4. VENTES PAR CLIENTÈLES

#### 3.4.1. Répartition des ventes par clientèles

• *selon la taille*

La **vente au détail** représente en moyenne un peu plus de 80% des ventes de livres des librairies A, B et C et atteint 84% pour les librairies D (82% en chiffre globalisé).

Même s'il convient d'être prudent compte tenu de la faiblesse des effectifs de réponse des catégories B et D, la **vente hors magasin** (2% en chiffre globalisé) semble plus développée dans les librairies petites et moyennes.

Elle est ainsi pratiquée par plus de la moitié des répondants B et D, contre moins du tiers des librairies A et C.

Le niveau nettement plus élevé de la vente hors magasin dans les librairies D (5%) s'explique en grande partie par un point de vente spécialisé jeunesse réalisant 33% de son CA livre hors magasin.

Le poids des **ventes aux collectivités** (18% en chiffre globalisé) se situe entre 18% et 19% pour les librairies A, B et C et autour de 16% pour les librairies D. Ce différentiel est la résultante :

- du poids plus élevé des ventes aux établissements scolaires dans les librairies A (6% du CA contre 3% à 4% dans les autres catégories) ;
- et du poids plus élevé des ventes aux établissements non scolaires dans les librairies B et C (14% à 16%, contre 12% à 13% en moyenne dans les librairies A et D).

répartition des ventes par clientèles	moyenne pondérée					moyenne arithmétique				nb obs
	libr A	libr B	libr C	libr D	résultat globalisé	libr A	libr B	libr C	libr D	
<i>en % du CA livre</i>										
119 réponses	29	22	47	21		29	22	47	21	119
taux de réponse à la question	91%	81%	85%	81%		91%	81%	85%	81%	
<b>CA Vente au détail</b>	<b>81,3%</b>	<b>80,9%</b>	<b>82,4%</b>	<b>83,9%</b>	<b>82,3%</b>	<b>81,6%</b>	<b>80,6%</b>	<b>80,5%</b>	<b>84,3%</b>	<b>119</b>
dont Vente hors magasin	0,5%	2,1%	1,6%	5,3%	<b>2,4%</b>	0,7%	2,2%	1,5%	4,7%	48
<b>CA Vente à terme (collectivités)</b>	<b>18,7%</b>	<b>19,1%</b>	<b>17,6%</b>	<b>16,1%</b>	<b>17,7%</b>	<b>18,4%</b>	<b>19,4%</b>	<b>19,5%</b>	<b>15,7%</b>	<b>108</b>
CA collectivités (scolaire) *	6,7%	4,3%	3,8%	3,4%	<b>4,6%</b>	6,2%	3,8%	3,9%	3,1%	48
CA collectivités (non scolaire) *	12,0%	14,7%	13,8%	12,7%	<b>13,1%</b>	12,2%	15,6%	15,6%	12,7%	89
<b>ensemble</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>119</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* extrapolation des résultats des 91 librairies ayant donné le détail de leurs ventes à terme

Attention : un libellé ambigu du questionnaire fait que les ventes aux bibliothèques des établissements scolaires ont été classées dans le poste « collectivités (scolaire) » par certaines librairies et dans le poste « collectivités (non scolaire) » par d'autres

• *selon la spécialisation*

La répartition des ventes par clientèles varie fortement selon la spécialisation.

• Les écarts les plus frappants concernent les **ventes aux collectivités**, qui varient en moyenne arithmétique de 10% du chiffre d'affaires dans les librairies spécialisées en Littérature & sciences humaines à **30% dans les librairies spécialisées Scolaire & USTM et les autres librairies spécialisées**.

La part des ventes aux collectivités dépasse 40% du chiffre d'affaires dans 42% des « autres librairies spécialisées », et 50% pour 17% d'entre elles. Elle est particulièrement forte dans les librairies jeunesse, où elle s'élève en moyenne à 37%.

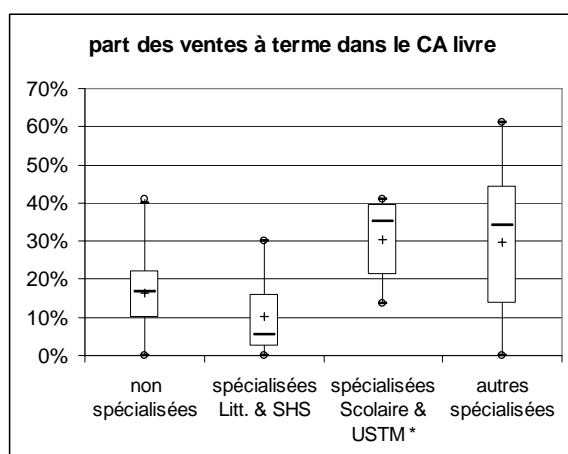
• Mais on note aussi que **ces autres librairies spécialisées sont celles qui pratiquent le plus les ventes hors magasin**.

Les ventes hors magasin représentent plus de 5% du chiffre d'affaires pour 41% de ces librairies, contre seulement 14% des librairies non spécialisées, 4% des librairies spécialisées en littérature et aucune librairie spécialisée scolaire.

répartition des ventes par clientèles	spécialisation				nb
	selon la spécialisation en % du CA livre moyennes arithmétiques	non spécialisées	* scolaire & USTM	littérature & SHS	
119 réponses	63	6	26	24	119
taux de réponse à la question	78%	75%	96%	100%	
CA Vente au détail	83,5%	69,5%	89,7%	70,4%	119
dont Vente hors magasin	1,7%	0,3%	1,1%	4,5%	48
CA Vente à terme (collectivités)	16,5%	30,5%	10,3%	29,6%	108
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies spécialisées Scolaire & USTM : effectifs très faibles



\* Attention : librairies spécialisées Scolaire & USTM : effectifs très faibles

Sans surprise, c'est chez les librairies spécialisées Scolaire & USTM que les ventes aux collectivités scolaires pèsent le plus dans l'ensemble des ventes à terme (58%).

répartition des ventes à terme selon la spécialisation en % du CA Vente à terme moyennes arithmétiques	spécialisation				nb
	non spécialisées	* scolaire & USTM	littérature & SHS	autres spécialisées	obs
91 réponses	45	5	21	20	91
taux de réponse à la question	56%	63%	78%	83%	
CA collectivités (scolaire) **	30,1%	57,9%	9,5%	12,3%	48
CA collectivités (non scolaire) **	69,9%	42,1%	90,5%	87,7%	91
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies spécialisées Scolaire & USTM : effectifs très faibles / \*\* un libellé ambigu du questionnaire fait que les ventes aux bibliothèques des établissements scolaires ont été classées dans le poste « collectivités (scolaire) » par certaines librairies et dans le poste « collectivités (non scolaire) » par d'autres

### 3.4.2. Rabais consenti

L'analyse détaillée des niveaux de rabais par clientèle se heurte à un faible taux de réponse<sup>34</sup>, qui conduit, là encore, à regrouper les catégories de librairies.

Si le libellé insuffisamment précis du questionnaire sur les ventes aux collectivités peut expliquer pour partie ce faible taux de réponse<sup>35</sup>, il n'en reste pas moins que celui-ci reflète également un manque de suivi de cet indicateur par les libraires.

On en voudra pour preuve que plus de 30% des librairies déclarant utiliser un système de carte de fidélité (soit 22% des répondants) ne savent pas précisément combien cela leur coûte, alors même que les rabais au détail représentent en moyenne 60% du rabais global consenti, soit 2 à 3 points de marge.

Sur la petite moitié de répondants ayant fourni l'information, on n'observe **pas de différence marquée sur les niveaux de rabais consenti** : en moyenne pondérée, les chiffres frappent au contraire par leur proximité : 2,7% sur les ventes au détail, 11,3% sur les ventes aux collectivités (18% scolaire, 9% non scolaire), soit **un rabais global de 4,3%**.

En moyenne arithmétique en revanche, le rabais sur les ventes aux collectivités scolaires est nettement plus bas chez les libraires C&D (13% contre 18%) : ce phénomène, lié à l'ambiguïté du libellé « collectivités (scolaire) », s'explique par le fait que l'on trouve dans le groupe C&D quelques marchés d'ouvrages scolaires (remises supérieures à 20%) relativement importants qui tirent la moyenne pondérée vers le haut et plusieurs petits marchés de fourniture d'ouvrages non scolaires aux bibliothèques scolaires plafonnés à 9%.

rabais moyen consenti (RMC) <i>en % du px de vente public</i>	moyenne pondérée			moy arithm		nb
	libr A&B	libr C&D	résultat globalisé	libr A&B	libr C&D	obs
<i>68 répondants CA et rabais taux de réponse à la question</i>	25	43		25	43	68
	42%	53%		42%	53%	
<b>Vente au détail</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,6%</b>	<b>3,1%</b>	<b>68</b>
<i>dont Vente hors magasin</i>	<i>ns</i>	<i>3,0%</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>	<i>2,2%</i>	<i>15</i>
<b>Vente à terme (collectivités)</b>	<b>11,3%</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,3%</b>	<b>10,8%</b>	<b>9,6%</b>	<b>62</b>
- collectivités (scolaire) *	17,9%	18,3%	<b>18,0%</b>	18,1%	12,8%	33
- collectivités (non scolaire) *	9,0%	8,9%	<b>8,9%</b>	9,8%	9,2%	60
<b>ensemble</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,3%</b>	<b>68</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* **Attention** : un libellé ambigu du questionnaire fait que les ventes aux bibliothèques des établissements scolaires ont été classées dans le poste « collectivités (scolaire) » par certaines librairies et dans le poste « collectivités (non scolaire) » par d'autres

<sup>34</sup> Seulement 14 librairies A, 11 librairies B et 9 librairies D ont fourni les éléments complets en chiffre d'affaires et en rabais permettant de calculer le rabais global consenti.

<sup>35</sup> Le questionnaire demandait de distinguer, au sein des ventes aux collectivités, un montant « collectivités (scolaire) » et un montant « collectivités (non scolaire) ». Contrairement au questionnaire de l'enquête 2003, le questionnaire ne précisait pas qu'étaient visées, sous l'appellation « collectivités (scolaire) », les ventes d'ouvrages scolaires, tels qu'ils sont définis par les décrets d'application de la loi sur le prix du livre.

Alors que les libraires sont, depuis la loi du 18 juin 2003, tenus de déclarer leurs ventes de livres non scolaires aux collectivités à la Sofia – et donc de connaître la répartition de leurs ventes aux collectivités entre livres scolaires et non scolaires –, il apparaît que le questionnaire a été interprété par certains répondants comme une demande de distinction entre ventes aux établissements scolaires (y compris d'ouvrages non scolaires aux bibliothèques scolaires) et ventes aux établissements non scolaires. Or, cette distinction étant rarement utilisée par les libraires, il est possible que cette interprétation du questionnaire ait contribué au taux élevé de non réponse.

On rappellera enfin que la grande majorité des réponses fournies (86%) portent sur des exercices chevauchant la « période de transition » prévue par la loi du 18 juin 2003 sur la rémunération du prêt en bibliothèque, au cours de laquelle les rabais sur les ventes d'ouvrages non scolaires aux collectivités étaient plafonnés non pas à 9%, comme depuis le 1<sup>e</sup> août 2004, mais à 12% pour les nouveaux marchés et demeuraient libres pour les marchés en cours. Ceci explique que le rabais arithmétique moyen sur les marchés non scolaires excède quelque peu le plafond de 9% en vigueur depuis le 1<sup>e</sup> août 2004.

### *L'utilisation des cartes de fidélité*

L'utilisation des cartes de fidélité est très largement répandue : quelle que soit la catégorie considérée, plus des deux tiers des répondant déclarent en proposer une à leurs clients.

Leur utilisation est particulièrement fréquente à Paris (80%) et en Ile-de-France (77%). En province, le taux d'utilisation, bien que massif, est inférieur d'environ 10 points (69%) et l'on note que dans les catégories A, C et D, la totalité des librairies déclarant ne pas avoir de carte de fidélité sont implantées en province.

Contrairement au résultat intuitivement attendu, l'analyse des indications de rabais fournies par 70 des répondants<sup>36</sup> ne fait pas ressortir un niveau de rabais plus élevé chez les libraires ayant un système de carte de fidélité : 2,6% en moyenne arithmétique contre 2,5% pour les autres répondants (3,2% pour les 6 libraires ayant déclaré ne pas avoir de carte, 2,2% pour les non répondants à la question sur les cartes).

S'il n'est pas forcément illogique que les libraires n'ayant pas de carte puissent accorder un rabais moyen plus élevé – tout dépend de la proportion de librairies accordant systématiquement le rabais de 5% autorisé par la loi (2 sur 6 dans l'enquête) –, on ne peut s'empêcher d'être un peu perplexe à la lecture de certaines réponses, qui laissent à penser que certains libraires n'ont pas une idée très précise des rabais qu'ils accordent effectivement en magasin<sup>37</sup>.

carte de fidélité	taille				localisation			spécialisation		
	libr A	libr B	libr C	libr D	Paris	RP	Prov	* libr générale	spéc. litt-SHS	autre spéc.
« Y a-t-il une carte de fidélité ? »										
% nb librairies 140 obs	32	27	55	26	20	22	98	89	27	24
OUI	72%	81%	65%	77%	80%	77%	69%	74%	67%	71%
NON	16%	4%	7%	19%	5%	5%	13%	12%	7%	8%
NR	13%	15%	27%	4%	15%	18%	17%	13%	26%	21%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM

<sup>36</sup> Répondants ayant fourni les informations permettant de calculer le rabais en magasin (rabais au détail global et rabais au détail hors magasin).

<sup>37</sup> Neuf des libraires ayant une carte de fidélité indiquent comme rabais moyen le maximum autorisé de 5% ; deux autres de ces libraires déclarent en revanche n'accorder aucun rabais en magasin – déclarations qui, dans les deux cas, semblent *a priori* peu cohérentes.

En tenant compte des clients qui ne demandent pas la carte, de ceux qui la perdent ou de ceux qui ne la remplissent pas jusqu'au bout, il est généralement admis qu'une carte de fidélité coûte en moyenne 2 à 3 points de rabais.

### 3.5. CONSOMMATION DE LA MARGE ET RENTABILITÉ

110 répondants (hors ENP et EI <sup>38</sup>) ont fourni les éléments permettant d'établir un compte de résultat simplifié <sup>39</sup>.

Les deux tableaux qui suivent en présentent la synthèse :

– le premier tableau, qui rapporte le montant des différents postes isolés dans le questionnaire au chiffre d'affaires, permet d'analyser la **structure de consommation de la marge** de chacune des catégories de librairies ;

– le second tableau, qui donne les montants moyens et médians en valeur absolue, illustre de façon assez parlante les **différences d'échelle** entre les librairies A, B, C et D.

consommation de la marge et rentabilité	moyenne pondérée					moyenne arithmétique				nb obs
	libr A	libr B	libr C	*libr D	résultat globalisé	libr A	libr B	libr C	*libr D	
<i>en % du CA total</i>										
110 réponses complètes hors ENP et EI	30	25	39	16		30	25	39	16	110
taux de réponse à la question	94%	93%	71%	62%		94%	93%	71%	62%	
Achats commercialisés/CA	67,1%	67,8%	66,9%	66,2%	<b>66,9%</b>	67,0%	68,3%	67,1%	66,0%	110
<b>Solde 1 (Marge commerciale)</b> <i>1 – [(Achats de march. + Variation de stock) / CA Total]</i>	<b>32,9%</b>	<b>32,2%</b>	<b>33,1%</b>	<b>33,8%</b>	<b>33,1%</b>	<b>33,0%</b>	<b>32,7%</b>	<b>32,9%</b>	<b>34,0%</b>	110
Loyer **	2,6%	2,3%	2,9%	3,9%	<b>3,0%</b>	2,6%	2,5%	3,0%	4,0%	102
Promotion – Publicité **	1,1%	0,5%	0,7%	0,4%	<b>0,7%</b>	0,9%	0,4%	0,6%	0,4%	89
Coûts de transport des march. achetées **	1,3%	1,4%	1,3%	1,9%	<b>1,5%</b>	1,2%	1,4%	1,6%	1,9%	70
<b>Solde 2 (Valeur ajoutée)</b> <i>(Marge Commerciale - Charges externes) / CA Total</i>	<b>21,6%</b>	<b>22,4%</b>	<b>22,3%</b>	<b>19,6%</b>	<b>21,4%</b>	<b>22,5%</b>	<b>22,6%</b>	<b>21,5%</b>	<b>19,2%</b>	110
Ch. de personnel (salaires + ch. sociales)	16,7%	17,9%	18,5%	18,1%	<b>17,8%</b>	17,2%	18,3%	18,2%	17,8%	110
Impôts & taxes	1,4%	1,1%	1,0%	1,2%	<b>1,2%</b>	1,4%	1,0%	1,0%	1,2%	110
- dont TP Taxe professionnelle **	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	<b>0,5%</b>	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	93
- dont TACA Taxe d'aide au commerce et à l'artisanat**	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	<b>0,1%</b>	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	87
<b>Solde 3 (Excédent brut d'exploitation)</b> <i>[Valeur Ajoutée – (Ch. de personnel - Impôts)] / CA Total</i>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>2,8%</b>	<b>0,3%</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,9%</b>	<b>3,3%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,2%</b>	110
Dotations aux amortissements	1,6%	1,4%	1,7%	1,8%	<b>1,6%</b>	1,6%	1,4%	1,5%	1,7%	110
Dotation aux provisions	0,6%	0,5%	0,4%	0,1%	<b>0,4%</b>	0,8%	0,5%	0,4%	0,0%	110
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,8%</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,5%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,6%</b>	110
<b>Résultat courant avant impôt</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,9%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,1%</b>	110
<b>Résultat net</b>	<b>1,8%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,4%</b>	<b>0,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,6%</b>	110

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies D : effectifs faibles / \*\* effectifs de réponse plus réduits (postes ne figurant pas sur la liasse fiscale)

<sup>38</sup> Pour des raisons d'homogénéité, les entreprises en nom propre (ENP) et les entreprises individuelles (EI) n'ont pas été prises en compte dans les résultats développés dans cette section. Comme on le verra ultérieurement (3.5.4.), pour ces entreprises, « *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>39</sup> Ont été considérées comme complètes les réponses mentionnant les éléments suivants du compte de résultat : Ventes de marchandises, Achats de marchandises, Variation de stock, Charges d'exploitation, Charges de personnel, Impôts & taxes, Dotations aux amortissements, Dotations aux provisions, Résultat d'exploitation, Résultat courant avant impôt, Résultat net.

Les entreprises dont la réponse a été considérée comme complète peuvent cependant ne pas avoir répondu à des éléments ne figurant pas sur la liasse fiscale (Promotion & publicité, Coût du transport, détail du poste Impôts & taxes), d'où des effectifs de réponse plus faibles sur ces postes.

consommation de la marge et rentabilité	moyenne arithmétique				médiane				nb obs
	en k€	libr A	libr B	libr C	*libr D	libr A	libr B	libr C	
110 réponses complètes hors ENP et EI	30	25	39	16	30	25	39	16	
taux de réponse à la question	94%	93%	71%	62%	94%	93%	71%	62%	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>6 028</b>	<b>1 627</b>	<b>727</b>	<b>264</b>	<b>4 690</b>	<b>1 387</b>	<b>651</b>	<b>264</b>	
Achats commercialisés	4 046	1 103	487	175	3 044	957	419	170	110
<b>Solde 1 (Marge commerciale)</b> <i>1 - [(Achats de march. + Variation de stock) / CA Total]</i>	<b>1 981</b>	<b>524</b>	<b>241</b>	<b>89</b>	<b>1 541</b>	<b>465</b>	<b>210</b>	<b>88</b>	<b>110</b>
Loyer **	158	38	21	10	114	34	19	9	102
Promotion – Publicité **	64	8	5	1	36	5	3	1	89
Coûts de transport des march. achetées **	87	21	10	5	67	21	8	6	70
<b>Solde 2 (Valeur ajoutée)</b> <i>(Marge Commerciale - Charges externes) / CA Total</i>	<b>1 300</b>	<b>365</b>	<b>162</b>	<b>52</b>	<b>1 005</b>	<b>341</b>	<b>126</b>	<b>57</b>	<b>110</b>
Ch. de personnel (salaires + ch. sociales)	1 005	291	135	48	753	282	124	47	110
Impôts & taxes	85	18	7	3	70	14	6	3	110
- dont TP Taxe professionnelle **	31	7	3	1	23	7	3	1	93
- dont TACA Taxe d'aide au commerce et à l'artisanat**	9	2	0,02	-	4	0	0	-	87
<b>Solde 3 (Excédent brut d'exploitation)</b> <i>[Valeur Ajoutée - (Ch. de personnel - Impôts)] / CA Total</i>	<b>210</b>	<b>56</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>152</b>	<b>39</b>	<b>13</b>	<b>-1</b>	<b>110</b>
Dotations aux amortissements	96	24	12	5	72	23	8	3	110
Dotations aux provisions	39	7	3	0,1	20	0	0	0	110
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>177</b>	<b>42</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>123</b>	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>110</b>
<b>Résultat courant avant impôt</b>	<b>159</b>	<b>38</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>111</b>	<b>25</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>110</b>
<b>Résultat net</b>	<b>108</b>	<b>33</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>84</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>110</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

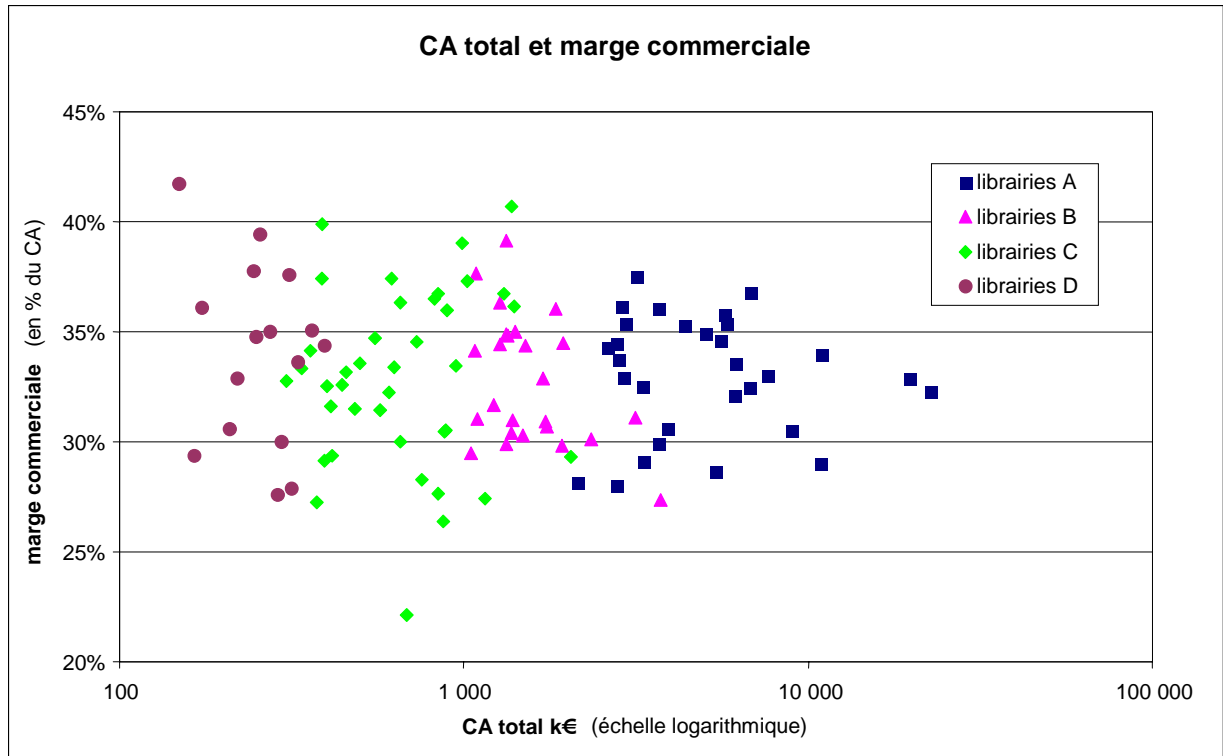
\* Attention : librairies D : effectifs faibles / \*\* effectifs de réponse plus réduits (postes ne figurant pas sur la liasse fiscale)

### 3.5.1. La marge

Pour ces 110 répondants, la **marge commerciale** s'établit entre 32,2% du CA en moyenne pondérée pour les librairies B et 33,8% pour les librairies D (**33,1% en résultat globalisé**).

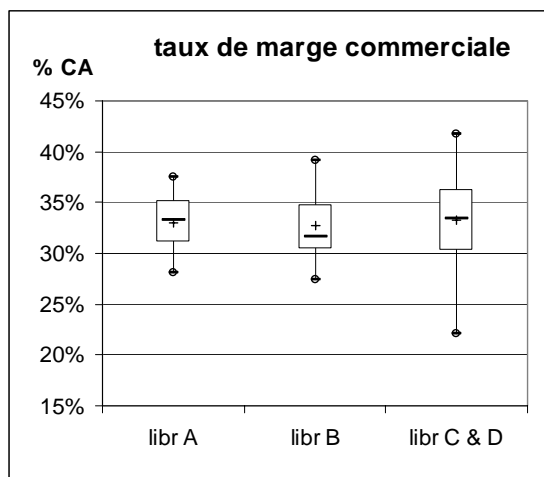
• Le constat des précédentes enquêtes sur la librairie de 1<sup>e</sup> niveau, qui avaient montré que l'on n'observait pas de corrélation directe entre niveau de marge et niveau de chiffre d'affaires, se trouve donc plus que confirmé par l'enquête 2005 : plus encore que pour la remise globale, **contrairement aux résultats attendus, on n'observe en effet pratiquement aucun écart entre les niveaux moyens de marge des librairies A, B, C et D**. À quelques dixièmes de point, certes non significatifs<sup>40</sup>, les plus petits répondants sont même ceux qui affichent la marge commerciale la plus élevée.

<sup>40</sup> La moyenne des librairies D est tirée vers le haut par une librairie spécialisée (réalisant plus de la moitié de son CA en dehors du livre) qui affiche la marge record de 42%. La marge moyenne des 15 autres répondants D est de 33,5% (moyenne pondérée et arithmétique).



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

- Comme pour les remises, on observe en revanche que la distribution des taux de marge est **beaucoup plus homogène pour les librairies A** que pour les librairies C&D : le taux de marge varie entre 28% et 38% pour les librairies A (10 points d'amplitude), mais entre 22% et 42% pour les plus petites librairies (20 points).



Au-delà de quelques situations particulières, le niveau relativement élevé de la marge commerciale moyenne des librairies C et D, comme la dispersion des taux de marge dans ces librairies, proviennent d'un effet de structure et de la conjonction des deux facteurs précédemment mis en évidence par l'analyse des remises par spécialité :

- la concentration des ventes des **secteurs à faible remise** (et, s'agissant du scolaire, à rabais élevé) sur les librairies A et B ;

– et la présence de **librairies spécialisées bénéficiant de remises relativement élevées** au sein des librairies C et D (spécialisées Littérature et autres spécialisées).

<b>marge commerciale selon la spécialisation</b> <i>moyennes arithmétiques, hors ENP et EI</i>	<b>libr A</b>	<b>libr B</b>	<b>libr C</b>	<b>* libr D</b>	<b>nb obs</b>
<i>110 réponses complètes</i>	30	25	39	16	<b>110</b>
librairies non spécialisées	32,9%	32,1%	33,6%	*32,5%	65
librairies spécialisées Scolaire & USTM	* 32,2%	-	* 27,9%	-	7
librairies spécialisées Littérature & SHS	36,8%	34,9%	32,5%	33,6%	21
autres librairies spécialisées	-	32,9%	33,3%	* 36,8%	17
<b>ensemble</b>	<b>33,0%</b>	<b>32,7%</b>	<b>32,9%</b>	<b>34,0%</b>	<b>110</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : effectifs faibles

### **Marge commerciale et marge théorique**

- Pour les 43 librairies pour lesquelles on a pu calculer la marge théorique (RMO-RMC, différence entre la remise obtenue et le rabais consenti), cette marge est inférieure à la marge commerciale (31,7% contre 32,4% en moyenne pondérée, 31,6% contre 32,9% en moyenne arithmétique).

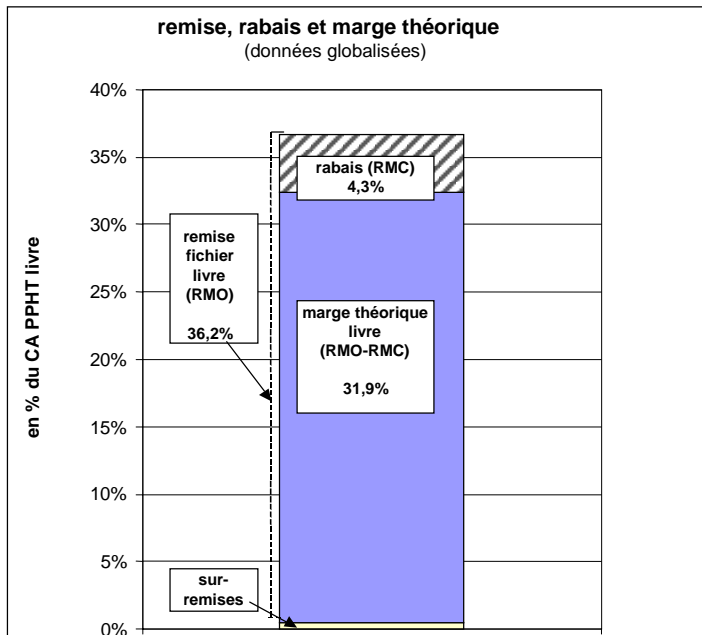
Plusieurs facteurs peuvent expliquer cet écart :

- les marges réalisées sur la vente des produits autres que le livre ;
- les surremises, notamment pour les « opérations spéciales » des diffuseurs, qui apparaissent dans la marge commerciale mais ne sont en général pas prises en compte dans la remise déclarée par les libraires, qui est le plus souvent la « remise fichier » contractuelle ;
- et enfin, le caractère parfois estimatif ou décalé par rapport aux dates de l'exercice comptable des réponses données sur les remises obtenues et les rabais consentis.

<b>marge commerciale et marge théorique</b>	<b>moyenne pondérée</b>		<b>moyenne arithm</b>	
	<b>libr A&amp;B</b>	<b>libr C&amp;D</b>	<b>libr A&amp;B</b>	<b>libr C&amp;D</b>
<i>43 réponses y compris ENP et EI</i>	19	24	19	24
<i>taux de réponse à la question</i>	32%	30%	32%	30%
<b>marge commerciale</b>	32,0%	30,5%	32,7%	30,7%
<b>marge théorique (RMO – RMC)</b> remise moyenne obtenue – rabais moyen consenti	32,4%	32,5%	32,9%	33,0%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

- Le même constat s'opère si l'on considère les résultats extrapolés à l'ensemble du champ de la librairie : la marge théorique calculée à partir des valeurs globalisées de la remise (36,2%) et du rabais moyen (4,3%), soit 31,9%, est inférieure de plus d'un point à la valeur globalisée de la marge commerciale (33,1%).



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

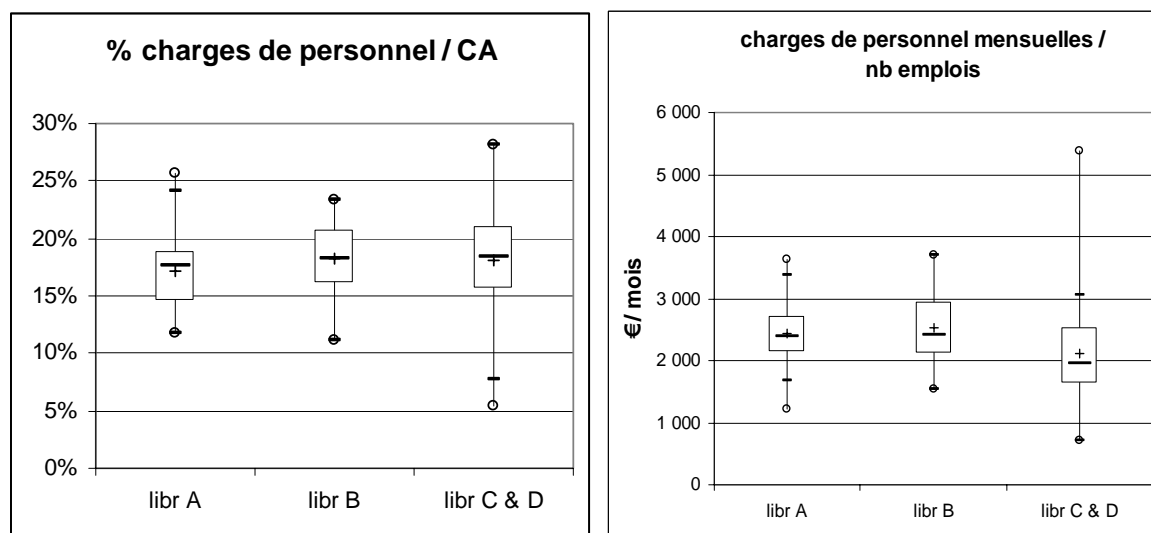
### 3.5.2. Les charges

#### *3.5.2.a. Personnel*

Premier poste de charges, les **charges de personnel absorbent à elles seules plus de la moitié de la marge commerciale** et représentent en moyenne de **17% à 18% du chiffre d'affaires** (17,7% en chiffre globalisé).

La grande diversité des situations relevée dans l'enquête 2003, où elles variaient de 9% à 25%, est logiquement plus marquée encore dans l'enquête 2005, puisque le spectre va de 5% à 28%. Là encore, c'est chez les librairies C et D que l'on observe la plus grande dispersion.

On relève également que le chiffre est sensiblement plus faible dans les librairies A : 16,7% en moyenne pondérée et 17,2% en moyenne arithmétique contre 18,5% et 18,1% dans les librairies C&D.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Rapportés au nombre d'emplois occupés en équivalent temps plein, les charges de personnel (salaires + charges sociales) se situent en moyenne dans une fourchette de 2.300 à 2.500 euros par mois dans les librairies A, B et C<sup>41</sup> (soit l'équivalent d'un salaire net d'environ 1.400 euros), mais à 1.600 euros dans les librairies D, c'est à dire moins que le coût du SMIC – ce qui semble indiquer que, dans ces petites entreprises, il n'est pas rare que les dirigeants ne se versent pas de salaire régulier.

### 3.5.2.b. Loyer

Le poids du loyer varie de 0% à plus de 8% du chiffre d'affaires des répondants (**3,0% en résultat globalisé**).

Plusieurs facteurs expliquent ces variations :

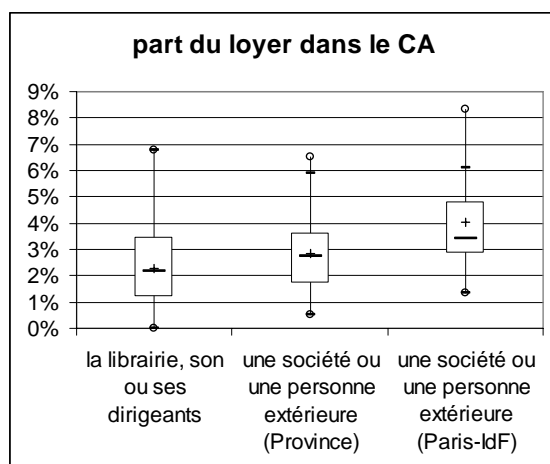
- la nature du **propriétaire des locaux** : 17% des librairies propriétaires de leurs murs ou dont les locaux appartiennent aux dirigeants (soit 4% des répondants), ne déclarent aucun loyer ; les 83% restant versent un loyer, mais sensiblement moindre que dans le cas d'une location (2,8% du CA contre 4% en moyenne)
- la **localisation** : le loyer pèse en moyenne 0,7% de plus pour les librairies parisiennes et franciliennes (3,4% contre 2,7%)
- la **taille des librairies** : en région parisienne comme en province, le loyer pèse davantage pour les petites librairies.

part du loyer dans le CA moyenne arithmétique	libr A & B	libr C & D	ens	nb obs
102 réponses hors ENP et EI	50	52	102	
taux de réponse	85%	64%	73%	
Paris-IdF	3,1%	3,6%	<b>3,4%</b>	29
Province	2,3%	3,1%	<b>2,7%</b>	73
<b>ensemble</b>	<b>2,5%</b>	<b>3,3%</b>	<b>2,9%</b>	<b>102</b>

loyer annuel par m <sup>2</sup> et par an moyenne arithmétique	*Paris	*IdF h/ Paris	Prov
euros par an et par m <sup>2</sup>	212	131	109
101 réponses yc ENP et EI	15	14	72
taux de réponse	75%	64%	73%

Attention : Paris et IdF : effectifs réduits

<sup>41</sup> Sur une base de 12 mois, moyennes arithmétiques.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative 2005, Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 3.5.2.c. Transport

Les **coûts de transport des marchandises** indiqués par les répondants varient de 0,1% à 3,6% du chiffre d'affaires des répondants (**1,5% en résultat globalisé**).

Deux facteurs influent sur le montant de ce poste :

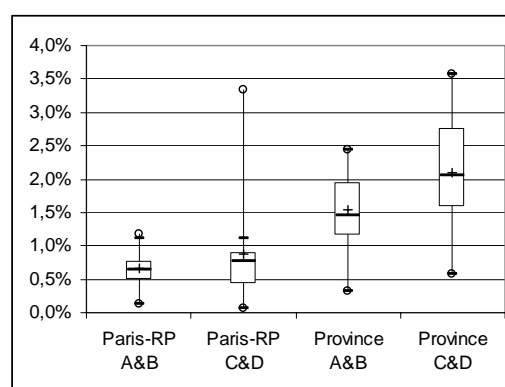
- la localisation géographique : il y a un point d'écart en moyenne entre les librairies franciliennes (0,8% en moyenne arithmétique) et les librairies de province (1,8%) ;
- la taille de la librairie : le coût moyen supporté par les librairies C&D (1,7%) est supérieur d'un demi-point à celui des librairies A&B (1,3%), alors même que l'effet de structure (davantage de librairies franciliennes en C&D) joue en sens inverse.

On observe également, comme sur la plupart des indicateurs, une plus grande amplitude et une plus grande dispersion des données pour les librairies C&D.

coûts de transport	moyenne arithm	
	libr A&B	libr C&D
70 réponses hors ENP et EI	36	34
taux de réponse	61%	42%
<b>Paris-IdF</b>	0,7%	0,9%
<b>Province</b>	1,5%	2,1%

#### Commentaires du graphique

- quelle que soit la taille des librairies, la médiane (trait au milieu des boîtes) est nettement plus élevée pour les librairies de province ;
- la médiane des librairies C&D de province est nettement plus élevée que celle des librairies A&B (2,0% contre 1,5%)



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Contrairement à d'autres postes de charges, le transport n'est pas isolé dans la liasse fiscale où il est inclus parmi les « autres achats et charges externes ». Il est donc possible que le mode de calcul de ce poste puisse différer d'une librairie à l'autre.

Pour corriger cela, et disposer d'une information plus complète sur les coûts globaux de transport, le questionnaire demandait d'indiquer, outre le poste « coût des transports », le montant des prestations payées aux éventuels **coursiers** externes, ainsi que la rémunération des coursiers internes à la librairie.

Cette définition plus complète du poste Transport augmente de plus d'un demi-point le poids du transport chez les libraires franciliens, et réduit l'écart IdF-Province, qui passe de 1 à 0,5 point (1,4% sur l'ensemble des répondants Paris-IdF, 1,9% Province).

coûts de transport « complet » (yc coursiers, internes ou externes)	moyenne arithm		nb obs
	libr A&B	libr C&D	
70 réponses hors ENP et EI	36	34	70
taux de réponse	61%	42%	
<b>Paris-IdF</b>	1,3%	1,6%	20
<b>Province</b>	1,6%	2,3%	50

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 3.5.2.d. Quelques autres postes de charge

#### *Promotion, publicité*

Comme le poste transport, les dépenses de promotion et de publicité ne sont pas isolées dans la liasse fiscale, ce qui explique le plus faible taux de réponse à la question<sup>42</sup>. Il est donc également possible que le mode de calcul de ce poste puisse différer d'une librairie à l'autre.

Les **dépenses de promotion et publicité** indiquées par les répondants varient de 0,005% à 2,2% du chiffre d'affaires des répondants (**0,7% en résultat globalisé**).

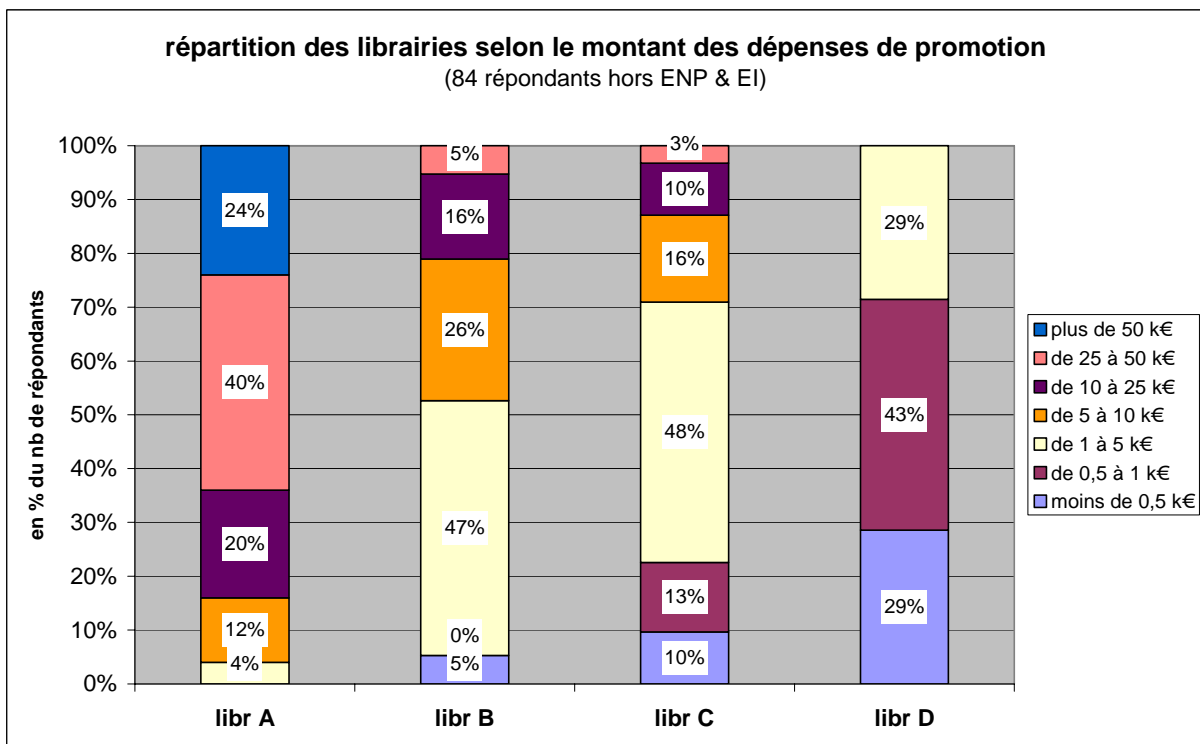
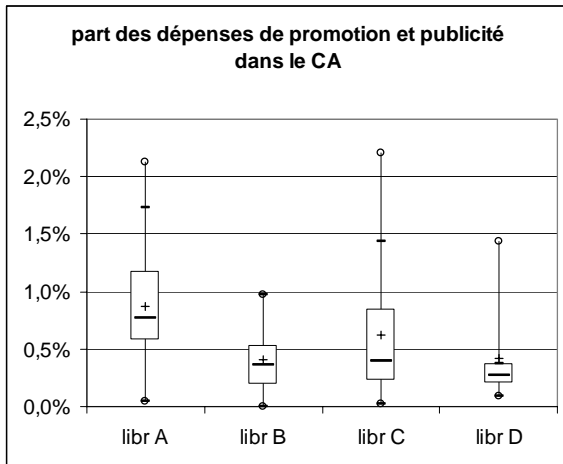
Si, comme le montre le *boxplot* ci-après, quelques points atypiques en librairie C et D tirent les moyennes vers le haut (les deux librairies consacrant plus de 2% de leur CA à ce poste sont des librairies C), la ligne de partage oppose plutôt les librairies A (médiane : 0,8%) aux autres catégories de librairies pour lesquelles la médiane ne dépasse pas 0,4%.

On a une image plus parlante des écarts de moyens entre les librairies A et D si l'on traduit ces chiffres en valeur absolue :

- la valeur médiane des dépenses de promotion des librairies A s'élève à 36.000 € celle des librairies D à 657 € (B : 4.983 € C : 3.041 €) ;
- 64% des librairies A indiquent des dépenses de plus de 25.000 € 71% des librairies D annoncent pour leur part des dépenses de moins de 1.000 € (voir graphique).

<sup>42</sup> 69% sur l'ensemble de l'échantillon, 64% sur les 110 librairies hors ENP & EI ayant répondu de façon complète au compte de résultat simplifié.

Sur les critères de localisation et de spécialisation, on n'observe pas d'écarts significatifs, si ce n'est un poids plus faible en moyenne dans les librairies spécialisées en littérature.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Lecture : 40% des répondants A, 5% des B, 3% des C et aucun D indiquent des dépenses de promotion et publicité comprises entre 25 k€ et 50 k€

### *Dotation aux provisions*

Le montant de la dotation aux provisions varie de 0% à 4,2% du chiffre d'affaires des répondants et s'établit à **0,4% en chiffre globalisé**.

Il représente en moyenne moins de 1% du CA dans toutes les catégories de librairies : 0,8% en librairie A, autour de 0,5% en librairie B et C, et moins de 0,1% en librairie D.

Ce chiffre particulièrement faible s'explique en partie par le fait que 75% des librairies D, contre seulement 27% des librairies A, n'ont passé aucune provision lors de l'exercice considéré.

dotation aux provisions	libr A	libr B	libr C	* libr D
110 réponses hors ENP et EI	30	25	39	16
taux de réponse	94%	93%	71%	62%
en % des répondants				
pas de provisions	27%	56%	41%	75%
provisions	73%	44%	59%	25%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
en % du CA (moyenne arithmétique)				
pas de provisions	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
provisions	1,1%	1,2%	0,7%	0,2%
<b>ensemble</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,05%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

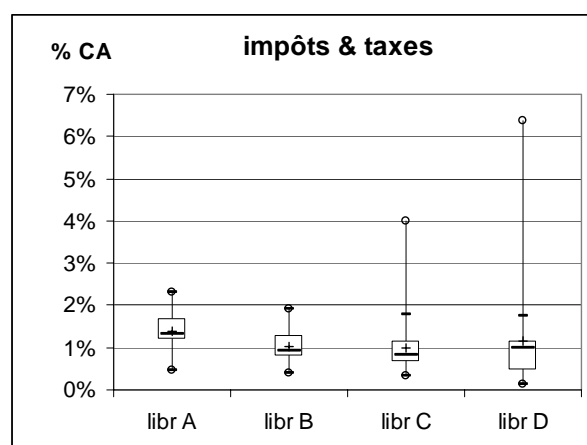
Attention : librairies D : effectifs faibles

On observe enfin que près de la moitié (46%) des répondants ayant une activité de vente aux collectivités non scolaires (41% des librairies A&B, 50% des librairies C&D) n'a pas non plus passé de provision en vue du reversement du droit de prêt.

### *Impôts & taxes – Taxe professionnelle - TACA*

Hormis deux cas très atypiques en librairie C et D<sup>43</sup>, le poste Impôts et taxes varie de 0,1% à 2,3% du chiffre d'affaires des répondants hors ENP & EI (médiane 1,0%) et s'établit à **1,2% en chiffre globalisé**.

Il est plus élevé pour les librairies A (1,4% du chiffre d'affaires) et, hors points atypiques, tend à décroître avec la taille de la librairie : 1,0% du CA des librairies B (moyenne arithmétique), 0,9% du CA des librairies C et 0,8% du CA des librairies D.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

<sup>43</sup> Une librairie C déclare un montant du poste Impôts équivalent à 4,0% de son chiffre d'affaires, une librairie D un montant de 6,4% de son CA.

• La **taxe professionnelle** varie de 0,05% à 1,2% du chiffre d'affaires et représente en moyenne **de 0,4% à 0,5% du chiffre d'affaires dans toutes les catégories de librairies**. Elle pèse donc en proportion davantage dans le poste Impôts & taxes des petites librairies, moins imposées en moyenne que les grandes : 57% du poste Impôts & taxes des librairies D, et 50% de celui des librairies C, contre 46% pour les librairies B et 34% pour les librairies A.

• **14% des répondants** (27% des librairies A, 20% des librairies B et, plus surprenant compte tenu des critères d'imposition de cette taxe<sup>44</sup>, 13% des librairies C) **déclarent être assujetties à la taxe d'aide au commerce et à l'artisanat (TACA)**.

Les montants indiqués varient entre 0,04% et 0,64% du CA de ces librairies et représentent en moyenne **0,25% de leur chiffre d'affaires et 20% du poste Impôts & taxes**.

Si cette taxe n'est pas nouvelle (elle existe depuis 1972), son poids s'est singulièrement accentué en 2004 avec le quasi triplement de son taux<sup>45</sup>, destiné à compenser l'abrogation de la taxe sur les achats de viande exigée par la Commission européenne – suscitant l'incompréhension et le mécontentement des commerces non alimentaires qui se voyaient imposer de nouvelles charges alors qu'ils n'étaient auparavant pas redevables de la taxe supprimée.

---

<sup>44</sup> Sont redevables de la TACA « les entreprises, quelle que soit leur forme juridique, dont l'établissement répond aux trois conditions suivantes :

- ouverture initiale à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1960 (...);
- surface de vente au détail des espaces clos et couverts supérieure à 400m<sup>2</sup> ;
- réalisation d'un chiffre d'affaires hors taxes supérieur ou égal à 460.000 € »

Cf. [http://www.organic.fr/qui/organic\\_recouvrement/taca/entredredevables/accueil.html](http://www.organic.fr/qui/organic_recouvrement/taca/entredredevables/accueil.html)

<sup>45</sup> Les taux ont par la suite été baissés de 8% (loi de finances 2005).

### 3.5.3. La rentabilité

Rapporté au chiffre d'affaires, le **résultat avant impôt & éléments exceptionnels** varie de 2,9% en moyenne arithmétique pour les librairies A à 1,1% pour les librairies D. La fourchette est un peu plus resserrée en moyenne pondérée (de 2,6% à 1,3%), le chiffre globalisé s'établissant à **1,9%**.

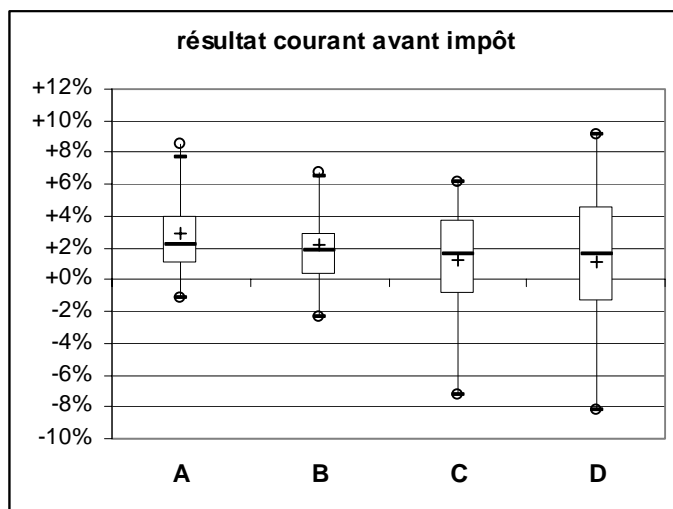
Le **résultat net** moyen varie pour sa part de 2,0% (librairies A et B) à 0,6% (librairies D) en moyenne arithmétique et de 2,0% à 0,7% en moyenne pondérée (**chiffre globalisé : 1,4%**).

Ces moyennes masquent une assez grande dispersion des résultats, de -8% à +9% pour le résultat avant impôt (-8% à +8% pour le résultat net), les librairies C et surtout D affichant à nouveau la plus grande dispersion.

rentabilité	moyenne pondérée					moyenne arithmétique				nb obs
	en % du CA total					libr A	libr B	libr C	*libr D	
110 réponses complètes hors ENP et EI	30	25	39	16		30	25	39	16	
taux de réponse à la question	94%	93%	71%	62%		94%	93%	71%	62%	
résultat courant avant impôt	2,6%	2,3%	1,6%	1,3%	<b>1,9%</b>	2,9%	2,2%	1,3%	1,1%	110
résultat net	1,8%	2,0%	1,4%	0,7%	<b>1,4%</b>	2,0%	2,0%	1,3%	0,6%	110

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies D : effectifs faibles



23% des répondants ont un résultat courant négatif (7% des A, 12% des B, 39% des C et 31% des D) et 10% un résultat inférieur à -2% (15% des C et 25% des D) ; à l'autre extrémité, 18% des répondants ont un résultat courant supérieur à +5% (23% à 24% des librairies A&B, 13% des librairies C&D).

### ***Rapprochements et comparaison avec d'autres sources***

Comme souvent, le rapprochement avec d'autres sources ne peut être, en raison de différences de champ, qu'un peu approximatif.

- Dans une étude de novembre 2005 <sup>46</sup>, le cabinet **Precepta** a publié l'analyse des comptes d'un échantillon de 324 entreprises (librairies et chaînes) réalisant de 0,3 à 60 M€ de chiffre d'affaires – excluant donc les librairies D de notre segmentation.

Pour l'année 2004, le résultat courant de ces entreprises ressort en moyenne à 2,6% du chiffre d'affaires et le résultat net à 1,6%.

Le rapprochement de ces données avec les résultats des librairies A, B et C de l'enquête Librairie 2005 montre que si les taux de résultat net sont assez proches (1,7% en chiffre globalisé ABC), le résultat courant des répondants ABC est sensiblement plus faible (2,2% en chiffre globalisé).

- Pour la même année 2004, **l'enquête annuelle d'entreprises de l'INSEE** indique, pour les entreprises de 10 salariés et plus <sup>47</sup> du secteur 52.4R (Livres, journaux, papeterie), un résultat courant de 2,7% du CA et un résultat net de 2,0%.

Toujours pour les entreprises de 10 salariés et plus, la même enquête indique pour 2004 :

- un résultat courant de 3,1% et un résultat net de 1,8% pour les entreprises du secteur Culture, loisirs, sport ;
- et pour l'ensemble du commerce de détail, un résultat courant de 3,3% et un résultat net de 2,0%.

Le rapprochement de ces données avec les résultats des librairies A et B de l'enquête Librairie 2005 montre que si les taux de résultat net sont assez proches de ceux du secteur Culture, loisirs, sport comme de ceux de l'ensemble du commerce de détail, le résultat courant en librairie est sensiblement inférieur.

---

<sup>46</sup> *Les nouvelles stratégies dans la distribution du livre : vers une redistribution des cartes*, sous la direction de David Targy, Precepta, collection Stratégies & concurrence, 2005 (diffusion Xerfi).

<sup>47</sup> Les données ne sont pas publiées pour les entreprises de moins de 10 salariés. Si l'on retient le ratio approximatif de 150 k€ de chiffre d'affaires par salarié, le seuil de 10 salariés correspond pour une librairie à un chiffre d'affaires de 1,5 M€, soit, dans notre segmentation, les librairies A et le haut des librairies B.

### *Les facteurs liés à la rentabilité*

Les enquêtes 1992 et 2003 sur la situation de la librairie de 1<sup>o</sup> niveau avaient cherché à isoler les caractéristiques des librairies les plus corrélées au niveau de rentabilité. Il ressortait de ces analyses que les facteurs les plus significativement corrélés étaient :

- corrélations positives : niveau de marge, rotation des stocks, appartenance à des groupements ;
- corrélations négatives : poids des frais de personnel, part du scolaire dans le CA.

De ces différents facteurs, **seuls le niveau de marge et la rotation apparaissent fortement corrélés à la rentabilité** dans l'enquête 2005<sup>48</sup>.

Sur les autres facteurs, les corrélations vont certes dans le même sens que dans les enquêtes précédentes, mais elles sont sensiblement plus faibles : ainsi du poids des charges de personnel (Pearson -0,315 dans l'enquête 2003, -0,131 dans l'enquête 2005). On pourra donc parler à leur sujet de facteurs favorables ou défavorables, mais non de facteurs-clé.

Avant d'examiner les différents facteurs, on rappellera – la littérature statistique ne manque pas de démonstrations de ce précepte<sup>49</sup> – que **corrélation ne vaut pas causalité** : deux variables peuvent être corrélées sans que l'une soit nécessairement la cause de l'autre. On en trouvera d'ailleurs ci-dessous une illustration frappante.

Selon la méthode utilisée par les enquêtes précédentes, le tableau suivant récapitule les profils des librairies, classées en trois tiers selon leur degré de rentabilité, sur les principaux facteurs testés.

- **taille :**

- **forte surreprésentation des librairies A&B dans le tiers intermédiaire**, ce qui explique que le tiers intermédiaire ait le chiffre d'affaires moyen et médian le plus élevé ;
- **surreprésentation des librairies C dans le tiers le moins rentable, mais aussi dans le tiers le plus rentable ;**
- **surreprésentation des librairies D dans le tiers le moins rentable**, ce qui explique que le tiers intermédiaire ait le chiffre d'affaires moyen et médian le plus faible.

On remarque cependant que le poids des librairies A et D dans le tiers le plus rentable est pratiquement identique à leur poids dans l'échantillon de réponse. Dit autrement, ces deux catégories comptent chacune un tiers de leurs effectifs dans le tiers le plus rentable.

Ces remarques (surreprésentation des grandes librairies dans le tiers intermédiaire et des plus petites dans le tiers le moins rentable) s'appliquent également aux facteurs liés à la taille des librairies, comme par exemple la largeur de l'assortiment.

- **localisation** : les **librairies parisiennes** connaissent en moyenne des situations plutôt favorables, à l'inverse des librairies franciliennes.

- **appartenance à un groupement** : même si l'on remarque que c'est dans le tiers le moins rentable que l'on trouve la plus forte proportion de librairies n'appartenant ni à un

<sup>48</sup> Coefficients de Pearson de 0,462 (marge théorique) et 0,311 (rotation).

<sup>49</sup> Cf. par exemple, Joseph Klatzman, *Attention, statistiques ! Comment en déjouer les pièges*, La Découverte, 1996.

groupement ni à un syndicat, l'appartenance à un groupement, en première analyse, ne semble pas constituer en soi un facteur favorable, puisque la proportion de librairies membres d'un groupement est peu ou prou la même dans chacun des tiers, autour de 60%. Mais un effet de structure masque des situations beaucoup plus contrastées dans les différents groupes :

- . au sein des librairies A, 38% des librairies membres d'un groupement se classent dans le tiers le plus rentable, contre seulement 13% des autres librairies ;
  - . les 5 librairies D qui se classent dans le tiers le plus rentable appartiennent toutes à un groupement ;
  - . le phénomène ne s'observe en revanche pas chez les librairies C (41% des librairies dans le tiers le plus rentable, qu'elles soient ou non membre d'un groupement) et moins encore chez les librairies B, où l'écart joue en sens inverse (43% de librairies non membres se classent dans le tiers le plus rentable contre 17% des librairies membres).
- la **durée d'ouverture**, équivalente dans les trois tiers, ne semble pas influencer sur la rentabilité (l'analyse au sein de chaque segment ABCD ne révèle pas non plus de corrélation) ;
  - **spécialisation** :
    - les produits autres que le livre pèsent en moyenne un peu plus dans l'activité des librairies les moins rentables ;
    - la proportion de librairies spécialisées est en revanche comparable dans les trois tiers.
  - **informatisation** : de façon plus surprenante en première approche, c'est dans le tiers le plus rentable que l'on trouve la plus forte proportion de librairies non informatisées, en particulier pour l'analyse des ventes : en y regardant de plus près, il s'avère qu'à une exception près, ces librairies à la fois rentables et non informatisées sont toutes des librairies C et D – catégories dont on a précédemment souligné le faible niveau d'informatisation. Illustration de la prudence que requiert l'interprétation des corrélations, il s'agit en l'occurrence davantage d'un effet de structure que d'un lien de causalité : ce n'est pas parce qu'elles ne sont pas informatisées que ces librairies ont une bonne rentabilité, mais parce que ce sont de petites structures qu'elles ne sont pas informatisées.
  - **pooids du scolaire et ventes aux collectivités** : si le **pooids du scolaire** dans l'activité n'est pas déterminant (4% en moyenne dans le tiers le plus rentable, 5% dans le tiers le moins rentable), son **pooids dans les ventes aux collectivités** constitue assez clairement un facteur défavorable (31% en moyenne dans le tiers le moins rentable, 17% dans le tiers le plus rentable).
  - **pooids des frais de personnel** : on ne retrouve pas de façon très lisible la corrélation mise en évidence par les précédentes enquêtes : si c'est bien dans le tiers le plus rentable qu'ils pèsent le moins (sauf pour les librairies D), c'est dans le tiers intermédiaire et non dans le tiers le moins rentable que l'on trouve le plus fort taux de charges de personnel.
  - **ratios, remise et rabais** :
    - le tiers le moins rentable affiche la rotation moyenne la plus faible et le besoin en fonds de roulement le plus élevé ;
    - sa remise moyenne est également sensiblement plus faible (d'1 à 1,5 point) ;
    - le tiers le plus rentable est celui qui accorde le plus faible rabais moyen (écart d'1 à 1,5 point avec les deux autres tiers) ;
    - c'est donc bien le niveau de marge, théorique ou comptable, qui semble le plus déterminant.

profil des librairies selon leur niveau de rentabilité	moyenne arithmétique			médiane		
	tiers des librairies...			tiers des librairies...		
	... les moins rentables	tiers intermédiaire	... les plus rentables	... les moins rentables	tiers intermédiaire	... les plus rentables
<i>110 observations hors ENP &amp; EI</i>						
<i>nb observations (effectifs variables selon les indicateurs)</i>	37	36	37	37	36	37
<b>résultat courant avant impôt</b>	<b>-1,5%</b>	<b>1,9%</b>	<b>5,4%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>1,9%</b>	<b>5,1%</b>
<b>segmentation ABCD</b>						
% de librairies A <i>(27% des observations)</i>	16%	39%	27%	-	-	-
% de librairies B <i>(23% des observations)</i>	22%	31%	16%	-	-	-
% de librairies C <i>(35% des observations)</i>	43%	19%	43%	-	-	-
% de librairies D <i>(15% des observations)</i>	19%	11%	14%	-	-	-
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
<b>caractéristiques des points de vente</b>						
CA total k€	1 539	3 248	2 169	753	1 546	1 025
localisation						
% de librairies Paris	5%	19%	19%	-	-	-
% de librairies IdF hors Paris	19%	14%	8%	-	-	-
% de librairies Province	76%	67%	73%	-	-	-
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>			
% de propriétaires des murs	14%	31%	22%	-	-	-
nb heures d'ouverture par an	2 683	2 619	2 684	2 626	2 600	2 626
<b>nb de titres en stock</b>	<b>20 046</b>	<b>39 585</b>	<b>30 826</b>	<b>13 550</b>	<b>26 009</b>	<b>22 500</b>
- dont librairies non spécialisées	23 907	48 359	38 363	18 984	42 200	29 809
- dont librairies spécialisées hors scolaire	15 083	18 135	15 754	12 428	14 000	14 000
<b>groupements et syndicats</b>						
appartenance à 1 ou pls gpmts de librairies	59%	56%	57%	-	-	-
membre d'un syndicat	62%	81%	84%	-	-	-
ni syndicat ni groupement de librairies	14%	11%	8%	-	-	-
<b>informatisation</b>						
% logiciel gestion des stocks	95%	92%	89%	-	-	-
% logiciel analyse des ventes	89%	86%	70%	-	-	-
<b>charges et ratios</b>						
% frais de personnel/CA	17,4%	18,8%	17,4%	18,1%	18,7%	17,5%
BFR d'exploitation (en jours de CA)	62	32	37	52	33	31
rotation des stocks	3,3	4,2	4,0	3,4	3,7	3,6
<b>spécialisation</b>						
% livre dans le CA	84%	89%	90%	95%	97%	96%
poids du principal rayon	42%	37%	42%	36%	32%	40%
% de librairies spécialisées	41%	42%	41%	-	-	-
% du scolaire dans le CA livre	5%	8%	4%	3%	3%	1%
<b>vente aux collectivités</b>						
% ventes aux collectivités	22%	18%	16%	19%	20%	13%
% du scolaire dans les ventes aux collectiv.	31%	26%	17%	12%	20%	0%
<b>remise &amp; rabais</b>						
RMO remise moyenne obtenue	35,4%	37,0%	36,4%	35,5%	37,3%	37,0%
RMC rabais moyen consenti	4,8%	4,9%	3,7%	4,7%	4,9%	3,5%
RMO-RMC marge théorique	30,3%	31,6%	32,8%	31,5%	31,6%	34,2%
marge commerciale	32,0%	33,3%	33,8%	32,6%	32,9%	34,5%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### **3.5.4. Le cas particulier des entreprises individuelles**

Les entreprises en nom propre (ENP) et les entreprises individuelles (EI) ont une structure atypique du compte de résultat : **la rémunération du gérant intervenant en aval du résultat**, ces entreprises se caractérisent par **un poids très faible des charges de personnel et un résultat (courant ou net) nettement supérieur à la moyenne** des autres librairies.

Les réponses fournies par 9 des 12 ENP & EI de l'échantillon (1 librairie B, 4 librairies C et 4 librairies D) montrent ainsi :

- que le poids des charges de personnel, qui varie de 0% à 20%, s'établit pour ces entreprises à 7,9% en moyenne arithmétique et 10,2% en moyenne pondérée, soit 8 à 10 points de moins que la moyenne des librairies hors ENP & EI (18,1% en chiffre globalisé) ; conséquence directe de la rémunération du gérant sur le résultat, le ratio charges de personnel/emplois occupés est particulièrement faible, autour de 800 € par mois, contre plus de 2.000 € dans les autres librairies ;
- tandis que le résultat net varie de -3% à +16% du chiffre d'affaires, pour une moyenne arithmétique de +8,5% et une moyenne pondérée de +7% du CA, soit 5,5 point de plus que les autres librairies (1,4% du CA en chiffre globalisé) ;
- le poids des autres postes de charges est en revanche tout à fait comparable à ce qu'il est dans les autres librairies : 2,3% du CA pour le loyer, 0,4% pour les dépenses de promotion, 1,4% pour le transport, 1,2% pour la dotation aux amortissements.  
Seule singularité : la quasi absence de dotation aux provisions, caractéristique que l'on avait déjà observée chez les autres librairies D.

### 3.6. RATIOS D'EXPLOITATION

Comme c'était déjà le cas pour les ratios de productivité, on observe une **dégradation des ratios d'exploitation à chaque « passage » de catégorie**, avec une accentuation marquée du phénomène entre les librairies C et D.

Même s'il convient d'être prudent compte tenu du faible nombre d'observations (15 librairies), les librairies D affichent en effet :

- **des rotations 1,5 à 2 fois plus faibles en moyenne que les librairies A**, et ce, malgré la présence d'un point atypique pour cette catégorie (une librairie jeunesse réalisant 60% de son chiffre d'affaires en vente aux collectivités dont la rotation globale ressort à 5,6) ;
- **des créances clients 2 fois plus longues** que celles des librairies A ;
- **et un besoin en fonds de roulement 4 fois plus important.**

ratios d'exploitation	moyenne pondérée						moyenne arithm					nb
	libr A	libr B	libr C&D	libr C	*libr D	résult globalisé	libr A	libr B	libr C&D	libr C	*libr D	
99 réponses complètes	24	23	52	37	15		24	23	52	37	15	99
taux de réponse	75%	85%	64%	67%	58%		75%	85%	64%	67%	58%	
<b>rotation</b>												
rotation des stocks (tous produits)	4,2	4,0	3,0	3,1	2,4	<b>3,4</b>	4,6	4,1	3,2	3,3	2,8	99
rotation des stocks livres **	4,0	3,8	3,0	3,0	2,9	<b>3,4</b>	4,5	3,7	3,4	3,4	3,4	60
p.m. rotation des stocks tous produits des répondants rotation des stocks livre	4,0	3,8	3,0	3,0	2,9	<b>3,4</b>	4,6	3,7	3,2	3,3	3,0	60
<b>délaï clients et fournisseurs</b>												
délaï des créances clients <i>nb j CA</i>	12 j	9 j	12 j	11 j	21 j	<b>14 j</b>	12 j	9 j	17 j	12 j	27 j	99
délaï des crédits fournisseurs <i>nb j CA</i>	58 j	52 j	56 j	56 j	55 j	<b>56 j</b>	54 j	52 j	55 j	55 j	56 j	99
<b>BFR d'exploitation</b> <i>nb j CA</i>	<b>21 j</b>	<b>37 j</b>	<b>48 j</b>	<b>43 j</b>	<b>83 j</b>	<b>46 j</b>	<b>23 j</b>	<b>40 j</b>	<b>62 j</b>	<b>51 j</b>	<b>88 j</b>	<b>99</b>
<b>formules des ratios</b>												
• rotation des stocks	[achats de march. + (stock initial – stock final)] / [(stock initial + stock final) / 2]											
• rotation des stocks livre	[achats livres+(stock initial livres– stock final livres)] / [(stock initial livres+stock final livres)/2]											
• délaï créances clients	(créances clients / CA total) x 365											
• délaï crédits fournisseurs	(dettes fournisseurs / CA total) x 365											
• BFR d'exploitation	(((stock initial+stock final)/2) + créances clients & fourn. - dettes fournisseurs) / CA total) x 365											

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

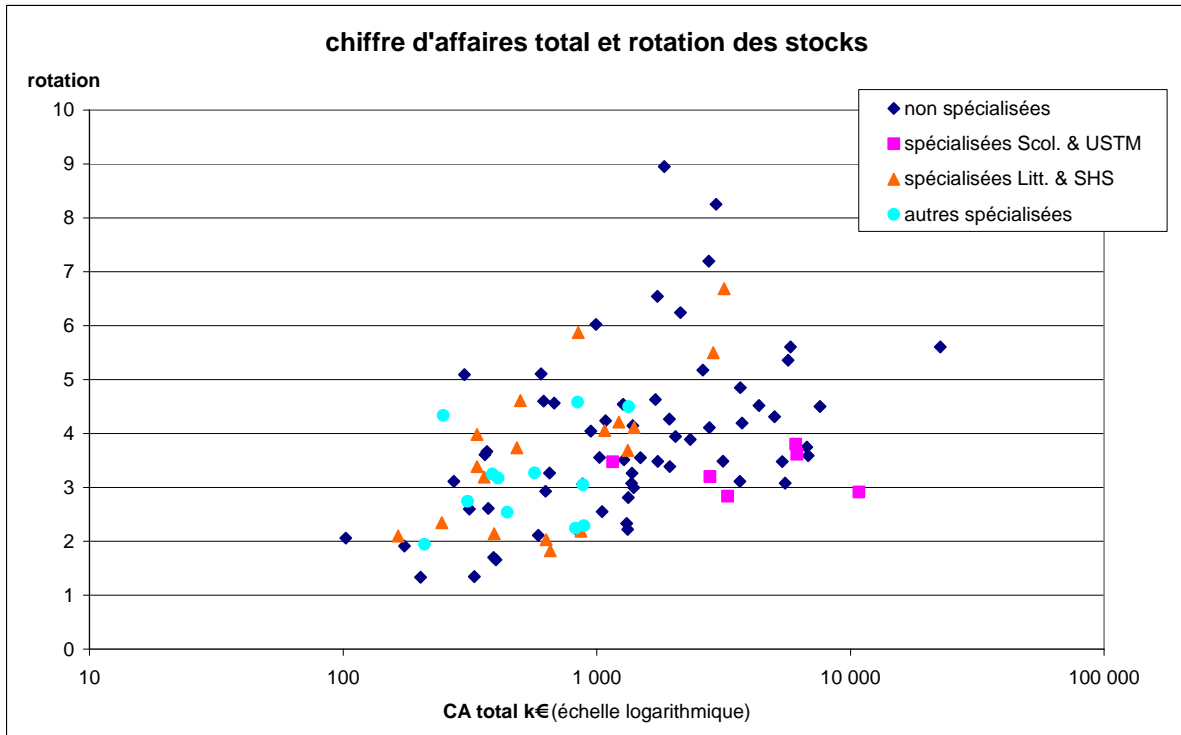
\* Attention : librairies D : effectifs faibles / \*\* rotation stocks livre et endettement : effectifs plus restreints

#### *la rotation des stocks*

##### • *rotation globale*

Comme le montrent les graphiques ci-après, la rotation des stocks apparaît fortement corrélée avec le chiffre d'affaires (forme ascendante du nuage de points).

On n'observe pas en revanche d'écarts significatifs selon la spécialisation.

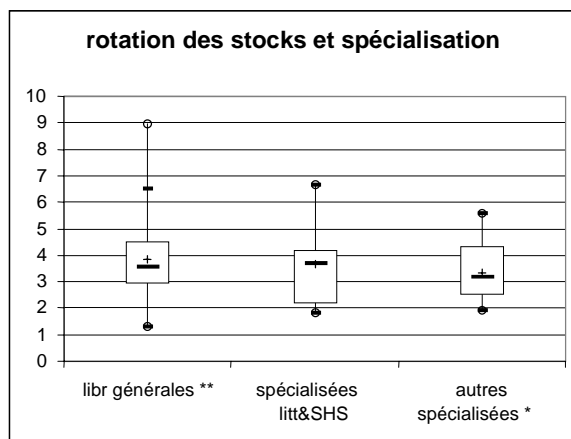
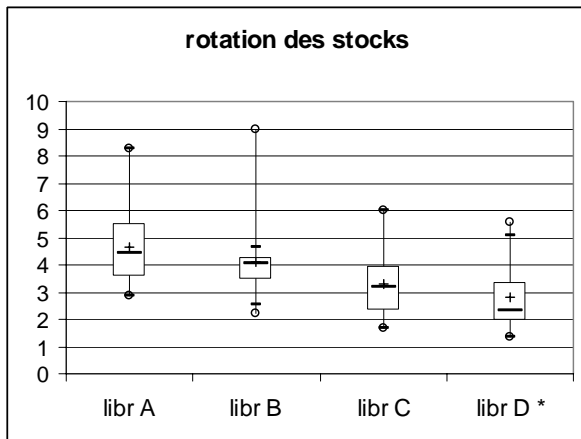


**Commentaire des graphiques :**

- forte corrélation avec le niveau de CA :

- . le nuage de points a une forme globalement ascendante ;
- . on voit sur le *boxplot* que la moyenne, la médiane et l'espace interquartile diminuent très notablement à chaque « passage » de catégorie ABCD

- *spécialisation* : à l'exception d'une plus forte amplitude des résultats chez les librairies générales (présence de 3 points atypiques), les différences sont nettement moins marquées que sur le critère de chiffre d'affaires



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : Librairies D et Autres spécialisées : effectifs faibles / \*\* librairies non spécialisées et spécialisées Scolaire & USTM

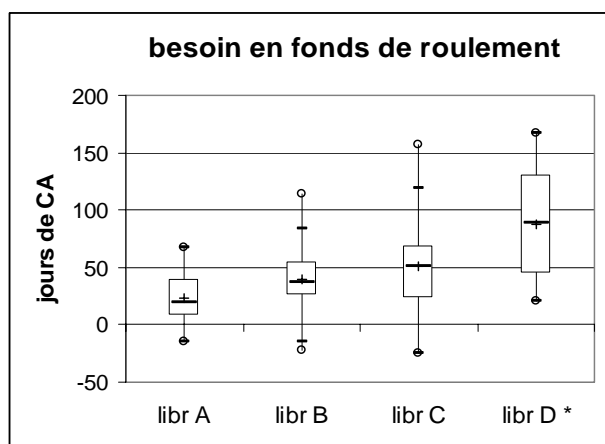
**• rotation des stocks livre**

60 répondants seulement ont fourni les éléments permettant de calculer la rotation des stocks de livres. La comparaison avec la rotation des stocks tous produits de ces librairies, indiquée pour mémoire dans le tableau ci-dessus, montre sans surprise, compte tenu du poids élevé du livre dans l'activité, que les deux indicateurs sont très proches.

### *le besoin en fonds de roulement*

Le besoin en fonds de roulement (BFR) mesure les décalages de trésorerie engendrés par l'activité de l'entreprise.

Outre la dégradation de ce ratio, le graphique ci-dessous illustre également la dispersion croissante des données à chaque « passage » de catégorie : si, en raison d'un point atypique, c'est chez les librairies C que l'amplitude est la plus marquée, l'importance de l'espace interquartile en librairie D (de 44 à 126 jours de CA, soit un écart deux fois plus important que celui des librairies C) montre que c'est dans cette catégorie que la dispersion est de loin la plus forte.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL /

\* Attention : librairies D : effectifs faibles

Enfin, on observe également qu'une petite minorité de répondants ont **un besoin en fonds de roulement négatif** (8% des librairies A, 9% des librairies B, 3% des librairies C, aucune librairie D). Ces librairies se caractérisent par des délais fournisseurs plus longs que la moyenne (82 jours contre 56) et surtout une rotation des stocks nettement plus élevée (6,0 contre 3,4).

Elles se distinguent également par une activité collectivités plus faible que la moyenne (11% contre 18%) et, pour celles qui en ont donné la ventilation, par une absence de ventes aux collectivités scolaires.

Contrairement à leurs confrères pour qui le règlement des fournisseurs précède en général la vente des ouvrages, et qui doivent de ce fait financer leur stock, cette petite minorité de librairies se trouvent en position plus avantageuse en termes de trésorerie puisque, pour elles, le règlement des fournisseurs intervient après la vente des ouvrages.

### **3.7. RÉPARTITION DES STOCKS PAR DURÉE DE DÉTENTION**

Outil privilégié de la gestion du stock en librairie, la segmentation en « stock ABC » en fonction de la durée de détention des ouvrages<sup>50</sup> ne doit pas être confondue avec une segmentation du type « nouveautés/fonds », même si elles ont des zones de recouvrement.

On en voudra pour preuve la répartition moyenne des trois prestigieuses librairies spécialisées en littérature et sciences humaines que compte la catégorie A : 61% de stock A, 25% de stock B et 14% de stock C.

On rappellera également que la physionomie d'un stock de librairie est fluctuante et que les réponses fournies par les libraires à cette question sont en règle générale des « instantanés » pris au moment de la réponse à l'enquête<sup>51</sup> et non des moyennes qui couvriraient la durée d'un exercice comptable<sup>52</sup>.

Même si le faible taux de réponse de certaines catégories de librairies (librairies D, autres librairies spécialisées) doit inciter à la prudence, on peut cependant estimer que l'addition de ces instantanés permet de dessiner quelques spécificités.

De façon cohérente avec les résultats sur les rotations, il semble ainsi que la segmentation du stock par durée de détention oppose à nouveau :

- les librairies A, caractérisées par une proportion relativement élevée du stock A (58% en moyenne arithmétique) et une faible proportion de stock C (13%)
- aux librairies D qui, à l'inverse, présentent la plus faible proportion de stock A (42%) et la plus forte proportion de stock C (25%) ;
- les librairies B et C affichant des profils intermédiaires, d'ailleurs très proches l'un de l'autre.

stock ABC	moyenne pondérée					moyenne arithmétique			
	libr A	* libr B	libr C	* libr D	résultat globalisé	libr A	* libr B	libr C	* libr D
100 réponses	27	22	37	14		27	22	37	14
taux de réponse à la question	84%	81%	67%	54%		84%	81%	67%	54%
stock A (moins de 3 mois)	57,6%	49,8%	52,3%	41,2%	<b>50,4%</b>	57,7%	50,3%	50,0%	42,2%
stock B (3 à 12 mois)	30,5%	32,2%	30,0%	35,1%	<b>31,9%</b>	29,5%	31,6%	30,6%	33,2%
stock C (plus de 12 mois)	12,0%	18,0%	17,7%	23,7%	<b>17,8%</b>	12,8%	18,1%	19,4%	24,6%
<b>ensemble</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* Attention : librairies B et D : effectifs faibles

Si l'analyse par spécialisation ne fait pas ressortir de clivages aussi tranchés, on peut cependant opposer le profil des librairies générales à celui des autres librairies spécialisées :

- les librairies générales se caractérisent par une proportion élevée de stock A (51%) et une faible proportion de stock C (16%) ;

<sup>50</sup> Le stock A désigne les ouvrages détenus en stock depuis moins de 3 mois, le stock B les ouvrages détenus depuis plus de 3 mois et moins d'un an, le stock C les ouvrages en stock depuis plus d'un an.

Largement utilisée en librairie, cette segmentation est parfois affinée dans certaines librairies (« stock D » ou « stock Z » pour les ouvrages détenus depuis plus de deux ans, affinement du stock A, etc.).

<sup>51</sup> Un libraire C attire notre attention sur ce point en indiquant en marge de sa réponse : « *La répartition du stock ABC est faussée car les offices de septembre-octobre ont été ÉNORMES.* »

<sup>52</sup> Ce qui explique qu'elle ne peuvent être directement rapprochées des données sur les rotations issues du bilan et du compte de résultat.

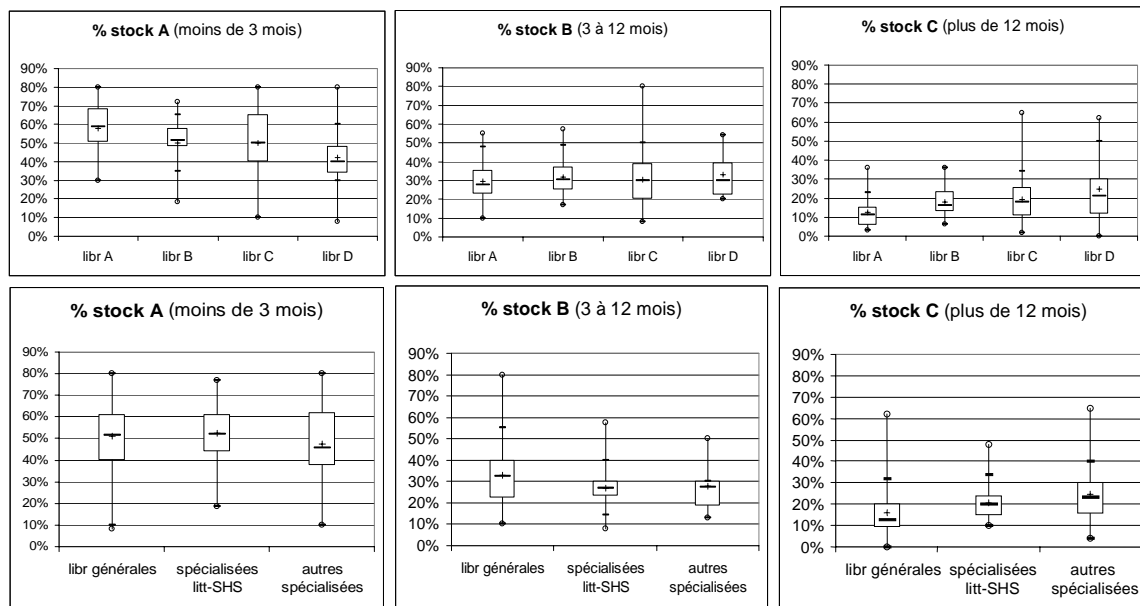
- à l'inverse, les autres librairies spécialisées affichent à la fois la plus faible proportion de stock A (47%) et la plus forte proportion de stock C (25%) ;
- les librairies spécialisées en littérature se positionnent en dehors de cette opposition, avec à la fois la plus forte proportion de stock A (52,5%) et une proportion de stock C relativement élevée (21%), plus proche de celle des autres librairies spécialisées que des librairies générales.

stock ABC selon la spécialisation moyenne arithmétique	* librairies générales	spécialisées litt-SHS	** autres spécialisées
100 réponses	64	24	12
taux de réponse à la question	72%	89%	50%
stock A (moins de 3 mois)	51,2%	52,5%	47,4%
stock B (3 à 12 mois)	33,0%	26,8%	27,8%
stock C (plus de 12 mois)	15,8%	20,7%	24,8%
<b>ensemble</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* y compris librairies spécialisées Scolaire & USTM / \*\* Attention : Autres librairies spécialisées : effectifs très faibles

Enfin, comme on le voit sur les graphiques ci-dessous, tous les groupes se caractérisent par une assez grande variété des situations (amplitude des écarts minimum/maximum, présence de nombreux points atypiques). On note cependant que les librairies spécialisées en littérature présentent le profil le plus homogène.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

#### 4. LES PRÉOCCUPATIONS DES LIBRAIRES

47% des répondants ont utilisé la question ouverte figurant à la fin du questionnaire les invitant à exprimer les observations qu'ils souhaitaient faire sur la situation de leur entreprise ou de la librairie en général : 5% uniquement pour apporter des précisions sur leurs réponses ou les raisons de leurs non réponses (non informatisation ou logiciel insuffisant ou inadapté) mais 42% pour exprimer leurs préoccupations, soit 12% de plus que dans l'enquête 2003.

Ce mode d'interrogation (question ouverte, citation spontanée) n'équivaut certes pas à une radiographie exacte de l'état d'esprit des libraires interrogés : il conduit par nature à surreprésenter les éléments d'insatisfaction et, placé en fin de questionnaire, incite plutôt à s'exprimer sur les sujets traités par les différentes questions de l'enquête<sup>53</sup>. Il n'en constitue pas moins un révélateur assez efficace.

En 2003, le principal thème cité était celui de l'agrandissement (29% des citations), juste devant le resserrement des conditions commerciales obtenues des fournisseurs, la hausse des charges et la concurrence des grandes surfaces (26% des citations).

Si tous ces thèmes se retrouvent en 2005, l'ordre est singulièrement modifié : le thème de l'agrandissement n'est évoqué que dans 8% des réponses, très loin derrière la question des **relations avec les fournisseurs**, qui occupe les trois quarts des citations (71%), devant les **difficultés du métier de libraire** (37% des citations, 19% en 2003), les **difficultés économiques** (29% des citations) et la **hausse des charges** (27% des citations, 26% en 2003). Viennent ensuite les questions de concurrence (17% des citations sur l'ensemble des répondants, mais 35% chez les libraires A&B), de concentration (14%) et de surproduction éditoriale (14% également). Thème plus positif, l'amour du métier est réaffirmé par 10% des répondants, devant le problème des collectivités et des relations difficiles avec les acteurs locaux (8%) – le cadre législatif et réglementaire étant évoqué sous ses aspects protecteurs (loi sur le prix du livre, plafonnement des rabais, TVA réduite) mais aussi sous ses aspects contraignants (code des marchés publics, marges contraintes) par 8% des répondants.

Sans doute y a-t-il quelque chose d'un peu artificiel à vouloir isoler dans les réponses fournies par les libraires des thématiques qui sont en grande partie liées entre elles. Du moins cela permet-il de mettre en évidence deux phénomènes :

- d'une part que **ces préoccupations sont communes à l'ensemble des librairies, quelle que soit leur taille** : les libraires A&B paraissent certes plus sensibles aux questions de concurrence et de hausse des charges et les libraires C&D semblent plus insatisfaits des relations avec leurs fournisseurs ; mais on est cependant globalement frappé par la proximité des taux de citation des différents thèmes par toutes les catégories de librairie ;
- d'autre part, il apparaît que **la tonalité des thèmes cités est globalement plus pessimiste ou négative que deux ans plus tôt** : les perspectives de développement (agrandissement) sont ainsi reléguées loin derrière les sujets d'inquiétude ou de constat de dégradation des conditions d'exercice du métier de libraire.

<sup>53</sup> Au-delà des différences de champ, le mode d'interrogation explique que la hiérarchie des préoccupations diffère de celle qu'indique une récente enquête téléphonique menée pour *Livres Hebdo* auprès des détaillants (tous circuits) du panel I+C (« Que sont les gros lecteurs devenus ? », LH n° 666, 17/12/06).

principaux thèmes cités en 2003	%	principaux thèmes cités en 2005	% toutes libr	% libr A&B	% libr C&D
<i>question ouverte, citation spontanée</i>		<i>question ouverte, citation spontanée</i>			
<i>nb observations</i>	31	<i>nb observations</i>	59	20	39
<i>taux de réponse</i>	32%	<i>taux de réponse</i>	42%	34%	48%
agrandissement	29%	relations et conditions commerciales fournisseurs	71%	60%	77%
concurrence des grandes surfaces	26%	dont relations et conditions insatisfaisantes	64%	60%	67%
resserrement des conditions commerciales	26%	- dont conditions commerciales insuffisantes, à la baisse ou bloquées	29%	25%	31%
hausse des charges (transport, loyer)	26%	- dont poids et maîtrise des offices	29%	25%	31%
difficultés du métier de libraire (rémunération, transmission)	19%	- dont dégradation de la relation, de la négociation, incompréhension	10%	10%	10%
surenchère sur rabais aux collectivités	19%	- dont rémunération insuffisante du qualitatif (économique ou symbolique)	10%	10%	10%
gratuité dans les lycées	13%	dont relations satisfaisantes	7%	-	10%
concentration éditoriale (Lagardère/VUP)	13%	difficultés du métier de libraire (rémunérations, transmission, absence de marge de manœuvre, clientèle plus exigeante)	37%	45%	33%
		difficultés économiques	29%	25%	31%
		hausse des charges (transport, loyer, personnel)	27%	40%	21%
		- dont hausse des charges : transport	24%	40%	15%
		concurrence	17%	35%	8%
		concentration édition, distribution, librairie	14%	10%	15%
		surproduction éditoriale	14%	10%	15%
		amour, passion du métier	10%	10%	10%
		problèmes collectivités et acteurs locaux	8%	5%	10%
		agrandissement	8%	10%	8%
		cadre législatif et réglementaire protecteur	8%	5%	10%
		cadre législatif et réglementaire : contraintes	8%	15%	5%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### *les relations avec les fournisseurs*

S'il est connu que l'on parle plus volontiers de ce qui ne va pas, la proportion de remarques attestant du **caractère insatisfaisant de la relation commerciale avec les fournisseurs** (conditions commerciales insuffisantes ou qui n'évoluent pas, dégradation de la relation commerciale, problème des offices : 64% des citations) est sans commune mesure avec les témoignages d'éléments satisfaisants dans cette relation (7% des citations).

#### **• des remises insuffisantes ou qui n'évoluent pas**

Plus encore que le constat d'insuffisance des remises effectué par plusieurs librairies,

« La remise en librairie générale est en dessous de ce qu'on pouvait espérer pour fonctionner convenablement (36% au minimum en tenant compte du qualitatif). » (*librairie spécialisée D, métropole régionale, remise moyenne 33%*)

« Les remises restent trop faibles. » (*librairie spécialisée C, petite ville de province*)

« La rémunération minimum pour notre travail de librairie n'est pas suffisante, en particulier dans les domaines universitaires. » (*librairie générale C, Ile-de-France*)

c'est le fait que celles-ci n'évoluent pas –ou seulement au terme de rudes négociations– qui ressort de plusieurs témoignages :

« J'ai déménagé en 200[...], passant de 50 m<sup>2</sup> à 105 m<sup>2</sup> (...).

En dehors de [4 *grands diffuseurs*], les remises moyennes tournent entre 33% et 34%, ce qui est insuffisant pour assurer la pérennité de nos entreprises.

Des discussions âpres avec le représentant de [*grand diffuseur A*] portent sur l'augmentation de la remise (34,5% depuis 10 ans). Le chiffre d'affaire depuis le début 2005 est en hausse de 29% chez eux, mais il est difficile de négocier.

Chez [*grand diffuseur B*], je suis assimilé au 1<sup>e</sup> niveau : la remise a augmenté d'un point en 12 ans. Chez [*grand diffuseur C*], ne voulant pas d'office, je suis pénalisé depuis 8 ans avec une remise de 33%.

Le niveau d'étiage minimum pour des librairies de qualité défendant la production éditoriale devrait être de 35%. Nous ne dégageons pas de capacité d'autofinancement et seules des subventions institutionnelles (protocole État-Région sur la librairie indépendante) peuvent nous permettre de procéder à des investissements – j'oubliais une aide de l'ADELC, précieuse également.

Une meilleure rémunération des éditeurs nous permettrait de mieux travailler. »

(*librairie générale D, ville périphérique, remise moyenne 33,5%*)

« Quel moyen trouver pour s'unir, ou à défaut communiquer entre “petits” libraires, dits indépendants, afin d'avoir un moyen de pression auprès de certains éditeurs [*et grands diffuseurs*] (...) qui nous considèrent comme insignifiants et nous plafonnent, même si l'évolution du CA est à deux chiffres. »

(*librairie générale B, Paris*)

« Remises faibles et délais de paiement trop courts d'où une trésorerie toujours fragile, malgré un maintien voire une augmentation du CA. » (*librairie générale B, ville moyenne, remise moyenne 34%*)

Cette situation est d'autant plus mal vécue qu'en sens inverse, les remises sont plus promptes à évoluer à la baisse :

« Depuis janvier 2005, notre CA baisse alors qu'il était en constante évolution depuis 1999.

Mais ce qui est plus inquiétant encore, ce sont les conditions commerciales qui, depuis 10 ans ne cessent d'être plus mauvaises pour nous : l'échéance a baissé et les remises également (nous avons perdu 1 à 2% chez certains gros distributeurs).

Dans le même temps, le coût du transport a considérablement augmenté.

Difficile, dans ces conditions, de maintenir des salaires attractifs, pour lesquels les charges sociales ont aussi augmenté... » (*librairie B, spécialisée littérature, Paris*)

Ou comme l'exprime plus laconiquement un libraire ayant perdu des marchés de collectivités :

« Crainte de baisse de CA : baisses des remises » (*librairie B, Ile-de-France*)

Une autre forme de réactivité pénalisante des diffuseurs est également évoquée par un libraire :

« Mauvaises relations avec les services comptabilité ([de certains grands diffuseurs] notamment) qui bloquent trop facilement nos comptes, sans réfléchir aux conséquences. » (*librairie générale B, ville moyenne*)

### • *l'office*

Quand bien même il n'y pas de rigidité à la hausse, les relations avec les diffuseurs semblent de plus en plus tendues, notamment en raison des offices. Deux points sont particulièrement critiqués : les offices « sauvages » et le caractère quasi obligatoire, sous peine de pénalisation financière, de certains offices.

– *les offices « sauvages »*

« Si la librairie que j’ai reprise il y a trois ans et demi voit son chiffre d’affaires progresser (+11%) et les marges s’améliorer, les relations avec les éditeurs sont toujours plus difficiles (offices sauvages en progression). » (*librairie C, Ile-de-France*)

« Certains représentants ont tendance à nous remplir les offices au maximum et donc, à nous asphyxier en trésorerie. » (*librairie C, province*)

« La librairie indépendante est de moins en moins considérée par les « gros » distributeurs-diffuseurs qui ressemblent plus à des entreprises financières qu’à des acteurs du livre et de la culture. Le nombre de représentants qui nous visitent diminue chaque année et la fréquence de leur passage est de plus en plus espacée. De plus, les offices sauvages sont de plus en plus nombreux, les retours explosent donc forcément, sans parler des coûts de transport... (nous devenons des manutentionnaires du livre !) » (*librairie spécialisée C, grande métropole*)

– *les offices « obligatoires »*

« GROS PROBLÈME : la priorité donnée par trop des diffuseurs et/ou éditeurs au quantitatif par rapport au qualitatif. En particulier, baisse de remise (quasi) automatique lorsqu’on désire supprimer l’office. Être maître de ses stocks, ça coûte cher ! » (*librairie générale B, ville moyenne*)

« Poids du stock “stérile” généré par l’obligation de prendre les offices, sinon baisse des remises :

– rotation du stock global livre : 3,47

– rotation du stock offices : 1,87 » (*librairie générale A, Ile-de-France*)

Par-delà les aspects financiers, une librairie mentionne également le caractère inadapté de certains de ces offices « obligatoires » :

« Les offices “obligatoires” de [*grands diffuseurs*] ne correspondent pas à la spécificité de la librairie. » (*librairie D, spécialisée littérature, ville moyenne*)

• *la hausse de la production éditoriale*

Le problème de la maîtrise des offices est d’autant plus aigu qu’il s’inscrit dans un contexte de hausse de la production éditoriale :

« Trop d’offre que je ne contrôle plus faute du manque de passages de certains représentants. Conséquence : une inflation de titres que je ne souhaite pas avoir, qui prennent de la place et qui déséquilibrent dangereusement la trésorerie. Il faudrait un passage régulier des représentants pour ne faire que des offices à façon avec eux. » (*librairie spécialisée C, ville moyenne*)

« Les éditeurs n’ont pas assimilé la crise de la consommation et y répondent en produisant plus. Retours en forte hausse et trésorerie en baisse. » (*librairie générale A, ville universitaire*)

« L’explosion du nombre de titres édités, dont l’objectif est de fournir un linéaire de plus en plus vaste dans les chaînes, conduit à la déqualification, à l’amplification du contrôle des flux et reflux, au non maintien des fonds. » (*librairie C, spécialisée jeunesse, ville moyenne*)

« La concentration éditoriale, la masse des livres qu’elle génère rend difficile le maintien de nos choix de librairie. Nous avons plus que jamais besoin de représentants qualifiés.

Nous nous sentons acculés à accepter un flux important moins sélectionné pour maintenir une marge (à quand la réelle application de la remise qualitative ?), à subir des frais de port qui augmentent d’une façon inquiétante et n’améliorent pas la rapidité du service. » (*librairie C, spécialisée littérature, Ile-de-France*)

• *le sentiment d'être moins bien traité que les autres réseaux*

Plusieurs libraires vivent également mal que d'autres réseaux (chaînes, grandes surfaces) bénéficient de conditions commerciales qu'ils pensent comparables, voire meilleures que celles faites à la librairie, ou que ces réseaux soient servis de façon privilégiée sur certaines grosses opérations :

« Nécessité d'être vraiment soutenu par les éditeurs et distributeurs (conditions commerciales, livraison des chaînes et GSS avant les petits libraires sur certains "gros coups"... ) » (*librairie C, spécialisée littérature, Ile-de-France*)

« Également, il faut dénoncer des différences de traitements pour les "grosses" nouveautés et/ou réassorts non servis selon les enseignes. » (*librairie générale D, Paris*)

« Il faut créer un label de la librairie de création et accorder des taux de remise en fonction des lieux de vente. Il est anormal que la grande distribution obtienne, *grosso modo*, les mêmes taux de remise que les librairies de création. » (*librairie spécialisée D, province*)

« Quel(s) réseau(x) de vente du livre veulent les éditeurs dans 20 ans ? » (*librairie A, ville moyenne*)

Outre le sentiment mal vécu de ne plus être le partenaire privilégié des éditeurs, la fourniture prioritaire des réseaux intégrés sur les « grosses nouveautés » a bien sûr des conséquences économiques néfastes pour la librairie :

« Les ventes "faciles" à forte rotation nous échappent de plus en plus. » (*librairie générale A, Ile-de-France*)

• *mais aussi des éléments de satisfaction*

Si la tonalité dominante des remarques concernant les relations avec les fournisseurs – ou plus exactement, certains fournisseurs – est globalement négative, quelques libraires soulignent cependant les éléments qu'ils jugent satisfaisants dans ces relations :

« J'estime avoir des remises à peu près correctes. » (*librairie D, ville moyenne, spécialisation jeunesse, remises des principaux diffuseurs 35% à 39%*)

« Bon rapport avec la diffusion, mais plus délicat avec la distribution. » (*librairie C, spécialisée littérature, Paris*)

*les difficultés économiques*

• *une conjoncture dégradée*

Avant même de détailler les difficultés économiques qu'ils rencontrent, plusieurs libraires, de toutes tailles et de tous types de localisation, soulignent le caractère très défavorable de la conjoncture récente :

« Depuis janvier 2005, notre CA baisse alors qu'il était en constante évolution depuis 1999. » (*librairie B, spécialisée littérature, Paris*)

« J'exerce ce métier depuis 20 ans et c'est la première année que je sors un exercice négatif. » (*librairie générale D, zone rurale*)

« Période difficile depuis début 2005. » (*librairie générale A, ville universitaire*)

« Après quatre années de croissance continue suite à notre reprise et à nos travaux (...), refonte générale de la librairie. Le métier de la librairie est celui qui se porte le mieux par rapport à la papeterie et la presse. Mais nous constatons un accroissement important du stock, des taux de retour à la hausse de manière importante et par conséquent, une trésorerie plus tendue (en particulier pour les 12 derniers mois). »  
(*librairie générale C, Ile-de-France*)

### • *la hausse des charges*

Mentionnée par 27% des librairies, la hausse des charges porte essentiellement sur trois sujets : le loyer, particulièrement cité par les librairies de centre ville, le transport particulièrement cité par les librairies franciliennes, et les charges de personnel.

#### – *le loyer*

« Le loyer demandé par le propriétaire passe de 15.000 € par an à 55.000 € Fin de bail septembre 2005. »  
(*librairie C de centre-ville, métropole régionale, résultat net 13.000 €*)

« Inquiétude quant aux prix des locaux commerciaux qui limitent considérablement le développement des librairies. Comment s'agrandir, obtenir un meilleur emplacement ? » (*librairie C, spécialisée littérature, Paris*)

« Ce qui menace nos entreprises : [l']inflation des frais : personnel, transport, loyer, informatique et communication, Internet, Electre, maintenance..., sans possibilité de développer des marges (sauf développement du chiffre).

De tous ces frais, le montant des loyers qui flambent en centre ville est la principale menace. »  
(*librairie A, métropole régionale*)

#### – *le transport*

« Augmentation des charges (+10% sur transport au 01/01/06, +4% sur loyer...). » (*librairie B, Ile-de-France*)

« Nous venons de changer de mode de transport : la facture va être multipliée par 6 ou 7 (elle n'apparaît pas encore au bilan). » (*librairie C, Ile de France*)

« À aucun moment la question du coût du transport n'a été posée. Elle représente de 2 à 3% du CA, en augmentation depuis 4-5 ans. » (*librairie C, Ile de France*)

« Augmentation débridée des coûts de transport en région parisienne... bientôt plus cher que la province. Que paie-t-on exactement ? » (*librairie A, Ile-de-France*)

« Augmentation des frais de port entre +12 et +15% par an depuis 5 ans » (*librairie B, Ile-de-France*)

S'il ne se plaint pas de la hausse des coûts de transport, ce libraire de province soulève un autre problème : celui des frais de port élevés facturés par certains petits éditeurs :

« Les frais de transport sont corrects, mais beaucoup de petits éditeurs abusent, et pour des commandes unitaires (commandes clients que nous ne refusons jamais) facturent jusqu'à 6% de port pour un livre... »  
(*librairie générale D, petite ville de province*)

### ***L'absence ou l'étroitesse des marges de manœuvre***

Face à cette hausse des charges, plusieurs libraires soulignent l'absence ou l'étroitesse de leurs marges de manœuvre :

- « Nous sommes pris dans le cycle suivant :
- des coûts de transport et de loyer à la hausse (+ vite que le CA) ;
  - des salaires, si on veut de personnel qualifié, qui augmentent aussi plus vite que le CA ;
  - une marge concédée par les éditeurs qui ne bouge pas ;
  - aucune possibilité de répercuter la progression de nos coûts sur le prix de vente ;
- et donc :
- un attrait du métier qui diminue ;
  - une rémunération et une rentabilité qui diminuent ;
  - par conséquent, de moins en moins d'embauches intéressantes ;
  - et de moins en moins de possibilités de trouver des repreneurs intéressants ».
- (librairie générale A, ville moyenne, remise moyenne 37,5%)*

Au-delà de sa propre entreprise, ce libraire poursuit la description de cette spirale néfaste pour l'ensemble de la filière :

« Donc développement des chaînes, acheteurs puissants et concentrés, [qui entraîne à la fois] une réduction de l'assortiment et des pressions à l'achat sur le quantitatif et donc, à terme, une fragilisation des éditeurs. »

Un autre libraire parvient à des conclusions similaires :

« [Notre] librairie, telle que configurée depuis 5 ans est devenue une entreprise viable. Cependant, cette viabilité est très fragile. L'endettement demeure important et les seuls leviers dont nous disposons sont les frais de personnel et les remises éditeurs. Nous sommes d'autre part à la limite d'un effet de "seuil". Plus petite, la librairie pourrait-elle vivre ? Il semble évident que la rentabilité et les économies d'échelle ne peuvent se faire qu'à partir d'une certaine taille. Mais cette taille risque d'entraîner des problèmes de cession... d'où la "venue" des groupes... » *(librairie générale A, ville moyenne)*

Et si le diagnostic n'est pas explicité, c'est bien l'absence de marge de manœuvre que l'on peut lire en creux dans le témoignage de ces autres libraires, qui ne voient comme source de survie que la passion du métier :

« [Notre librairie], en 11 exercices complets, a multiplié son CA par 3,5. Nous atteignons le maximum de CA que l'on peut escompter avec ce type de librairie pour ce type d'implantation, ou à peu près. Les difficultés de trésorerie n'ont cessé de croître au fil des ans, devenant insupportables. Des librairies de ce type survivent uniquement sur l'investissement et l'engagement des personnes qui y travaillent. Valeur impossible à "objectiver" dans ce type d'enquête... qui suffit à faire la disparition (ou l'apparition) d'un point de vente. » *(librairie spécialisée C, ville moyenne)*

« La passion sauve tout. Jusqu'à quand ? Les charges n'ont cessé de progresser mais les marges stagnent (transport, loyers, salaires en hausse constante). (...) L'avenir de la librairie indépendante passe par une augmentation significative de la marge commerciale. Ma librairie tient le choc grâce à l'apport d'un CA important en produits à TVA 19,6%, et grâce à une politique d'ouverture très lourde (7j/7) à mettre en œuvre » *(librairie spécialisée D, petite ville de province)*

### ***les difficultés du métier de libraire***

Aux difficultés économiques et à la tension des relations avec l'amont, s'ajoutent la difficulté ou l'impossibilité signalée par plusieurs libraires de rémunérer suffisamment le personnel, mais aussi, pour certains, des interrogations sur l'évolutions des comportements de la clientèle.

Tout cela concourt à un sentiment d'inquiétude, qui se manifeste pour l'avenir de la librairie en général, mais aussi en particulier, avec le difficile problème de la transmission des librairies.

#### **• un métier de plus en plus exigeant**

« Notre travail devient de plus en plus exigeant pour répondre aux attentes de nos clients : connaissance des livres, choix à faire devant la multiplication des offres des fournisseurs.

Par contre, il nous semble qu'il deviendra de plus en plus difficile de négocier les augmentations de remise dont nous avons besoin pour mieux rémunérer les libraires, d'avoir le temps de les former et de nous former aux nouvelles exigences de notre métier : être plus performant dans les services offerts (recherche par Internet, un site pour les conseils et les rencontres), être très vigilant aux dégradations possibles des prestations de nos fournisseurs. La concentration de ceux-ci nous fait craindre, en effet, qu'ils ne soient plus très attentifs aux petites et moyennes librairies. » (*librairie C, spécialisée littérature, métropole régionale*)

#### **• l'évolution de la demande et des comportements d'achat**

« J'ai tendance à restreindre certains rayons comme les beaux livres, le pratique, la nature, le tourisme et j'ai supprimé la poésie, la littérature voyage, l'informatique, le parascolaire. » (*librairie générale C, province*)

« (...) On observe une agressivité croissante de la clientèle qui exige des libraires indépendants des prestations supplémentaires (commandes en 24h, paquets cadeaux, pas de file d'attente, conseil immédiat...) qu'[elle] n'ose pas réclamer en grandes surfaces (culturelles ou non) » (*librairie C, Ile-de-France*)

#### **• des rémunérations insuffisantes**

« Les marges dégagées sont insuffisantes pour rémunérer correctement le personnel (bac +4 ou bac +5) » (*librairie C, Ile-de-France*)

« Comment s'assurer la collaboration durable d'un professionnel compétent et motivé avec des salaires aussi bas ? » (*librairie spécialisée D, petite ville de province*)

#### **• des inquiétudes pour l'avenir**

« Quel avenir pour les librairies indépendantes ?

Une profession difficile, peu rentable, chronophage : quelle sera la relève ?

Une concentration éditoriale, un changement de comportement d'achats : quelle sera sa raison d'être ?

Une implantation massive de chaînes : quelle sera sa survie ?

Et pourtant, ce métier de simple intermédiaire dégage, pour beaucoup, une impression d'utilité publique qui nous fortifie. » (*librairie générale B, ville moyenne*)

« L'impression actuelle face à l'avenir est une très grande inquiétude. Face à la fois aux multiplications des circuits de vente, aux baisses des marges, à la non maîtrise des offices qui nous transforment en "dockers", à la chute de pans entiers de l'activité (gratuité du livre scolaire par adjudication), on ne peut qu'être découragé. » (*librairie générale D, zone rurale*)

### • *le problème de la transmission des librairies*

« Du fait d'un marché très difficile et d'un environnement concurrentiel de plus en plus important, je m'apprête à céder mon entreprise sans suite d'activité. » (*librairie-presse C, Ile-de-France*)

« Notre librairie est en vente depuis la fin août 2004 : pas d'acquéreur sérieux (salaires insuffisants, trop de travail, manque d'argent, refus de prêter par les banques). » (*librairie générale D, ville moyenne*)

« J'envisage de vendre ma librairie d'ici 2 à 3 ans. J'aimerais espérer que ça reste une librairie mais je suis dubitative. J'ai un peu peur pour l'avenir de notre métier quand je suis pessimiste (en voyant l'évolution et la désertification d'une ville (du centre ville) comme [la nôtre].  
Quand je suis optimiste, je me dis qu'on peut peut-être améliorer les choses tant qu'on n'est pas mort...» (*librairie spécialisée D, grande ville de province*)

« Petite librairie de quartier à la vente échéance fin 2007. Sinon, disparaîtra (...). » (*librairie-papeterie D, Ile-de-France*)

« Si les résultats ne nous permettent pas de continuer, il est certain que cet espace de [...] m<sup>2</sup> deviendra un magasin de chaîne ou d'enseigne de vêtements ou autre vu son emplacement. » (*librairie spécialisée C, ville moyenne*)

### *les atouts de la librairie*

Ce sentiment d'inquiétude ne signifie pas pour autant que les libraires se sentent totalement désarmés :

« En général, la librairie indépendante de niveau 1 a des atouts pour redonner aux livres une place attractive dans la société. Elle seule peut être réellement au service et à l'écoute des clients. Elle seule peut offrir aux livres un accompagnement humain et respectueux. Il y a urgence. Le "produit" livre est en danger. » (*librairie C, spécialisée littérature, ville moyenne*)

« Il semble évident qu'une attente des clients "librairie" est complètement en phase avec le type d'entreprise traditionnelle que nous exploitons : proximité, conseil, taille humaine, reconnaissance... » (*librairie générale C, Ile-de-France*)

même si cela s'exprime parfois de façon quelque peu désespérée :

« Nous défendons une certaine idée d'un métier que nous aimons mais qui n'est pas rentable d'un point de vue strictement financier (5,50 € de l'heure, 2 semaines de congés par an).  
Nous considérons cela comme un atout car au moins, la grande distribution ne peut pas nous battre sur ce terrain ! Nous sommes marginaux et notre seule chance de survie (encore 15 ans de travail) en dehors du maintien du prix unique du livre est de pouvoir compter sur des remises acceptables [des] éditeurs et distributeurs.  
Pour le reste, nous nous concentrons sur ce qui nous motive dans ce métier : lire et le transmettre. » (*librairie générale C, ville moyenne*)

### *des idées et des souhaits pour assurer l'avenir de la librairie*

« 1°/ le piégeage antiviol à la source, c'est 0,5% du CA gagné.

2°/ le port aller en charge des éditeurs, c'est 0,5% du CA gagné.

3°/ la non gratuité du scolaire, c'est plein de gens qui rentrent au moins une fois par an dans une librairie.

Et bien d'autres idées encore qui peuvent améliorer la rentabilité des librairies, les rendre plus compétitives face aux groupes, faciliter leur transmission.» (*librairie générale A, ville moyenne*)

« Effet de la carte de fidélité sur les résultats de l'entreprise : on redistribue (...) environ 2% de notre CA TTC. Ce manque à gagner est aussi le seul moyen à ce jour de fidéliser notre clientèle. Quand on

rajoute à cela les animations, les rencontres, les débats et signatures, notre résultat d'exploitation s'en retrouve appauvri.

Notre avenir en tant que petite librairie indépendante serait de reconnaître tout ce travail de fond qui est fait auprès de notre clientèle et de trouver des solutions qui permettraient un meilleur équilibre financier. Prendre en compte ces éléments dans les conditions générales de vente ne serait pas une aberration.

Ceci dit, l'avenir de la librairie existe, mais une gestion rigoureuse est nécessaire et indispensable pour équilibrer les comptes d'une telle entreprise. » (*librairie générale B, Paris*)

« L'application de la loi "Lang" dans toute l'étendue de ses textes et dans le respect professionnel et éthique des critères qualitatifs, demeure la garantie d'une préservation de la profession. » (*librairie générale C, petite ville de province*)

« Deux points me paraissent fondamentaux pour la librairie indépendante :

1/ amélioration de la rentabilité

Au-delà des efforts de gestion que doivent réaliser les libraires (coûts, stocks...), la rentabilité de leurs entreprises est conditionnée par les remises consenties et pas toujours négociées avec les éditeurs et les diffuseurs.

Seule une amélioration de ces conditions permettra les investissements, tant pour les hommes que pour les biens, qui sont indispensables pour la pérennité des librairies indépendantes.

2/ Cession d'entreprise

La librairie indépendante ne doit pas s'éteindre avec le départ en retraite, dans des conditions pas toujours florissantes, des libraires chefs d'entreprise.

Ces deux sujets devraient être travaillés par le SNE et le ministère de la culture. » (*librairie générale C, Ile-de-France*)

## 5. L'ÉVOLUTION 2003-2005 : quelques premiers résultats de l'échantillon constant de répondants de 1<sup>e</sup> niveau

53 des répondants à l'enquête 2005 avaient déjà répondu à l'enquête 2003 sur la situation économique des librairies de 1<sup>e</sup> niveau. On dispose donc d'un échantillon constant de taille significative de librairies de 1<sup>e</sup> niveau pour lesquelles on peut suivre les évolutions intervenues entre les deux enquêtes.

L'exercice se heurte cependant à plusieurs limites :

- les modifications apportées au questionnaire entre les deux enquêtes ;
- de façon plus marginale, des variations dans le mode de réponse d'une même librairie à une même question ;
- mais surtout, la faiblesse des taux de réponse à certaines questions, en particulier dans l'enquête 2005, qui peuvent réduire de façon drastique le nombre d'observations, sachant que sur une question donnée, les non répondants de 2003 ne sont pas forcément les mêmes que ceux de 2005.

Si l'analyse de cet échantillon constant n'est pas achevée, il a paru utile d'en inclure de premiers résultats dans le présent rapport.

### *les périodes concernées par les enquêtes*

Si, par commodité, on parle tout au long de ce rapport de l'« enquête 2003 » et de l'« enquête 2005 » en se référant à leur date de lancement, la plupart des données de ces enquêtes, et en particulier celles tirées du compte de résultat et du bilan, portent sur des exercices antérieurs à 2003 et 2005.

Deux ans et demi séparent le lancement des deux enquêtes (juillet 2003 et novembre 2005) et – de façon fort logique – deux ou, plus souvent, trois exercices séparent les réponses des libraires de l'échantillon constant – l'écart moyen se situant à deux ans et dix mois.

exercices concernés par les enquêtes (en % du nb de répondants de l'échantillon constant)				écart entre les deux réponses	
enquête 2003	%	enquête 2005	%		%
2001	62%	2003-2004	4%	2 exercices	21%
2001-2002	9%	2004	74%	3 exercices	77%
2002	25%	2004-2005	17%		
2002-2003	4%	2005	4%		
NR	-	NR	2%	NR	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>

Lecture du tableau : 62% des libraires de l'échantillon constant ont répondu à l'enquête 2003 sur un exercice comptable dont plus de 6 mois sont situés en 2001 ; 9% ont répondu à cette enquête sur un exercice 2001-2002 (juillet 2001 à juin 2002)

96% des réponses des librairies de l'échantillon constant à l'enquête 2003 concernent des exercices centrés sur les années 2001-2002, et 94% de leurs réponses à l'enquête 2005 concernent des exercices 2004-2005.

### *caractéristiques de l'échantillon constant*

L'enquête 2003 portant sur la librairie de 1<sup>e</sup> niveau, l'échantillon constant comporte en proportion davantage de grandes librairies (43% de librairies contre 23% dans l'enquête 2005). Il compte également davantage de librairies de province (79% contre 70%) et de librairies générales (64% contre 58%). Enfin, le profil des librairies spécialisées y est quelque peu différent, avec un peu plus de librairies spécialisées scolaire et religion et moins de librairies spécialisées en littérature.

S'il est par construction constitué de librairies de 1<sup>e</sup> niveau, l'échantillon constant n'est pas en soi représentatif de tel ou tel type de librairie, ni une réduction de l'échantillon 2003 ni, moins encore, de l'échantillon 2005, puisque ce dernier, par construction, inclut des librairies de tous niveaux.

Pour cette raison, ce n'est donc pas à la **valeur** des résultats de l'échantillon constant que l'on s'intéressera dans les analyses qui suivent, mais à leur **évolution entre 2003 et 2005**.

	échantillon constant 1 <sup>e</sup> niveau 2003-2005	répondants enquête 2005	répondants enquête 2003
<i>effectifs</i>	53	140	96
<b>niveaux de diffusion</b>	1 <sup>e</sup> niveau	1 <sup>e</sup> et 2 <sup>e</sup> niveaux	1 <sup>e</sup> niveau
<b>exercices concernés</b>	2001-2002 et 2004-2005	2004-2005	2001-2002
<b>segmentation ABCD</b>			
librairies A	43% (23 librairies)	23% (32 librairies)	32% (31 librairies)
librairies B	23% (12 librairies)	19% (27 librairies)	18% (17 librairies)
librairies C	30% (16 librairies)	39% (55 librairies)	45% (43 librairies)
librairies D	4% (2 librairies)	19% (26 librairies)	5% (5 librairies)
<b>CA 2005 moyen k€</b>			
CA total 2005 moyen	3 390	1 999	3 378
CA livre 2005 moyen	2 918	1 692	2 234
<b>localisation</b>			
Paris-IdF	21%	30%	22%
Province	79%	70%	78%
<b>spécialisation</b>			
<b>non spécialisée</b>	64%	58%	54%
<b>spécialisés</b>	36%	42%	46%
<i>dont spécialisées hors Litt. SHS</i>	25%	23%	36%
s1 - scolaire & USTM	8%	6%	13%
s2- religion	8%	4%	13%
s3 - ésotérisme	-	1%	1%
s4 - art	2%	1%	1%
s5 - jeunesse	6%	9%	6%
s6 - BD	2%	1%	2%
s7 - litt. & SHS	11%	19%	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

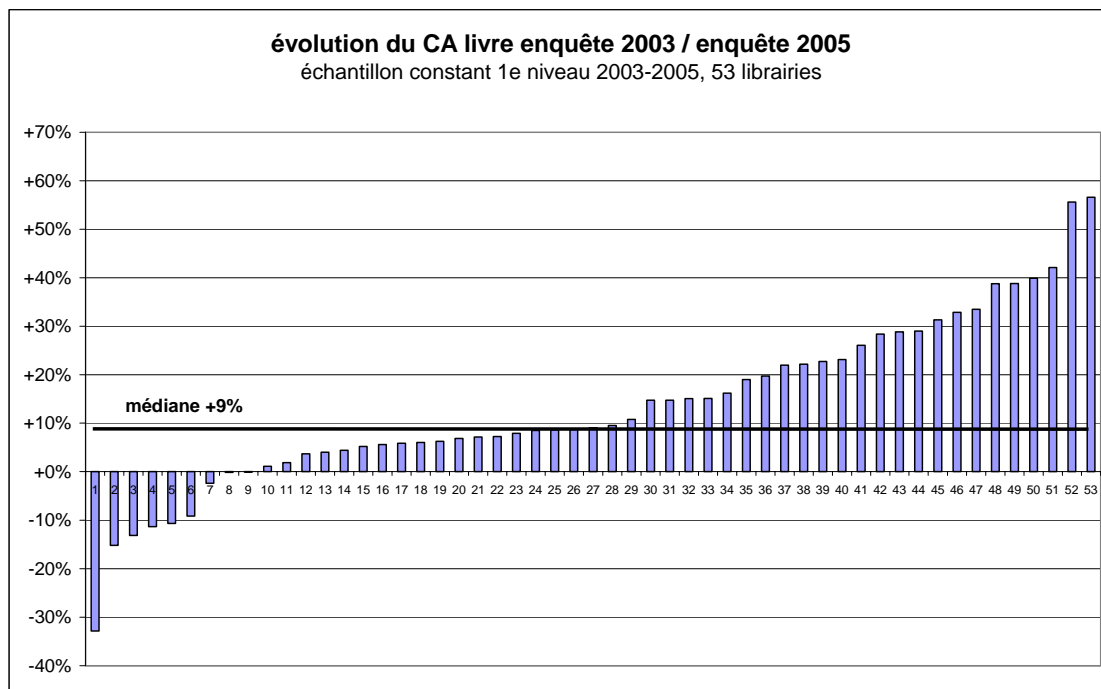
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

## 5.1. L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires total des entreprises de l'échantillon constant s'est accru de 14% entre les deux enquêtes (+15% pour le CA livre en moyenne pondérée, +14% en moyenne arithmétique), mais avec des disparités importantes puisque les variations enregistrées s'échelonnent entre -20% et +79% (-33% et +57% pour le CA livre).

Ce chiffre de prime abord assez élevé paraît plus modeste si l'on se rappelle que, pour les trois quarts des libraires de l'échantillon, trois ans séparent les réponses données aux deux enquêtes.

Il n'en reste pas moins que l'évolution moyenne du chiffre d'affaires des librairies de l'échantillon (+14%), mais aussi l'évolution médiane (+9%), sont sensiblement supérieures à la tendance globale observée sur le marché du livre entre les deux enquêtes, que l'on peut estimer entre +5% et +6% en euros courants<sup>54</sup>. Si l'on estime à un peu moins de 4% la hausse du prix des livres sur la même période<sup>55</sup>, la hausse en volume s'établit autour de +10%.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

<sup>54</sup> La variété des dates d'exercice de réponse des libraires rend délicate la comparaison précise avec les autres sources, que l'on est conduit à lisser pour permettre une comparaison.

Des différentes données disponibles, les données du baromètre mensuel I+C/Livres Hebdo sont celles qui permettent le mieux de « coller » aux dates de réponses des libraires de l'échantillon. Si l'on applique à ces dates de réponse les données I+C en tendance annuelle, l'augmentation moyenne du marché de détail (y compris scolaire et collectivités) se situe à +5,5% en euros courants. Si l'on applique les tendances annuelles données par I+C pour le canal Librairie de 1<sup>e</sup> niveau, l'évolution moyenne est de +5,4% en moyenne arithmétique et de +5,7% en moyenne pondérée.

<sup>55</sup> L'indice INSEE du prix du livre indique une hausse de + 1,6% en 2001, +1,0% en 2002, +1,5% en 2003, +1,3% en 2004 et +0,8% en 2005 (moyennes annuelles). L'application de ces données aux périodes de réponse des libraires de l'échantillon permet d'estimer la hausse des prix entre les deux enquêtes à +3,5%.

83% des répondants ont enregistré une hausse de leur chiffre d'affaires livre entre l'enquête 2003 et l'enquête 2005. Pour un tiers des répondants, la hausse est supérieure à 20%.

évolution du CA livre 2003-2005 échantillon constant 1 <sup>e</sup> niveau 2003-2005 53 observations	en % du nb de librairies
<b>hausse du CA livre</b>	<b>83%</b>
plus de 30%	17%
de 20% à 30%	15%
de 10% à 20%	15%
de 0% à 10%	36%
<b>baisse du CA livre</b>	<b>17%</b>
de -10% à 0%	8%
moins de -10%	9%
	<b>100%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1<sup>e</sup> niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Cette hausse de chiffre d'affaires doit cependant être analysée en fonction de deux facteurs :

- l'évolution des **surfaces de vente** ;
- l'impact du **plafonnement des rabais** sur les ventes de livres non scolaires aux collectivités introduit par la loi du 18 juin 2003 sur la rémunération du prêt en bibliothèque.

#### • *l'évolution des surfaces*

Pour les 51 librairies de l'échantillon constant ayant fourni l'information, la surface de vente consacrée au livre a augmenté de 10% en moyenne entre les enquêtes 2003 et 2005.

- 17 librairies (33% des répondants) ont accru leur surface de vente, l'accroissement allant de +6% à +100% (moyenne : +37%, médiane : +29%) ;
- 5 librairies (10% des répondants) auraient en revanche réduit leur surface de vente (diminution moyenne : -21%, médiane : -17%)
- la surface restant stable pour 57% des répondants.

Si, en raison des ventes aux collectivités, on n'observe pas de différence entre l'évolution du chiffre d'affaires livre total des librairies qui ont accru leur surface de vente et celles chez qui elle est restée stable (+14% dans les deux cas), il en va différemment pour ce qui est du chiffre d'affaires en magasin<sup>56</sup> : en moyenne, il augmente de 8 points de plus dans les librairies qui se sont agrandies (+12% contre +4%).

On remarquera au passage que l'augmentation du chiffre d'affaires en magasin est loin d'être proportionnelle à l'accroissement des surfaces.

En creux, on remarque enfin que c'est sur la vente hors magasin que les librairies dont la surface est restée stable ou a diminué ont cherché à développer leur chiffre d'affaires au détail.

<sup>56</sup> Chiffre d'affaires en magasin : chiffre d'affaires au détail – ventes hors magasin.

surface livre et chiffre d'affaires évolution 2003-2005	entre l'enquête 2003 et l'enquête 2005, la surface de vente livre a...			
	... augmenté	... est restée stable	... diminué	ENSEMBLE
<i>échantillon constant 1<sup>e</sup> niveau 2003-2005</i> 51 réponses				
nb librairies	17	29	5	51
% des librairies	33%	57%	10%	100%
<b>évolution surface de vente livre</b>	<b>+37%</b>	<b>+0%</b>	<b>-21%</b>	<b>+10%</b>
<b>évolution du CA</b>				
évolution CA livre	+14%	+14%	+6%	<b>+13%</b>
évolution CA livre détail *	+12%	+6%	+9%	<b>+8%</b>
évolution CA livre détail magasin *	+12%	+4%	+4%	<b>+7%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* effectifs plus restreints (45 répondants)

### • *l'évolution des composantes du chiffre d'affaires livre*

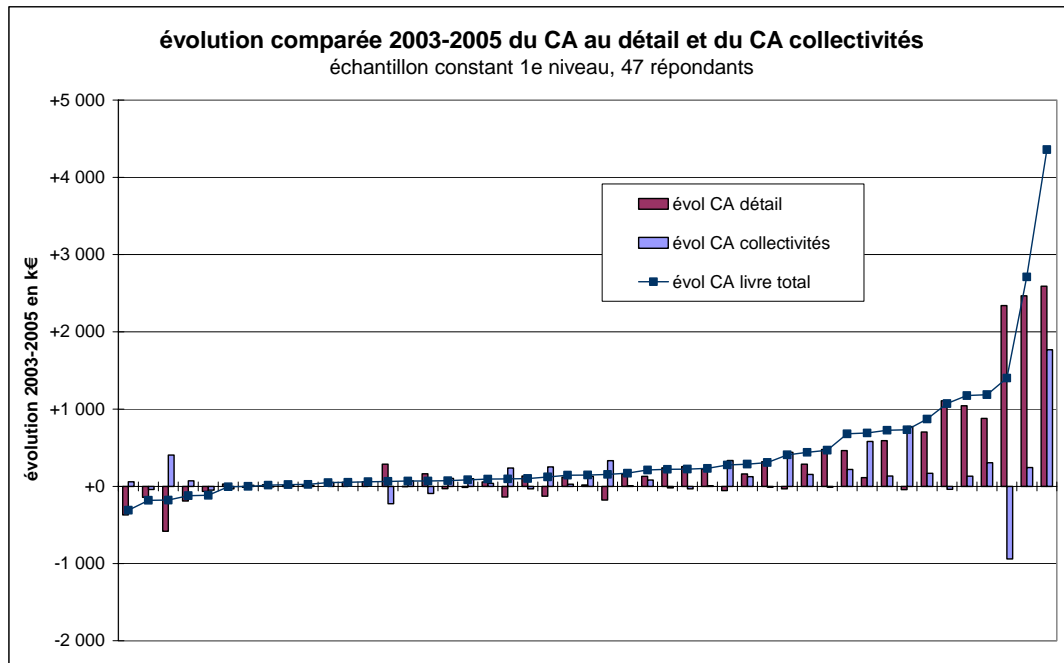
46 des librairies de l'échantillon constant ont fourni en 2003 comme en 2005 la répartition de leur chiffre d'affaires livre entre les ventes au détail et les ventes aux collectivités.

Ces données font ressortir une forte hausse des ventes aux collectivités :

- le chiffre d'affaires livre cumulé de ces 46 librairies s'est accru de +16% entre les deux enquêtes : +13% pour les ventes au détail, +27% pour les ventes aux collectivités (moyenne pondérée) ;
- un écart du même ordre s'observe si l'on considère l'évolution médiane : +6% pour les ventes au détail, +21% pour les ventes aux collectivités ;
- en moyenne arithmétique, le chiffre de hausse des ventes aux collectivités est extrêmement élevé (+73%) car, pour plus d'un quart des répondants, il y a eu doublement ou triplement du CA collectivités.

évolution 2003-2005 du CA livre <i>échantillon constant, 46 réponses</i>	moy pondérée	moy arithm	médiane	min	max	nb obs
CA détail	+13%	+9%	+6%	-39%	+64%	46
CA collectivités	+27%	+73%	+21%	-75%	+368%	44
<b>CA livre total</b>	<b>+16%</b>	<b>+14%</b>	<b>+9%</b>	<b>-33%</b>	<b>+57%</b>	<b>46</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Lecture du graphique :

- les 47 librairies de l'échantillon constant sont classées en fonction de l'évolution de leur CA livre total entre les deux enquêtes  
- la 1<sup>ère</sup> librairie (à gauche du graphique) a vu son CA détail baisser de 370 k€ entre les deux enquêtes (premier bâton) et son CA collectivités augmenter de 60 k€ (deuxième bâton), soit une baisse de 310 k€ de son CA livre total (carré bleu)

Si la proportion de librairies ayant connu une hausse de leur chiffre d'affaires collectivités (70%) est à peu près la même que celle des librairies ayant connu une hausse de leur chiffre d'affaires au détail (67%), **la hausse des ventes aux collectivités a été supérieure à celle des ventes au détail dans plus des deux tiers des cas** (70% des 44 librairies ayant une activité collectivités).

On observe également qu'une librairie sur 4 ayant connu une hausse de son chiffre d'affaires le doit aux ventes aux collectivités : parmi les 87% de répondants ayant connu une hausse de leur chiffre d'affaires, 22% ont en effet connu une baisse de leur chiffre d'affaires au détail. Inversement, la baisse du CA livre global n'est imputable au chiffre d'affaires collectivités que chez 2% des répondants.

<b>évolution du CA livre 2003-2005</b> échantillon constant 1 <sup>er</sup> niveau 2003-2005 46 répondants à répartition des ventes par clientèle	<b>% nb de librairies</b>
<b>hausse du CA livre</b>	<b>87%</b>
Détail + / Collectivités +	39%
Détail + / Collectivités -	22%
Détail + / pas de Collectivités	4%
Détail - / Collectivités +	22%
<b>baisse du CA livre</b>	<b>13%</b>
Détail + / Collectivités -	2%
Détail - / Collectivités +	9%
Détail - / Collectivités -	2%
<b>Total 46 librairies</b>	<b>100%</b>
<b>s/t Détail +</b>	<b>67%</b>
<b>s/t Collectivités +</b>	<b>70%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Lecture du tableau : 39% des répondants ont connu à la fois une hausse de leur chiffre d'affaires livre au détail et une hausse de leur chiffre d'affaires collectivités entre les enquêtes 2003 et 2005.

Enfin, si l'on raisonne en termes de contribution à l'évolution du chiffre d'affaires livre, les ventes aux collectivités ont apporté en moyenne arithmétique **7 points de hausse du CA livre** entre 2003 et 2005 aux 44 répondants ayant une activité collectivités, soit la moitié de la hausse moyenne du chiffre d'affaires.

On remarque également que **la contribution des ventes aux collectivités à l'évolution du CA livre a été plus significative chez les plus petites librairies** (9 points de hausse en moyenne arithmétique chez les répondants dont le CA livre 2003 était inférieur à 2 M€) que chez les plus grandes (CA 2003 > 2 M€: 4 points de hausse).

## 5.2. L'ÉVOLUTION DES VENTES PAR CLIENTÈLES

### 5.2.1. L'évolution de la répartition des ventes par clientèles

Corollaire de l'évolution plus favorable décrite ci-dessus, les ventes aux collectivités pèsent davantage en 2005 qu'en 2003 dans le chiffre d'affaires de nos 46 librairies de 1<sup>e</sup> niveau de l'échantillon constant.

En moyenne arithmétique, leur poids passe ainsi de 17,1% à 21,2%, soit un gain de 4 points. La hausse étant plus marquée chez les plus petits points de vente, le gain est à nouveau moins spectaculaire en moyenne pondérée (de 17,3% à 19,0%, +1,7 point).

répartition des ventes par clientèles échantillon constant 1 <sup>e</sup> niveau 2003-2005	enquête 2003		enquête 2005	
	détail	collectivités	détail	collectivités
<i>en % du CA livre HT</i>				
<i>46 réponses</i>	46	44	46	44
moyenne pondérée	82,7%	17,3%	81,0%	19,0%
moyenne arithmétique	82,9%	17,1%	78,8%	21,2%
médiane	85,1%	15,2%	80,1%	21,0%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Pour mieux comprendre cette progression des ventes aux collectivités, on ne dispose malheureusement de la ventilation scolaire/non scolaire que pour 27 des 44 répondants ayant une activité collectivités. Pour ces 27 librairies, pour les raisons précédemment indiquées<sup>57</sup>, la comparaison scolaire/non scolaire entre les deux enquêtes ne peut pas se faire de façon précise puisque, pour la part scolaire des ventes aux collectivités, les données 2003 portent uniquement sur les ventes de manuels scolaires tandis que les données 2005 incluent également pour certaines librairies les ventes d'ouvrages non scolaires aux bibliothèques des établissements scolaires.

Le rapprochement des deux séries de données tend donc à :

- surévaluer l'évolution de la part du scolaire dans les ventes aux collectivités (inclusion des ventes d'ouvrages non scolaires aux bibliothèques des établissements scolaires en 2005);
- et à sous-évaluer celle du non scolaire.

Pour ces 27 librairies<sup>58</sup>, et sous ces réserves, il apparaît cependant que :

- mêmes sous-évaluées, **les ventes aux collectivités non scolaires ont en moyenne beaucoup plus progressé que les ventes aux collectivités scolaires** ;
- pour être générale (20 des 27 répondants, soit 74%), cette hausse des ventes aux collectivités non scolaires n'est cependant pas systématique (*voir graphique*) : un quart des répondants enregistre une baisse de ses ventes aux collectivités non scolaires, mais cette baisse n'excède pas 11% de leur chiffre d'affaires total (-5% en moyenne) ;
- et enfin que la moindre progression des ventes aux collectivités scolaires n'est pas non plus systématique : pour la moitié des 16 librairies ayant cette activité, elle est même supérieure à la hausse des ventes aux collectivités non scolaires.

Compte tenu des différences de champ entre les deux séries de données, on considérera cependant les deux dernières proportions avec prudence : sur une segmentation manuels

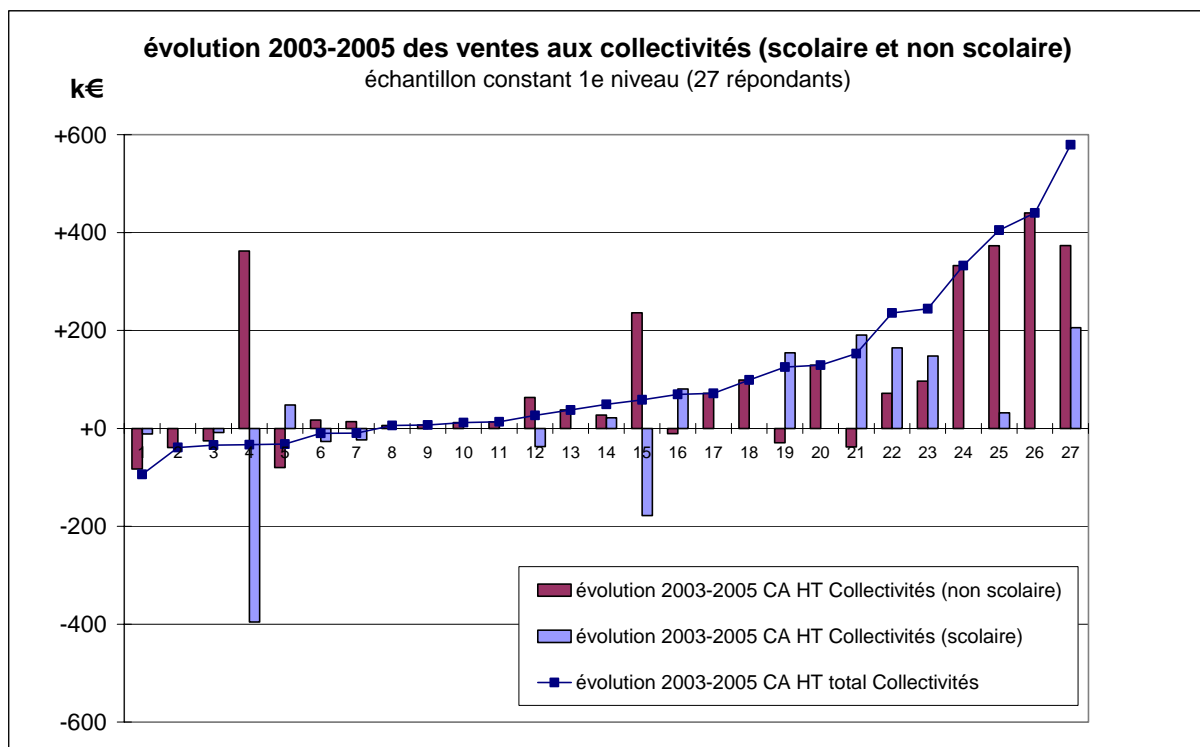
<sup>57</sup> Sur les différences de définition scolaire/non scolaire entre les deux enquêtes, voir note 35.

<sup>58</sup> La hausse des ventes aux collectivités est un peu plus élevée chez ces 27 librairies que pour l'ensemble des 46 répondants (+34% en moyenne pondérée contre +27%, +80% en moyenne arithmétique contre +73%).

scolaires/livres non scolaires, il est en effet probable que la proportion de librairies dont les ventes de livres non scolaires aux collectivités ont diminué soit inférieure à 1/4 et, de la même façon, que la proportion de librairies dont les ventes de manuels scolaires aux collectivités ont davantage augmenté que les ventes de livres non scolaires soit inférieure à la moitié.

évolution 2003-2005 échantillon constant, 27 répondants ayant fourni le détail de leurs ventes aux collectivités	moy pondérée	moy arithm	nb obs
CA collectivités (scolaire)	+13%	+37%	16
CA collectivités (non scolaire)	+44%	+62%	27
<b>CA collectivités total</b>	<b>+34%</b>	<b>+80%</b>	<b>27</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

**Lecture du graphique :**

Chez le répondant n°15, les ventes aux collectivités non scolaires ont augmenté de 236 k€ entre l'enquête 2003 et l'enquête 2005, les ventes aux collectivités scolaires ont baissé de 178 k€, soit une hausse de 58 k€ du CA collectivités (carré bleu).

**Note importante :** En raison d'une imprécision du questionnaire, le poste « Collectivités (scolaire) » inclut également en 2005 des ventes de livres non scolaires aux BCD et CDI, alors qu'il ne porte que sur les manuels scolaires en 2003 ; l'évolution de ce poste est donc surévaluée et celle du poste « Collectivités (non scolaire) » sous-évaluée du même montant.

Si l'on raisonne en terme de **contribution à la hausse du chiffre d'affaires livre total**, il ressort que **l'apport des ventes aux collectivités non scolaires a été assez substantiel :**

- les ventes aux collectivités non scolaires ont apporté en moyenne à ces 27 librairies une augmentation de 8% du chiffre d'affaires livre total entre 2003 et 2005 (+12% en moyenne pour les libraires chez qui ces ventes ont augmenté, -5% pour ceux chez qui elles ont diminué) ;
- l'apport des ventes aux collectivités scolaires est plus limité, puisqu'il n'excède pas en moyenne 0,8% du chiffre d'affaires livre total (+5,5% chez les libraires chez qui ces ventes ont augmenté, -4,5% chez ceux chez qui elles ont diminué).

<b>contribution à l'évolution du CA livre 2003-2005</b> <i>échantillon constant 1<sup>e</sup> niveau, 27 répondants ayant fourni le détail de leurs ventes aux collectivités</i>	<b>moy pondérée</b>	<b>moy arithm</b>	<b>médiane</b>	<b>nb obs</b>
CA collectivités (scolaire)	+0,9%	+0,8%	+1,8%	16
CA collectivités (non scolaire)	+4,8%	+7,7%	+3,0%	27
<b>CA collectivités total</b>	<b>+5,5%</b>	<b>+8,4%</b>	<b>+3,0%</b>	<b>27</b>

Lecture du tableau : chez les 16 répondants ayant des ventes aux collectivités scolaires, l'évolution de ces ventes entre 2003 et 2005 représente en moyenne 0,8% du CA livre (moyenne arithmétique)  
source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### 5.2.2. L'évolution du rabais

L'effet du plafonnement des rabais sur les ventes de livres non scolaires instauré par la loi du 18 juin 2003 (*voir ci-dessous 5.2.3.*) se traduit par une **baisse substantielle du rabais moyen consenti aux collectivités**, qui passe de 15,0% à 11,0% en moyenne arithmétique (-4 points) et de 16,5% à 12,1% en moyenne pondérée (-4,4 points).

L'impact de cette baisse sur le rabais moyen global consenti (détail + collectivités) est atténué par l'augmentation concomitante du poids des ventes aux collectivités dans le chiffre d'affaires. Le rabais global ne baisse ainsi que d'environ 0,5 point (au lieu de 0,8 point à structure constante), mais sur un chiffre d'affaires en augmentation – ce qui entraîne une amélioration de la marge nette en valeur plus importante qu'à structure constante.

<b>rabais moyen consenti</b>	<b>enquête 2003</b>		<b>enquête 2005</b>	
<i>échantillon constant 1<sup>e</sup> niveau 2003-2005 27 répondants CA et rabais par clientèles</i>	<b>moy pondérée</b>	<b>moy arithm</b>	<b>moy pondérée</b>	<b>moy arithm</b>
rabais Ventes au détail	2,5%	2,1%	2,6%	2,2%
rabais Ventes à terme (collectivités)	16,5%	15,0%	11,6%	11,0%
<b>ensemble</b>	<b>5,1%</b>	<b>4,9%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,5%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

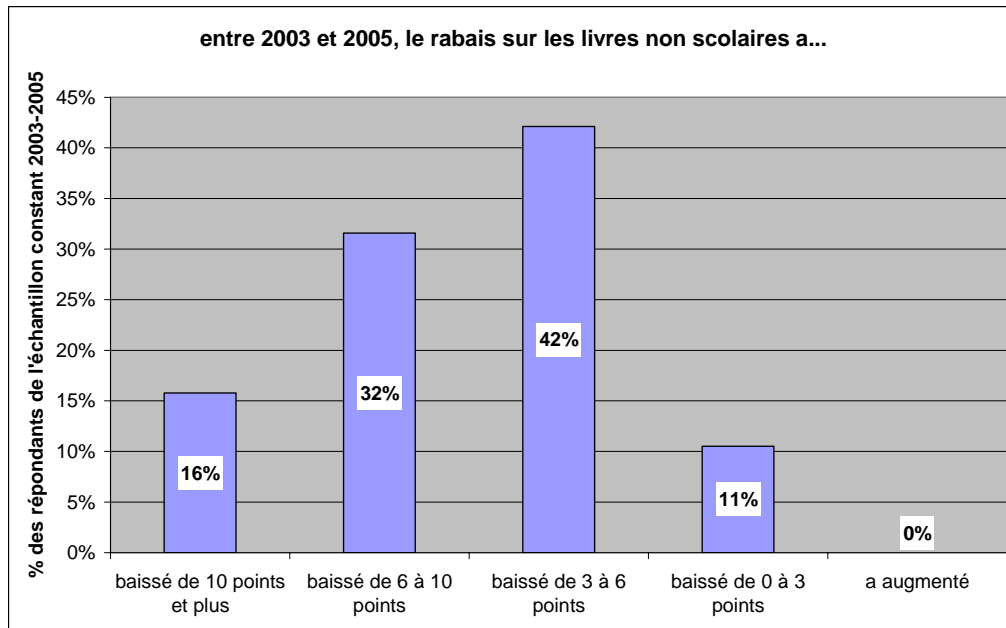
Pour les 22 librairies ayant indiqué les rabais par types de collectivités, **le rabais moyen sur les ventes aux collectivités non scolaires est de 8,5%** dans l'enquête 2005, soit près de **7 points de moins que le rabais moyen pratiqué en 2003 sur les livres non scolaires**.

À l'inverse, **le rabais sur les ventes aux collectivités scolaires en 2005 est de 1 à 1,5 point plus élevé** que le rabais sur les manuels scolaires de 2003.

Dans la mesure où le chiffre de 2005 inclut également des ventes d'ouvrages non scolaires aux bibliothèques scolaires (rabais plafonnés), on en déduit que les rabais sur les manuels ont dû continuer à progresser de façon non négligeable entre les deux enquêtes.

<b>rabais moyen consenti</b> <i>échantillon constant 1<sup>e</sup> niveau 2003-2005</i>	<b>enquête 2003</b>		<b>enquête 2005</b>	
<i>22 répondants CA et rabais par type de collectivités</i>	<b>moy pondérée</b>	<b>moy arithm</b>	<b>moy pondérée</b>	<b>moy arithm</b>
rabais manuels scolaires	17,8%	18,6%	rabais collectivités (scolaire)	19,2%
rabais livres non scolaires	16,2%	15,3%	rabais collectivités (non scolaire)	8,5%
<b>ensemble</b>	<b>16,7%</b>	<b>16,1%</b>	<b>ensemble</b>	<b>11,6%</b>
				<b>11,4%</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

### *une estimation théorique de l'impact de la baisse des rabais*

Toutes choses égales par ailleurs, c'est à dire, dans l'hypothèse d'une stabilité des chiffres d'affaires comme des rabais au détail et sur les ventes aux collectivités scolaires, on peut estimer le gain induit par la baisse du rabais non scolaire à environ 0,8 point de marge <sup>59</sup>.

De la même façon, on peut estimer que le développement des ventes de livres non scolaires aux collectivités entre 2003 et 2005 a permis une augmentation moyenne de leur revenu (marge en valeur) que l'on peut évaluer à environ 5% <sup>60</sup>.

Enfin, par-delà ces estimations, l'augmentation du volume d'affaires apporté par les ventes aux collectivités non scolaires a pu contribuer à l'amélioration de la marge des librairies par attribution de surremises ponctuelles par les fournisseurs ou par augmentation de la remise fichier (critères quantitatifs).

<sup>59</sup> Sur l'hypothèse d'une remise moyenne globale obtenue de 36%.

<sup>60</sup> Écart entre la marge en valeur constatée en 2005 et la marge qui aurait été celle des répondants si, toutes choses égales par ailleurs (rabais et volumes), les ventes aux collectivités non scolaires avaient augmenté au même rythme que les ventes aux collectivités scolaires (+13%).

### **5.2.3. L'impact des modifications du cadre législatif : la loi du 18 juin 2003 et le nouveau code des marchés publics**

Hausse des ventes aux collectivités et baisse du rabais : même s'il porte sur les effectifs restreints de l'échantillon constant, le constat est exactement inverse de celui de l'enquête 2003 <sup>61</sup>.

Ces évolutions doivent bien sûr être analysées en liaison avec les modifications du cadre législatif des ventes de livres aux collectivités qui sont intervenues entre les deux enquêtes :

- l'entrée en vigueur de la **loi du 18 juin 2003 sur la rémunération du prêt en bibliothèque** qui, en introduisant le plafonnement des rabais sur les ventes de livres non scolaires aux collectivités comme mesure d'accompagnement du « prêt payé », a notablement modifié l'organisation du marché des ventes aux collectivités ;
- mais aussi, quelques mois plus tard, l'entrée en vigueur le 1<sup>e</sup> janvier 2004 d'un **nouveau code des marchés publics** qui mettait un terme aux marchés « sans formalités préalables » autorisés par le précédent code pour les marchés inférieurs à 130.000 € pour les collectivités locales et introduisait une obligation de publicité des marchés dès le premier euro.

Pour la librairie, ces deux modifications étaient à même de jouer en sens contraire :

- par le plafonnement des rabais, la loi du 18 juin 2003 pouvait mettre un terme au phénomène d'éviction des librairies des marchés de collectivités au profit de grossistes spécialisés qu'avait entraîné la surenchère sur les rabais observable depuis le milieu des années 1990 ;
- mais le manque de précision qui a accompagné l'entrée en vigueur du nouveau code des marchés publics et la nouvelle procédure de « marché à procédure adaptée » a conduit de nombreuses collectivités à interpréter l'obligation de publicité comme une incitation à la passation systématique de marchés à appel d'offres, procédure plus lourde – et souvent trop lourde pour de petites librairies.

Les réponses de notre échantillon constant ne permettront certes pas de démêler précisément l'impact de ces deux modifications majeures – les questionnaires n'ont pas été conçus pour cela. Du moins fourniront-elles de premiers éclairages quant à leurs conséquences conjuguées sur l'activité collectivités des répondants.

Mais au-delà de la question du coup d'arrêt au phénomène d'éviction des librairies des marchés de collectivités, il convient aussi de tenter de dégager de ces évolutions de premières tendances d'analyse de l'impact global de la loi du 18 juin 2003 sur l'économie de la librairie.

Outre le plafonnement du rabais, cette loi comporte en effet une autre disposition qui vient modifier l'équation économique des fournisseurs de livres aux collectivités : le reversement à la société de gestion collective du droit de prêt, la Sofia, de 6% du montant PPHT des ventes de livres aux bibliothèques de prêt <sup>62</sup>.

<sup>61</sup> L'enquête 2003 faisait apparaître un recul d'environ 2 points de la part des ventes aux collectivités dans le chiffre d'affaires (de 21,8% à 19,3% en moyenne arithmétique et de 16,6% à 14,4% en moyenne pondérée) et une hausse du rabais de près de 3 points en moyenne pondérée (de 15,7% à 18,6%) et d'un point en moyenne arithmétique (de 15,0% à 15,9%).

<sup>62</sup> 3% pour les nouveaux marchés conclu pendant la période de transition d'entrée en vigueur de la loi, d'août 2003 à juillet 2004, aucun reversement n'étant dû pour les marchés en cours au 1<sup>e</sup> août 2003.

Dans quelle mesure les modifications législatives ont-elles modifié l'équilibre économique des librairies de l'échantillon ? Les effets *a priori* favorables de la loi l'ont-ils emporté sur les effets plutôt défavorables du nouveau code des marchés ? Ces librairies ont-elles repris des marchés de collectivités non scolaires ? La baisse des rabais induite par le plafonnement couvre-t-elle le reversement du droit de prêt ?

Compte tenu du caractère restreint de cet échantillon constant, et aussi, on l'a dit, parce qu'il n'a pas été construit pour être représentatif, les éléments qui suivent ne sauraient être considérés comme un bilan de l'impact de la loi sur le droit de prêt sur l'économie de la librairie dans son ensemble, mais comme de premières indications des conséquences des deux récentes modifications du cadre législatif sur l'économie des librairies de 1<sup>e</sup> niveau.

• *une mesure de la récupération de marchés non scolaires*

En première approche, on serait tenté de dire que la hausse du chiffre d'affaires qui s'observe sur les ventes aux collectivités non scolaires ne peut être considérée comme la traduction d'un mouvement de retour ou de développement de la librairie sur ces marchés qu'à deux conditions :

- elle doit être significativement supérieure à celle de la hausse des ventes aux collectivités scolaires, dont le régime en matière de rabais est inchangé (rabais libre) ;
- elle doit également être supérieure au renchérissement induit par le plafonnement des rabais pour les collectivités qui auraient décidé de maintenir leur volume d'achat et d'augmenter leurs budgets en conséquence <sup>63</sup>.

L'hypothèse d'un maintien des volumes d'achat est sans doute un scénario optimiste <sup>64</sup>, mais il convient cependant de l'envisager pour savoir si la hausse du CA des librairies est la simple traduction de ce renchérissement – ce qui serait déjà en soi bénéfique à la librairie – ou le signe de gain de nouveaux marchés.

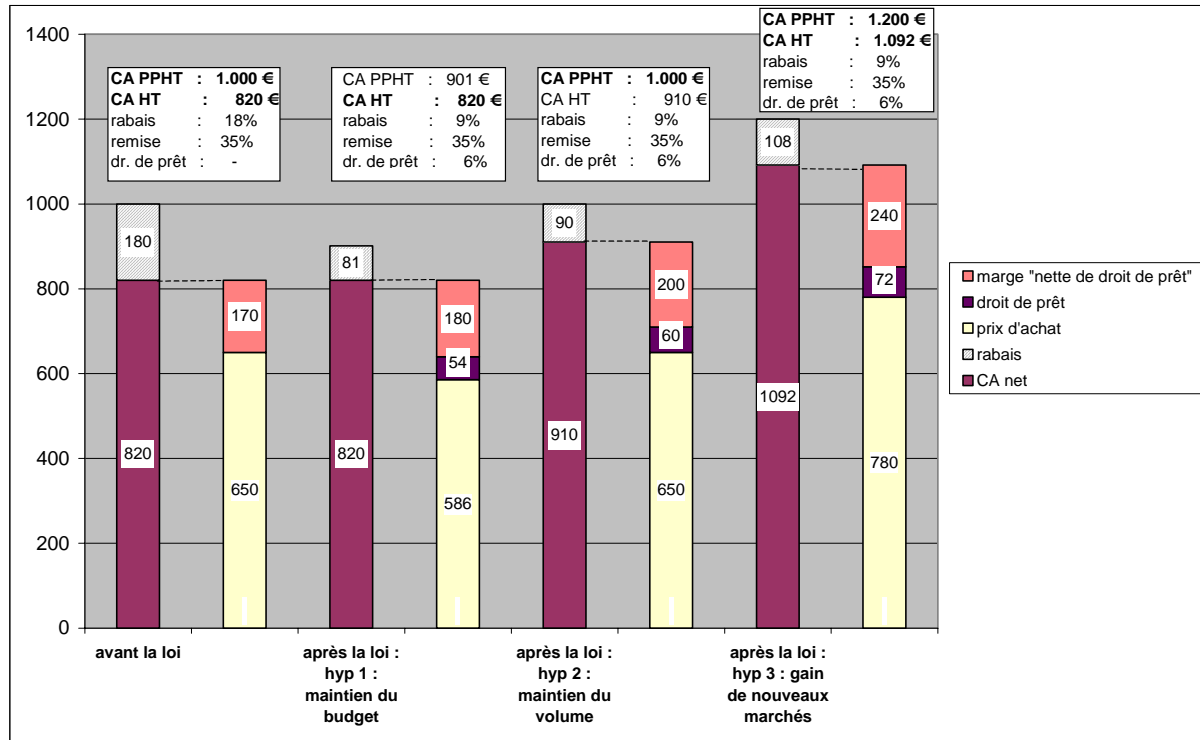
- La première de ces deux conditions est cependant trompeuse : car, si la loi n'a pas modifié le régime des rabais sur les ventes de manuels scolaires aux collectivités, ce marché a cependant connu sur la même période une modification substantielle de son organisation avec l'extension des mesures de gratuité des manuels dans les lycées développées par les conseils régionaux – ce qui, en toute rigueur, interdit de raisonner « toutes choses égales par ailleurs ». Quoiqu'il en soit, on vient de le voir (5.2.1.), les ventes aux collectivités non scolaires ont globalement davantage augmenté que les ventes aux collectivités non scolaires, même si ce n'est pas le cas pour toutes les librairies.

<sup>63</sup> On trouvera dans l'encadré page suivante une illustration de ce phénomène de renchérissement.

<sup>64</sup> Malgré le plan d'accompagnement mis en place par le Centre national du livre, les premiers éléments réunis par la DLL semblent indiquer que toutes les collectivités n'ont pas augmenté les budgets d'acquisition de façon à permettre le maintien du niveau d'acquisition en volume.

### Trois scénarios d'évolution de l'activité vente aux collectivités non scolaires en librairie

Le graphique ci-dessous permet de visualiser, à travers 3 scénarios d'évolution possibles, l'impact sur la marge d'une librairie des dispositions de la loi du 18 juin 2003 : le plafonnement des rabais sur les ventes de livres non scolaires aux collectivités et le reversement du droit de prêt.



#### • avant la loi :

- la librairie a un marché de 1.000 € (prix public) avec une bibliothèque : elle accorde un rabais de 18% et réalise donc un chiffre d'affaires net de 820 € ;
- bénéficiant d'une remise moyenne de 35% auprès de ses fournisseurs, les volumes destinés à la bibliothèque lui coûtent 650 € en prix d'achat ;
- sa marge s'établit donc à  $820 \text{ €} - 650 \text{ €} = 170 \text{ €}$

#### • scénario n°1 : maintien du budget d'acquisition, baisse des volumes

- la commune n'a pas abondé le budget d'acquisition de la bibliothèque, qui reste de 820 € ;
  - compte tenu du plafonnement des rabais, la librairie lui accorde désormais le rabais maximal autorisé de 9% sur le prix public ;
  - le budget de la bibliothèque permet donc d'acheter moins de livres qu'avant l'entrée en vigueur de la loi, puisque les 820 € ne permettent plus d'acheter qu'un montant de 901 € en prix public ;
  - la librairie achète les volumes 586 €, mais doit également déduire de sa marge le reversement dû au titre du droit de prêt : 6% du prix public, soit 54 € ;
  - dans ce 1<sup>er</sup> scénario, sa marge « nette de droit de prêt » s'établit donc à  $820 \text{ €} - 586 \text{ €} - 54 \text{ €} = 180 \text{ €}$
- Malgré la diminution du volume d'achat de la bibliothèque, sa marge « nette de droit de prêt » s'est améliorée (+5,8%) en raison d'une baisse de 9 points du taux de rabais accordé.

#### • scénario n°2 : maintien des volumes, augmentation du budget d'acquisition

- la commune a décidé d'abonder le budget d'acquisition de la bibliothèque, afin de maintenir constant son volume d'acquisition : compte tenu du plafonnement des rabais, pour le même volume de 1.000 € d'ouvrages en prix public, le budget nécessaire s'élève désormais à 910 € ;
- cette augmentation du budget entraîne une augmentation de la marge « nette de droit de prêt » du libraire, qui s'élève dans ce scénario à 200 €, soit +17,6% de plus qu'avant la loi.

#### • scénario n°3 : gain de nouveaux marchés

- outre le marché de la 1<sup>re</sup> bibliothèque, qui a décidé de maintenir son volume d'acquisition (scénario n°2), la librairie a gagné le marché d'une petite bibliothèque qui achetait avant la loi ses livres à un fournisseur qui lui accordait 25% de rabais ;
- le marché gagné (200 € en prix public) apporte à la librairie un chiffre d'affaires supplémentaire de 182 € et un gain de marge « nette de droit de prêt » de 40€ ; celle-ci s'élève désormais à 240 €, soit 41,1% de plus qu'avant la loi.

• Pour juger de la seconde condition, il faut observer librairie par librairie l'évolution des chiffres d'affaires en prix public hors taxes (PPHT), c'est à dire l'évolution des volumes d'acquisition :

- si le CA PPHT est inchangé, c'est soit que les collectivités ont augmenté leur budget pour maintenir leur volume d'acquisition, soit que la librairie a gagné de nouveaux marchés ;
- si le CA PPHT a augmenté de façon significative, cela signifie que, quelle que soit la politique budgétaire des collectivités clientes, la librairie a gagné de nouveaux marchés – l'hypothèse d'une forte augmentation des volumes d'acquisitions sur cette période étant en effet assez peu probable.

Sur les 22 librairies ayant fourni les informations permettant de calculer les PPHT<sup>65</sup>, on observe que **la hausse des ventes aux collectivités non scolaires reste très élevée en PPHT : +42% en moyenne pondérée, +54% en moyenne arithmétique.**

Le CA PPHT est en augmentation chez les deux tiers des librairies : il a augmenté de plus de 20% pour la moitié d'entre elles et a plus que doublé pour 30% d'entre elles : **la seconde condition semble donc remplie.**

cumul CA HT et PPHT livre (k€) échantillon constant 1 <sup>e</sup> niveau 2003-2005 22 réponses	enq 2003		enq 2005	évol moy pondérée	évol moy arithm
<b>CA net HT collectivités</b>	<b>6 464</b>	<b>CA net HT collectivités</b>	<b>9 030</b>	<b>+40%</b>	<b>+89%</b>
- manuels scolaires	2 198	- collectivités (scolaire) *	2 436	+11%	+48%
- livres non scolaires	4 266	- collectivités (non scolaire) *	6 594	+55%	+66%
<b>CA PPHT collectivités</b>	<b>7 755</b>	<b>CA PPHT collectivités</b>	<b>10 210</b>	<b>+32%</b>	<b>+78%</b>
- manuels scolaires	2 673	- collectivités (scolaire) *	3 015	+13%	+50%
- livres non scolaires	5 091	- collectivités (non scolaire) *	7 204	+42%	+54%

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* **Attention** : un libellé ambigu du questionnaire fait que les ventes aux bibliothèques des établissements scolaires ont été classées dans le poste « collectivités (scolaire) » par certaines librairies et dans le poste « collectivités (non scolaire) » par d'autres

On observe par ailleurs un écart significatif avec les ventes aux collectivités scolaires, mais uniquement en moyenne pondérée (+42% contre +13% en PPHT). En moyenne arithmétique, les progressions sont en revanche très proches (respectivement +54% et +50%).

Ces écarts divergents sont cohérents avec les observations qui précèdent : **la hausse des ventes aux collectivités non scolaires a bien été globalement nettement plus élevée que celle des ventes scolaires** (ce que traduit l'écart en moyenne pondérée), **mais cela n'a pas été le cas pour toutes les librairies** (ce qui explique la proximité des moyennes arithmétiques).

Dans la mesure où l'hypothèse la plus probable est qu'il y a globalement plutôt eu baisse des acquisitions en volume des bibliothèques, on peut donc conclure des résultats qui précèdent que **la loi a effectivement permis à la majorité de cette vingtaine de librairies de 1<sup>e</sup> niveau – mais pas à toutes – de gagner ou de récupérer des marchés de livres non scolaires** de façon significative.

<sup>65</sup> Répondants ayant indiqué la répartition détaillée en CA et en rabais de leurs ventes aux collectivités en 2003 et en 2005.

• *plafonnement des rabais et versement du droit de prêt*

Deuxième question : le gain de marge apporté par la baisse du rabais et/ou l'augmentation du volume d'affaires sur les ventes de livres non scolaires aux collectivités est-il supérieur à la charge nouvelle que représente pour les libraires le versement du droit de prêt ?

La seule méthode qui permette à la fois de prendre en compte l'évolution du rabais, l'évolution du volume des ventes et le versement du droit de prêt<sup>66</sup> est de calculer, librairie par librairie, la marge « nette de droit de prêt », c'est à dire de déduire de la marge du libraire (chiffre d'affaires – coût des achats) une estimation du montant dû au titre du droit de prêt.

Pour calculer cette marge, il faut connaître pour chaque point de vente 4 types de données :

- le chiffre d'affaires collectivités non scolaires dans l'enquête 2003 et l'enquête 2005 ;
- l'évolution du rabais accordé à ces collectivités ;
- la remise obtenue des fournisseurs ;
- ainsi que le taux de reversement qui s'applique sur les ventes 2005 qui, selon la date de passation des marchés, sera compris entre 0% et 6% :
  - 0% pour les marchés en cours au moment de l'entrée en vigueur de la loi ;
  - 3% pour les marchés passés pendant la période de transition ;
  - 6% pour les marchés passés après le 1<sup>er</sup> août 2004.

En toute rigueur, il faudrait également connaître le montant des ventes aux bibliothèques de prêt, qui constituent l'assiette sur laquelle sera calculé le reversement. S'ils ne coïncident pas parfaitement<sup>67</sup>, on estimera cependant qu'il doit être voisin du montant des ventes aux « collectivités (non scolaire) » indiqué dans l'enquête 2005, même si celui-ci, on l'a vu est quelque peu sous-évalué.

90% des librairies de l'échantillon constant ayant répondu en 2005 sur des exercices chevauchant la période de transition (10% après), il est probable que les ventes déclarées s'inscrivent dans les trois cas de figure de taux de reversement, avec une prédominance de ventes non redevables ou redevables du taux de 3%.

Pour la démonstration, on retiendra cependant l'hypothèse maximale que toutes les ventes déclarées dans l'enquête 2005 sont redevables du taux de 6%, ce qui viendra compenser la légère sous-évaluation de l'assiette.

---

<sup>66</sup> L'approche intuitive qui consiste à comparer la baisse du taux de rabais induit par le plafonnement et le taux du reversement dû par le libraire au titre du droit de prêt, nous semble devoir être proscrite :

- en premier lieu parce qu'elle ne prend pas en compte l'évolution des chiffres d'affaires ;
- et en second lieu parce que le jeu des mécanismes de remise et de rabais fait que, sous certaines hypothèses, une baisse du rabais de plus de 6 points ne garantit pas nécessairement un gain de marge « nette du droit de prêt », tandis qu'une baisse du rabais inférieure à 6 points peut, au-delà d'un certain seuil d'augmentation du chiffre d'affaires, apporter une augmentation de cette marge.

<sup>67</sup> Les ventes aux bibliothèques scolaires ne sont par exemple pas toutes assujetties au droit de prêt. Cf. le décret n° 2004-920 du 31 août 2004, qui fixe les critères permettant à la Sofia de déterminer les bibliothèques pouvant ou non être considérées comme des bibliothèques de prêt, et donc assujetties au droit de prêt (mise à disposition d'un public d'un fonds documentaire, affectation au prêt de la majorité des livres achetés, caractère régulier et organisé de l'activité de prêt, existence d'usagers inscrits individuels ou collectifs).

L'accumulation de données nécessaires au calcul de la marge « nette de droit de prêt » réduit encore un peu le nombre de librairies ayant fourni ces éléments dans les deux enquêtes, qui descend à 17 observations, soit 38% des librairies de l'échantillon constant ayant une activité collectivités.

Sur ces 17 librairies :

– **13 ont connu une amélioration de leur marge « nette de droit de prêt »** entre l'enquête 2003 et l'enquête 2005 (76% des observations) :

- 12 par effet cumulé de la baisse du rabais (de 12,3% en moyenne arithmétique à 7,5%) et de l'augmentation des volumes (+85% en moyenne pondérée, +119% en moyenne arithmétique) ;
- 1 par le seul effet de la baisse du rabais (de 25,4% à 9%), malgré une baisse de 10% des volumes ;

– la marge « nette de droit de prêt » est en revanche en baisse pour 4 librairies (24% des observations) :

- ces 4 librairies ont toutes connu une baisse des volumes (de -20% à -79%) ;
- mais, pour 3 d'entre elles, qui pratiquaient en 2003 un niveau de rabais assez faible (10% à 12%), le maintien des volumes n'aurait cependant pas suffi à maintenir leur marge, contrairement à la quatrième (17% de rabais en 2003).

Sur l'ensemble de ces librairies, **la marge « nette de droit de prêt » augmente de +57% en moyenne arithmétique et de +62% en moyenne pondérée** entre les deux enquêtes.

Même si les données de l'échantillon constant portent sur un nombre réduit d'observations, il semble donc que **les modifications législatives intervenues entre les deux enquêtes aient été favorables pour une large majorité des librairies de 1<sup>e</sup> niveau de l'échantillon constant (76%)**.

En plafonnant les rabais sur les ventes de livres non scolaires aux collectivités, la loi du 18 juin 2003 a permis à ces librairies d'améliorer leur marge sur ces ventes, même en tenant compte du reversement dû au titre du droit de prêt : bien sûr en raison de la baisse du rabais consenti, mais surtout parce qu'en supprimant la surenchère sur les rabais, elle a permis à ces librairies d'augmenter leur volume d'affaires.

**Une minorité significative de librairies a cependant perdu des marchés**, probablement sous l'effet de la généralisation des pratiques d'appel d'offres, et connu une dégradation de sa marge « nette de droit de prêt », notamment celles qui pratiquaient des rabais modérés avant la loi et pratiquent aujourd'hui le rabais plafond de 9%.

### 5.3. L'ÉVOLUTION DE LA RENTABILITÉ ET DU COMPTE DE RÉSULTAT

42 librairies de l'échantillon constant (hors ENP et EI) ont fourni en 2003 comme en 2005 un compte de résultat simplifié complet.

#### 5.3.1. L'évolution de la rentabilité

Pour ces 42 librairies, on observe globalement une **stabilité de la rentabilité** entre les deux enquêtes :

- si, en moyenne arithmétique, on observe une très légère amélioration du résultat courant (3,0% du CA dans l'enquête 2005 en moyenne contre 2,7% dans l'enquête 2003, soit +0,3 point) et une stabilité du résultat net (2,1% en 2005 contre 2,0%, +0,1 point) ;
- les variations sont exactement inversées en moyenne pondérée : de 3,1% à 2,8% pour le résultat courant (-0,3 point) et de 2,0% à 1,9% pour le résultat net.

La comparaison avec les résultats « tous répondants » des enquêtes 2003 et 2005 montre également que les résultats de cet échantillon constant de librairies de 1<sup>e</sup> niveau :

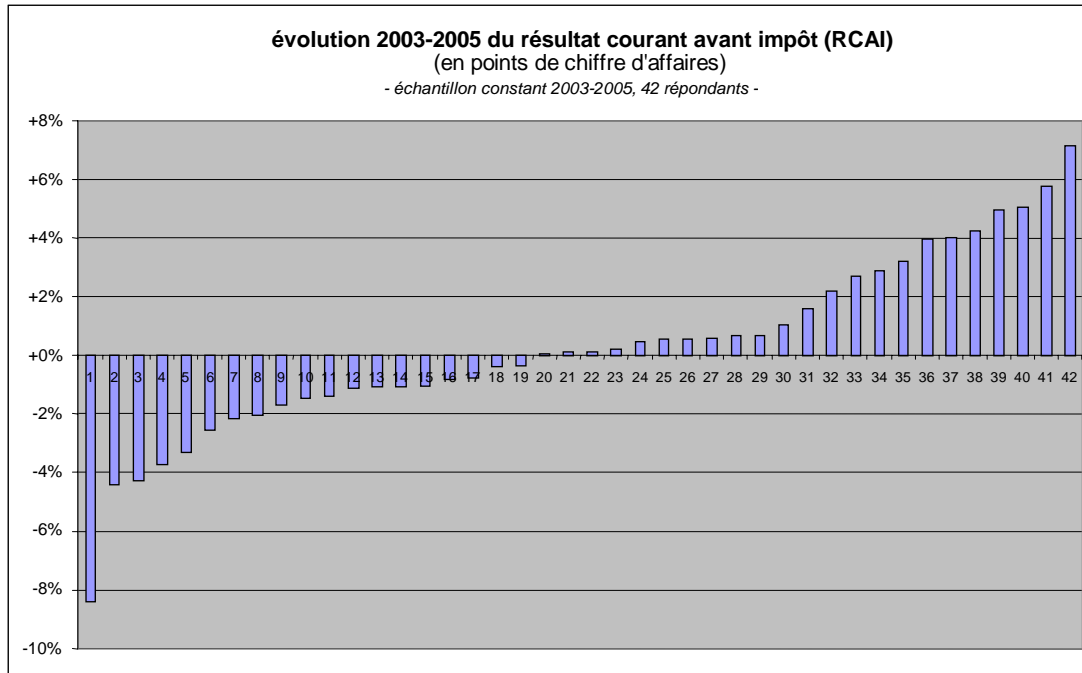
- sont très proches des résultats « tous répondants » de l'enquête 2003 ;
- et sensiblement plus favorables que ceux de l'enquête 2005, qui incluent également des librairies de 2<sup>e</sup> niveau.

rentabilité	en % du CA, hors ENP et EI	échantillon constant		tous répondants	
		réponses à l'enquête 2003	réponses à l'enquête 2005	enq librairie 1 <sup>e</sup> niveau 2003	enq librairie 2005 * (tous niveaux)
<b>comparaison des réponses de l'échantillon constant 1<sup>e</sup> niveau 2003-2005 et des résultats « tous répondants » des enquêtes 2003 et 2005</b>					
<i>nb d'observations</i>		42	42	71	110
<b>résultat courant avant impôt</b>					
moyenne pondérée		3,1%	2,8%	2,8%	1,9%
moyenne arithmétique		2,7%	3,0%	2,6%	nd
<b>résultat net</b>					
moyenne pondérée		2,0%	1,9%	2,0%	1,4%
moyenne arithmétique		2,0%	2,1%	2,0%	nd

sources : 2003 : Observatoire de l'économie, DLL-CNL / 2005 : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie 2005, Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

\* moyenne pondérée globalisée

Cette stabilité de la rentabilité moyenne sur l'ensemble de l'échantillon constant masque cependant **des fluctuations assez marquées du résultat de chacune des librairies** : mais comme l'illustre le graphique ci-dessous, presque parfaitement symétrique, il y a presque autant de librairies qui ont connu une baisse de leur résultat entre les deux enquêtes que de librairies dont le résultat s'est amélioré.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

Lecture du graphique : le résultat courant de la librairie n° 1 a baissé de 8,4 points de chiffre d'affaires entre l'enquête 2003 et l'enquête 2005 (il était de 7,7% en 2003, il est de -0,7% en 2005, soit un écart de -8,4 points)

S'il convient d'être prudent compte tenu de la taille réduite de l'échantillon et de la faiblesse des effectifs C&D (12 librairies), il semble cependant que la stabilité globale des résultats masque également une relative amélioration des résultats des plus grandes librairies et une dégradation de ceux des plus petites.

évolution du résultat courant et net échantillon constant 1 <sup>e</sup> niveau 2003-2005 en % du CA, moyennes arithmétiques 42 répondants hors ENP & EI	résultat courant			résultat net			nb obs
	enquête 2003	enquête 2005	évol	enquête 2003	enquête 2005	évol	
librairies A&B	2,8%	3,2%	+0,4%	2,0%	2,2%	+0,2%	30
librairies C&D *	* 2,6%	* 2,5%	-0,1%	* 2,0%	* 1,8%	* -0,2%	12
<b>ensemble</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,0%</b>	<b>+0,3%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>42</b>

source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative Librairie, échantillon constant 1e niveau 2003-2005 / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL / \* Attention : librairies C&D : effectifs très faibles

### 5.3.2. L'évolution de la marge et de sa consommation

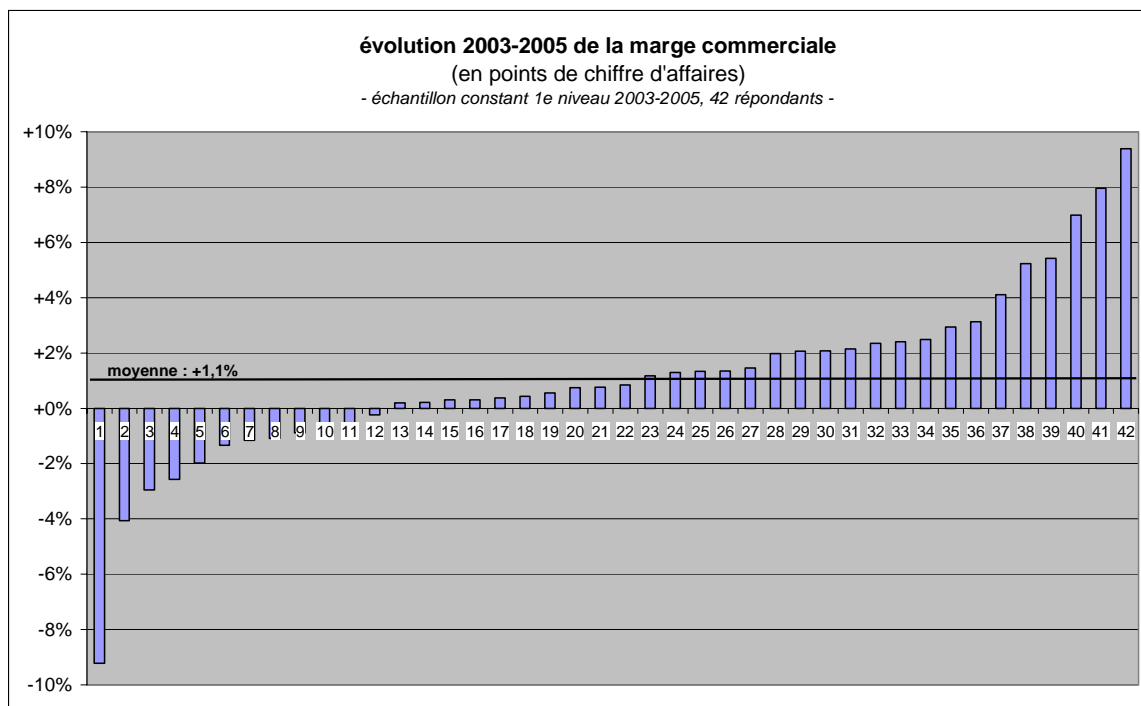
#### *5.3.2.a. L'évolution de la marge commerciale*

Pour ces 42 librairies de 1<sup>e</sup> niveau, la marge commerciale a augmenté en moyenne de 1,1 point entre les deux enquêtes, passant de 31,8% à 32,9%. Là encore, cette moyenne masque des évolutions contrastées selon les points de vente (*voir graphique*).

Différents facteurs peuvent expliquer cette évolution :

- le plafonnement des rabais sur les ventes des livres non scolaires qui, on l'a vu, a diminué en moyenne de 0,5 point le rabais global consenti ;
- des variations de la remise globale, soit par évolution des conditions commerciales accordées par les fournisseurs, soit par évolution de la pondération des ventes entre secteurs à faible remise et secteurs à remise élevée ;
- mais aussi des opérations de déstockage ou de reconstitution du stock sur l'un des deux exercices ;
- ainsi qu'une évolution du poids des produits autres que le livre.

La poursuite de l'exploitation des données de l'échantillon constant s'efforcera de mesurer la contribution de chacun de ces facteurs à l'évolution de la marge commerciale.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative, échantillon constant 2003-2005, résultats provisoires / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

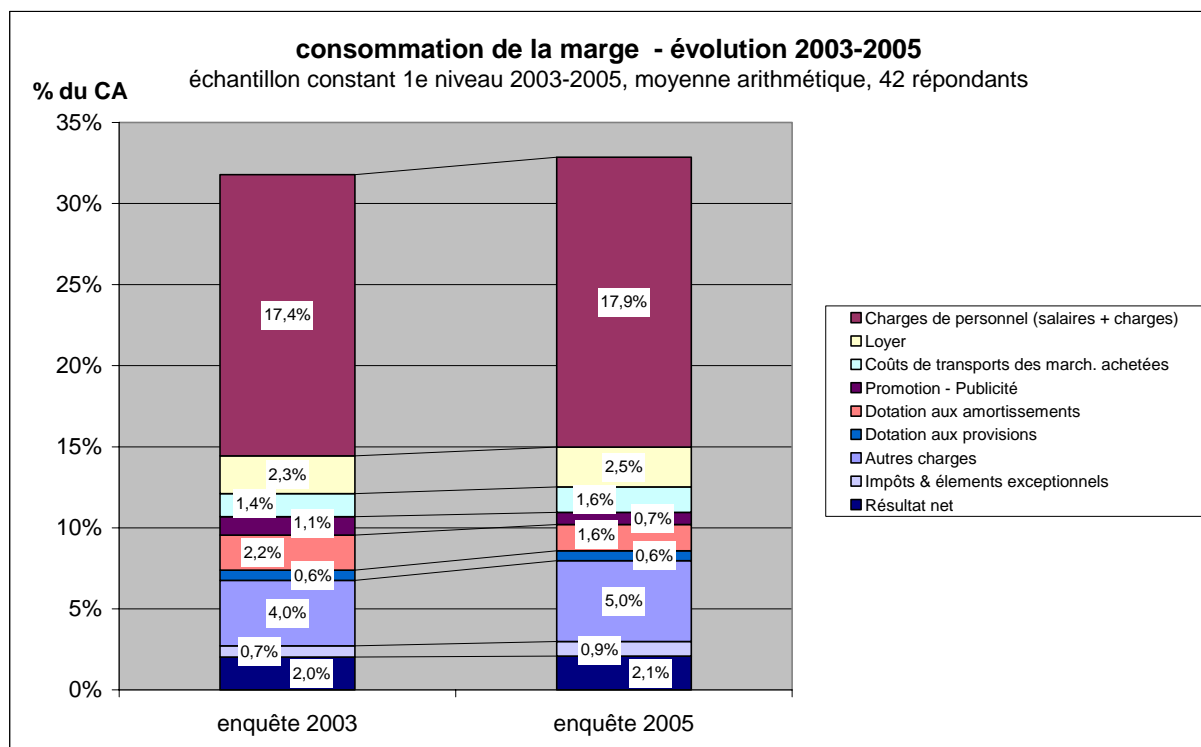
Lecture du graphique : la marge commerciale de la librairie n° 1 a baissé de 9,2 points de chiffre d'affaires entre l'enquête 2003 et l'enquête 2005 (elle était de 37,1% en 2003, elle est de 27,9% en 2005, soit un écart de -9,2 points)

### 5.3.2.b. La consommation de la marge

À l'exception de la dotation aux amortissements (-0,6 point de CA), de la dotation aux provisions (stable) et des dépenses de promotion et publicité (-0,4 point), tous les postes sont en hausse :

- les dépenses de personnel, en hausse chez 57% des répondants, augmentent en moyenne de 0,5 point, de 17,4% à 17,9% du CA ;
- le loyer, en hausse chez 58% des répondants, augmente en moyenne de 0,2 point, de 2,3% à 2,5% du CA ;
- la hausse des coûts de transport, 0,2 point en moyenne également, est en proportion plus importante et touche 69% des répondants ;
- le poste Autres charges, que le compte de résultat simplifié des questionnaires d'enquêtes ne permet malheureusement pas de ventiler, augmente de 1,0 point, de 4,0% à 5,0% du CA, absorbant presque à lui seul l'augmentation de la marge ;
- tandis que le poste Impôts et éléments exceptionnels augmente de 0,2 point.

Au total, la hausse des charges entre les deux enquêtes aura donc largement excédé l'amélioration de la marge commerciale. Ce n'est qu'au prix d'une forte réduction des dépenses de promotion et d'une diminution de la dotation aux amortissements que ces 42 librairies de 1<sup>e</sup> niveau ont pu globalement maintenir leur résultat.



source : *Situation économique de la librairie*, enquête quantitative, échantillon constant 2003-2005, résultats provisoires / Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre pour SLF/SNE/DLL-CNL

## **Synthèse et conclusions provisoires**

Les premières analyses des résultats de l'échantillon constant de 53 librairies de 1<sup>e</sup> niveau ayant répondu aux enquêtes 2003 et 2005 montrent qu'entre 2001-2002 et 2004-2005, ces librairies ont connu un développement assez soutenu de leur chiffre d'affaires (+14%, soit une hausse en volume d'environ 10%), résultant à la fois d'une politique d'agrandissement (un tiers des librairies a accru sa surface de vente) et, pour une large majorité d'entre elles, du développement des ventes aux collectivités non scolaires, favorisé par le plafonnement des rabais introduit par la loi du 18 juin 2003 sur la rémunération du prêt en bibliothèque.

Pour ces librairies, ce développement des ventes s'est accompagné d'une amélioration d'environ un point en moyenne de la marge commerciale, dont la moitié s'explique par la baisse du rabais sur les ventes aux collectivités.

Cette amélioration de la marge a cependant été absorbée par la hausse des charges, notamment de personnel, de loyer et de transport, et ne s'est pas retrouvée au niveau de la rentabilité de ces librairies qui, au prix d'une forte réduction des dépenses de promotion et d'amortissement, est restée globalement stable entre les deux périodes : un peu en dessous de 3% du CA pour le résultat courant avant impôt et autour de 2% du CA pour le résultat net.

On se gardera cependant d'extrapoler à l'ensemble de la librairie les tendances observées sur cet échantillon de librairies de 1<sup>e</sup> niveau. L'enquête 2005, menée auprès de librairies de 1<sup>e</sup> et de 2<sup>e</sup> niveau, a montré par exemple que, du fait d'un moindre niveau de rentabilité des plus petites librairies, la rentabilité de la librairie dans son ensemble (1,4% du CA) était inférieure à celle des librairies de 1<sup>e</sup> niveau.

La dégradation de la conjoncture, qui s'est accentuée depuis la date de réalisation de l'enquête 2005, peut donc laisser craindre une fragilisation accrue des plus petites librairies, mais aussi de certaines des plus grandes, toute baisse d'activité entraînant mécaniquement une hausse du poids des charges fixes (salaires, loyer) dans le chiffre d'affaires et, sauf à réduire les investissements, une réduction du résultat.

<b>ANNEXES</b>
----------------

**Annexe 1 – MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE**

*Président*

Bruno CAILLET, Gallimard, SNE (Commission des Usages commerciaux)

*collège Editeurs*

Rémi AMAR, Volumen (puis Calibre)

Henri CAUSSE, Éditions de Minuit

Francis LANG, Hachette Livre

Marie-Séverine MICALLEFF, Hachette Livre

Noëlle RONDEAU, SNE

Gilles VALLERAND, Interforum (puis Libella)

puis

Olivier FORNARO, Rolande GERBERON, Interforum

*collège Libraires*

Benoît BOUGEROL, SLF

Olivier LHOSTIS, SLF

Jean-Marie OZANNE, SLF

*collège Pouvoirs publics*

Thierry AUGER, CNL

Annie BRISSIAUD, CNL

Guillaume HUSSON, DLL

Hervé RENARD, DLL

*ADELIC*

Didier GREVEL

**Annexe 2 – QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE QUANTITATIVE**

Chère Madame, cher Monsieur,

Comme vous le savez, le Syndicat de la librairie française (SLF), le Syndicat National de l'Édition (SNE) et le Ministère de la culture et de la communication ont décidé de s'associer pour mener ensemble une étude sur l'économie et l'avenir de la librairie indépendante.

Née de la réflexion de la commission Usages Commerciaux, qui rassemble éditeurs, diffuseurs et libraires, cette étude vise à établir un constat complet et actualisé de la situation économique des librairies - petites, moyennes et grandes – qui fournira à l'interprofession et aux pouvoirs publics des pistes pour améliorer ensemble l'économie globale du circuit du livre.

**Votre entreprise a été retenue pour y participer.**

La présente enquête, adressée à un échantillon représentatif de 300 librairies, constitue un volet important de ce dispositif d'étude.

L'échantillon et le questionnaire de l'enquête ont été élaborés par le comité de pilotage de l'étude, qui associe des représentants du SLF, du SNE et du Ministère de la culture et de la communication, et qui a cherché à assurer une comparabilité des résultats avec l'enquête menée il y a deux ans sur la librairie de premier niveau<sup>1</sup>.

La réalisation de l'enquête a été confiée à Ipsos, qui traitera les données recueillies en toute confidentialité et selon les règles du secret statistique. En effet, conformément au cahier des charges de l'enquête, ces données ne seront diffusées que sous forme agrégée.

De façon à permettre une restitution des résultats de l'enquête au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2006, nous vous remercions de bien vouloir retourner le questionnaire ci-joint avant le lundi 21 novembre.

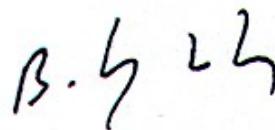
Vous remerciant par avance de votre contribution au succès de cette démarche commune,



**Gilles de La Porte,**  
Président du SLF



**Serge Eyrolles**  
Président du SNE



**Benoît Yvert**  
Directeur du livre et de la lecture,  
Président du Centre national du livre

<sup>1</sup> Le rapport de cette enquête, disponible en ligne à l'adresse <http://www.centrenationaldulivre.fr/>, rubrique Documentation, fera très prochainement l'objet d'un numéro spécial des *Cahiers du SLF*.

## ENQUÊTE LIBRAIRIES

Librairie	
Ville	

Nom de la personne chargée de répondre au questionnaire : .....

Tél. : ..... Fax. : ..... Courriel : .....

Exercice concerné : <input type="checkbox"/> Année civile 2004 (du 01.01.04 au 31.12.04) <input type="checkbox"/> Autre* (précisez) du ... / ... / ... au ... / ... / ...
--

\*Si votre exercice ne coïncide pas avec l'année civile, merci de répondre sur l'exercice qui inclut les 2 derniers mois de 2004. Si l'ouverture de la librairie a eu lieu en 2004, indiquez les informations se rapportant aux 12 derniers mois (soit, une année glissante)

Pour répondre, il vous suffit de cocher les cases prévues à cet effet et/ou d'inscrire les chiffres de manière aussi lisible que possible.  
 En cas de difficulté pour répondre à ce questionnaire, vous pouvez contacter Ipsos au :  
 ☎ 01 41 98 97 16      ✉ [ipsos.culture@ipsos.com](mailto:ipsos.culture@ipsos.com)

### A. CARACTÉRISTIQUES DE LA LIBRAIRIE

<b>Forme juridique</b>	<input type="checkbox"/> S.A. <input type="checkbox"/> S.A.R.L. <input type="checkbox"/> E.U.R.L. <input type="checkbox"/> S.A.S. <input type="checkbox"/> E.N.P. <input type="checkbox"/> autre (précisez) : .....															
<b>Qui est le propriétaire des murs de la librairie ?</b>	<input type="checkbox"/> la librairie (personne morale) <input type="checkbox"/> son ou ses dirigeant(s) <input type="checkbox"/> une société ou une personne extérieure ➔ précisez la nature du bail : <input type="checkbox"/> librairie <input type="checkbox"/> tous commerces <input type="checkbox"/> autre (précisez) : .....															
La librairie est-elle membre d'un ou plusieurs <b>groupe(s) ou association(s)</b> ?	<input type="checkbox"/> OUI ➔ le(s)quel(s) : ..... <input type="checkbox"/> NON .....															
La librairie est-elle membre d'un ou plusieurs <b>syndicat(s)</b> ?	<input type="checkbox"/> OUI ➔ le(s)quel(s) : ..... <input type="checkbox"/> NON .....															
<b>C.A. Total ( en K€ HT)</b>	CA Total : ..... K€ HT Dont : Livres : ..... K€ HT Presse : ..... K€ HT Papeterie ..... K€ HT Multimédia (disques, dvd, cédéroms...) : ..... K€ HT Autres (précisez la nature du produit) : ..... K€ HT															
<b>Effectifs</b> <i>(y compris le chef d'entreprise)</i>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="text-align: center; border-bottom: 1px solid black;"><u>effectif total</u></th> <th style="text-align: center; border-bottom: 1px solid black;"><u>affecté au livre</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Effectif <b>équivalent</b> temps plein<sup>2</sup> :</td> <td style="text-align: center;">.....</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> <tr> <td>Dont : temps plein :</td> <td style="text-align: center;">.....</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> <tr> <td>      temps partiel :</td> <td style="text-align: center;">.....</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> <tr> <td>      apprentis ou stagiaires :</td> <td style="text-align: center;">.....</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> </tbody> </table>		<u>effectif total</u>	<u>affecté au livre</u>	Effectif <b>équivalent</b> temps plein <sup>2</sup> :	.....	.....	Dont : temps plein :	.....	.....	temps partiel :	.....	.....	apprentis ou stagiaires :	.....	.....
	<u>effectif total</u>	<u>affecté au livre</u>														
Effectif <b>équivalent</b> temps plein <sup>2</sup> :	.....	.....														
Dont : temps plein :	.....	.....														
temps partiel :	.....	.....														
apprentis ou stagiaires :	.....	.....														
Les fonctions suivantes sont-elles incluses dans l'effectif ?	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">➔ si OUI, effectif équivalent temps plein</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Coursier                    <input type="checkbox"/> NON    <input type="checkbox"/> OUI</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> <tr> <td>Comptable                <input type="checkbox"/> NON    <input type="checkbox"/> OUI</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> <tr> <td>Entretien / ménage    <input type="checkbox"/> NON    <input type="checkbox"/> OUI</td> <td style="text-align: center;">.....</td> </tr> </tbody> </table>		➔ si OUI, effectif équivalent temps plein	Coursier <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI	.....	Comptable <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI	.....	Entretien / ménage <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI	.....							
	➔ si OUI, effectif équivalent temps plein															
Coursier <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI	.....															
Comptable <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI	.....															
Entretien / ménage <input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI	.....															
<b>Surface (en m<sup>2</sup>)</b>	Surface totale : ..... m <sup>2</sup> Surface consacrée à la vente : ..... m <sup>2</sup> Surface de vente affectée aux livres : ..... m <sup>2</sup>															

<sup>2</sup> Calcul de l'équivalent temps plein. Par exemple, 1 personne à temps plein (1) + 1 personne à 4/5<sup>ème</sup> (0,8) + 1 personne à mi-temps (0,5) donnent 2,3 équivalent temps plein.



Etes-vous plutôt d'accord ou pas d'accord avec les informations suivantes :		<b>d'accord</b>	<b>pas d'accord</b>
	en général, je dispose d'une bonne information sur les nouveautés		
	les visites des représentants sont trop espacées		
	je voudrais davantage d'information commerciale		
	je n'ai pas le temps d'analyser toute l'information commerciale communiquée par mes fournisseurs		
je maîtrise mes approvisionnements pour les nouveautés			
Combien de visites de représentants recevez-vous en moyenne par mois :	<input type="checkbox"/> Moins de 20 <input type="checkbox"/> de 20 à 50 <input type="checkbox"/> de 50 à 80 <input type="checkbox"/> plus de 80		

Canaux d'approvisionnement	Part du C.A. HT (en %)	Remise moyenne obtenue (en % du PP HT)	Échéance Moyenne de paiement (nombre de jours)
<b>Distributeurs *</b>	.....%	.....%	.....
<b>Comptoirs de vente **</b>	.....%	.....%	.....
<b>Agences / Dépôts</b>	.....%	frais d'approche : .....%	.....
<b>Grossistes</b>	.....%	.....%	.....
<b>TOTAL</b>	100%	100%	

\* y compris les commandes distributeurs mises à disposition au GIE Bercy

\*\* y compris les commandes directes au GIE Bercy

## B. BILAN SIMPLIFIÉ

	rubriques de la liasse fiscale à reporter	montant en euros (sans les centimes)
→ Capitaux propres	DL	.....
→ Dettes	EC	.....
✓ dont Dettes à long terme	DS+DT+DU+DV	.....
dont Comptes courants	-	.....
✓ dont Dettes fournisseurs	DX	.....
✓ dont Dettes fiscales et sociales	DY	.....
→ Stock <u>initial</u> de marchandises	BT	.....
✓ dont stock initial livres	-	.....
→ Stock <u>final</u> de marchandises	BT	.....
✓ dont stock final livres	-	.....

<p>→ Créances <u>clients</u></p> <p>les effets escomptés non échus ont-ils été réintégrés ?</p>	BX	<p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> OUI    <input type="checkbox"/> NON    <input type="checkbox"/> pas d'effets escomptés</p> <p>si OUI, montant réintégré : .....</p>
<p>→ Créances <u>fournisseurs</u> (avoirs à recevoir)</p> <p>les effets escomptés non échus ont-ils été réintégrés ?</p>	BZ	<p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> OUI    <input type="checkbox"/> NON    <input type="checkbox"/> pas d'effets escomptés</p> <p>si OUI, montant réintégré : .....</p>
<p>→ Trésorerie nette</p> <p>les effets escomptés non échus ont-ils été réintégrés ?</p>	CF	<p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> OUI    <input type="checkbox"/> NON    <input type="checkbox"/> pas d'effets escomptés</p> <p>si OUI, montant réintégré : .....</p>

### C. COMPTE DE RÉSULTAT

→ <u>Ventes</u> de marchandises dont vente de livres	FA	..... .....
→ <u>Achats</u> de marchandises dont achat de livres	FS	..... .....
→ Variation de Stock	FT	.....
→ Charges d'exploitation	GF	.....
✓ dont Loyer	-	.....
✓ dont Promotion – Publicité	-	.....
✓ dont Impôts, taxes et versements assimilés	FX	.....
- dont TP Taxe professionnelle	-	.....
- dont TACA Taxe d'aide au commerce et à l'artisanat	-	.....
✓ dont Charges de personnel (salaires + charges salariales)	FY+FZ	.....
- dont coursiers (le cas échéant)	-	.....
- dont comptable (le cas échéant)	-	.....
- dont personnel d'entretien/ménage (le cas échéant)	-	.....
✓ dont Dotations aux amortissements	GA	.....
✓ dont Dotations aux provision	GB+GC+GD	.....
✓ dont Coût des transports	-	.....
Si elles ne sont pas intégrées dans les charges de personnel ci-dessus (salaires), merci d'indiquer les honoraires payés pour le personnel extérieur	-	Coursier : ..... Comptable / administration : ..... Entretien / ménage : ..... .....

Résultat d'exploitation	GG	.....
Résultat financier	GV	.....
Résultat courant avant impôt	GW	.....
Résultat exceptionnel	HI	.....
Résultat net	HN	.....

## D. STRUCTURE DES VENTES PAR CANAL

	Part du CA livre	rabais moyen consenti (en % du prix public TTC)	échéance moyenne (en nb de jours)
<b>Vente au détail</b>	..... %	..... %	0 jour
dont vente hors magasin (foires, salons, autres)	..... %	..... %	0 jour
<b>Vente à terme</b>	..... %	..... %	..... jours
dont collectivités (scolaire)	..... %	..... %	..... jours
dont collectivités (non scolaire)	..... %	..... %	..... jours

Y a-t-il une carte de fidélité ?  OUI  NON

## E. STRUCTURE DES VENTES PAR SPÉCIALITÉ

		C.A livre (en k€)	Part du CA livre (en %)	Remise moyenne obtenue (en % du PVP)
		<b>ou</b>		
ENSEIGNEMENT, UNIVERSITAIRE, STMP & REFERENCE	Scolaire (tous formats)	.....	.....	.....
	Parascolaire (tous formats)	.....	.....	.....
	Universitaire, Sciences & techn., Droit Médecine (yc. Gestion) (tous formats)	.....	.....	.....
	Encyclopédies et dictionnaires (tous formats)	.....	.....	.....
LITTÉRATURE GÉNÉRALE	Littérature (yc. Poésie, Théâtre, Pléiade- hors Policiers/SF)	.....	.....	.....
	Littérature policière et Science fiction (tous formats)	.....	.....	.....
	Actualité, documents, reportages (tous formats)	.....	.....	.....
	Sciences humaines (yc. histoire et géographie) (tous formats)	.....	.....	.....
	Religions, spiritualité, ésotérisme (tous formats)	.....	.....	.....
AUTRES	Jeunesse (tous formats)	.....	.....	.....
	Bandes dessinées (tous formats)	.....	.....	.....
	Art-Beaux livres (tous formats)	.....	.....	.....
	Livres pratiques (tous formats)	.....	.....	.....
	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	.....	.....	.....
	dont Livres de poche (toutes catégories confondues)	.....	.....	.....
	dont Occasion (toutes catégories confondues)	.....	.....	ns

Le grand format et le poche sont-ils interclassés ?

Littérature	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON
Sciences Humaines	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON
Jeunesse	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON

## F. REMISES ET ÉCHÉANCES DIFFUSEURS - STRUCTURE DES VENTES (sur les 12 derniers mois au moment de l'enquête)

NB. Pour permettre le calcul de moyennes pondérées, merci de bien vouloir fournir une estimation du poids des différents diffuseurs dans votre chiffre d'affaires, en vous aidant, si votre logiciel de gestion vous fournit l'information, de la répartition de votre chiffre d'affaires par distributeur

	Remise obtenue	Délai de paiement (en nombre de jours)	estimation du % C.A. Livre
TOTAL	..... %	..... jours	..... EUR
dont DIFFUSEURS NON SCOLAIRES			
Hachette Littérature	..... %	..... jours	..... %
Hachette Illustrated	..... %	..... jours	..... %
Hachette Poche	..... %	..... jours	..... %
Hatier	..... %	..... jours	..... %
Albin Michel	..... %	..... jours	..... %
Interforum	..... %	..... jours	..... %
Nathan	..... %	..... jours	..... %
Larousse	..... %	..... jours	..... %
Gallimard	..... %	..... jours	..... %
CDE	..... %	..... jours	..... %
Sofedis	..... %	..... jours	..... %
Eyrolles	..... %	..... jours	..... %
Volumen (ex-Diff'edit)	..... %	..... jours	..... %
Seuil	..... %	..... jours	..... %
Ecole des loisirs	..... %	..... jours	..... %
LGDJ	..... %	..... jours	..... %
In Extenso	..... %	..... jours	..... %
Flammarion Diffusion	..... %	..... jours	..... %
Actes Sud	..... %	..... jours	..... %
Casterman	..... %	..... jours	..... %
PUF	..... %	..... jours	..... %
Dargaud Dupuis diffusion	..... %	..... jours	..... %
Diffea/Fleurus	..... %	..... jours	..... %
Vilo	..... %	..... jours	..... %
Les Belles Lettres	..... %	..... jours	..... %
CED	..... %	..... jours	..... %
CEDIF	..... %	..... jours	..... %



### **Annexe 3 – QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE DISTRIBUTEURS**

**ENQUETE LIBRAIRIE 2005  
QUESTIONNAIRE DISTRIBUTEUR**

**SOCIETE :**

**Distributeur n°1**

IDENTIFICATION DE LA LIBRAIRIE					INFORMATIONS RECHERCHEES POUR L'ANNEE 2004									
nom	adresse	ville	gencod	n° RC	OFFICE		REASSORTS		RETOURS		VENTES NETTES		CA NET HT (y compris surremise, etc.)	Remise moyenne
					CA fort HT	nb ex.	CA fort HT	nb ex.	CA fort HT	nb ex.	CA fort HT	nb ex.		
librairie 001														
librairie 002														
librairie 003														
librairie 004														
librairie 005														
librairie 006														
librairie 007														
librairie 008														
librairie 009														
librairie 010														
librairie 011														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
...														
librairie 280														
librairie 281														
librairie 282														
librairie 283														
librairie 284														
librairie 285														
librairie 286														
librairie 287														
librairie 288														
librairie 289														
librairie 290														
librairie 291														
librairie 292														
librairie 293														
librairie 294														
librairie 295														
librairie 296														