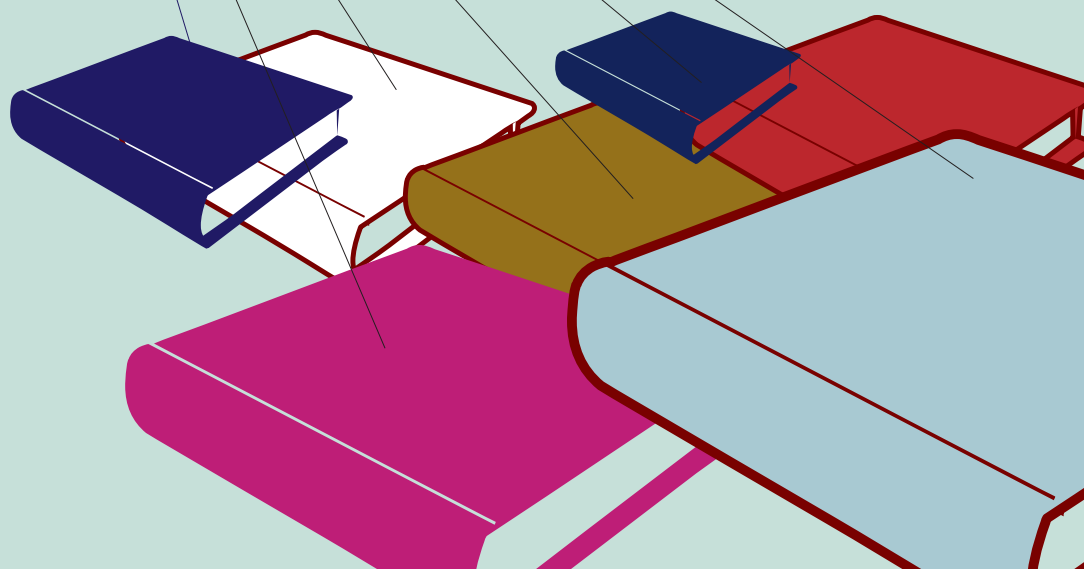


ETAT
DONNÉES 2016
DES LIEUX
DE LA
LIBRAIRIE
EN BOURGOGNE



SOMMAIRE

A) INTRODUCTION	5
1. CONTEXTE	6
2. NOTE MÉTHODOLOGIQUE	6
a) Constitution du corpus.....	6
b) Méthodologie.....	6
c) Un taux de réponse très élevé.....	7
d) Traitement des données.....	7
B) LE TERRITOIRE REGIONAL	9
1. LA COUVERTURE TERRITORIALE, LES ÉQUILIBRES DÉPARTEMENTAUX	10
a) Un accès au livre relativement dense, grâce aux petits points de vente.....	11
b) Une offre faible en librairie indépendante.....	12
c) Des petites librairies implantées dans des petites communes.....	14
2. TRANSMISSION, CRÉATION, FERMETURE : UN RÉSEAU BIEN VIVANT	15
3. ZONE DE CHALANDISE, CONCURRENCE ET IMPACT TOURISTIQUE	17
C) LA CARTE D'IDENTITE DES LIBRAIRIES	19
1. LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES LIBRAIRIES DE LA RÉGION	20
a) Des librairies de petite taille.....	20
b) Un chiffre d'affaires (CA) inférieur à la moyenne nationale.....	20
c) La moitié des librairies de la région réalisent plus de 384 000 € de CA total.....	21
d) Une forte part de CA réalisée avec d'autres produits.....	21
e) Un CA assez bien réparti.....	22
f) Le CA théorique.....	24
2. DES ENTREPRISES IMPLANTÉES DE LONGUE DATE	25
a) La forme juridique.....	25
b) Des librairies plutôt anciennes et peu de renouvellement.....	26
c) Des reprises plus que des créations.....	27
d) Une part de libraires propriétaires des murs dans la moyenne.....	27
3. UNE OFFRE DIVERSIFIÉE	28
a) 38 % de librairies-papeteries et une part de spécialisées relativement faible.....	28
b) La diversification : une pratique acquise.....	29
c) L'offre numérique : pour les collectivités surtout.....	31

4. LE MAGASIN : UN OUTIL BIEN UTILISÉ	33
a) Des surfaces de vente moyennes plus importantes qu’ailleurs.....	33
b) Un rendement moyen.....	35
c) Une densité de stock importante.....	36
d) Des stocks globalement peu âgés	37
e) Un équipement informatique vieillissant, mais des outils maîtrisés.....	38
f) Le mobilier : un renouvellement à petits pas	40
5. L’EMPLOI : DES ÉQUIPES JEUNES	40
a) Des effectifs moyens dans la norme.....	40
b) La productivité	41
c) Être gérant, un investissement conséquent	42
d) Regard sur les équipes.....	44
6. LA FORMATION CONTINUE : UN CHANTIER À CREUSER	47
7. L’ACTIVITÉ : PANIER MOYEN, LA VENTE AUX COLLECTIVITÉS	48
a) Le panier moyen	48
b) La vente aux collectivités : une part très raisonnable.....	48

D) LA VIE DE LA LIBRAIRIE..... 53

1. L’ORGANISATION DES ACHATS	54
a) Des conditions commerciales correctement négociées.....	54
b) Des retours conséquents.....	55
c) Les éditeurs de la région.....	55
d) Le transport.....	55
2. LES SERVICES CLIENTS	56
a) Une amplitude d’ouverture de magasin très variable	56
b) Internet : un outil de plus en plus investi.....	57
3. LES LIBRAIRIES, VÉRITABLES LIEUX DE PROGRAMMATION CULTURELLE	59
a) L’animation en magasin : un rythme soutenu	59
b) Salons et présence hors les murs : un grand engagement des libraires bourguignons.....	61
c) Les partenariats, une vraie richesse.....	62
4. LA FIDÉLISATION, UN CHANTIER OUVERT	63
a) La carte de fidélité, grand débat de la profession.....	63
b) Le fichier clients, un outil souvent mal exploité	64
5. LA COMMUNICATION : LE RÉFLEXE NUMÉRIQUE	65
a) Les réseaux sociaux, premier outil de communication	65
b) Les autres outils de communication.....	65

6. L'ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL ET INSTITUTIONNEL	66
a) Une forte implication interprofessionnelle.....	66
b) Les liens réguliers avec le CRL Bourgogne.....	67
c) Les partenaires institutionnels.....	68
d) 36 % des librairies du corpus labellisées LiR.....	71
E) LA SITUATION ECONOMIQUE DES LIBRAIRIES	73
1. LA RENTABILITÉ DE L'ACTIVITÉ	74
a) Une excellente marge commerciale.....	74
b) Des rabais clients conséquents.....	75
c) Des charges extérieures importantes.....	76
d) Une masse salariale importante dans les grandes librairies.....	77
e) Les résultats nets des librairies bourguignonnes.....	77
2. UNE ACTIVITÉ LOURDE À FINANCER	78
a) Les stocks s'écoulent en 143 jours en moyenne.....	78
b) Rappel de quelques notions.....	79
c) La trésorerie.....	80
d) Un faible taux d'endettement.....	81
e) Une part de subvention modeste.....	81
F) L'AVENIR	83
1. LA TRANSMISSION : UN ENJEU PRIORITAIRE	84
2. LES PROJETS	84
G) CONCLUSION	87
1. UNE VITALITÉ QUI NE DOIT PAS CACHER LES DIFFICULTÉS RÉELLES	88
2. PRÉCONISATIONS	89
a) Consolider les activités.....	89
b) Développer les territoires.....	91

A / INTRODUCTION

I. CONTEXTE

La région Bourgogne-Franche-Comté a vu le jour le 1^{er} janvier 2016. À sa suite, les trois structures régionales pour le livre qui œuvrent sur ce nouveau territoire (le Centre régional du livre de Bourgogne, le Centre régional du livre de Franche-Comté et l'Agence comtoise de coopération des bibliothèques - ACCOLAD) ont fusionné le 1^{er} janvier 2018 pour donner naissance à l'Agence Livre & Lecture Bourgogne-Franche-Comté.

L'Agence Livre & Lecture est le lieu ressource où se tient, entre l'État, la Région et les professionnels, la concertation nécessaire à l'ajustement des politiques publiques du livre et de la lecture sur le territoire, et à leur mise en œuvre. Elle est un lieu de réflexion et de prospective sur le développement du secteur, et de coopération entre les professionnels eux-mêmes.

En 2006 et 2013, le Centre régional du livre de Bourgogne avait successivement conduit deux études sur la filière du livre en Bourgogne, permettant de donner une vision synthétique de cette filière par métiers. La présente étude vise à approfondir la connaissance particulière du commerce de la librairie en Bourgogne, en s'attardant plus finement sur sa dimension économique.

Cet état des lieux a été réalisé grâce au financement de la Direction régionale des affaires culturelles Bourgogne-Franche-Comté et au soutien de la Région Bourgogne-Franche-Comté. Dans le contexte de la nouvelle région, il permet de compléter l'étude sur la librairie indépendante menée en 2015 par le Centre régional du livre de Franche-Comté.

2. NOTE METHODOLOGIQUE

A. CONSTITUTION DU CORPUS

Dans le cadre de son travail d'accompagnement des professionnels du livre dans la région, le Centre régional du livre de Bourgogne (CRL) a recensé 52 points de vente indépendants réalisant une part significative de leur chiffre d'affaires (CA) avec le livre neuf.

Parmi ces 52 points, 42 ont été retenus afin de constituer le corpus de l'étude, parce qu'ils réalisent plus de 50 % de leur chiffre d'affaires avec du livre neuf. 3 librairies réalisant respectivement 43 %, 41 % et 39 % de leur chiffre d'affaires avec la vente de livres neufs ont été maintenues dans le périmètre de l'étude en raison, pour l'une d'entre elles, de l'importance du CA livre ; en raison, pour les deux autres, de leur profil de librairie-papeterie située dans des communes de moins de 3 000 habitants.

B. METHODOLOGIE

L'étude s'est déroulée de février 2017 à janvier 2018.

Le recueil des données s'est fait par l'intermédiaire d'un entretien en magasin. Cet entretien directif s'appuyait sur un

questionnaire de 122 questions permettant la saisie de réponses fermées mais également de *verbatim*. L'entretien était mené par le chargé de mission Économie du livre du CRL Bourgogne. Pendant l'entretien, Michel Ollendorff, consultant, recueillait les données économiques issues des comptes annuels du libraire.

La phase de rédaction et d'analyse a été menée avec l'appui de Mathilde Rimaud, consultante.

Février 2017 : élaboration du questionnaire et définition du corpus

Mars 2017 : sollicitation des 42 points de vente pour convenir d'un rendez-vous sur place

Avril-juillet 2017 : enquête terrain

Août-décembre 2017 : saisie des données et traitement des données brutes

Décembre 2017 - janvier 2018 : rédaction et analyse

C. UN TAUX DE RÉPONSE TRÈS ÉLEVÉ

Nombre de librairies retenues	Participants à l'enquête	Corpus final (données exploitables)	Réponses données économiques	Taux de réponse
42	41	39	38	93 %

Sur les 42 librairies sélectionnées, 41 ont accepté de participer¹, mais 2 n'ont finalement pas souhaité communiquer d'informations économiques et ont dû être écartées du corpus final.

Les réponses ont été apportées par les gérants pour 35 magasins et par les directeurs de magasin pour 4 points de vente.

35 bilans ont été fournis par les libraires et ont pu être consultés et saisis sur place. Un bilan a été acheté auprès d'Infogreffe.

Pour 2 librairies ayant démarré leur activité en 2016 et ne disposant pas encore d'états financiers, les données saisies sont issues de projections à partir du prévisionnel et du chiffre d'affaires arrêté à la date de la visite.

Enfin, pour 1 librairie qui est un établissement secondaire, certaines données n'ont pas pu être reconstituées.

Ce corpus comprend 2 librairies appartenant à l'enseigne Gibert Joseph, dont les actionnaires sont réunis en *holding* familiale mais restent indépendants de tout groupe financier.

D. TRAITEMENT DES DONNÉES

Afin d'affiner l'analyse des données, il est d'usage de classer les librairies en fonction de leur chiffre d'affaires.

Conformément au choix fait dans la plupart des études régionales sur la librairie, c'est la classification ABCD² qui a été retenue.

1. Une librairie spécialisée religieux a fermé ses portes depuis la fin de l'enquête (septembre 2017).

2. La classification ABCD a été proposée en 2007 dans le cadre de l'étude réalisée pour le compte du SLF, du SNE et du ministère de la Culture et de la Communication sur la Situation économique de la librairie indépendante.

INTRODUCTION

Ce classement prend en compte le chiffre d'affaires réalisé avec la vente de livres.

Catégorie A : CA livre supérieur à 2 000 000 €

Catégorie B : CA livre compris entre 1 000 000 € et 2 000 000 €

Catégorie C : CA livre compris entre 300 000 € et 1 000 000 €

Catégorie D : CA livre inférieur à 300 000 €

Le corpus de l'étude ne comprenant qu'une seule librairie de catégorie A, il a été décidé de réunir les catégories A et B en une catégorie AB afin de ne pas isoler les données propres à cette entreprise.

La mise en perspective des résultats obtenus s'appuie sur les données issues des études suivantes :

Études régionales³

- Basse-Normandie, *État de lieux des librairies indépendantes en Basse-Normandie*, étude 2012, CRL de Basse-Normandie
- Centre-Val de Loire, *État des lieux de la librairie*, Ciclic, 2016
- Franche-Comté, *Synthèse de l'étude sur la librairie indépendante, 2014-2015*, CRL de Franche-Comté

Les études régionales n'ayant pas toutes le même périmètre, certains éléments de comparaison sont issus d'études réalisées dans d'autres régions :

- Aquitaine, *Économie du livre en Aquitaine, auteurs, éditeurs, libraires, Panorama et situation 2012-2013*, avril 2014, Ecla Aquitaine
- Rhône-Alpes, *Baromètre régional de l'économie du livre*, 2016, Arald

Des études nationales plus récentes ont également été utilisées pour l'analyse :

- *La librairie en région (données 2014-2015)*, synthèse établie par la FILL, 2017
- *La situation économique et financière des librairies indépendantes, analyse sur la période 2005-2012*, Xerfi pour le SLF et le ministère de la Culture et de la Communication, juin 2013
- *Les clients de la librairie indépendante*, L'ObSoCo pour le SLF, juin 2013

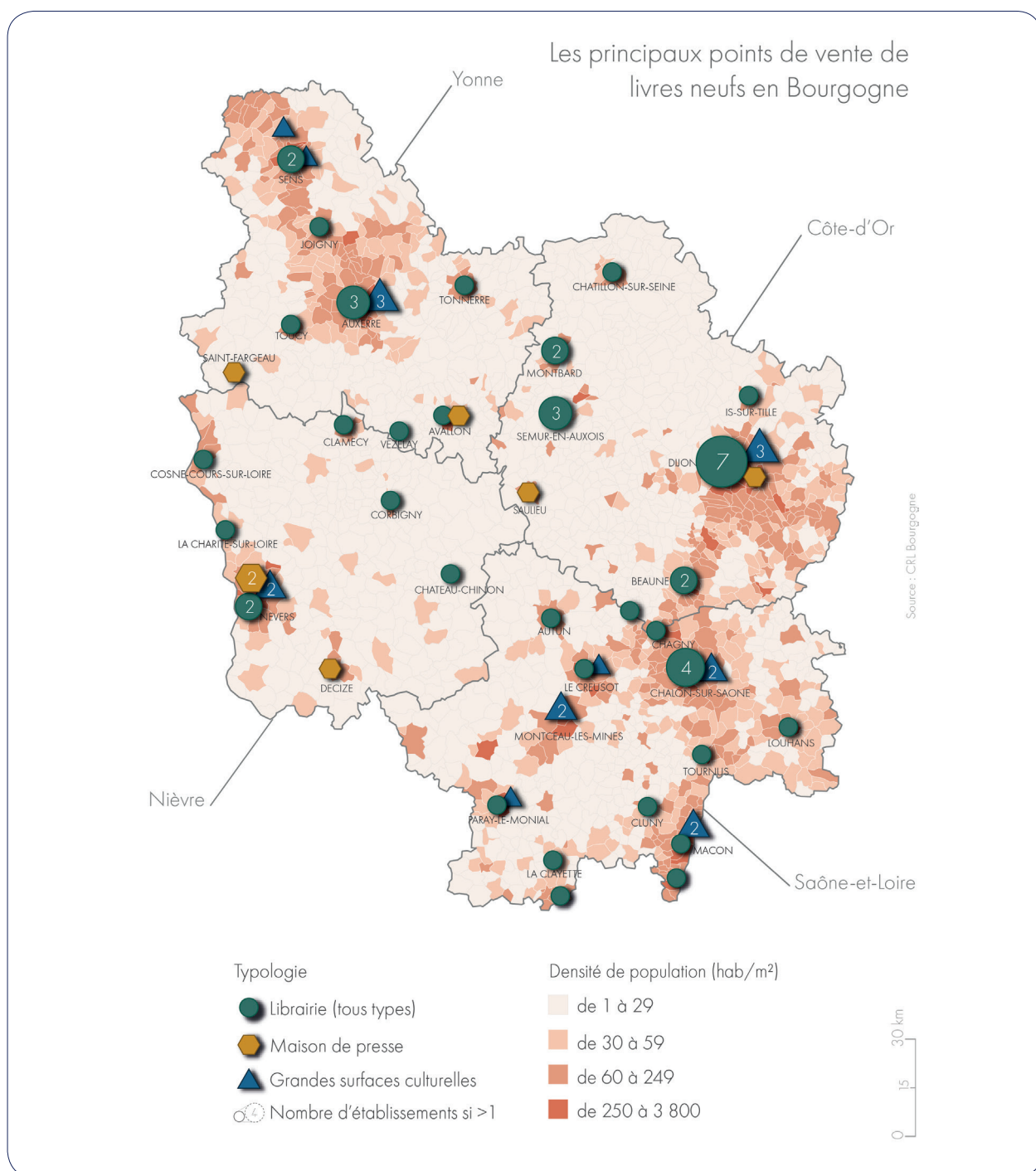
Les données d'analyse territoriale sont issues des statistiques Insee. Enfin, lorsque cela s'avère pertinent, les données sont comparées à celles obtenues dans le cadre de l'étude *La filière du livre en Bourgogne*, menée en 2014 par le CRL Bourgogne.

3. Les études datant d'avant la fusion des régions en 2016, il s'agit des anciennes entités administratives.



B /
LE TERRITOIRE
REGIONAL

I. LA COUVERTURE TERRITORIALE, LES EQUILIBRES DEPARTEMENTAUX



A. UN ACCÈS AU LIVRE RELATIVEMENT DENSE, GRÂCE AUX PETITS POINTS DE VENTE

La Bourgogne se caractérise par une répartition démographique très contrastée, laissant de grandes zones territoriales très peu peuplées. Corrélativement, la région ne compte que 9 villes de plus de 10 000 habitants et une seule de plus de 50 000 habitants, Dijon.

Au regard de cette réalité, la répartition des points de vente de livres neufs, incluant tout à la fois les 52 points de vente indépendants recensés par le CRL Bourgogne sur le territoire (mêlant petits points de vente et librairies du corpus) et 19 grandes surfaces culturelles (GSC)⁴, est finalement assez homogène sur l'ensemble du territoire. Seules trois « poches » n'offrent pas de point physique d'accès au livre à moins de 30 km : au sud de Châtillon-sur-Seine, la diagonale reliant Nevers à Montceau-les-Mines et celle reliant Château-Chinon à Dijon.

Néanmoins, une grande zone de la région, le croissant situé entre La Charité-sur-Loire et Châtillon-sur-Seine, ne bénéficie pas de librairie indépendante ayant constitué une offre structurée et conséquente en livres, et ne peut s'appuyer que sur des petites librairies ou des maisons de presse. La diversité de l'offre en livres repose sans doute plus dans cette zone sur les bibliothèques de lecture publique et les salons et festivals du livre.

En Saône-et-Loire, département le plus peuplé de la région, le nombre de grandes surfaces culturelles est assez important : Montceau-les-Mines se caractérise par l'absence de librairie, mais la présence de 2 GSC, pour un territoire de 44 000 habitants environ⁵. La proximité du Creusot, le poids du chômage et le vieillissement de la population peuvent expliquer en partie cette situation.

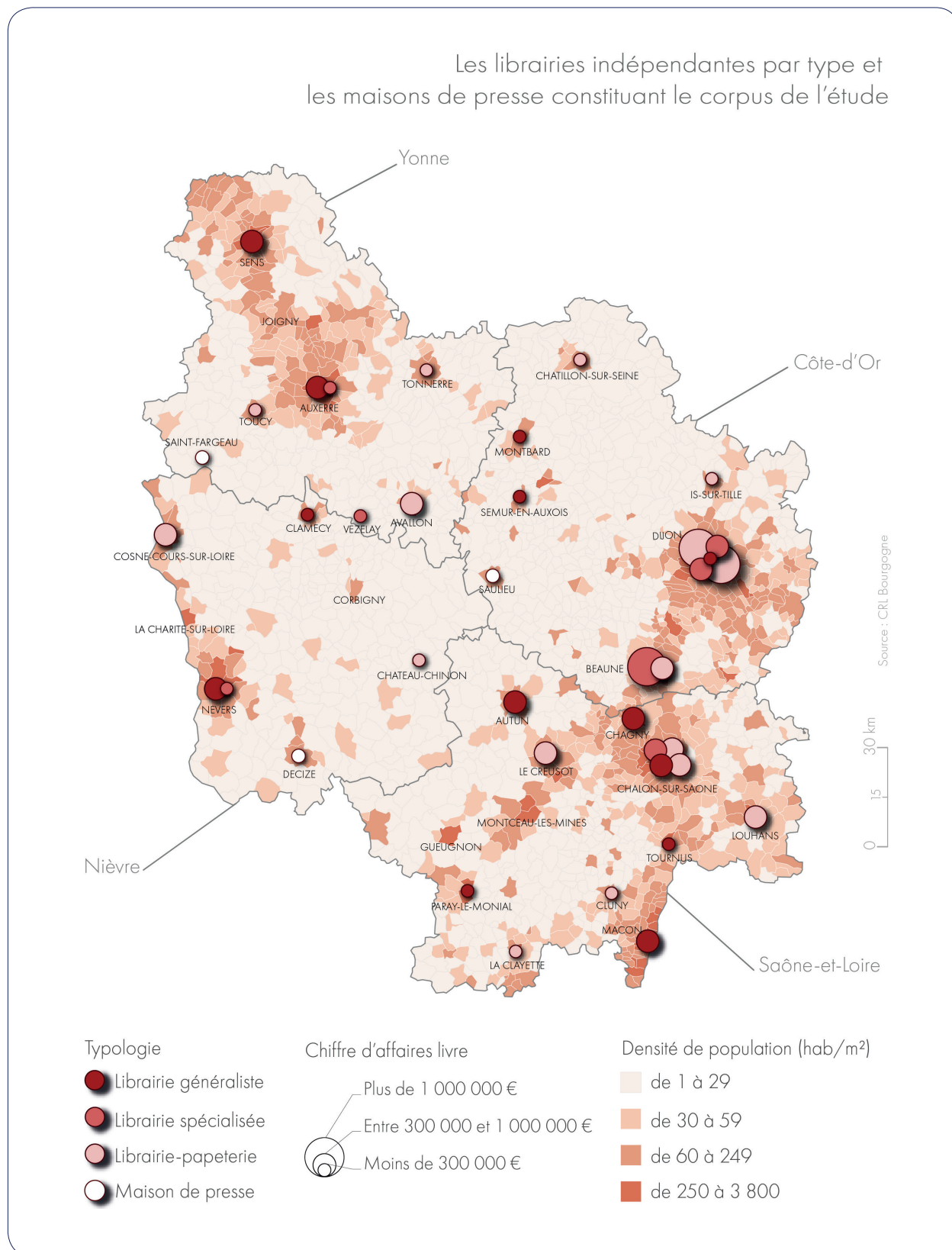
Dans l'Yonne, l'axe Sens-Auxerre, qui regroupe plus de 170 000 habitants⁶, peut sembler peu fourni notamment en librairie indépendante, mais les aires urbaines de Sens et Auxerre sont fortement liées à Paris (mouvements pendulaires pour le travail).

4. Les « grandes surfaces culturelles » sont une sous-catégorie des « grandes surfaces spécialisées », terme usité pour désigner les points de vente spécialisés de plus de 2500 m², spécialisés dans la vente d'une famille de produits (ici dans les biens culturels). L'enseigne doit détenir plus de 10 magasins et compter 50 salariés ou plus. En ex-Bourgogne, le CRL dénombre 3 Cultura, 7 Espace Culturel E. Leclerc, 7 magasins France Loisirs, 2 Fnac, dont un magasin en franchise.

5. L'aire urbaine de Montceau-les-Mines regroupe 11 communes (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=AU2010-154#chiffre-cle-1>)

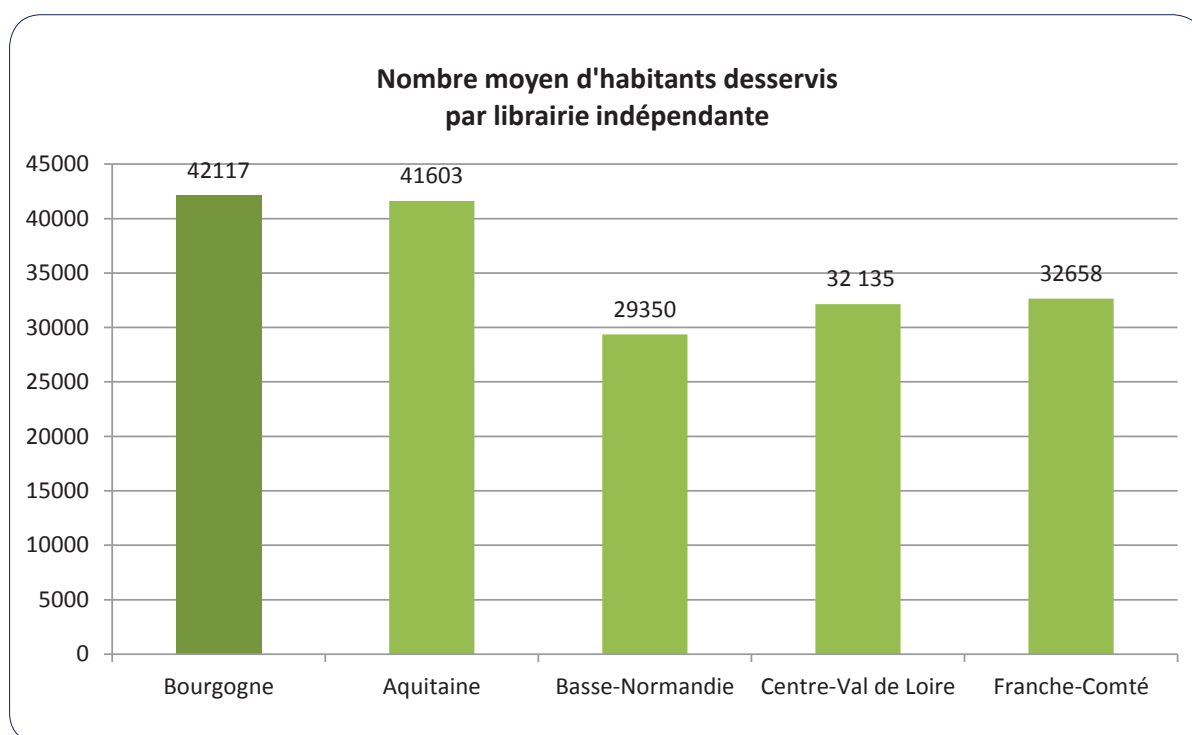
6. L'aire urbaine de Sens, 44 communes et 62 180 habitants, l'aire urbaine d'Auxerre, 68 communes et 92 310 habitants et la commune de Joigny, 10 676 habitants (données Insee).

B. UNE OFFRE FAIBLE EN LIBRAIRIE INDÉPENDANTE

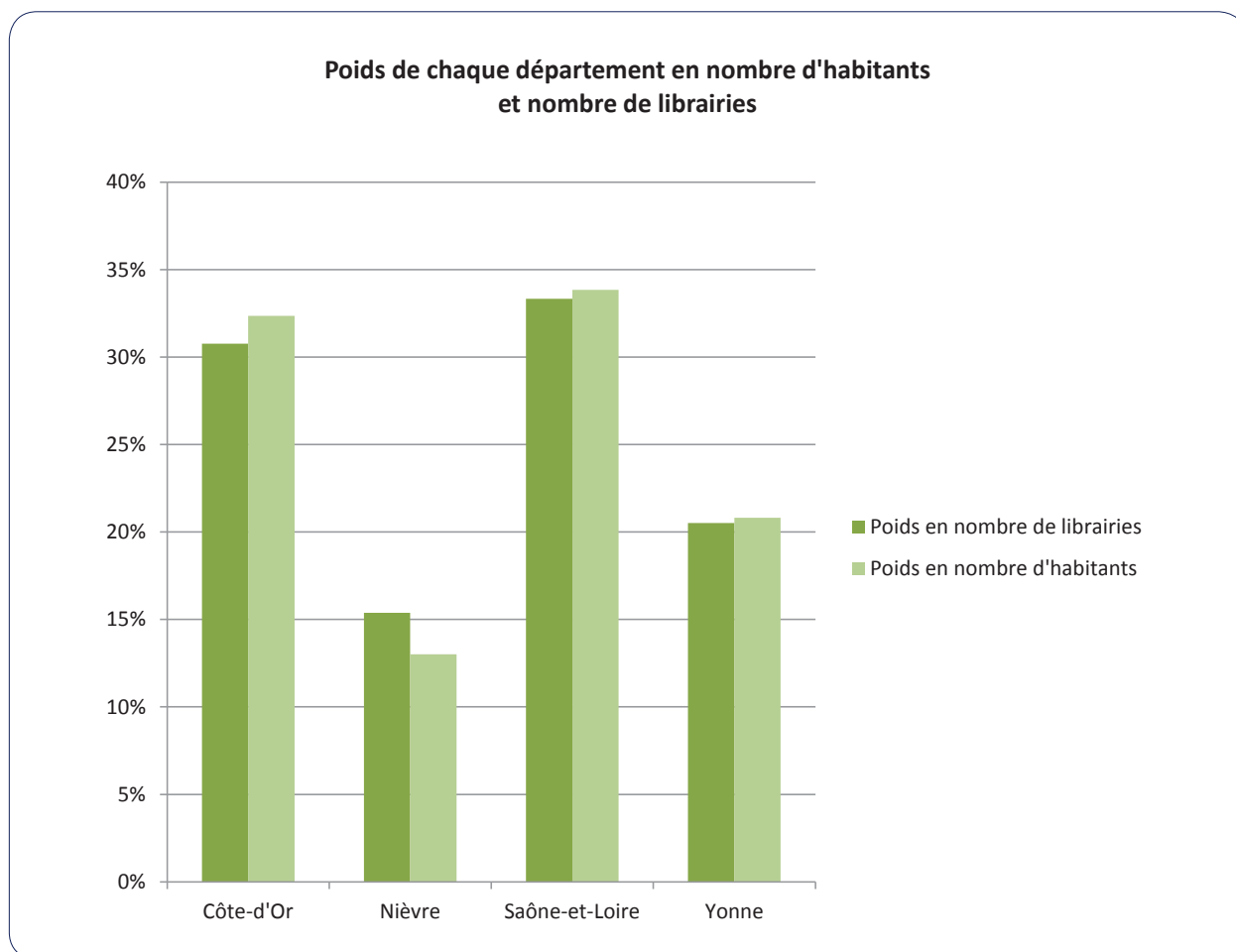


Avec un taux d'équipement de 0,24 librairie pour 10 000 habitants ou de 42 117 habitants par librairie, la Bourgogne est une région faiblement pourvue en librairie indépendante.

	Côte-d'Or	Nièvre	Saône-et-Loire	Yonne	Bourgogne
Population	531 380	213 569	555 788	341 814	1642551
Librairies du corpus	12	6	13	8	39
Nombre de librairies pour 10 000 habitants	0,23	0,28	0,23	0,23	0,24
Nombre d'habitants par librairie	44282	35595	42753	42727	42117



Il n'y a pas de disparités fortes d'un département à l'autre : on constate une cohérence réelle entre le poids démographique de chaque département et le nombre des librairies sur le territoire. En revanche, le CA généré par département n'est pas réparti de façon aussi homogène : la Côte-d'Or représente presque la moitié du CA dégagé sur le territoire, du fait de la concentration des librairies AB dans ce département (cf. p. 23). De même, les points de vente réalisant plus de 300 000 € de CA avec le livre neuf sont inégalement répartis : nous retrouvons le croissant situé entre La Charité-sur-Loire et Châtillon-sur-Seine, vide de moyennes et grandes librairies.



C. DES PETITES LIBRAIRIES IMPLANTÉES DANS DES PETITES COMMUNES

Les librairies sont implantées majoritairement dans des communes de plus de 10 000 habitants, un constat habituel pour les commerces de biens culturels. Néanmoins, 28 % des points de vente sont situés dans des communes de moins de 5 000 habitants. Cette part est plus élevée que dans d'autres régions : elle est respectivement de 22 % en Centre-Val de Loire, 6 % en Poitou-Charentes, 24 % en Auvergne. Cette part s'explique par la réalité démographique de la région : en 2015, la moitié des habitants de la grande région Bourgogne-Franche-Comté habitaient dans des communes de moins de 2 000 habitants⁷. Les 11 librairies concernées sont toutes de catégorie D (moins de 300 000 € de CA livre).

6 librairies se trouvent dans des communes de moins de 3 000 habitants. Sur ces 6 librairies, on retrouve deux des trois maisons de presse du panel et une librairie-papeterie qui vend également de la presse. La plus petite commune pourvue d'une librairie est Vézelay, 435 habitants, commune dont la basilique et la « colline » sont classées au patrimoine mondial de l'UNESCO, premier site touristique de la région avec environ 800 000 visiteurs par an.

⁷ www.insee.fr/fr/statistiques/3290811

Taille de la commune	Nombre de communes	AB	C	D	TOTAL	%
< 5 000 habitants	11	0	0	11	11	28 %
entre 5 000 et 10 000 habitants	8	0	3	5	8	21 %
entre 10 000 et 50 000 habitants	9	1	12	2	15	38 %
> 50 000 habitants	1	2	2	1	5	13 %

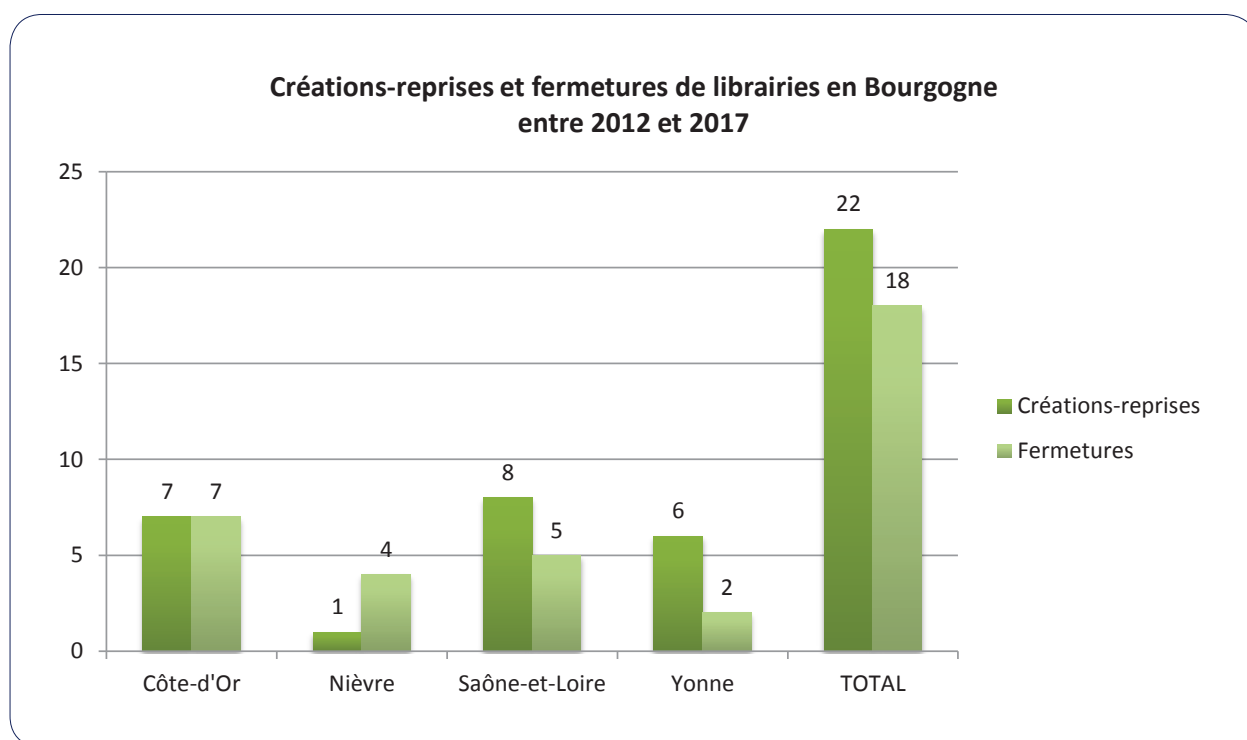
Dijon accueille 13 % des librairies et représente 9 % de la population totale de la région. L'aire urbaine de Dijon représente 20,5 % de la population de la Bourgogne.

2. TRANSMISSION, CREATION, FERMETURE : UN RESEAU BIEN VIVANT

Le solde 2012-2017 entre les créations-reprises et les fermetures de points de vente du livre observées par le CRL Bourgogne est légèrement positif : on compte 1,2 créations/reprises pour 1 fermeture. La Saône-et-Loire confirme son dynamisme en montrant le nombre de créations-reprises le plus important.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, entre 2011 et 2014, on compte 7 ouvertures pour 8 fermetures, soit un solde négatif (mais sans prendre en compte les reprises),
en Centre-Val de Loire, le solde est fortement négatif entre 2011 et 2015 (1 création-reprise pour 2 fermetures),
en Poitou-Charentes et Aquitaine, le solde est positif : autour de 3 créations/reprises pour 1 fermeture.



Ces chiffres sont à mettre en perspective : ils englobent des points de vente dont la part de CA livre n'est pas connue mais qui sont parfois des petits points de vente (25 % des mouvements). On ne compte que 8 créations depuis 2012, mais on peut souligner la vitalité des reprises : on assiste à un véritable renouvellement de génération de gérants au sein du réseau existant, à la faveur de transmissions réussies. Au cours des huit dernières années, la plupart des projets de reprises de librairie ont été portés par la génération née dans les années 1970 et 1980, témoignant de l'attractivité de ce métier toujours « d'avenir ».

ZOOM SUR LES LIBRAIRIES CHAPITRE, 4 ANS APRÈS LA LIQUIDATION DE L'ENSEIGNE

3 librairies appartenaient au réseau des 53 magasins de l'enseigne Chapitre, mise en liquidation fin 2013. Sur ces trois établissements, un seul est en activité aujourd'hui, à Chalon-sur-Saône, repris en 2014 sous l'enseigne indépendante de la société Develay implantée à Villefranche-sur-Saône.

Faute de repreneur, Privat / Lib' de l'U à Dijon (4 060 000 € de CA en 2012) a cessé son activité en février 2014. Quant à Forum à Nevers (2 394 000 € de CA en 2012), repris fin 2014 par un indépendant sous l'enseigne Pôle-Arts 58, il a cessé son activité en 2016.

3. ZONE DE CHALANDISE, CONCURRENCE ET IMPACT TOURISTIQUE

Les deux tiers des libraires interrogés estiment que leur zone de chalandise⁸ dépasse les frontières de l'agglomération, dans un rayon contenu entre 20 et 30 km de distance pour la plupart d'entre eux. Ces chiffres sont cohérents avec ceux obtenus dans d'autres régions et correspondent à l'implantation territoriale des communes en Bourgogne. Parfois, les libraires constatent cette zone de chalandise à travers les marchés obtenus auprès de collectivités publiques situées à plusieurs dizaines de kilomètres.

La perception de la concurrence

Les autres librairies restent les principaux concurrents cités, mais les librairies C se sentent également fortement en concurrence avec les grandes surfaces spécialisées. 61 % des libraires vont observer leurs concurrents, une pratique qui ne peut être que bénéfique pour rester en alerte et faire évoluer l'offre et l'organisation de son magasin.

« Je ne considère pas mes confrères libraires comme des concurrents. Le principal concurrent de la librairie selon moi, c'est Cultura. » (Une librairie-papeterie, AB)

« Nous avons une union commerciale qui réunit indépendants et enseignes. L'Intermarché est certes un concurrent, mais on se connaît bien, il a un beau rayon livre désormais, mais il ne cherche pas à le faire avec agressivité. Notre isolement peut aussi faire notre force, être un atout pour notre activité. » (Une librairie-papeterie D)

La perception de la clientèle touristique

Le tourisme constitue 6 % des richesses intérieures brutes de la région⁹. Surtout concentré à Dijon et Beaune, il constitue néanmoins une part importante des emplois dans des zones peu peuplées comme le Morvan. La Bourgogne compte une part importante de résidences secondaires.

Face à cette réalité, 66 % des librairies du corpus ont développé un rayon consacré au tourisme régional, pour une clientèle touristique. Il s'agit avant tout d'un rayon constitué d'ouvrages sur la région et de guides touristiques. 8 librairies ont également développé un assortiment de littérature en VO.

8. La zone de chalandise est le périmètre d'influence du magasin, correspondant en général à la distance kilométrique que les clients sont prêts à faire pour atteindre le point de vente (compte tenu des conditions d'accès et de la concurrence). Cette zone doit permettre au commerce d'atteindre sa rentabilité.

9. Chiffres 2011, www.bourgogne-tourisme-pro.com/le-poids-%C3%A9conomique

« J'ai un rayon consacré à la région, bien sûr, mais j'ai surtout renforcé mon assortiment en littérature pour cette clientèle qui est constituée pour grande partie de résidents secondaires de Rhône-Alpes. Beaucoup de Lyonnais. D'ailleurs, quand j'ai repris la librairie, je me suis dit qu'on allait travailler dans l'esprit d'une petite librairie de quartier à Lyon. » (Une librairie-papeterie D)



C /
LA CARTE
D'IDENTITE
DES
LIBRAIRIES

I. LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES LIBRAIRIES DE LA REGION

A. DES LIBRAIRIES DE PETITE TAILLE

Le paysage des librairies en Bourgogne se caractérise par une très faible proportion de librairies des catégories A et B : 7 % des points de vente, lorsque leur part représente 16 % au niveau national¹⁰. Seules 4 librairies réalisent plus d'1 million € de CA total et 1 seule plus de 2 millions € de CA livre. Cette particularité est commune avec la Franche-Comté.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, les librairies A et B représentent 11 % du corpus étudié,
en Centre-Val de Loire, 19,4 %,
en Aquitaine, 18 %,
en Rhône-Alpes, 15,5 %.

B. UN CHIFFRE D'AFFAIRES (CA) INFÉRIEUR À LA MOYENNE NATIONALE

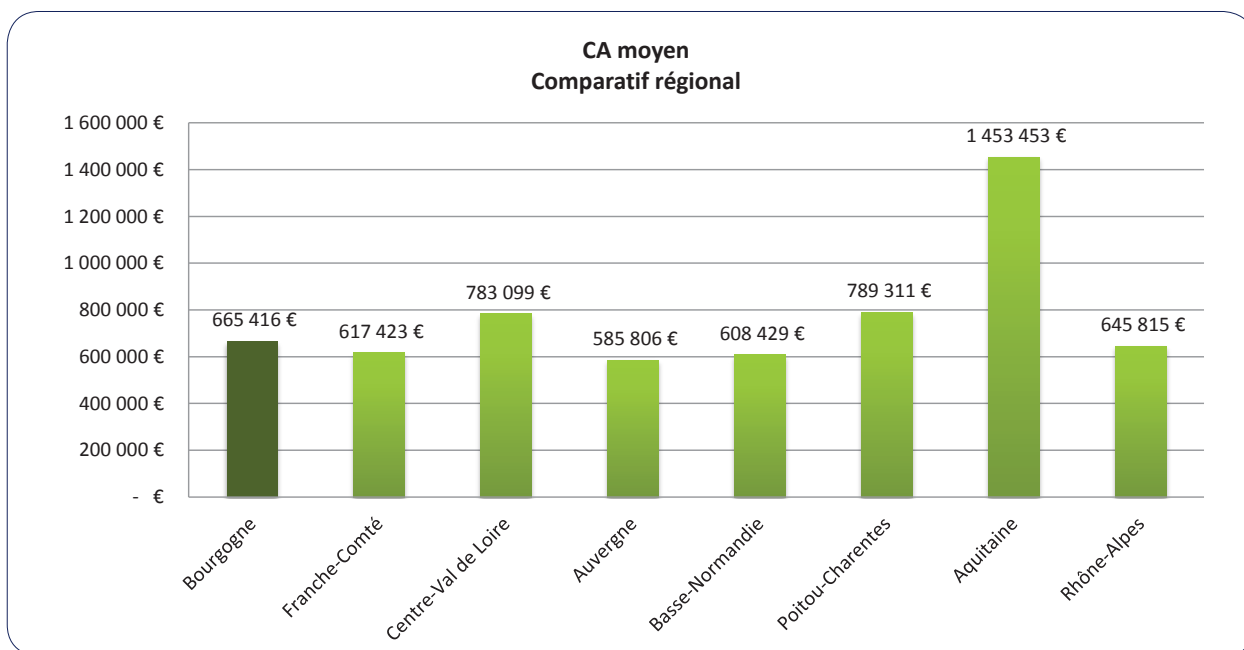
Le chiffre d'affaires des librairies du corpus s'échelonne de 66 915 € à 4 632 500 €. Avec un CA moyen de 665 416 € par librairie, la Bourgogne est un peu en-dessous des normes constatées ailleurs : au niveau national, le CA moyen par librairie est d'environ 755 000 €¹¹.

Catégorie	Nombre de librairies	CA librairie	CA autres produits (TVA 20 %)	CA TOTAL	CA moyen	CA livre moyen
AB	3	6 897 440 €	3 185 118 €	10 082 558 €	3 360 853 €	2 299 147 €
C	17	9 783 752 €	2 267 306 €	12 051 058 €	708 886 €	575 515 €
D	19	2 920 876 €	896 720 €	3 817 596 €	200 926 €	153 730 €
TOTAL	39	19 602 068 €	6 349 144 €	25 951 212 €	665 416 €	502 617 €

Le CA livre moyen (502 617 €) n'a pas évolué par rapport à celui constaté en 2014 dans l'étude menée sur le territoire bourguignon. S'il est plus élevé que celui observé en Franche-Comté (481 581 €), il reste néanmoins dans les normes basses, notamment parce que la part des autres produits est plus élevée qu'ailleurs. En Rhône-Alpes par exemple, alors que le CA total moyen est comparable à celui constaté en Bourgogne, le CA livre moyen est plus élevé (562 446 €).

10. La librairie en région (données 2014-2015), FILL, 2017

11. Ibid.



Le CA moyen en Aquitaine est faussé par la présence de la librairie Mollat, l'une des plus grandes librairies indépendantes de France.

C. LA MOITIÉ DES LIBRAIRIES DE LA RÉGION RÉALISENT PLUS DE 384 000 € DE CA TOTAL

Si la moyenne de CA constatée est peu élevée, en revanche la médiane est plutôt encourageante. Les écarts sont moins importants que dans d'autres régions et le CA médian est relativement élevé. En outre elle a progressé puisqu'en 2014, 60 % des points de vente du corpus réalisaient moins de 300 000 € de CA.

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, le CA médian est de 375 000 €, en Aquitaine, 280 000 €.

D. UNE FORTE PART DE CA RÉALISÉE AVEC D'AUTRES PRODUITS

24,5 % du CA sont réalisés avec d'autres produits que le livre : ce taux moyen est tiré vers le haut par les librairies AB du corpus qui réalisent 31,6 % de leur CA ainsi. Les librairies D également, avec un taux de plus de 23 %, sont largement au-dessus des normes habituelles.

LA CARTE D'IDENTITE DES LIBRAIRIES

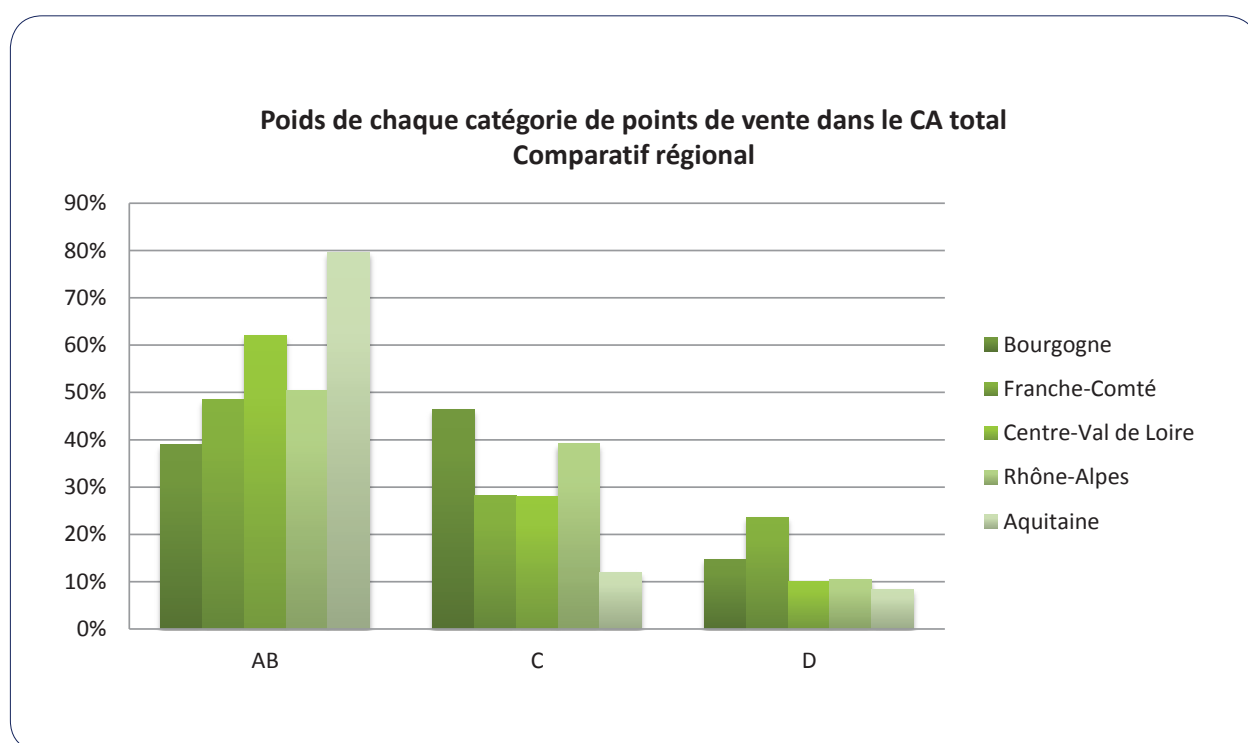
Pour les grandes librairies du corpus, ce taux est à mettre en regard de la concurrence : ainsi la plus grande librairie a fortement développé la papeterie lors de la fermeture de l'un des principaux fournisseurs de la ville. Ces points de vente deviennent parfois de fait les seuls lieux où l'on peut trouver ce type de produits, en dehors des grandes surfaces culturelles et alimentaires.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, le CA autres produits représente 22 % du CA total, en Centre-Val de Loire, 9,2 % (il est particulièrement bas), en Aquitaine, 11 %, en Rhône-Alpes, la part du CA autres produits ne dépasse pas 20 % : pour les librairies D, elle n'est que de 5 %, pour les A de 19 % et pour les B de 12 %.

E. UN CA ASSEZ BIEN RÉPARTI

Si l'on retrouve en Bourgogne la concentration habituelle de constitution du CA, puisque 3 points de vente (7 % du corpus) réalisent à eux seuls 38,9 % du CA total, elle est néanmoins un peu moins forte qu'ailleurs. La région se caractérise en effet par un poids relativement élevé des librairies de catégorie C sur le CA généré, lié au nombre restreint de librairies de catégorie AB sur le territoire.

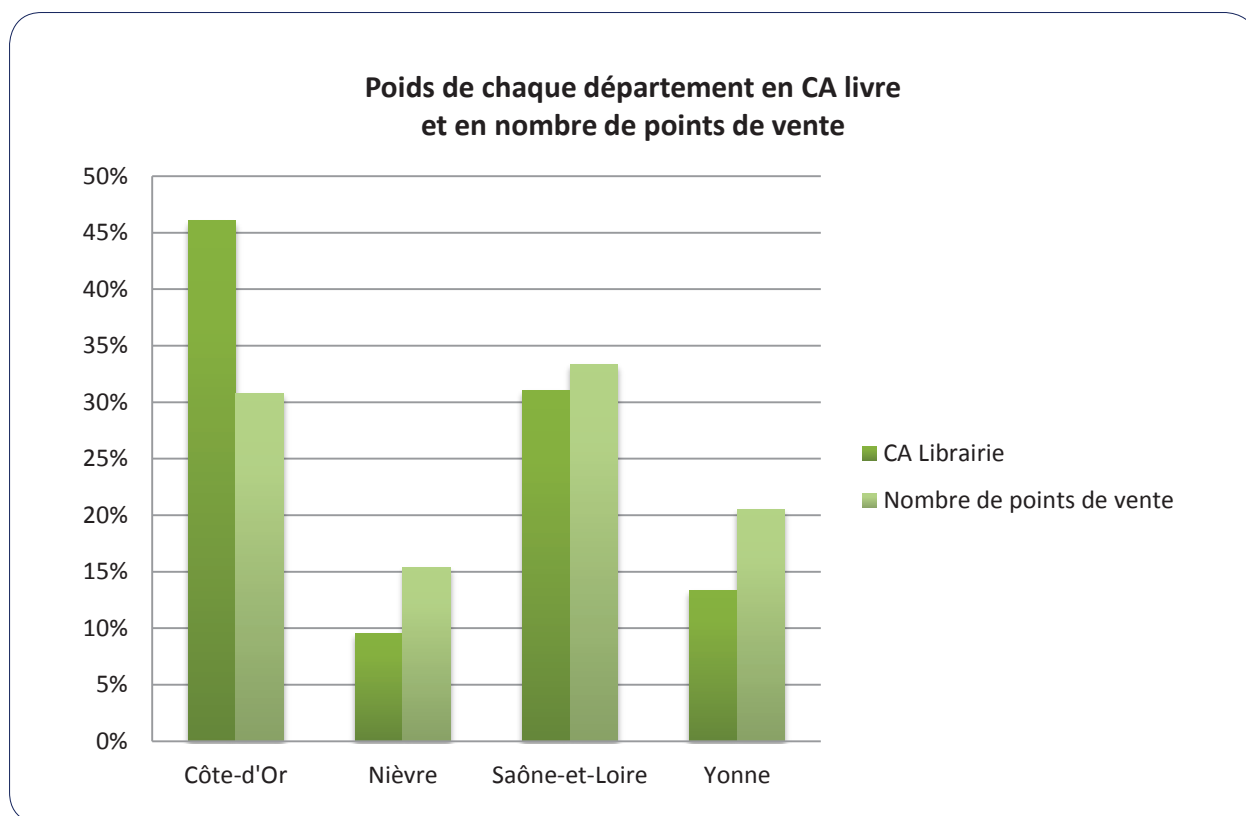


La répartition du CA livre par département

La présence des 3 librairies AB dans le même département (la Côte-d'Or) explique la part prépondérante que ce dernier représente sur le CA livre généré au niveau régional.

La Saône-et-Loire est marquée par la présence d'une librairie C très importante (à la limite d'être une B), mais compte pas moins de 9 C sur 13 points de vente : le département est particulièrement dynamique.

Malgré la présence de 2 librairies C dynamiques, la Nièvre est le département où la moyenne de CA livre dégagé par librairie est la plus faible (310 821 €).



Le poids du premier libraire dans la constitution du chiffre d'affaires livre par département

La Côte-d'Or et la Nièvre voient le premier libraire prendre une place d'importance dans la constitution du CA, un poids supérieur à celui constaté en Franche-Comté (entre 22 % et 36 %¹²), mais tout à fait comparable à ce qui a pu être observé par exemple en région Centre-Val de Loire (avec pour certains départements, des taux beaucoup plus importants). En revanche, il est intéressant de constater que le paysage des libraires en Saône-et-Loire est tout à fait équilibré.

12. Sauf dans le Territoire de Belfort qui ne comptait au moment de l'enquête qu'une seule librairie indépendante.

Poids du 1 ^{er} libraire par département (CA livre)	
Côte-d'Or	44,30 %
Nièvre	44,10 %
Saône-et-Loire	15,60 %
Yonne	26,90 %

F. LE CA THÉORIQUE

Le chiffre d'affaires théorique permet de questionner le comportement du marché du livre sur une zone géographique donnée. À partir du calcul de la consommation potentielle de livres en fonction de la composition socioprofessionnelle des ménages sur le territoire observé, il est possible de projeter la part de ce marché susceptible de revenir aux librairies, en s'appuyant sur des données produites par le ministère de la Culture (*Le secteur du livre : chiffres clés*). Cette projection ne prend pas en compte le CA réalisé avec la vente aux collectivités.

	Composition régionale	Composition nationale
Agriculteurs	2,17 %	1,22 %
Artisans. Commerçants	4,49 %	4,53 %
Cadres. prof. Intellectuelles	7,28 %	12,01 %
Professions intermédiaires	12,81 %	14,65 %
Employés	10,23 %	11,92 %
Ouvriers	19,73 %	16,99 %
Retraités	37,69 %	31,75 %
Autres inactifs	5,60 %	6,93 %

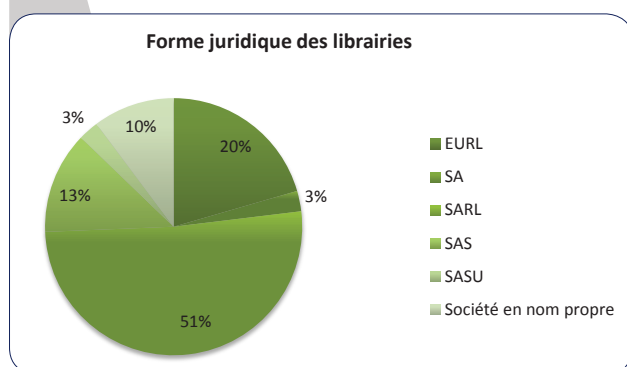
Caractéristique bourguignonne : une part moindre de cadres et professions intellectuelles (la catégorie la plus acheteuse de livres) et une part plus importante de retraités et d'ouvriers (les catégories les moins acheteuses de livres au niveau national).

Les librairies du corpus réalisent 81,1 % du CA théorique, avec de fortes disparités d'un département à l'autre. Le département de l'Yonne est particulièrement en dessous de ce CA théorique : la proximité parisienne explique peut-être une déperdition des achats pour le nord du département. Les habitants du sud du département et de la Nièvre ont peut-être recours plus régulièrement aux achats dématérialisés compte tenu de la faible densité. À l'inverse, la Côte-d'Or bénéficie peut-être plus que les autres départements d'une clientèle touristique, notamment liée à son vignoble, comme en témoigne la librairie Athenaeum de la Vigne et du Vin à Beaune.

	Côte-d'Or	Nièvre	Saône-et-Loire	Yonne	Bourgogne
Librairies (grandes librairies et librairies spécialisées) et librairies de grands magasins	5 684 106 €	2 172 548 €	5 392 423 €	3 267 127 €	16 516 204 €
Maisons de presse, librairies-papeteries, kiosques, gares, aéroports	1 075 371 €	411 023 €	1 020 188 €	618 105 €	3 124 687 €
CA théorique librairies (tous réseaux confondus)	6 759 477 €	2 583 571 €	6 412 612 €	3 885 232 €	19 640 892 €
CA librairies du panel	7 615 541 €	1 537 141 €	4 721 519 €	2 045 959 €	15 920 160 €
% du CA théorique librairies (tous réseaux confondus)	112,70 %	59,50 %	73,60 %	52,70 %	81,10 %

2. DES ENTREPRISES IMPLANTÉES DE LONGUE DATE

A. LA FORME JURIDIQUE



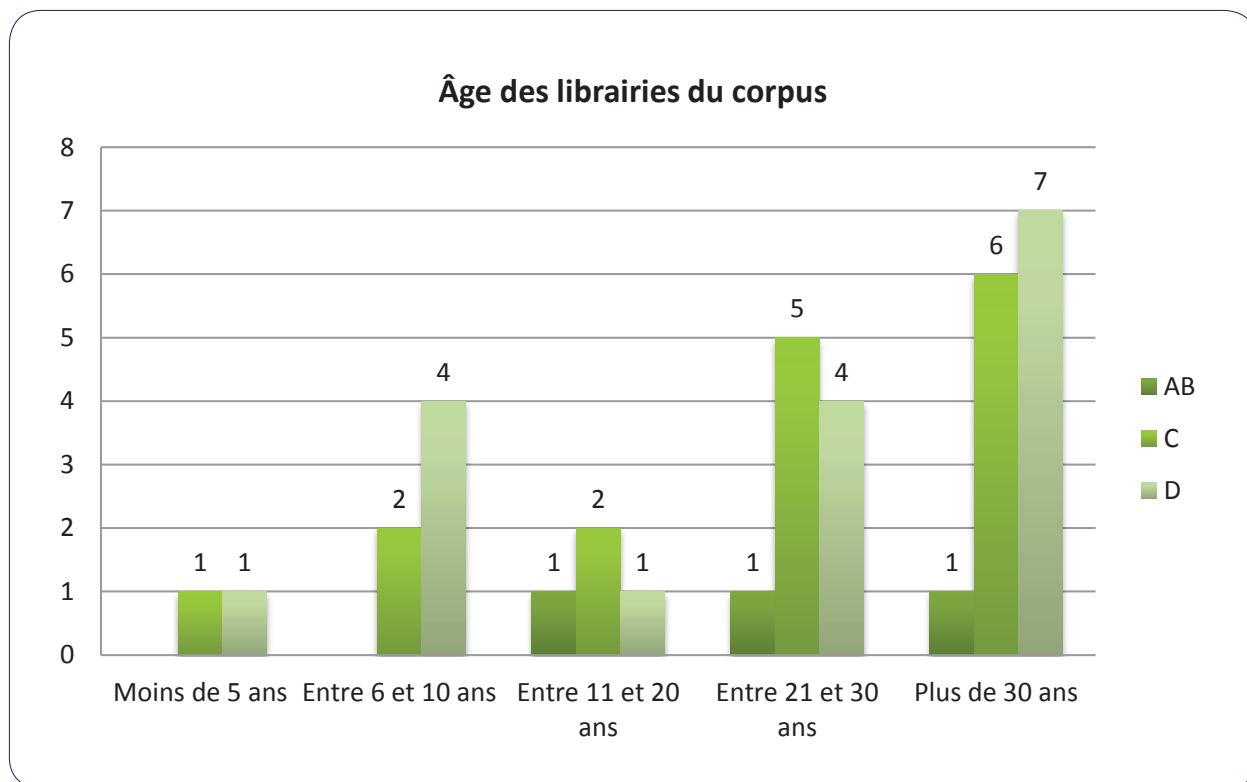
Tous les points de vente du corpus ont une forme juridique commerciale : la SARL est prépondérante, ce qui est un trait commun à l'ensemble des régions. Les librairies de catégorie D privilégient les formes individuelles (EURL ou Société en nom propre).

4 magasins ne sont pas dirigés par leur gérant : ce sont des établissements appartenant à des structures possédant plusieurs magasins, dont les sièges sociaux sont situés en dehors de la région. Ces établissements réalisent tous plus d'1 000 000 € de chiffre d'affaires total.

1 seule librairie est une entreprise familiale depuis deux générations (en 2017, une autre librairie-papeterie familiale emblématique a fermé à Chalon-sur-Saône).

B. DES LIBRAIRIES PLUTÔT ANCIENNES ET PEU DE RENOUVELLEMENT

(36 répondants)



Les deux tiers des librairies ont plus de 20 ans et 39 % d'entre elles ont plus de 30 ans. L'âge médian est de 26 ans. Les librairies de la région sont donc implantées de longue date, trois librairies sont même centenaires, la plus ancienne datant de 1850.

Si la longévité des points de vente est plutôt positive, en revanche, la part des librairies de moins de 10 ans est faible (17 %) et va décroissante (seules 2 librairies se sont ouvertes il y a moins de 5 ans), ce qui souligne une tendance inquiétante quant au renouvellement des points de vente consacrés au livre.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 42 % des librairies ont plus de 30 ans, mais 24 % ont moins de 10 ans, en Centre-Val de Loire, les librairies sont plutôt jeunes : 36 % ont moins de 10 ans, en Rhône-Alpes, la vitalité est particulièrement forte puisque en 2014, presque 50 % des librairies avaient moins de 15 ans, en Aquitaine, 33 % des librairies avaient moins de 13 ans en 2014.

C. DES REPRISES PLUS QUE DES CRÉATIONS

La longévité des librairies explique que 23 librairies (59 %) ont été reprises au moins une fois depuis leur création, dont 9 sur les trois dernières années : un taux supérieur à celui constaté dans d'autres régions et qui laisse à penser que les porteurs de projet dans la région privilégient la reprise plutôt que la création.

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, 27 % des librairies ont fait l'objet d'une reprise, en Aquitaine, 43 % des librairies ont fait l'objet d'une reprise.

41 % des gérants seront en âge de transmettre dans les 10 prochaines années : la dynamique de transmission risque donc de se maintenir encore fortement et mérite sans doute une attention spécifique (cf. chapitre F). Depuis l'enquête, une librairie a fait l'objet d'une reprise en juillet 2017, et 4 autres sont en vente.

Les points de vente ont également connu des mutations au cours de leur histoire : 36 % des librairies du corpus ont déménagé au moins une fois depuis leur création et 44 % d'entre elles se sont agrandies.

D. UNE PART DE LIBRAIRES PROPRIÉTAIRES DES MURS DANS LA MOYENNE

La Bourgogne compte 26 % de gérants propriétaires des murs de leur librairie : un taux proche de celui constaté dans la plupart des régions. Mais ce taux est plus élevé parmi les librairies D (42 % des libraires de cette catégorie sont propriétaires des murs). Bien souvent le libraire s'assure par ce biais d'un revenu pour sa retraite. Ainsi, parmi les transmissions récentes, 3 anciens gérants ont conservé la propriété des murs en revendant uniquement le fonds de commerce à leur successeur.

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, 42 % des gérants répondants sont propriétaires de leurs murs, en Aquitaine, 22 % des gérants sont propriétaires.

Dans l'étude menée en 2007 par Ipsos pour le SLF et le ministère de la Culture¹, 28 % des libraires en région étaient alors propriétaires de leur local.

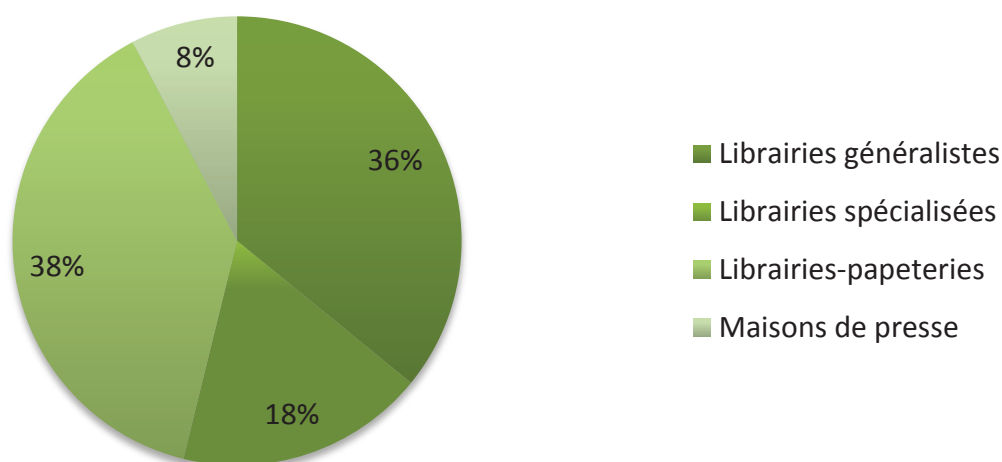
1. Situation économique de la librairie indépendante, IPSOS, étude réalisée pour le SLF, le SNE et le ministère de la Culture et de la Communication, mars 2007, p. 19.

3. UNE OFFRE DIVERSIFIEE

A. 38 % DE LIBRAIRIES-PAPETERIES ET UNE PART DE SPÉCIALISÉES RELATIVEMENT FAIBLE

La Bourgogne présente une part importante de librairies-papeteries dans le corpus étudié¹³. En revanche, les librairies spécialisées ne représentent que 18 % des points de vente¹⁴, un chiffre proche du résultat obtenu en Franche-Comté. L'une des librairies spécialisées est en catégorie AB, ce qui est également inhabituel, ce type de point de vente atteignant rarement plus d'1 million € de chiffre d'affaires.

Répartition des librairies par type



PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 16 % des librairies sont spécialisées,
 en Centre-Val de Loire, 10 % des points de vente sont des librairies-papeteries, 31 % des spécialisées,
 en Basse-Normandie, 20 % sont spécialisées
 en Aquitaine, 24 % sont spécialisées,
 en Rhône-Alpes, 23,5 % sont des librairies-papeterie et 20,6% des spécialisées.
 Au niveau national, 30 % des librairies sont spécialisées¹.

1. La librairie en région (données 2014-2015), synthèse établie par la FILL, 2017.

13. Certaines librairies ont été reclassées en librairie-papeterie lorsque l'activité papeterie était significative dans le CA.

14. 2 librairies généralistes sont par ailleurs adhérentes de l'ALSJ et ont un fonds pointu en jeunesse : elles ont néanmoins été comptées comme librairies généralistes compte tenu de l'ensemble de l'offre.

Les librairies spécialisées

Parmi les librairies spécialisées, les librairies jeunesse et BD sont majoritaires (4 sur 7). La région compte également une librairie spécialisée dans le vin.

Il ne restait au moment de l'enquête qu'une seule librairie religieuse, qui a elle-même cessé son activité à l'automne 2017. Entre 2014 et 2017, 3 autres librairies religieuses ont en effet fermé : la librairie du Chatelet-Siloë à Chalon-sur-Saône, La Procure à Dijon et Chemin de vie à Sens.

Littérature et jeunesse loin devant

Parmi les 29 librairies du corpus (hors librairies spécialisées et maisons de presse), la littérature est le premier rayon en CA, suivi par la jeunesse¹⁵. Un résultat cohérent avec ce que l'on retrouve dans toutes les régions.

PAR COMPARAISON

L'étude Xerfi de 2013¹ précisait les segments les plus vendus au détail :

1. la littérature
2. la jeunesse
3. à parts égales BD et livres pratiques

1. La situation économique et financière des librairies indépendantes, 2005-2012, Xerfi France pour le SLF et le ministère de la Culture et de la communication, juin 2013, p.23

Un tiers des librairies interclassent leurs rayons poches et grands formats : « Lorsque nous avons repris la librairie, nous avons fait le choix de supprimer la pochothèque et de réunir grands formats et poches. L'interclassement nous a aussi permis de réduire le stock sans que cela ne saute aux yeux des clients. » (Une librairie-papeterie C)

B. LA DIVERSIFICATION : UNE PRATIQUE ACQUISE

L'ensemble des points de vente du corpus propose d'autres produits ou services à la vente : aucune ne vend que du livre, un constat plutôt rare ailleurs.

En outre, les librairies proposent une gamme assez large d'autres produits : 71 % des magasins proposent plus de 4 produits différents en plus du livre, et 51 % de librairies proposent 5 produits ou plus.

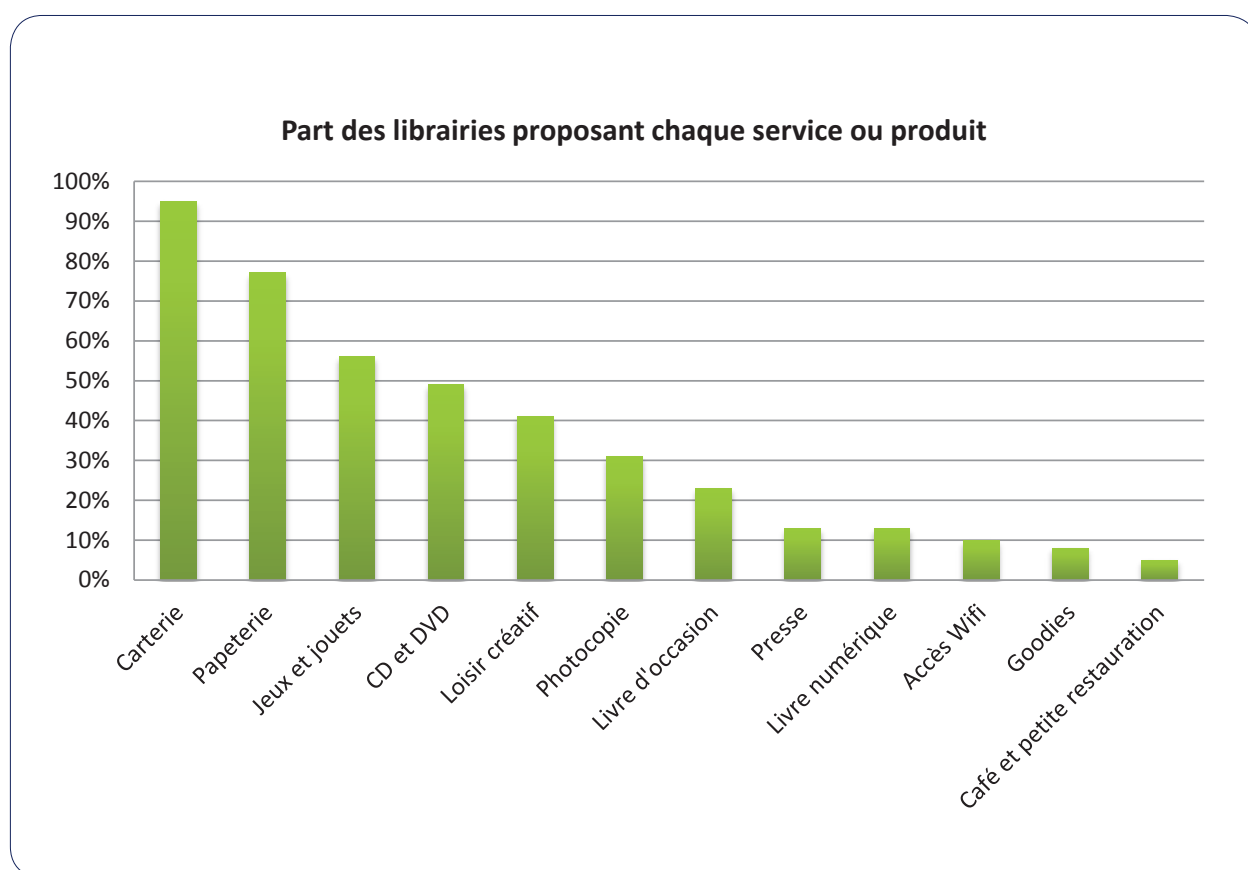
« La multi-activité avait été prévue dès le rachat, c'était le seul moyen de convaincre les banques et d'assurer la viabilité économique du projet. J'ai une clientèle très locale ; il faut que je sois toujours à la recherche de nouveaux produits qui tiennent en haleine. Ma zone de chalandise n'est pas assez grande pour avoir une offre qui ne bouge pas. Même pour le livre, j'essaie d'aller trouver des produits de niche afin de

15. Classement déclaratif des 3 premiers rayons en CA, 29 répondants, 22 réponses, 7 sans réponse.

me démarquer du supermarché de la commune qui a une offre classique, notamment en jeunesse. Et j'ai développé toute une gamme de services de proximité : dépôt pressing, vente de timbres, rayon couture, travaux photos et photocopies, etc. » (Une maison de presse D)

Les produits les plus courants sont la carterie et la papeterie, produits classiques en librairie. Plus atypique est la présence de livres d'occasion dans 31 % des points de vente, souvent anecdotique dans les autres régions observées : les deux Gibert Joseph influencent peut-être la constitution de l'offre sur le territoire. Rappelons que le livre d'occasion fait partie des produits complémentaires fortement attendus par les clients de librairie indépendante¹⁶. Le loisir créatif est encore assez présent en Bourgogne puisque 41 % des points de vente en proposent.

« Cultura est fort en loisir créatif, il faut le reconnaître, ce qui explique en partie pourquoi nous n'en proposons pas. » (Une librairie généraliste C)



¹⁶. Les clients de la librairie indépendante, mieux les connaître pour mieux les fidéliser, L'observatoire société et consommation pour le SLF, juin 2013, p. 80.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, la papeterie est présente dans presque 70 % des points de vente, très loin devant tout le reste,

en Centre-Val de Loire, 2 librairies ne proposent aucun produit complémentaire, aucune librairie ne propose de livres d'occasion et le loisir créatif n'est présent que dans 2 points de vente,

en Basse-Normandie 36 % des librairies ne proposaient que du livre ; pour les autres, on retrouve le même trio de tête (papeterie/carterie/ jouets),

en Aquitaine, outre la carterie, c'est le CD qui est le plus implanté, grâce au travail de terrain mené par une fédération de Labels indépendants,

en Rhône-Alpes, 20 % des librairies ne vendent que du livre, 11 % des librairies proposent du livre d'occasion.

La papeterie (58 %), les loisirs créatifs (52 %) et les CD (42 %) sont les produits les plus souvent rencontrés en magasin par les clients de la librairie (étude de l'ObSoCo¹).

1. Les clients de la librairie indépendante, mieux les connaître pour mieux les fidéliser, L'observatoire société et consommation pour le SLF, juin 2013, p. 86.

« On a implanté un rayon jeu il y a 3 ans avec l'idée de réaliser 15 000 € de CA. Aujourd'hui, ce rayon génère un CA plus important que ce que l'on avait imaginé. Initialement, on voulait faire du jeu petite enfance. Progressivement, le rayon s'est développé avec le jeu de société. On a créé une association afin de proposer des animations autour du jeu à destination des adolescents et des adultes : on organise un atelier jeux tous les mois. Le jeu est finalement proche du produit livre : il faut savoir en parler, raconter l'histoire, conseiller. Et le jeu, c'est du long-seller. On peut le conseiller et le vendre longtemps, c'est aussi l'avantage. » (Une librairie-papeterie C)

C. L'OFFRE NUMÉRIQUE : POUR LES COLLECTIVITÉS SURTOUT

Seules 5 librairies du corpus proposent une offre de livres numériques. Une 6^e librairie envisage de développer le service à court terme (dans l'année).

Parmi les 34 librairies ne proposant pas de livres numériques au moment de l'enquête, seules 12 % d'entre elles envisagent de développer une offre dans les trois prochaines années.

PAR COMPARAISON

Le positionnement des points de vente de la région est cohérent avec l'attitude constatée chez la plupart des libraires en France¹ : en région Centre-Val de Loire, seules 4 librairies (sur les 25 librairies répondant) proposaient une offre numérique, tout comme en Aquitaine (4 sur 42).

1. Le blog Aldus recense les librairies proposant une offre en numérique : en janvier 2014, elles n'étaient que 250 en France.

LA CARTE D'IDENTITE DES LIBRAIRES

Les libraires ayant développé ce service sont plutôt de grandes librairies (aucune librairie D ne l'envisage), qui se leurrent peu sur l'impact des ventes auprès du public, mais cherchent plutôt à répondre à une demande de leurs clients à terme (les bibliothèques de lecture publique).

« Nous avons développé une offre numérique pour proposer ce service aux collectivités avec lesquelles nous travaillons. C'était devenu nécessaire pour répondre aux marchés publics. Je n'ai pas les chiffres précis en tête mais la part des ventes aux particuliers est plus qu'anecdotique. » (Une librairie-papeterie AB)

En effet, certaines médiathèques en font une condition d'obtention d'un marché :

« Nous y viendrons uniquement si c'est une condition pour répondre à un marché public de la bibliothèque de la ville. » (Une librairie spécialisée C)

Parmi les 5 librairies ayant développé cette offre :

- 3 librairies passent par leslibraires.fr ;
- 1 librairie passe par tea (the ebook alternative, proposé par Decitre) ;
- 1 librairie renvoie vers ePage via Place des Libraires.

Les libraires restent majoritairement frileux face au livre numérique :

« Ce qui nous sauve c'est le prix de l'éditeur sur le livre papier. Le jour où l'éditeur vendra du livre numérique à 4 €, nous, libraires n'aurons plus rien à récupérer, les marges seront bien trop petites. » (Une librairie spécialisée D)

« Nous avons une objection de principe vis-à-vis du numérique. Je ne fais pas ce métier pour vendre des fichiers sur Internet. Mon métier de libraire n'a de sens que dans mon magasin : constituer une offre, faire des choix, accueillir la clientèle, orienter, conseiller, échanger, animer. Je ne fais pas ce métier pour vendre du livre numérique, vraiment. » (Une librairie généraliste C)

La mise en place d'outils de sensibilisation et de veille professionnelle permettrait aux libraires de ne pas négliger cette question et de rester prêts à évoluer s'ils le souhaitent.

4. LE MAGASIN : UN OUTIL BIEN UTILISÉ

A. DES SURFACES DE VENTE MOYENNES PLUS IMPORTANTES QU'AILLEURS

La Bourgogne ne compte que peu de très grands magasins : 4 librairies dépassent les 750 m² de surface commerciale et aucune ne fait plus de 950 m².

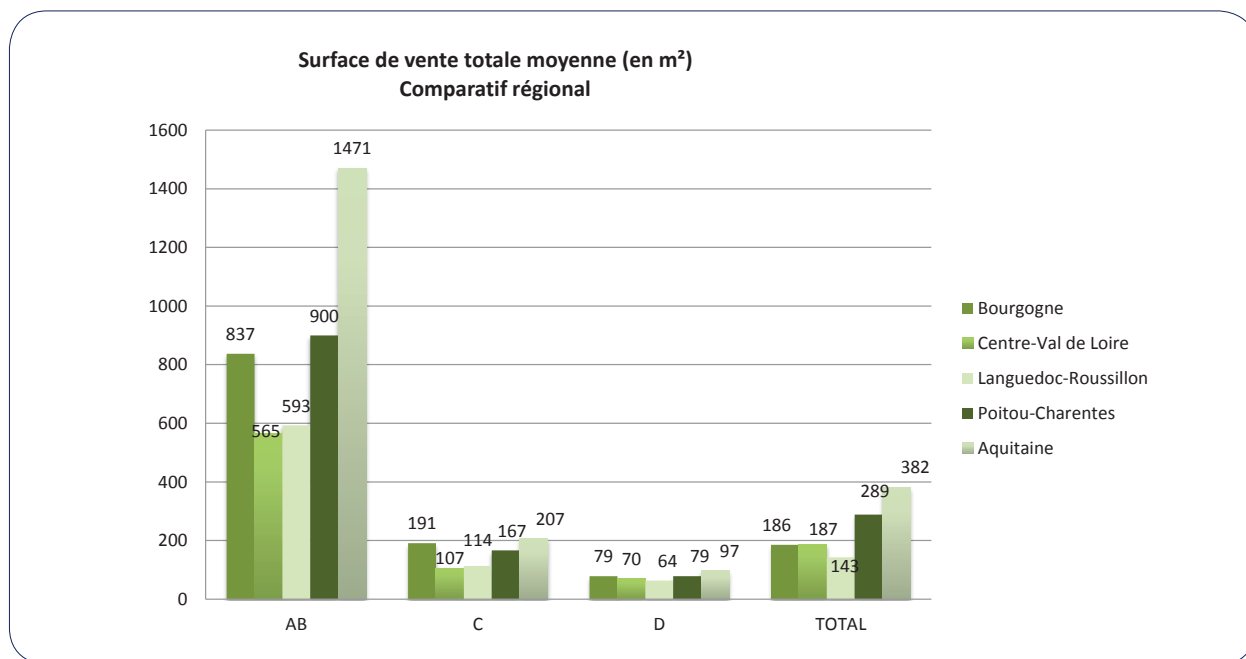
En revanche, les surfaces moyennes des autres magasins sont plutôt au-dessus des résultats obtenus dans d'autres régions : 49 % des points de vente bourguignons ont une surface totale de vente inférieure ou égale à 100 m² et 70 % une surface de vente inférieure ou égale à 150 m². Ce sont surtout les catégories C qui sont un peu au-dessus des moyennes constatées ailleurs : en France, les librairies C font en moyenne 122 m².

Catégorie	Nombre de librairies	S ² totale	S ² totale moyenne	S ² de vente livre	S ² moyenne de vente livre	% du livre sur S ² totale
AB	3	2 510	837	1 750	583	70 %
C	17	3 248	191	2 437	143	75 %
D	19	1 502	79	1 016	53	68 %
TOTAL	39	7 260	186	5 203	133	72 %

PAR COMPARAISON

En Basse-Normandie, 74 % des points de vente ont des surfaces de vente inférieures à 100 m², en région Centre-Val de Loire, 75 % des points de vente ont moins de 150 m² de surface de vente, en Rhône-Alpes, 38,2 % des points de vente ont une surface inférieure à 100 m², pourtant les surfaces moyennes par catégories de librairies sont en-dessous des surfaces constatées en Bourgogne.

La médiane (autant de librairies au-dessus que de librairies en-dessous) se situe en Bourgogne à 110 m², quand elle était située à 90 m² en Aquitaine.



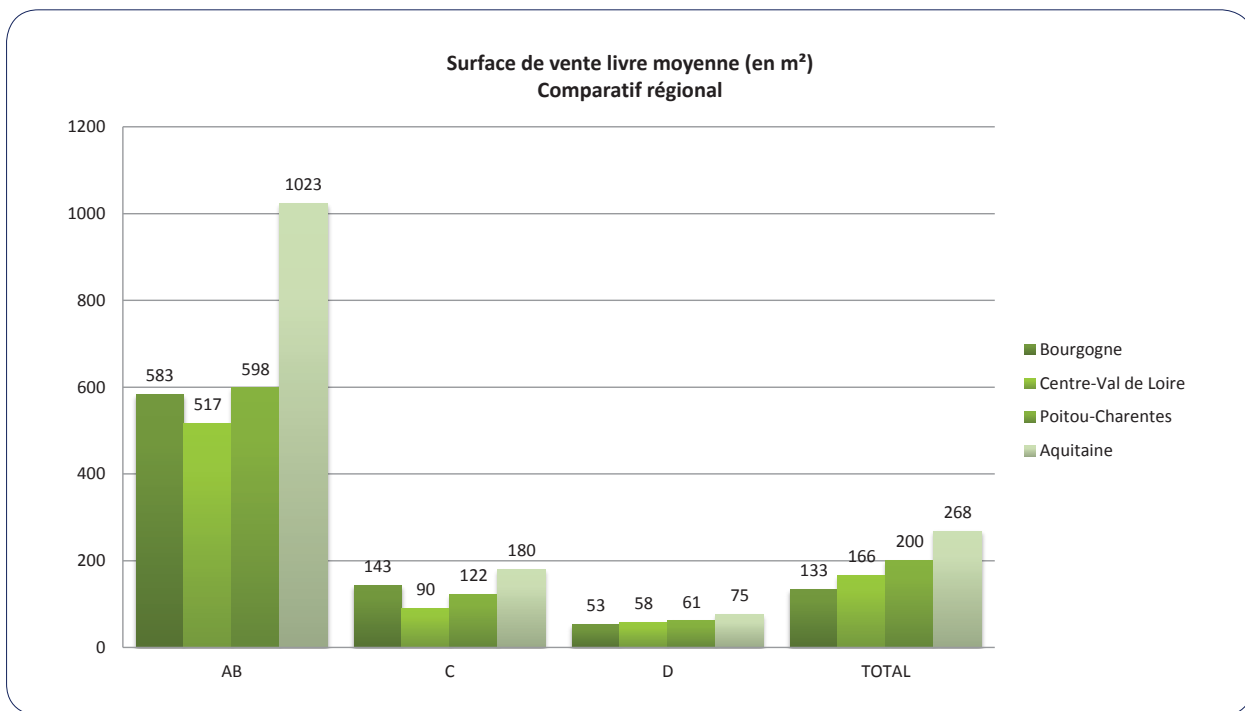
À noter : les moyennes constatées en Aquitaine sont fortement influencées par la présence de la librairie Mollat, qui est hors norme.

Il existe un rapport de 1 à 10 entre les surfaces des librairies AB et les librairies D : c'est l'écart constaté également en région Centre-Val de Loire qui compte peu de grandes surfaces. En revanche, cet écart est plus important en Poitou-Charentes (de 1 à 20 entre les plus grandes surfaces et les plus petites).

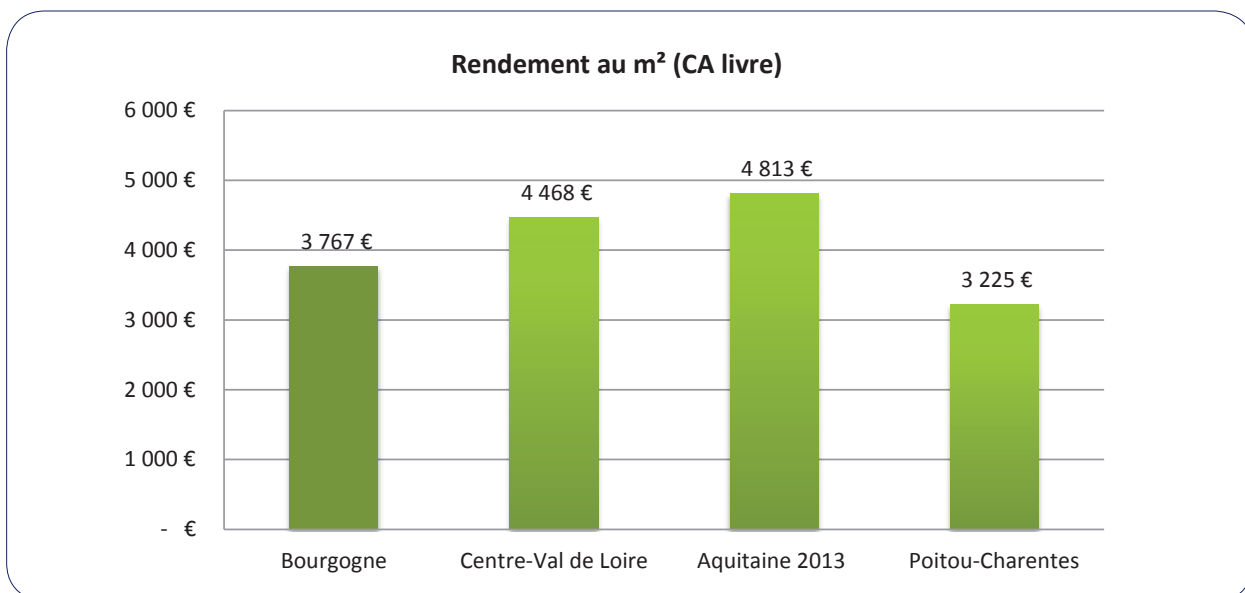
La surface de vente consacrée au livre : l'impact de la diversification pour les librairies D

Le livre occupe 72 % de la surface de vente. C'est dans la catégorie D que la proportion est la plus faible (68 %) : 3 librairies D sur 4 proposent plus de 4 autres produits que le livre à la vente. Cette forte place de la diversification occupe de fait une surface importante. Les librairies D sont plus petites (53 m² dédiés au livre en moyenne contre 70 m² au niveau national) et consacrent moins de place au livre (68 % de la surface commerciale, contre 86 % en France).

Dans l'étude sur la filière réalisée en 2014, le livre occupait 77 % de la surface commerciale des librairies bourguignonnes : bien que le périmètre de l'étude ne soit pas constant, cette évolution souligne peut-être la tendance actuelle de la librairie à ouvrir ses rayons plus largement qu'avant à d'autres produits.



B. UN RENDEMENT MOYEN



Les points de vente montrent un rendement (CA livre/surface consacrée au livre) relativement moyen comparativement aux autres régions : ce sont surtout les plus grandes librairies qui marquent le pas et particulièrement les librairies B.

LA CARTE D'IDENTITE DES LIBRAIRIES

Catégorie	CA / m ² librairie			
	Bourgogne	Centre-Val de Loire	Aquitaine (2013)	Poitou-Charentes
AB	3 941 €	4 334 €	5 499 €	3 237 €
C	4 015 €	6 063 €	3 638 €	3 291 €
D	2 875 €	2 839 €	2 746 €	2 789 €
TOTAL	3 767 €	4 468 €	4 813 €	3 225 €

Les très bons résultats obtenus en Centre-Val de Loire pour la catégorie C sont atypiques et liés à la forte présence de librairies spécialisées dans cette catégorie.

C. UNE DENSITÉ DE STOCK IMPORTANTE

(36 répondants)

Les librairies du corpus proposent en moyenne 14 295 références pour 19 669 volumes¹⁷, soit 1,37 exemplaire par référence. Pourtant, 55 % des 36 répondants ont moins de 10 000 références en stock (la médiane se situe à 11 950 volumes) : un niveau relativement plus élevé qu'ailleurs.

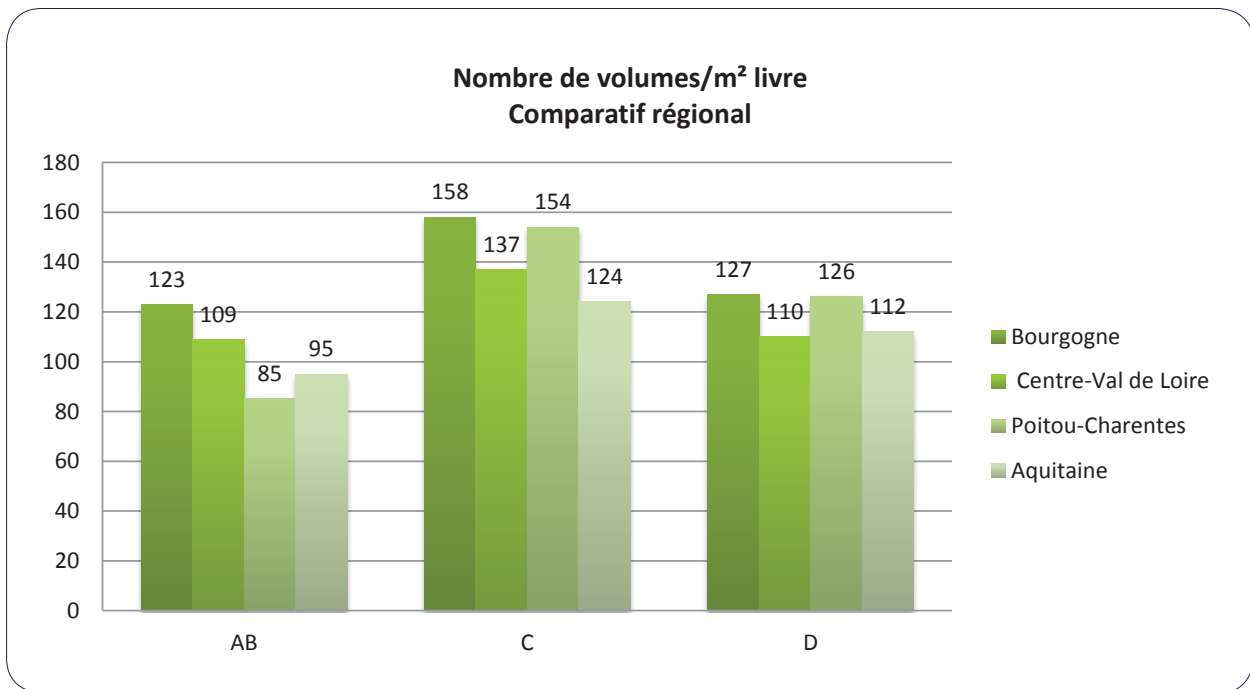
Catégorie	Nombre de librairies	Nombre de références	Moyenne	Nombre de volumes	Moyenne
AB	3	150 919	50 306	215 325	71 775
C	16	259 698	16 231	367 559	22 972
D	17	104 020	6 119	125 190	7 364
TOTAL	36	514 637	14 295	708 074	19 669

PAR COMPARAISON

En région Centre-Val de Loire, 46 % des points de vente ont moins de 10 000 références en stock, en Basse-Normandie, 71 %, en Poitou-Charentes 33 % (les librairies de cette région ont un stock particulièrement important).

Les points de vente de catégorie C ont un niveau de stock élevé, cohérent avec leur surface commerciale. Mais ce sont les librairies de catégorie AB qui montrent une densité de stock (nombre de volumes/m² dédié au livre) particulièrement élevée par rapport à d'autres régions. Les grandes librairies ont en effet généralement plus d'espace pour exposer les livres : en Bourgogne, cette catégorie maintient un niveau de stock très conséquent.

17. Il s'agit des chiffres indiqués à l'inventaire du magasin.



Les chiffres obtenus par les librairies C et D bourguignonnes se rapprochent des résultats en Poitou-Charentes, région où les stocks étaient particulièrement conséquents.

D. DES STOCKS GLOBALEMENT PEU ÂGÉS

(22 répondants¹⁸)

Les librairies AB présentent un stock particulièrement sain, puisque 92 % de ce stock a moins d'un an et aucun stock n'a plus de 2 ans. Seules les librairies D ont un stock âgé plus conséquent : 35 % a plus d'un an, et 19 % a plus de 2 ans.

La bonne gestion du stock est un élément essentiel de la stabilité financière d'une librairie. L'âge du stock est calculé à partir de la date d'entrée en stock du livre (et non de sa date de parution). Il permet de connaître la part du stock qui se vend très peu (présent dans le stock depuis plus d'un an). Trop âgé, un stock pèse énormément sur la trésorerie de la librairie et va en général de pair avec une rotation faible ; trop jeune, il indique une politique de *turn over* des stocks qui ne permet pas à des livres plus lents de trouver leur public.

3 librairies montrent des stocks de plus de 2 ans dépassant 25 % de leur assortiment. Un taux auquel il faut être vigilant.

18. Le nombre restreint de réponses exploitables est lié au fait que certains logiciels ne permettent pas d'avoir l'âge du stock et qu'il n'a pas toujours été possible d'aller consulter le stock âgé dans le logiciel de gestion.

E. UN ÉQUIPEMENT INFORMATIQUE VIEILLISSANT, MAIS DES OUTILS MAÎTRISÉS

3 librairies du corpus n'utilisent pas de logiciels de gestion de stock, une pratique devenue pourtant courante et qui permet de mieux gérer l'activité.

« Le meilleur conseil m'a été donné par un confrère libraire : "lorsque tu débutes, réserve-toi un investissement dans l'informatique. Le circuit de commercialisation est tellement complexe avec les diffuseurs" ; il faut s'informatiser, ça aide beaucoup dès les débuts. » (Une librairie-papeterie D)

Les fournisseurs sont très variés : 31 % des points de vente sont équipés avec Librisoft, 23 % avec d'autres logiciels (GMag¹⁹, GStock, Proshop, Axone, Elico, Octave), 13 % avec Médialog, 10 % avec Ellipse, 10 % avec I-Préface, 5 % avec Inférence.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 87,5 % des libraires sont informatisés et utilisent principalement Librisoft, I Préface et Médialog, en Centre-Val de Loire et en Poitou-Charentes, les librairies utilisent principalement Librisoft, Ellipse et Médialog.

Un équipement bien amorti

(37 répondants)

59 % des points de vente ont du matériel informatique de plus de 3 ans, et 45 % de plus de 5 ans. 57 % des libraires envisagent un renouvellement. Les libraires manquent souvent de ressources pour financer ce type d'investissement pourtant nécessaire à la bonne marche de l'entreprise.

Le Conseil régional de Bourgogne porte un dispositif d'aide aux équipements informatiques en direction des librairies indépendantes. Depuis 2014, la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) peut également soutenir les librairies qui souhaitent renouveler leurs équipements.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, seul 5 % du parc est considéré comme obsolète. Sur la période 2010-2014, 19 libraires ont bénéficié d'aides de la DRAC pour l'informatique, le mobilier et les sites Internet.

19. GMag est le logiciel spécifique des Gibert Joseph ; GStock est le logiciel développé par Dialogue à Brest.

Outils de pilotage de l'activité : le logiciel de stock d'abord

(37 répondants)

Seuls 5 % des libraires répondant ne suivent pas particulièrement leurs chiffres. Pour les autres, le logiciel de gestion est l'outil principal (78 %), suivi par des tableurs Excel (51 %).

« Quand j'ai repris la librairie, j'ai appris le métier avec l'ancienne libraire, pendant 6 mois je venais tous les week-ends pour me former. Et en parallèle j'ai fait une formation de gestion en cours du soir. Être libraire c'est être lecteur, manutentionnaire, gestionnaire, bricoleur. J'ai été accompagné par un très bon comptable et une banque qui me suivait bien, ils m'ont bien conseillé, notamment sur l'élaboration d'un tableau de bord sur Excel. Mon équilibre économique tient au fait que j'ai moins de 6 000 titres avec une bonne rotation. J'avais fait une simulation : avec 10 000 € de plus en stock, cela pouvait me mettre en difficulté. » (Une librairie-papeterie D)

Des outils partagés entre libraires se sont développés ces dernières années pour les aider à analyser leurs données. 10 % des libraires adhèrent à l'Observatoire de la librairie²⁰ et 18 % des libraires utilisent Datalib²¹. Un libraire utilise les outils développés dans le cadre de son groupement spécialisé Canal BD.

Outre leur capacité à appréhender les fonctionnalités des outils, les libraires soulignent parfois le manque de temps dont ils disposent pour structurer leurs tableaux de bord de suivi :

« La librairie était sur l'Observatoire la première année ; j'ai arrêté, trop coûteux et je n'ai pas le temps d'exploiter cet outil. Pour calculer les rotations, je me pose, mais je ne peux pas plus ; j'aimerais affiner mais je n'ai pas le temps. » (Une librairie-papeterie AB, à propos de l'Observatoire du SLF)

Les bases de données : Dilicom et Amazon avant tout

L'accès à une base de données professionnelle regroupant l'ensemble des métadonnées concernant le livre est une nécessité à la fois pour transmettre les commandes, mais également pour se renseigner sur la disponibilité des titres. 97 % des 37 répondants ont recours à Dilicom, gestionnaire du Fichier Exhaustif du Livre, source de la plupart des bases de données proposées via les logiciels de gestion.

En revanche, seuls 22 % des libraires sont abonnés à Electre, base payante gérée par le Cercle de la Librairie.

Amazon reste donc la 2^e base la plus consultée (62 % des libraires), suivie par la base de Decitre (41 %).

Les librairies spécialisées ont recours à des ressources propres à leur spécialisation : Ricochet pour la jeunesse ; Manga news, Bédéthèque, Comic vine, BD Gest, BD Century pour la BD.

3 librairies qui ont un site en marque blanche sur leslibraires.fr utilisent le site pour effectuer des recherches bibliographiques.

20. Le Syndicat de la librairie française a développé un outil de suivi économique qui permet aux libraires volontaires de partager leurs données afin d'analyser de façon comparée leurs résultats : www.observatoiredeلالibrairie.com

21. Datalib est un outil de veille partagée sur les ventes au titre : www.datalib.net

F. LE MOBILIER : UN RENOUVELLEMENT À PETITS PAS

(37 répondants)

75 % des librairies possèdent un mobilier de plus de 5 ans et pour 49 % d'entre elles, il date même de plus de 10 ans. En réalité, les librairies qui ont pu renouveler récemment le mobilier l'ont fait dans le cadre d'un déménagement, d'une reprise ou d'une création. Très peu de librairies (3 sur 37) l'ont fait dans le cadre d'investissements courants, hors épisode de changement.

Cette faible proportion indique, comme pour l'informatique, à quel point les libraires sont en difficulté pour investir régulièrement dans leur outil de travail.

46 % des libraires envisagent néanmoins un renouvellement partiel ou total de leur mobilier.

49 % des librairies envisagent également des travaux de rénovation : ces projets concernent principalement la vitrine et l'électricité, l'éclairage. Une seule extension est prévue.

5. L'EMPLOI : DES EQUIPES JEUNES

A. DES EFFECTIFS MOYENS DANS LA NORME

Les 39 librairies du corpus représentent 181 emplois pour 166 équivalents temps plein (ETP).

L'ETP moyen est de 4,3 par entreprise. La moitié des librairies comptent moins de 2,5 ETP.

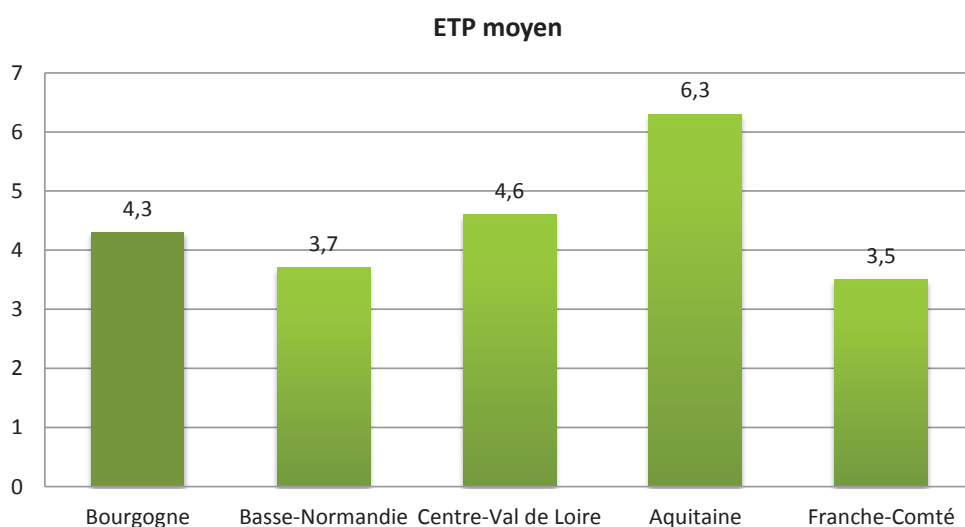
Les écarts sont importants, puisque 34 % des emplois sont concentrés dans les 3 librairies AB. Ce sont ces librairies qui expliquent l'écart constaté avec la Franche-Comté par exemple, dont les grandes librairies sont faiblement employeuses.

21 % des structures reposent uniquement sur le gérant : ce sont toutes des librairies de catégorie D.

Catégorie	Nombre de librairies	TOTAL emploi	Total ETP	Moyenne ETP
AB	3	60	57	19
C	17	85	76	4,5
D	19	36	33	1,7
TOTAL	39	181	166	4,3

PAR COMPARAISON

Les résultats sont tout à fait similaires à ceux obtenus en Centre-Val de Loire, en Rhône-Alpes, l'ETP moyen est de 4,1.



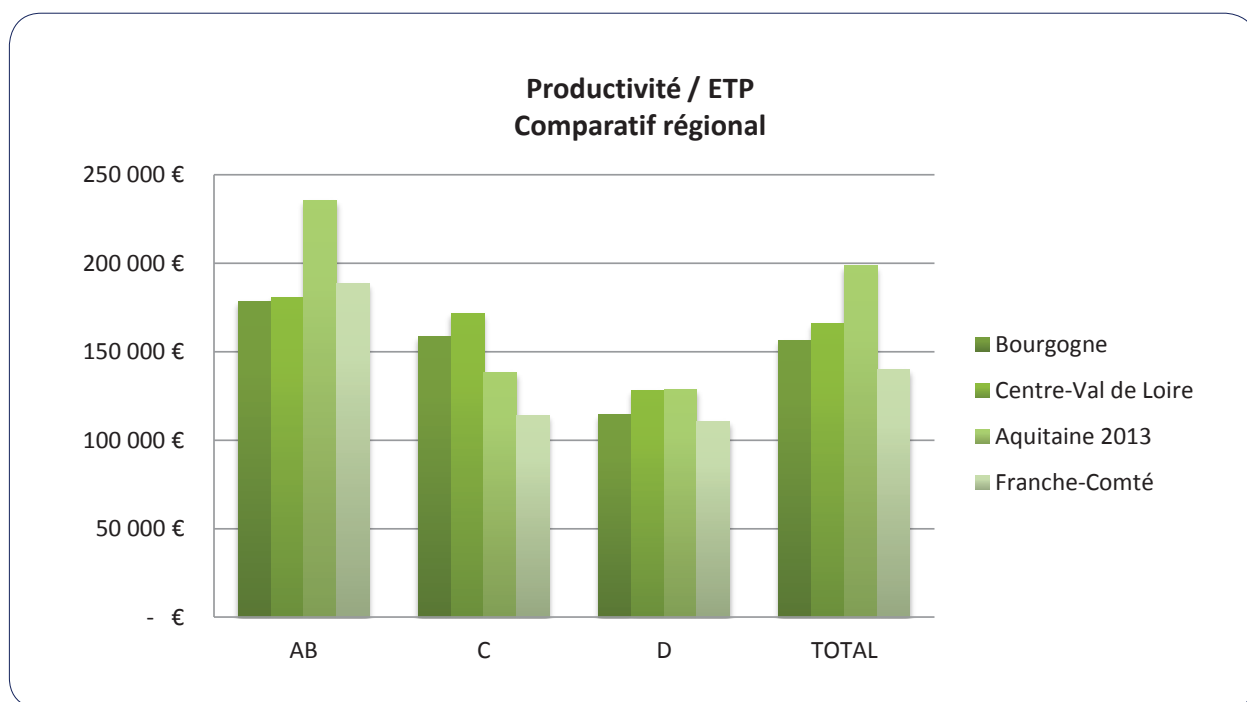
L'ETP moyen en Aquitaine est fortement influencé par la présence de la librairie Mollat : les catégories C et D de librairies sont plus proches des moyennes constatées ailleurs.

B. LA PRODUCTIVITÉ

Avec 156 568 € en moyenne par ETP, la productivité des librairies de Bourgogne est dans la norme basse de la profession : le seuil des 150 à 160 000 € de CA nécessaires au financement d'un poste est tout juste atteint. 2/3 des librairies AB atteignent à peine ce seuil.

Ce sont finalement les librairies spécialisées BD qui s'en tirent le mieux avec un CA moyen/ETP de 241 392 €. Les maisons de presse sont les plus en difficulté, avec un CA/ETP de 84 404 €.

Catégorie	Nombre	ETP total	CA/ETP
AB	3	57	178 452 €
C	17	76	158 671 €
D	19	33	114 643 €
TOTAL	39	166	156 568 €



C. ÊTRE GÉRANT, UN INVESTISSEMENT CONSÉQUENT

(29 répondants)

LE GÉRANT TYPE

- Âge moyen : 46 ans
- 70 % de non-salariés
- Rémunération moyenne nette annuelle : 18 731 €
- 31 % se payent moins de 12 000 € nets par an
- 86 % sont devenus libraires à l'occasion d'une reconversion professionnelle (mais 23 % parmi eux avaient déjà eu une expérience professionnelle dans le livre)
- 46 % ont suivi une formation pour la création ou la reprise de leur magasin
- 47 % déclarent travailler 55 heures ou plus par semaine.

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, les gérants ont 50 ans en moyenne, en Poitou-Charentes, 53 ans, en Auvergne, 47 ans, en Basse Normandie, 50 % des gérants ont plus de 50 ans.

Devenir libraire, un métier

Gérer une librairie relève bien souvent d'une vocation seconde, fruit d'une reconversion professionnelle. Tous les parcours mènent à la librairie et les gérants rencontrés dans le cadre de cette étude venaient pour certains de l'enseignement, de la recherche, de la fonction publique territoriale, du social, de la santé, de la communication, de l'agriculture, de l'artisanat, de l'industrie, du négoce, du tourisme, etc.

« Je dis souvent que je ne suis pas un libraire mais un lecteur qui a acheté une librairie. C'est parce que j'ai travaillé dans un autre secteur auparavant que j'ai eu de quoi investir dans une librairie. » (Un gérant de librairie-papeterie D)

Les spécificités du travail en librairie sont parfois mésestimées et demandent en tous les cas un apprentissage qui peut se faire notamment à travers des stages dans d'autres librairies en amont du projet de création ou de reprise.

« Je viens de l'industrie. J'ai mis du temps à comprendre certains traits du commerce du livre. Par exemple, dans l'industrie, on peut jouer sur les quantités pour négocier ses achats auprès des fournisseurs. La marge de négociation est beaucoup plus faible pour le livre. Autre exemple, je ne suis pas encore sûr d'avoir bien compris pourquoi j'ai besoin de 1 ou 2 mois de stock sur des nouveautés qui peuvent être livrées en 3 jours. La notion de flux n'est pas la même. Le fait de devenir commerçant m'a fait changer mon propre mode de consommation. Je suis devenu attentif aux commerces indépendants, je suis devenu un consommateur responsable d'une certaine façon. » (Un gérant de librairie spécialisée D)

Les libraires qui ont pris le temps de se former spécifiquement au métier en ressentent l'intérêt, qui dépasse le simple apprentissage technique en permettant de créer un réseau de solidarité et d'échanges, dans un domaine d'activité relativement solitaire.

« J'ai suivi une formation à l'Institut national de formation de la librairie (INFL) Création et Reprise de librairie : nous étions 16 stagiaires. Il y avait 15 projets, et à ce jour on compte déjà 7 ouvertures. On se suit, on se donne des nouvelles, on aimerait essayer de se retrouver à l'occasion d'une formation. » (Un gérant de librairie-papeterie D)

Le temps, un vrai investissement

L'un des aspects prépondérants est l'investissement en temps, dans un commerce qui rapporte peu de bénéfices nets. La plupart des gérants rencontrés estiment un temps hebdomadaire de travail très conséquent. En outre, les gérants prennent souvent peu de congés. Cette question est apparue fortement au fil de l'enquête, elle ne figurait pas dans le questionnaire initial. Elle a néanmoins été posée à 17 gérants (10 D et 7 C). Si 5 gérants arrivent à prendre entre 4 et 5 semaines de vacances par an, il apparaît que 7 gérants ne prennent pas plus de 10 jours et que 3 gérants ne prennent pas plus de 3 jours de congés dans l'année.

« Quand on vend de la presse, il ne faut pas fermer une seule journée dans l'année. Cela coûterait plus cher de fermer que de rester ouvert. Tous les jours, on est livré et donc facturé. » (Une maison de presse D)

Un libraire soulève avec pertinence la question de la mutualisation de poste, permettant, à l'instar de ce que les libraires d'Auvergne ont réalisé²², de partager un poste de libraire suppléant aux absences :

« Pourquoi ne pas créer dans la région un GIE permettant de mutualiser un emploi, un poste de libraire volant ? Cela s'est fait dans d'autres régions, je trouve que c'est une très bonne idée. Je travaille seule à la librairie, je ne peux pas embaucher. Si je pouvais prendre un remplaçant sur facture, je partirais par exemple plus souvent en vacances pour quelques jours. » (Un gérant de librairie généraliste D)

D. REGARD SUR LES ÉQUIPES

Seules les données des librairies C et D ont pu être exploitées. Elles correspondent à 71 emplois.

Des équipes renouvelées et plutôt jeunes

90 % des contrats salariés sont des CDI et 8 % des contrats d'apprentissages. 15 salariés sur 65 (23 %) travaillent à temps partiel.

Les salariés (hors apprentis) sont en moyenne depuis 11 ans dans l'entreprise (la médiane est située à 10 ans). 13 % d'entre eux sont présents depuis plus de 20 ans.

51 % des personnels sont depuis moins de 10 ans dans l'entreprise, alors même que les librairies sont plutôt anciennes en majorité : cela souligne un renouvellement régulier des équipes qui est plutôt positif, en ce qu'il permet d'apporter des compétences neuves et un regard renouvelé sur le magasin.

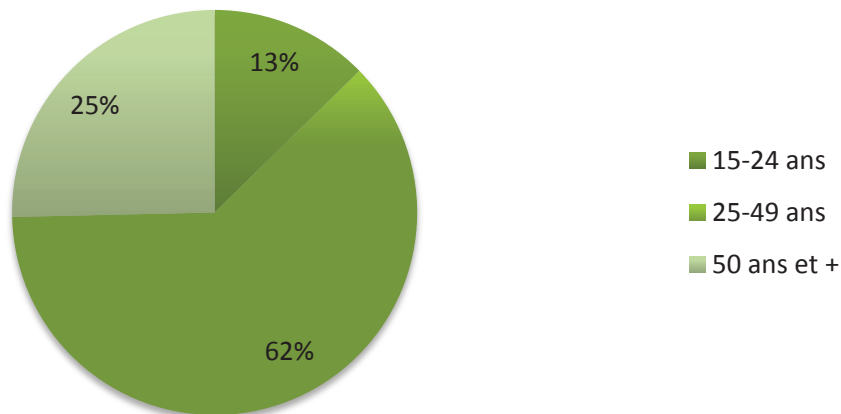
PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, les salariés sont en moyenne depuis 13 ans dans l'entreprise et 24 % d'entre eux depuis plus de 20 ans.

La part des libraires plus âgés est relativement faible (25 % de plus de 50 ans), et la moyenne d'âge (40 ans en comptant les apprentis) est légèrement plus jeune que celle observée dans les autres régions. 32 % des salariés (apprentis compris) ont moins de 35 ans.

22. Le GECLA est un groupement d'employeurs à destination de la chaîne du livre et plus particulièrement des libraires.

Répartition des salariés par tranche d'âge



PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, les salariés ont 43 ans en moyenne et 26 % ont moins de 35 ans, en Rhône-Alpes, les salariés ont 50 ans en moyenne et 17 % ont moins de 40 ans, en Aquitaine, 38 % des salariés ont moins de 35 ans.

Des libraires peu formés initialement au métier

(65 réponses)

23 % seulement des libraires viennent d'une formation initiale relative aux métiers du livre (17 % sans réponse) : c'est un taux assez faible, malgré la présence d'un Master professionnel Métiers du livre à Dijon. Pour une part, cela s'explique sans doute par le manque d'attractivité de villes de taille moyennes voire petites, un constat partagé dans d'autres régions.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 23 % des salariés ont suivi une formation initiale aux métiers du livre, en Centre-Val de Loire, 29,5 % des salariés ont suivi une formation initiale aux métiers du livre, en Rhône-Alpes, ils représentent 40 % des effectifs, en Aquitaine 47 %.

18 % des gérants expriment à ce sujet des difficultés à recruter du personnel.

« L'année dernière, j'ai recruté sur un poste de libraire. Je recherchais une personne expérimentée, avec l'idée qu'elle puisse s'investir à mes côtés dans la programmation et l'animation de rencontres. Cela m'aurait permis de souffler un peu et de dégager du temps pour d'autres choses. Je n'ai pas trouvé ce profil d'adjoint. Nous ne sommes pas dans une grande ville attractive, je me l'explique aussi par ça. » (Une librairie généraliste C)

« Plusieurs libraires ont été embauchés à la suite d'un stage à la librairie. C'est devenu un mode de recrutement fréquent. Sur d'autres postes comme les postes de caisse, j'ai arrêté de passer par Pôle emploi. Je suis passé par leboncoin.fr : en une après-midi, j'avais 40 CV avec des profils intéressants. » (Une librairie-papeterie, AB)

Un gérant souligne également combien il devient difficile parfois de mobiliser des salariés dans des entreprises de petite taille demandant un investissement personnel sans doute plus important qu'ailleurs :

« Nous rencontrons tous les mêmes difficultés dans le recrutement, qui ne sont pas propres à la librairie, je pense. Le rapport au travail a changé, les motivations ont changé. Il devient difficile de trouver des gens prêts à s'investir comme on le fait, à rester en soirée pour les rencontres, à faire ce genre de petits extras. » (Une librairie généraliste C)

Des salaires peu motivants

Le métier de libraire demande d'être passionné, car il est vrai que les niveaux de rémunération sont bien souvent faibles.

Ainsi, pour 33,25 heures travaillées par semaine en moyenne (hors contrat d'apprentissages et contrats de direction), le salaire mensuel net moyen est de 1 347 € (54 réponses). Il est même de 1 131 € en moyenne pour les libraires employés dans des librairies D.

Le poste de vendeur en librairie isolé des autres postes (vendeur papeterie, responsable de magasin, metteur à part, hôte de caisse, etc.) donne en moyenne 1 273 € de salaire mensuel net pour un temps de travail hebdomadaire moyen de 33,25 heures (39 réponses).

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, le salaire moyen mensuel net en librairie est de 1 338 €, tout comme celui constaté en Poitou-Charentes.

Le salaire moyen mensuel en 2014 en Bourgogne¹ était de 1 532 €, un niveau plus faible que dans les autres régions françaises.

Au 1^{er} janvier 2017, le montant du Smic net mensuel était de 1 149 €.

1. Données Insee : www.insee.fr/fr/statistiques/1292067

L'accueil d'apprentis et de stagiaires

26 % des librairies accueillent des apprentis en contrat d'apprentissage de vendeur en librairie ou de vendeur en papeterie, un résultat plutôt intéressant. Le recours aux stagiaires est encore plus important (61 % des librairies).

PAR COMPARAISON

En Rhône-Alpes, 4,8 % des contrats sont des contrats d'apprentissage.

6. LA FORMATION CONTINUE : UN CHANTIER A CREUSER

Seuls 10 gérants ou directeurs (soit 25 % du corpus) disent proposer à leurs salariés des formations continues. En outre, 19 gérants (49 % du corpus) n'expriment aucun besoin de formation pour eux-mêmes ou leurs équipes.

Ces taux plutôt bas comparativement aux autres régions interpellent d'autant plus qu'au cours des trois dernières années (2014-2016), le CRL Bourgogne a organisé plusieurs formations décentralisées en partenariat avec l'INFL et un organisme de formation situé dans la région : négocier ses achats ; répondre à un appel d'offres ; maîtriser les flux et les stocks ; manager une équipe.

Ces stages ont réuni un total de 25 stagiaires pour 6 journées de 7 heures.

En 2016, le CRL avait envoyé aux libraires un questionnaire « Formations : vos besoins » afin de recenser ces besoins. Les réponses apportées à ce questionnaire ainsi que les besoins recueillis à l'occasion de cette étude permettent de lister les sujets suivants comme prioritaires :

1) Maîtriser les techniques de vente
2) Fidéliser sa clientèle
3) Animer une rencontre
4) Maîtriser les flux et les stocks
5) Gestion
6) Concevoir des animations
7) Vendre des livres par Internet
8) Prendre la parole en public
9) Savoir exploiter toutes les fonctionnalités de son progiciel

7. L'ACTIVITE : PANIER MOYEN, LA VENTE AUX COLLECTIVITES

A. LE PANIER MOYEN

Le panier moyen (21,84 €) est au-dessus du panier moyen national (17 € au premier trimestre 2017²³), mais il est déclaratif et peut-être légèrement surévalué. Il reste raisonnable au regard des paniers moyens déclarés dans d'autres études régionales.

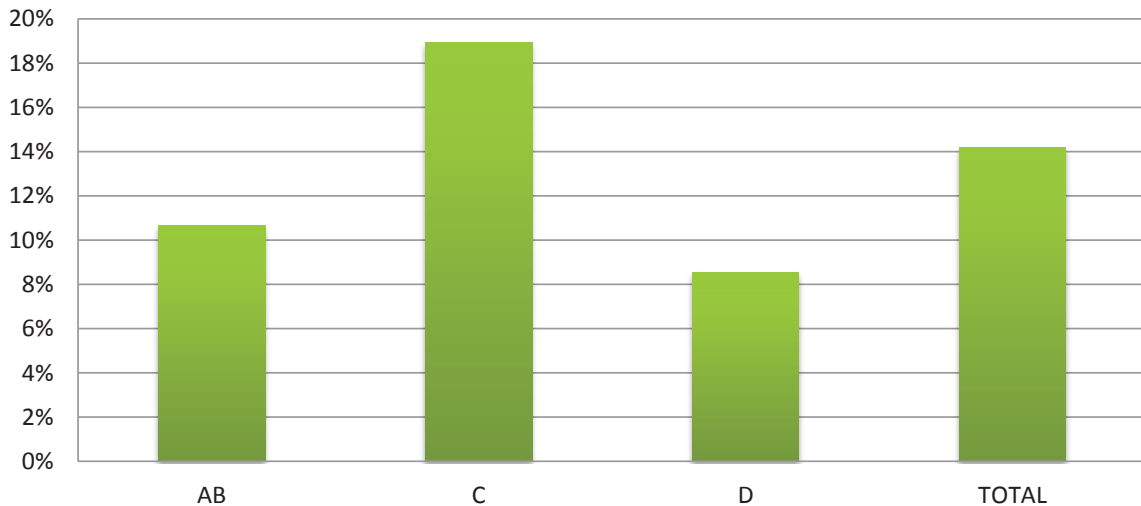
Un nombre important de librairies n'ont pas su indiquer leur panier moyen, ratio pourtant intéressant d'analyse de l'activité.

	Montant du panier moyen annuel			
	AB	C	D	TOTAL
< 15 €	1		2	3
de 15 à 20 €		4	4	8
De 20 € à 25 €	1	5	1	7
> 25 €		6	1	7
non exprimé	1	2	11	14
TOTAL	3	17	19	39
Record	23,28 €	27,10 €	35 €	
Moyenne	19,14 €	22,19 €	20,04 €	21,84 €

B. LA VENTE AUX COLLECTIVITÉS : UNE PART TRÈS RAISONNABLE

La vente aux collectivités pèse 3 681 909 € de CA des librairies du corpus : cela représente 18,8 % du CA livre et 14,2 % du CA total. Ce taux est plutôt satisfaisant car il ne dépasse pas un seuil (estimé dans la profession à 20 % en moyenne) au-delà duquel la rentabilité globale de la librairie peut être mise en difficulté. Les librairies AB ont un taux particulièrement bas de vente aux collectivités, qui peut s'expliquer en partie par le poids que représentent les autres produits : les collectivités représentent pour cette catégorie de librairie 15,6 % du CA livre uniquement.

Poids du CA collectivités sur le CA total



PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, la part des ventes aux collectivités représente 12 % du CA livre (mais il manque le CA pour les librairies A), en Centre-Val de Loire, 20,8 % du CA livre, en Aquitaine, 27 % du CA livre (ce taux s'explique par la politique offensive de la librairie Mollat sur les collectivités ainsi que par la présence d'une librairie scolaire importante), en Rhône-Alpes, 15,6 % du CA livre.

Pour 7 librairies (1 C et 6 D), le tableau de saisie du compte de résultat ne fait pas apparaître de facturation. Il s'agit d'une absence d'information plutôt que d'une absence réelle de ventes à terme : 95 % des librairies du corpus ont en effet répondu travailler avec des collectivités (bibliothèques ou écoles principalement).

Lorsqu'on retire ces 7 librairies du corpus, la part de facturation représente alors 20,6 % du CA livre pour les librairies concernées, les librairies C atteignant 25,8 %.

26 % des librairies du corpus ont un CA collectivités représentant plus de 20 % du CA livre généré. Pour 7 d'entre elles, cela atteint des taux inquiétants (58 % sur le CA livre et 53 % sur le CA total pour une librairie C).

51 % des libraires répondent à des marchés publics formalisés

Et 90 % d'entre eux les obtiennent, principalement dans leur commune ou leur département. Aucune librairie ne travaille pour une collectivité située en dehors de la région. Les librairies D se positionnent peu sur les marchés formalisés. La refonte du Code des marchés publics de juillet 2015, dont le décret d'application date du 1^{er} avril 2016, en

relevant à 90 000 € le seuil de dispense de formalisation pour les achats de livre neufs destinés au prêt public, va sans doute rebattre les cartes et permettre à de plus petits commerces de travailler avec de plus grosses collectivités.

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire, 100 % des librairies du corpus travaillent avec des collectivités, dont 67 % répondent à des marchés formalisés, en Basse-Normandie, 57 % des libraires répondent à des marchés publics formalisés, en Rhône-Alpes, 85 % des libraires travaillent avec des collectivités.

Le livre scolaire

Pour rappel, en 2004 le Conseil régional de Bourgogne avait mis en place la gratuité des manuels scolaires pour tous les lycéens des filières générale, technologique et professionnelle. Les librairies s'étaient fortement mobilisées contre ce dispositif qui a eu des conséquences sur leur activité, avec une baisse significative du chiffre d'affaires pour certaines d'entre elles.

Aujourd'hui, l'essentiel du marché du livre scolaire semble échapper aux libraires de la région en raison du *dumping* opéré par les grossistes sur les rabais consentis. Néanmoins, 59 % des librairies travaillent le livre scolaire à la commande (ils étaient 35 % en Centre-Val de Loire). Nous ne disposons malheureusement pas d'éléments chiffrés sur le poids du livre scolaire dans le CA.

Le livre scolaire n'est pas concerné par la loi sur le prix unique du livre : les revendeurs peuvent donc pratiquer le prix de vente qu'ils souhaitent et les rabais consentis par les fournisseurs aux établissements sont souvent importants, alors même que la remise moyenne consentie par les diffuseurs sur ce type d'ouvrage atteint au maximum 31 % et plus souvent 25 % : les ventes génèrent une marge extrêmement faible pour les libraires.

Dans la région, 1/3 des librairies consentent 15 % de remise ou moins, mais 20,5 % des librairies font plus de 20 % de remise aux établissements.

« Nous pratiquons des rabais différents selon la localisation de l'établissement : la librairie fait un rabais de 20 % pour les établissements de la ville, 15 % pour les établissements extérieurs. » (Une librairie généraliste C)

« En scolaire, nous ne répondons plus aux marchés depuis longtemps, on ne peut plus s'aligner sur des rabais de 26 %. » (Une librairie-papeterie AB)

« J'ai arrêté de travailler avec le lycée qui exigeait 26 % de remise sur le livre scolaire ; je l'ai fait trois années de suite, puis j'ai arrêté ; je continue pour les écoles de proximité, avec tout de même 20 à 21 % de rabais. » (Une librairie généraliste D)

Les collectivités, une stratégie assumée

5 librairies consacrent un poste salarié à la gestion des collectivités (2 AB et 3 C). Néanmoins, il ne s'agit pour aucune des librairies d'un poste à temps plein ni d'un poste exclusivement dédié. Il peut être rattaché au service de réception et, pour une librairie, au service d'expédition et de vente en ligne.

La moitié des librairies souhaitent simplement maintenir le CA collectivités, mais 1/3 souhaitent le développer.

« Pour les ventes aux collectivités, je ne fais rien, je n'ai jamais démarché personne, mais j'ai pu monter jusqu'à 45 % du CA ; aujourd'hui ça s'est réduit tout seul avec l'érosion des budgets d'acquisition des collectivités. » (Une librairie généraliste C)

« Les marchés publics, ça n'est pas qu'une simple relation fournisseur-acheteur. Bien sûr, la vente aux collectivités génère du chiffre d'affaires. Mais ça permet aussi à la librairie de développer des partenariats avec des bibliothèques, des écoles, sur des projets d'animation, des accueils de classe, des ateliers, etc. »
(Une librairie spécialisée C)

« Ce serait bien d'avoir des marchés fixes avec nos collectivités locales ; ce serait aussi une façon de dire à un possible repreneur que le commerce peut s'appuyer sur une activité régulière avec ces collectivités. »
(Une librairie-papeterie D)

La déclaration Sofia

79 % des libraires disent déclarer leurs factures à la Sofia²⁴. Ce taux peut paraître étonnant comparé à ce que l'on constate dans d'autres études régionales. En effet, depuis quelques années, on assiste un peu partout en France à une baisse des déclarations Sofia. Les libraires arguent souvent de la réduction de marge et de rentabilité de l'activité et semblent perdre de vue l'objectif de cette loi (la rémunération des auteurs au titre du droit de prêt). Rappelons que le reversement à la Sofia est une obligation légale passible d'amende lourde.

« Ça ne devrait pas être à nous de payer cette taxe. Pourquoi prendre sur la marge de la librairie ? 6 % pour les librairies importantes, ça n'est peut-être pas grand-chose, encore que... mais pour les petits points de vente, c'est beaucoup. » (Une maison de presse D)

24. La Sofia est l'organisme collecteur agréé pour la gestion du reversement dû au titre du droit de prêt (les 6 %). Tout achat de livres pour une bibliothèque de prêt donne lieu à une double déclaration, par le revendeur (le libraire) et par l'acheteur (la médiathèque).



D /
LA VIE
DE LA
LIBRAIRIE

I. L'ORGANISATION DES ACHATS

A. DES CONDITIONS COMMERCIALES CORRECTEMENT NÉGOCIÉES

44 % des librairies du corpus déclarent être en niveau 1²⁵ auprès de leurs fournisseurs. 46 % déclarent être en niveau 2.

85 % des libraires travaillent les offices « à façon » ou en notés : ils ne reçoivent plus d'envoi systématique des nouveautés mais choisissent titre à titre avec le représentant le nombre d'exemplaires qu'ils souhaitent recevoir.

Les libraires fonctionnent de moins en moins en offices systématiques, signe d'une reprise en main de leur politique d'achat. Cette tendance se retrouve un peu partout en France. Néanmoins, dans la région, 5 librairies D et 1 librairie C reçoivent un office systématique. Les plus petits points de vente n'ont pas toujours la capacité de négocier fermement leurs conditions, en revanche la librairie C concernée a volontairement choisi cette option, car elle souhaite travailler le moins possible avec les représentants.

Les remises

(29 répondants)

La remise moyenne globale est de 35,39 % (un taux identique à celui obtenu en Centre-Val de Loire). Ces taux s'échelonnent de 30,07 % à 40 %. Hors livre scolaire, les librairies qui obtiennent les meilleures remises fournisseurs sont des librairies spécialisées BD ou jeunesse (de 42 à 45 %).

	Remise moyenne globale fournie par le logiciel (29 répondants)			
	AB	C	D	TOTAL
30 % > 33 %	0	1	6	7
33 % > 35 %	0	2	5	7
35 % > 37 %	0	5	2	7
37 % > 39 %	1	4	0	5
39 % > 40 %	0	3	0	3

19 librairies (49 % du corpus) déclarent avoir de la part de certains fournisseurs 40 % de remise et plus. 8 librairies, toutes des D, n'ont pas plus de 37 % de remise auprès de leur meilleur fournisseur.

Les dépôts

54 % des librairies ne prennent jamais ou ponctuellement des ouvrages en dépôt, mais pour l'autre moitié, et quelles que soient les catégories de librairies, c'est une pratique régulière.

25. Chaque diffuseur organise son portefeuille de clients en les catégorisant par niveau (1 et 2 généralement) : le niveau dépend notamment du CA réalisé et de la profondeur de l'offre. Le point de vente obtient des conditions commerciales plus avantageuses et une information plus complète lorsqu'il est en niveau 1.

B. DES RETOURS CONSÉQUENTS

(29 répondants)

Le taux moyen de retour est de 26,6 %. Il est déclaratif pour la plupart des répondants. Néanmoins il est relativement élevé : pour les 2/3 des répondants, il dépasse même le taux moyen national, atteignant pour 4 libraires plus de 40 % (4 librairies D). Un taux qui doit alerter les libraires sur leur façon d'acheter ; rappelons en outre que les frais de retours sont à la charge du libraire.

PAR COMPARAISON

**En Centre-Val de Loire, le taux est de 20,8 %,
en Aquitaine de 25 %.**

Au niveau national, il était de 24 % au 2^{ème} trimestre 2016¹.

1. « Un marché du livre sain », Livres Hebdo 25/08/2016

28 % des libraires font des retours régulièrement (tous les jours, une fois par semaine ou tous les 15 jours). 38 % font des retours mensuels.

C. LES ÉDITEURS DE LA RÉGION

25 librairies estiment entretenir des liens privilégiés avec des éditeurs de la région. La plupart des librairies disent travailler avec 5 à 10 maisons d'édition. L'éditeur qui est cité le plus souvent : les éditions de l'Armançon, qui publient des ouvrages en lien avec la région. Pour la plupart des libraires, dès lors que le catalogue d'un éditeur n'est pas « régionaliste », la question de l'appartenance à un même territoire régional ne se pose pas particulièrement, même si plus localement, des liens forts peuvent se nouer.

D. LE TRANSPORT

Du fait de l'organisation particulière de la chaîne commerciale du livre (système d'offices et de retours, centralisation des stocks distributeurs), la bonne gestion des flux physiques est essentielle à la maîtrise des coûts et à la capacité de satisfaire le client.

La question du transport s'est trouvée grandement améliorée par la mise en œuvre depuis 2010 du Plan national de transport organisé par la CLIL²⁶ : 3 transporteurs par zones géographiques sont agréés chaque année et les tarifs sont négociés par la CLIL pour l'ensemble des libraires.

En Bourgogne, 62 % des librairies passent par ce système qui s'appuie sur la plateforme interprofessionnelle Prisme, permettant de grouper les flux aller et retour. Ce taux relativement bas (dans la plupart des régions, rares sont les

26. La Commission de liaison interprofessionnelle du livre gère le plan transport pour l'ensemble du territoire.

libraires qui ne passent pas par Prisme) s'explique par la présence de coursiers : 7 librairies travaillent par exemple avec le Coursier 63 Arnaud Freyssinge qui couvre toute la façade ouest du territoire sur les départements de la Nièvre et de la Saône-et-Loire.

« Ce qu'on aime bien avec le coursier, c'est qu'on a un référent pour toute question de transport. Il va chez tout le monde toutes les semaines sur son scooter, pour nous c'est idéal, ça nous évite de multiplier les canaux de transport pour la petite édition. Ça nous laisse une grande marge de manœuvre. » (Une librairie généraliste C)

Les 4 départements n'appartiennent pas à la même zone du plan transport Clil au départ de la plateforme Prisme. Les librairies font donc appel à des transporteurs différents : XP-Heppner (9 librairies) ; Géodis-Calberson (10 librairies) ; Besson (4 librairies).

Enfin, les librairies Gibert Joseph ont organisé leur propre système de transport à partir d'un stock commun à l'ensemble des magasins.

Des livraisons très régulières

49 % des libraires se font livrer 3 fois par semaine ou plus et 33 % des libraires 4 ou 5 fois par semaine : c'est moins que les taux constatés en Poitou-Charentes et Centre-Val de Loire.

Plus les librairies sont importantes, plus elles se font livrer souvent.

« Je suis livré 2 fois par semaine, je reçois rarement les nouveautés le jour de leur mise en vente. Compte tenu de la taille de ma librairie, je ne vois pas comment faire, augmenter la fréquence de livraison n'aurait pas beaucoup de sens. » (Une librairie généraliste D)

2. LES SERVICES CLIENTS

A. UNE AMPLITUDE D'OUVERTURE DE MAGASIN TRÈS VARIABLE

48 % des librairies du corpus ouvrent 5 jours par semaine et 1/3 des points de vente 6 jours ou plus. Une seule librairie est ouverte 7 jours sur 7 tout au long de l'année.

7 librairies ouvrent tout ou partie du dimanche tout au long de l'année. Sur les 5 librairies ouvertes le dimanche matin, 4 vendent de la presse. Les 2 librairies ouvertes le dimanche toute la journée sont situées sur des sites touristiques : Beaune et Vézelay. Une librairie, elle-même située sur un site touristique (Cluny), ouvre le dimanche uniquement l'été, en juillet et août.

« Je suis persuadé que si nous voulons maintenir ou développer notre CA à l'avenir, il va falloir ouvrir le dimanche et avoir des amplitudes horaires plus importantes. C'est à nous de faire l'offre d'ouverture pour que le client vienne. Il y a des lundis par exemple, où je travaille mieux que le samedi, l'activité d'un jour à l'autre et d'une semaine sur l'autre devient de moins en moins régulière, prévisible... L'ouverture le dimanche ne marchera que si 70 % des commerces s'y mettent. » (Une librairie-papeterie AB)

74 % des librairies du corpus ouvrent de 1 à 4 dimanches par an, en décembre.

L'amplitude horaire moyenne d'ouverture est de 46 heures par semaines et montre de grandes disparités d'un point de vente à l'autre. 8 librairies D ouvrent moins de 40 heures par semaine. 69 % des libraires du corpus ferment entre midi et 14 heures, dont 90 % des librairies D.

Amplitude horaire hebdomadaire moyenne	
AB	58 heures
C	47 heures
D	43 heures
Ensemble	46 heures

PAR COMPARAISON

En Poitou-Charentes, l'amplitude horaire moyenne est de 43 heures.
En Midi-Pyrénées, l'amplitude est de 49,1 heures ; les librairies D ouvrent en moyenne 47,4 heures.

B. INTERNET : UN OUTIL DE PLUS EN PLUS INVESTI

Les libraires ont aujourd'hui la possibilité de développer une présence sur Internet en utilisant des outils variés répondant à des objectifs différents : information, vitrine, promotion, vente en ligne... Il est fait état ici de la situation arrêtée au moment de l'enquête, mais les choses évoluent vite : dans les mois qui ont suivi les rendez-vous terrain, le groupement Initiales s'est doté d'un portail sur leslibraires.fr : 6 librairies du corpus sont concernées. Et 2 nouvelles librairies font remonter leurs stocks sur Placedeslibraires.fr.

Le site Internet : le choix de la mutualisation

Seules 46 % des librairies du corpus ont un site Internet ou un blog, essentiellement parmi les librairies AB et C. Pour les librairies de la catégorie D, cette part tombe à 26 %. 3 librairies envisagent de s'équiper prochainement d'un site de vente en ligne.

Parmi les librairies équipées, seules 4 d'entre elles alimentent un site en nom propre.

Plusieurs librairies ont arrêté d'alimenter des sites ou blogs-vitrines pour choisir plutôt des solutions mutualisées. Cela va dans le sens d'un mouvement général des librairies vers des sites collectifs ou fournis clé en main par leur SSII. Aujourd'hui en France, rares sont les librairies qui optent pour un site individuel en nom propre.

Type de solution Internet	Nombre de librairies
Leslibraires.fr	7
Canal BD	3
SSII TMIC	1
SSII Tite-Live	1
Gibert Joseph	2
Blog individuel	2
Site en nom propre raccordé à Leslibraires.fr	1
Site en nom propre raccordé à Place des Libraires	1
Total	18

7 librairies proposent un espace professionnel dédié aux collectivités sur leur site.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 70 % des points de vente ne sont pas équipés en site Internet en nom propre, mais 30 % offrent un service de vente en ligne via une plateforme mutualisée, en Centre-Val de Loire, 40 % n'ont pas de site Internet, en Aquitaine, 48 %, n'en ont pas, en Rhône-Alpes, 47 % n'ont pas de site vitrine, mais 90 % utilisent au moins un outil de communication web et 46 % passent par le site mutualisé des libraires de la région (chez-mon-libraire.fr).

Réservation et achat en ligne : un service devenu incontournable

Les 2/3 des librairies proposent un service de commande ou réservation en ligne avec ou sans expédition à domicile.

En effet, en plus des libraires équipés d'un site, près de la moitié des libraires n'ayant pas de site Internet ont également développé ce service, en passant par le biais de plateforme comme Lalibrairie.com ou Place des Libraires. Ce taux est supérieur à celui constaté dans d'autres régions : au niveau national, seules 35 % des librairies proposent de la vente en ligne, principalement les catégories AB²⁷.

27. La librairie en région, FILL, 2017 : ces chiffres sont tirés de données datant de 2014-2015, il est probable que de nombreuses librairies se sont équipées depuis.

Service proposé	Nombre de librairies
Commande en ligne avec retrait en magasin (commande prise sur le stock de la librairie ou sur le stock d'un tiers)	25
Réservation en ligne	16
Commande en ligne avec expédition	12
Aucun service marchand	13

La majeure partie des librairies ne proposant aucun service marchand en ligne sont des librairies D. 8 librairies multiplient leur présence, en adhérant à plusieurs canaux de vente ou réservation en ligne.

Affiliation à un service de vente ou réservation en ligne	Nombre de librairies
La librairie.com	14
Les libraires.fr	8
Place des libraires	7
Canal BD	3
Gibert Joseph	2
Marketplace	1

« Nous sommes une des premières librairies à avoir travaillé avec la place de marché développée par la librairie Dialogues. Aujourd'hui, nous avons 1 salarié dédié à temps plein au site Internet. Pour la vente en ligne, ce sont environ 500 références qui tournent très bien, parce que nous avons un fonds spécialisé. »

(Une librairie spécialisée AB)

3. LES LIBRAIRIES, VÉRITABLES LIEUX DE PROGRAMMATION CULTURELLE

A. L'ANIMATION EN MAGASIN : UN RYTHME SOUTENU

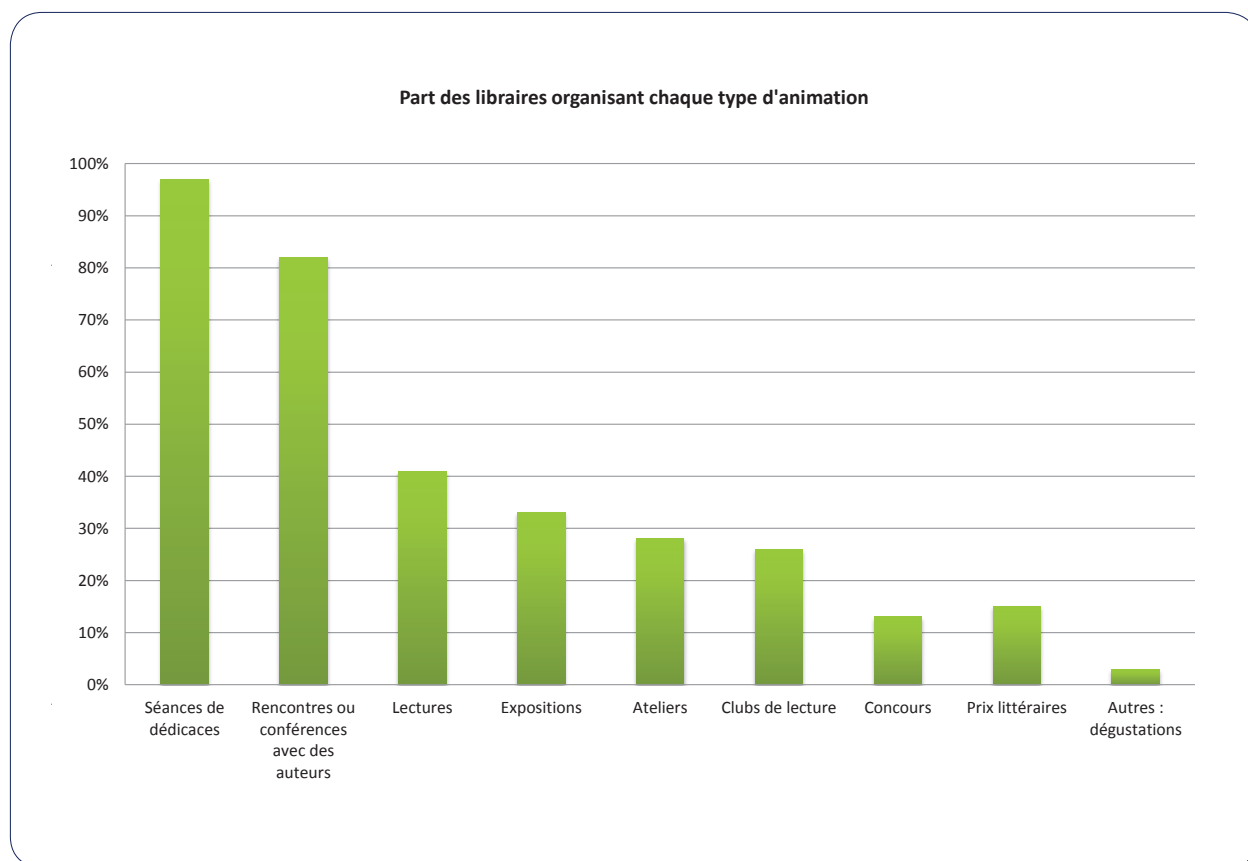
PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 83 % des points de vente organisent des animations culturelles ; en Rhône-Alpes, 99 %.

100 % des librairies du corpus organisent des animations et 10 points de vente disposent même d'un espace de rencontre et/ou d'exposition au sein du magasin.

LA VIE DE LA LIBRAIRIE

Comme un peu partout en France, les formes privilégiées d'animation restent la dédicace et la rencontre avec un auteur. C'est le cas en Franche-Comté (65 % organisent des rencontres-dédicaces), en Centre-Val de Loire, en Rhône-Alpes (90 % des libraires organisent des dédicaces et 63 % des rencontres) et en Aquitaine (respectivement 85 % et 64 %, mais les lectures arrivent en 2^e position à 67 %). Les libraires expriment souvent leur lassitude quant à cette forme d'animation, chronophage et au succès très incertain. Mais le renouvellement est lent.

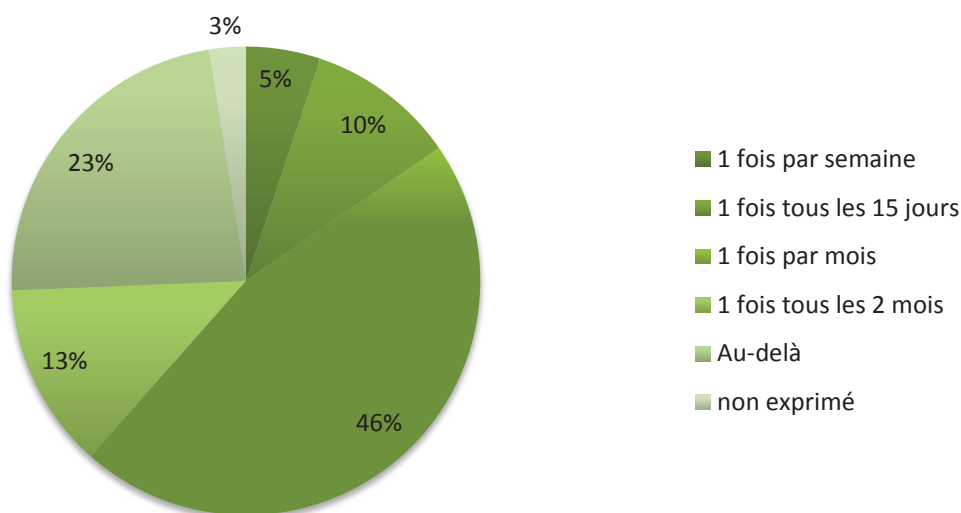


L'organisation d'un prix littéraire est plus rare chez les libraires : on en compte 3 dans la région, L'Autre Prix (librairie L'Autre Monde), Le Prix Curieux (Le Cyprès - Gens de la Lune) et le Prix du polar des lecteurs (Les Arcades). 61 % des libraires organisent *a minima* une animation par mois : un rythme assez soutenu au regard des autres régions.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 33 % des points de vente organisent des animations tous les mois, en Rhône-Alpes, 40 %.

Rythme de programmation des animations



B. SALONS ET PRÉSENCE HORS LES MURS : UN GRAND ENGAGEMENT DES LIBRAIRES BOURGUIGNONS

85 % des librairies participent à des salons ou à des manifestations extérieures au moins une fois dans l'année : pour 9 libraires, cela représente 10 sorties ou plus par an.

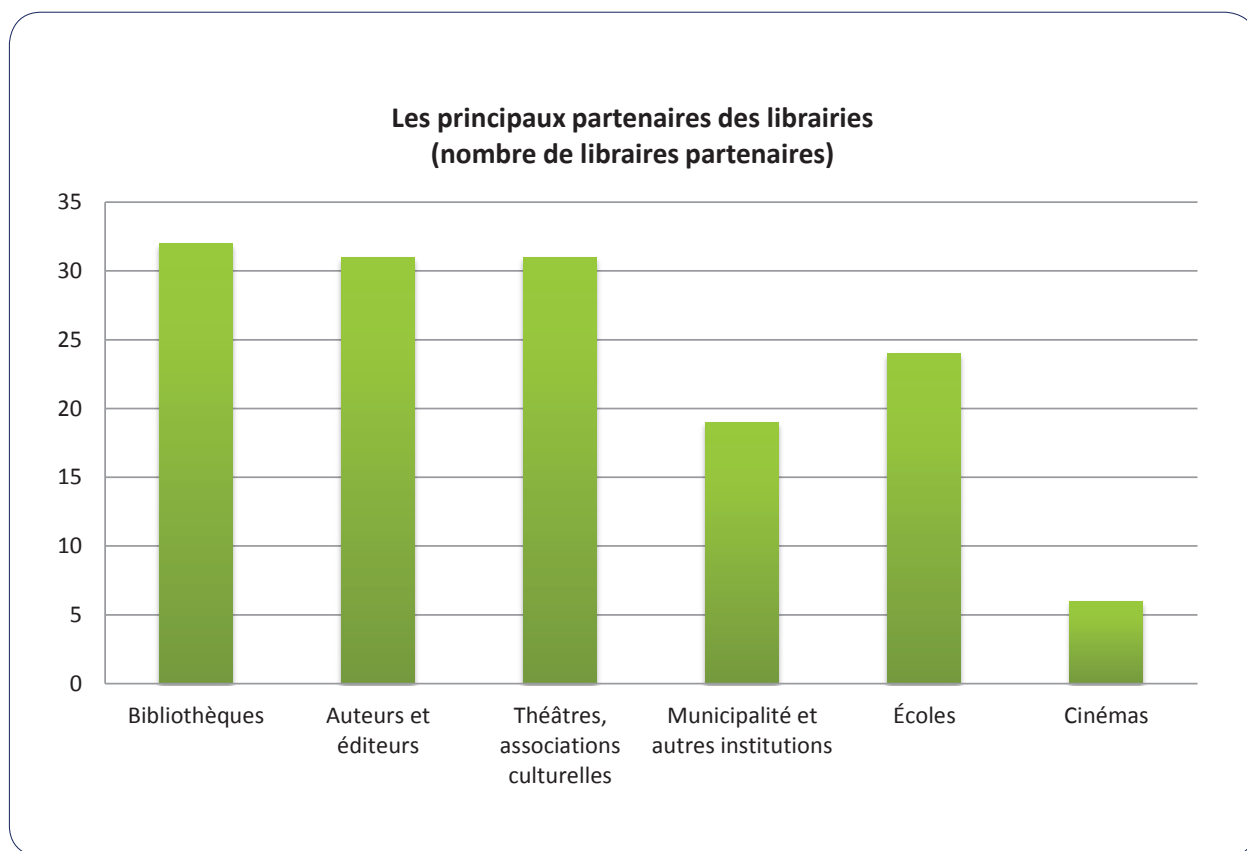
PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 61 % des points de vente participent à des manifestations extérieures, en Centre-Val de Loire, 77 %.

En Aquitaine, 80 % participent à des salons et 60 % tiennent des stands événementiels, en Rhône-Alpes, 43 % participent à des salons et 38 % tiennent des stands événementiels.

En outre, 8 librairies sont à l'initiative de l'organisation, ou de la co-organisation avec un partenaire, d'un salon du livre ou d'une manifestation littéraire : les librairies Grangier et Autrement dit co-organisent le salon du livre jeunesse Crocmillivre à Dijon, La Mandragore organise avec la bibliothèque municipale la manifestation Pages en partage à Chalon-sur-Saône, mais on peut citer également Caractères, manifestation littéraire à Auxerre (librairie Obliques), le Festival des Imaginaires à Tonnerre (Plume et Image)... Dans le cadre de ces manifestations, des actions en éducation artistique et culturelle sont souvent programmées avec les établissements scolaires.

C. LES PARTENARIATS, UNE VRAIE RICHESSE



Les libraires de Bourgogne ont l'habitude de tisser des liens forts avec leurs partenaires : presque toutes les librairies travaillent avec les bibliothèques, les éditeurs et auteurs et les lieux culturels (théâtre, associations locales). Des habitudes qu'on ne retrouve pas toujours aussi systématiquement ancrées ailleurs.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 60 % des points de vente participent à la manifestation Les Petites Fugues, organisée par le CRL Franche-Comté, principal partenaire culturel, devant les bibliothèques ou les écoles.

En Midi-Pyrénées, les bibliothèques ne sont pas, et de loin, les premiers partenaires culturels des librairies.

4. LA FIDELISATION, UN CHANTIER OUVERT

A. LA CARTE DE FIDÉLITÉ, GRAND DÉBAT DE LA PROFESSION

77 % des librairies du corpus proposent un programme de fidélisation, très largement sous forme informatisée.

Ce taux est tout à fait similaire à celui que l'on retrouve un peu partout ailleurs.

Le programme de fidélité proposé passe majoritairement par une carte octroyant un rabais au bout d'un certain nombre de passages en caisse (5, 7 ou 10 selon les lieux). Un seul point de vente propose un rabais systématique à ses clients. 7 librairies proposent un système de tirelire ou cagnotte permettant un cumul de points convertibles en euros. Pour la plupart, ce sont des cartes qui proviennent d'un programme fidélité d'union des commerçants d'une ville. 2 librairies d'une même ville ont mis en place une carte commune, valable dans les deux librairies (Agapé, spécialisée religieux et Le Cyprès - Gens de la Lune à Nevers, généraliste et spécialisée jeunesse). Un bel exemple de coopération !

80 % des librairies concernées proposent un rabais de 5 %, mais 5 points de vente proposent néanmoins un rabais inférieur au taux maximal autorisé par la loi de 1981.

« La carte parle beaucoup au client ; je fais aussi partie du réseau Initiales, j'ai des collègues qui sont passés à 3 % et qui ont réussi à gratter 10 000 €. Mais personnellement j'ai encore du mal à voir quoi offrir d'autre en compensation. » (Une librairie généraliste C)

« Cela reste un argument par rapport à la concurrence des grandes surfaces alimentaires car les gens pensent que le prix n'est pas le même partout. » (Une librairie généraliste D)

« On explique au client que financièrement ça n'est pas possible. On fait de la pédagogie. On fait un rabais à des très bons clients, mais on offre aussi des choses, un livre de poche gratuit par exemple. » (Une librairie généraliste C)

Rappelons que si la carte de fidélité est un outil incontournable de la relation clients, elle est bien trop souvent mal utilisée par les libraires qui systématisent par son biais l'octroi de rabais coûteux pour leur marge finale, sans en faire un véritable outil de connaissance clients (ciblage d'informations liées aux historiques d'achats, avantages clients autres que le rabais...).

« La carte de fidélité nous coûte très cher, cela représente environ 3 % de notre CA, nous le savons, nous en avons conscience, pour autant, je ne vois pas quelle alternative ; les clients y tiennent et cela me semble être un très bon levier de fidélisation. » (Une librairie généraliste C)

Lors de l'enquête, beaucoup de libraires ne connaissaient pas le coût réel de leur politique de fidélisation.

« On ne fait plus de remise pour faire face à des problèmes de trésorerie ; au renouvellement du bail, l'augmentation du loyer correspondait à quelques euros près à ce que je redistribuais en rabais client. D'ailleurs, je ne suis pas sûr que la carte de fidélité fidélise vraiment : ce qui fidélise c'est la qualité de l'assortiment, les délais de livraison pour une commande client, le service client. Pas nécessairement le rabais de 5 % sur le prix du livre. » (Une librairie généraliste D)

Son utilisation fait régulièrement débat au sein de la profession et soulève la question de l'intérêt de maintenir les 5 % de remise autorisés.

« La carte de fidélité laisse entendre qu'on est dans un commerce fleurissant : on n'aurait pas idée de demander une remise à son boucher ou à son boulanger. Je suis pour la suppression des 5 %, c'est un vrai problème ; cela nous met dans une relation client qui n'est pas toujours agréable. » (Une librairie-papeterie C)

« D'autres dispositifs de fidélisation existent, il me semble que fidéliser ses clients par un rabais est de moins en moins efficace, d'autant que ça nous coûte de l'argent, beaucoup d'argent. Je supprimerais volontiers les 5 % de remise, mais pas tout seul dans mon coin. » (Une librairie généraliste C)

B. LE FICHER CLIENTS, UN OUTIL SOUVENT MAL EXPLOITÉ

82 % des librairies ont un fichier clients, bien souvent lié aux commandes d'ouvrages, à l'inscription à une newsletter ou à la carte de fidélité. Ces bases comportent en moyenne 5 100 contacts (23 répondant) : les librairies C sont particulièrement actives, puisque plusieurs ont des bases de plus de 10 000 contacts, dont une en compte 24 000. En revanche, seules 28 % des librairies du corpus utilisent cette base pour gérer leurs relations clients : cette pratique est encore fortement minoritaire chez les libraires, bien que le sujet commence à émerger dans la profession (cf. les thématiques de tables rondes aux dernières Rencontres nationales de la librairie à La Rochelle en juin 2017).

« La carte de fidélité permet de suivre ce que les gens achètent, c'est très utile notamment pour les séries. Je me permets de le faire parce que c'est de la BD et donc de la série ; tous les jours je m'en sers pour savoir si un client a pris le dernier ou pas. Parfois il ne sait plus lui-même où il en est des volumes de la série pour du manga par exemple. Je m'en sers également pour conseiller autre chose. » (Une librairie spécialisée D)

5. LA COMMUNICATION : LE REFLEXE NUMERIQUE

A. LES RÉSEAUX SOCIAUX, PREMIER OUTIL DE COMMUNICATION

90 % des libraires gèrent une page Facebook : c'est de loin le réseau social le plus investi, puisque Twitter et Instagram ne sont utilisés que par respectivement 10 % et 3 % des points de vente (parmi ceux ayant par ailleurs une page Facebook). Ce taux de pénétration est le plus élevé parmi les autres régions de comparaison.

Seuls 6 libraires publient quotidiennement sur les réseaux sociaux, mais 80 % des utilisateurs de comptes sociaux disent utiliser régulièrement cet outil. Rappelons que la fréquence quotidienne est recommandée pour assurer une visibilité minimum à la page.

Pour certains libraires, Facebook est devenu le principal outil de communication concernant les animations.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 41 % des points de vente ont une page Facebook, en Centre-Val de Loire ils sont 73 %, en Rhône-Alpes, ils sont à 67 % sur Facebook et 15 % sur un autre réseau social, en Aquitaine, ils sont 53 %.

B. LES AUTRES OUTILS DE COMMUNICATION

61,5 % des libraires envoient une lettre d'information, dont 83 % en version numérique. C'est un taux important. Elle est mensuelle ou bimensuelle pour 37,5 % des libraires concernés et sans périodicité régulière pour 54 % d'entre eux.

PAR COMPARAISON

En Centre-Val de Loire 43 % des libraires envoient une lettre d'information, en Aquitaine, 35 %, en Rhône-Alpes, ils sont 37 %.

28 librairies réalisent affiches et tracts pour annoncer leurs animations. Et 30 librairies disent envoyer un communiqué de presse, à destination de la presse locale. Les animations sont en effet de très belles occasions de faire parler de la librairie dans la presse et donc de renforcer l'image du magasin.

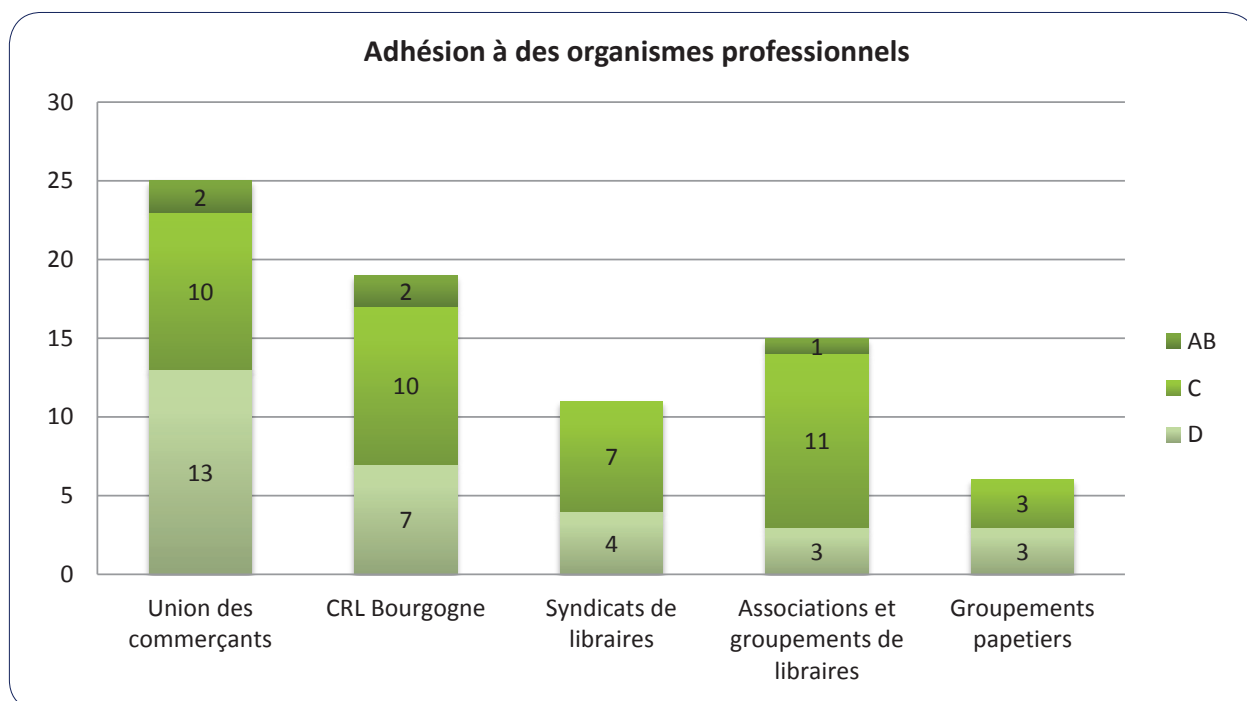
6. L'ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL ET INSTITUTIONNEL

A. UNE FORTE IMPLICATION INTERPROFESSIONNELLE

85 % des points de vente du corpus sont adhérents à au moins un syndicat, une association ou un groupement. Un taux remarquable alors qu'il n'existe plus d'association régionale de libraires, vecteur souvent important de la mobilisation des libraires d'un territoire.

Pour rappel, une association des librairies de Bourgogne s'était constituée en 2004 au moment de la mise en place de la gratuité du livre scolaire par le Conseil régional. Aujourd'hui cette association n'est plus active.

Néanmoins, l'implication est principalement locale puisque ce sont les unions de commerçants et le CRL Bourgogne qui enregistrent le plus d'adhésions : 28 % des libraires du corpus seulement sont adhérents à un organisme national. Plusieurs gérants de librairies sont particulièrement investis dans la vie d'un groupement ou d'un syndicat national : la région compte en effet le président et 2 vice-présidents de l'association Initiales, le président de l'Association des libraires ésotériques de France (ALEF), la trésorière de l'Association des librairies spécialisées jeunesse (ASLJ), ainsi que 2 administrateurs du Syndicat de la librairie française (SLF).



Parmi les associations de libraires, Initiales est la plus représentée (6 adhérents sur le territoire).

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, un tiers des libraires sont adhérents d'un organisme national et 42 % à une association locale, en Centre-Val de Loire, 66 % des libraires sont adhérents d'un organisme professionnel (principalement national), en Aquitaine, 82 % (il existe sur le territoire une association de libraires très active).

Entraide locale

Lors de l'enquête, plusieurs librairies ont fait part de retours encourageants concernant l'entraide existant entre confrères d'une même zone de chalandise. Le sens du collectif s'incarne localement. Ainsi, plusieurs librairies fournissent des petits points de vente localement, principalement les maisons de presse. La librairie Obliques a mis en place sur son site Internet la possibilité, pour les habitants de Joigny, de retirer gratuitement leur commande à la librairie Bis Repetita (salon de thé, librairie BD neuf et occasion). Plusieurs libraires s'entendent pour partager la venue d'un auteur, qui se déplacera dans deux librairies.

Ce constat avait été également fait dans l'étude menée en Franche-Comté et laisse augurer de partenariats plus conséquents pour la suite.

« Je m'entends très bien avec les deux maisons de presse voisines. Mon offre de papeterie est une offre de dépannage. Pour une demande client particulière, j'appelle un confrère qui prend la commande dans sa propre commande pour m'éviter de passer une commande seule. » (Une maison de presse D)

L'information professionnelle

Livres Hebdo est la première source d'information professionnelle, citée par 26 librairies du panel. Viennent ensuite *Actualité* citée par 15 librairies puis différentes sources qui sont avant tout des sites de prescription ou de recension de lecture : Babelio, Pages des libraires, BD gest', Planète BD, etc.

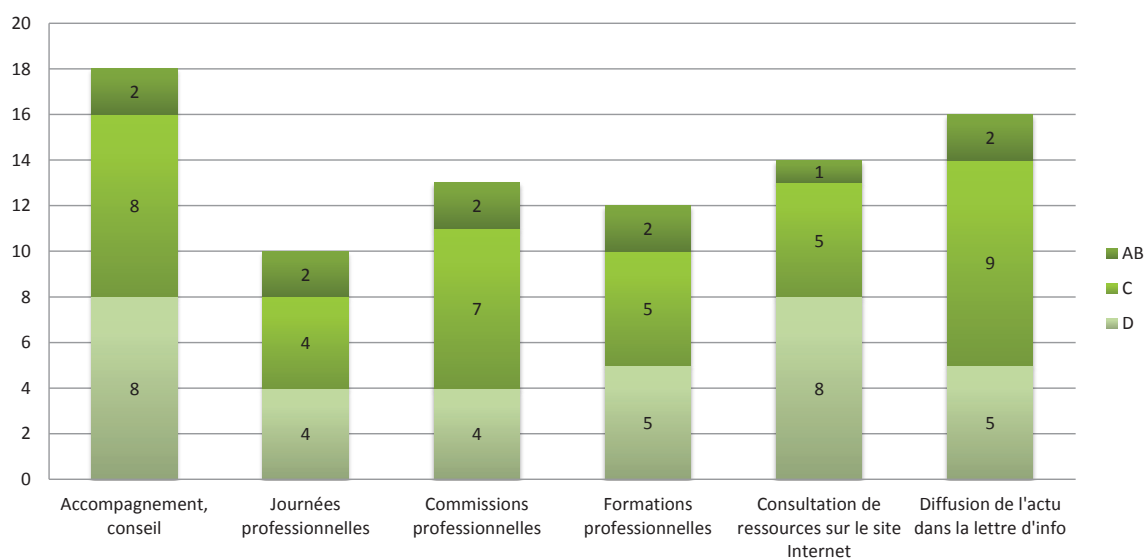
30 librairies du panel déclarent recevoir la lettre d'information du CRL Bourgogne. Pour autant, toutes ces librairies ne se saisissent pas de cet outil de communication pour relayer leurs actualités ou programme d'animation. Peu d'entre elles ont acquis le réflexe de communiquer leurs événements au CRL Bourgogne.

B. LES LIENS RÉGULIERS AVEC LE CRL BOURGOGNE

49 % des libraires du corpus sont adhérents du CRL Bourgogne.

Parmi les actions qui mobilisent régulièrement les libraires, les journées professionnelles sont celles qui rencontrent un peu moins de succès. 28 % des librairies du corpus ne sollicitent jamais le CRL (la quasi-totalité n'étant pas adhérente).

Dispositifs ou actions du CRL mobilisés par les libraires



C. LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

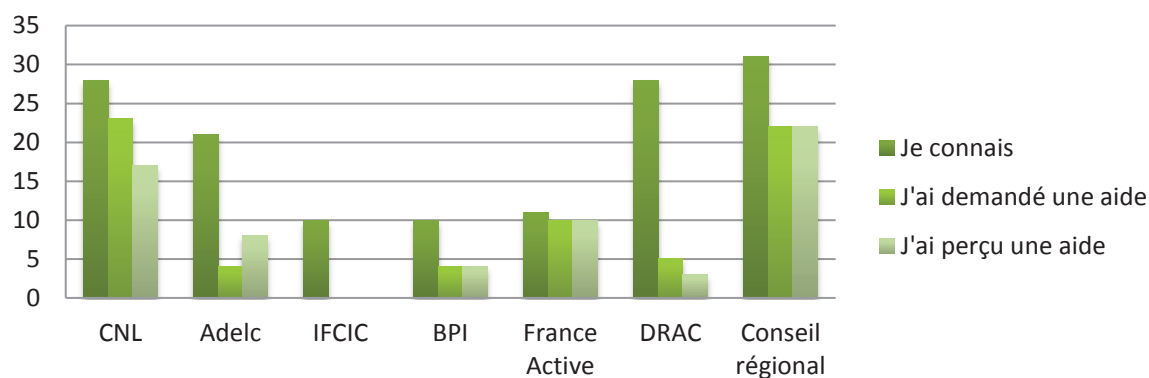
Les librairies de la région ont bien identifié les partenaires institutionnels : seules 5 d'entre elles (sur 35 répondants) n'ont jamais sollicité aucun organisme.

71 % des 35 répondants ont sollicité plus de 2 organismes. Le Conseil régional et le Centre national du livre sont les deux organismes les plus sollicités, suivis par France active. En revanche, sont mal identifiés l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC) et la Banque publique d'investissement (BPI).

Un libraire a sollicité la Sofia pour un salon et un autre a mis en œuvre un financement participatif (*crowdfunding*) pour un évènement. Le Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) et la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) ont pu être sollicités également.

Depuis 2008, le Conseil régional de Bourgogne accompagne les librairies indépendantes dans leurs projets de développement à travers un dispositif d'aides à l'investissement. Ces aides concernent les équipements informatiques, la constitution et le rachat de stock, les travaux de second-œuvre et l'achat de mobilier. La DRAC Bourgogne-Franche-Comté peut également soutenir ce type de projet d'investissement.

Démarches des libraires en direction des institutions



Seules 10 librairies mentionnaient des subventions au bilan fourni lors de l'étude, pour une moyenne de 7 539 € par librairie. 2 librairies de catégorie C affichent un montant de subventions compris entre 20 000 € et 25 000 €, 2 librairies de catégorie D affichent un montant de subventions inférieur à 1 000 €.

Catégorie	Nombre de librairies	Montants de subventions perçus	Moyenne
AB	0	0 €	0 €
C	5	63 943 €	12 789 €
D	5	11 442 €	2 288 €
TOTAL	10	75 385 €	7 539 €

Des besoins bien identifiés

Les libraires ont exprimé leurs attentes à l'égard des pouvoirs publics : moins que les subventions (même si elles sont bienvenues) ou les exonérations fiscales, ils insistent également sur d'autres points d'achoppement dans leurs relations aux institutions locales plus que nationales.

« Le développement de l'entreprise est intimement lié à la politique de la ville. » (Une librairie généraliste D)

Les marchés publics leur semblent l'un des leviers principaux d'action de la politique publique en faveur des libraires :

« Nous aider à avantager le marché local dans le cadre de marchés publics. Quand c'est Mollat ou Decitre qui remportent les marchés, je trouve cela absurde. Entre libraires d'un même territoire, je reconnais la concurrence, si mon confrère fait une meilleure offre, c'est à moi de m'améliorer. Les bibliothèques, ce n'est pas qu'un

« marché public, c'est un partenaire régulier pour de multiples activités du magasin. La ville de Dijon favorise les librairies de la ville, c'est bien. » (Une librairie-papeterie AB)

« L'accompagnement public passe principalement par l'achat des collectivités. Il vaut mieux soutenir une entreprise en la faisant travailler en tant que fournisseur, que la soutenir par des exonérations de charges. Selon moi, il vaut mieux qu'une entreprise développe son CA afin de payer ses charges plutôt que de chercher des exonérations. » (Une librairie-papeterie D)

« J'aimerais qu'on s'interroge sur le marché du livre scolaire. J'envisage d'écrire à la Région à ce sujet pour attirer son attention sur le commerce local. » (Une librairie-papeterie C)

Mais la réflexion sur les frais postaux est également soulevée par un libraire :

« J'attends avant tout des pouvoirs publics qu'ils veillent au respect par tous du cadre légal de notre activité avec la loi sur le prix du livre. Il me semble qu'ils pourraient également se pencher sur des sujets comme les frais postaux. Ce matin, j'ai par exemple reçu une commande client avec des frais de port facturés supérieurs à la remise consentie. Ça me coûte 5 € pour envoyer un gros colis à un client à Washington. En France, les tarifs sont infernaux. » (Une librairie généraliste D)

L'allègement des dossiers administratifs et des contraintes à l'embauche sont évoqués par deux libraires :

« Simplification de l'emploi, de l'embauche pour les entreprises : cela serait une excellente chose de la part de l'État. » (Une librairie-papeterie D)

« Au moment des travaux dans le nouveau local, on peut presque dire que le chantier le plus lourd a consisté à monter les dossiers administratifs, je pense par exemple au dossier ERP (établissement recevant du public). Ce n'est pas lié à la librairie mais à l'entreprise. Cela représente un temps fou. Je me suis retrouvé à aller rechercher les factures de l'ancien occupant pour retrouver le classement de réaction au feu des matériaux pour l'autorisation d'ouverture. On a obtenu l'arrêté autorisant l'ouverture du magasin en octobre alors qu'on était ouverts depuis juillet. Légalement, il fallait ces dossiers six mois avant l'ouverture. Il y a un vrai décalage dans le temps entre la réalité de l'entreprise et la législation. » (Une librairie généraliste C)

Certains libraires sont éloignés de ces réflexions ou ne comptent pas particulièrement sur les pouvoirs publics :

« Je n'attends rien de particulier de la part des collectivités. Je m'investis dans des associations, au comité des fêtes, ce sont les habitants qui peuvent accompagner et soutenir mon activité, pas les collectivités. »
(Une maison de presse D)

« J'avoue manquer de temps pour penser à cela. Peut-être un soutien, je ne sais pas. Ma principale difficulté n'est pas tant d'identifier des problèmes, des besoins ; le problème est de trouver le temps de me pencher sur ces difficultés. » (Une librairie spécialisée C)

D. 36 % DES LIBRAIRIES DU CORPUS LABELLISÉES LiR

14 librairies, soit 36 % des librairies du corpus, sont labellisées LiR (Librairie indépendante de référence) au 1^{er} janvier 2017²⁸. On retrouve ce taux dans plusieurs régions : 30 % en Aquitaine, 33 % en Centre-Val de Loire et en Rhône-Alpes.

Ce label, peu connu du grand public, est une marque de reconnaissance professionnelle. 87 % des librairies du corpus déclarent connaître le label LiR et 7 librairies non-labellisées souhaitent demander le label. 3 librairies ont par ailleurs déjà demandé le label, dont une l'a finalement obtenu au 1^{er} janvier 2018.

Le label LiR a été mis en place dans le cadre de la loi de finances rectificative du 25 décembre 2007. Initié par le ministère de la Culture et de la Communication et porté par le Centre national du livre, ce label vise à « reconnaître, valoriser et soutenir les engagements et le travail qualitatifs des libraires indépendants²⁹. » Octroyé à 530 librairies toujours en activité depuis la parution du décret d'application en 2009. Ce label ouvre la possibilité aux collectivités territoriales qui le souhaitent d'exonérer les bénéficiaires de la CET³⁰. En outre, certains diffuseurs réservent des avantages économiques (conditions commerciales) aux librairies labellisées.

« Le label est important à plusieurs titres. Il nous permet de mieux négocier avec nos fournisseurs et d'avoir plus facilement des auteurs pour des rencontres auprès des éditeurs. Il permet également de reconnaître notre professionnalisme, c'est important. De la même manière qu'on ne confierait pas une voiture à réparer à n'importe qui, c'est une façon de dire : vous ne confiez pas vos achats de livres à n'importe qui. » (Une librairie-papeterie C)

Les exonérations liées au label

Peu de librairies labellisées (4) sont en mesure d'estimer le montant d'exonérations fiscales dont elles bénéficient grâce au label.

Les collectivités se saisissent de manière très inégale de la possibilité qui leur est donnée d'exonérer ces entreprises de la taxe professionnelle.

Label ou non, plusieurs gérants de librairie ont un mandat politique d'élu local, qui ne rend pas toujours simple, d'après leurs propres dires, leur positionnement ou leur relation à l'institution. C'est par exemple le cas d'un gérant d'une librairie labellisée qui a un mandat de conseiller municipal et qui ne se voit pas demander au maire de faire

28. Le CNL en compte 15 en raison du double label Cyrès et Gens de la Lune, qui ne font plus qu'un seul établissement aujourd'hui

29. www.centrerenationaldulivre.fr

30. La Contribution Economique Territoriale remplace depuis 2010 la taxe professionnelle. Elle est versée aux différents échelons territoriaux (les communes et leurs groupements, les départements et les régions).

voter le principe de l'exonération fiscale pour sa propre librairie. Le CRL pourrait se faire le porte-voix auprès des collectivités de la possibilité qui leur est donnée d'exonérer ces établissements labellisés.

Au 1^{er} janvier 2015, 15 des 22 Régions de France métropolitaine avaient voté une délibération en faveur de cette exonération fiscale. La Région Bourgogne l'avait votée le 30 juin 2008.

La réforme territoriale a rendu caduques, au 1^{er} janvier 2017, dans les sept nouvelles régions fusionnées, les délibérations favorables à l'exonération de CET pour les librairies labellisées.

La nouvelle assemblée régionale de Bourgogne-Franche-Comté n'a pas voté de nouvelle délibération en faveur d'une exonération de CET pour les librairies labellisées LiR.

La librairie est un des secteurs les moins rentables du commerce de détail. Si la contribution économique territoriale de ces entreprises peut paraître modeste au regard du produit global de cette taxe collectée par les collectivités locales, exonérer de CET les librairies labellisées LiR n'en constitue pas moins une mesure vertueuse. Le montant de la CET peut en effet représenter, pour les librairies, jusqu'à un tiers de leur résultat net. Tout nouvel euro rendu à la capacité d'autofinancement permet à ces entreprises d'investir, de se développer, d'adapter leur métier et leur magasin à l'évolution d'un marché du livre qui connaît de profonds bouleversements depuis le début des années 2000.

Ε /

LA SITUATION
ECONOMIQUE
DES LIBRAIRIES

I. LA RENTABILITE DE L'ACTIVITE

A. UNE EXCELLENTE MARGE COMMERCIALE

Avec un taux moyen de marge commerciale³¹ de 36,1 %, les libraires de Bourgogne atteignent des niveaux supérieurs à ceux constatés dans la profession.

Catégorie	Nombre	CA Total	Marge commerciale	en % sur CA total	Xerfi 2013 (taux moyen sur la période 2005-2011)	Centre-Val de Loire
AB	3	10 082 558 €	3 916 133 €	38,80 %	33,80 %	35,80 %
C	17	12 051 058 €	4 124 460 €	34,20 %	32,80 %	33,79 %
D	19	3 817 596 €	1 315 595 €	34,50 %	33,50 %	34,23 %
TOTAL	39	25 951 212 €	9 356 188 €	36,10 %	-	35,11 %

Lorsqu'on analyse catégorie par catégorie, on s'aperçoit :

- que les librairies AB sont fortement touchées par le poids des autres produits (qui margent plus) dans leur CA, puisque la marge commerciale librairie uniquement atteint 35 %, un taux plus proche de celui constaté ailleurs, dans des corpus comprenant peu de librairies fortement diversifiées ;

- que les librairies C sont tirées vers le haut par plusieurs librairies spécialisées (jeunesse et BD) qui ont souvent des marges bien meilleures qu'en librairie généraliste ; la présence d'une librairie dont les achats sont communs avec un autre établissement appartenant au même propriétaire (négociations commerciales plus intéressantes) et d'une autre librairie en première année d'exploitation, augmente la marge constatée ; lorsqu'on retire les données sans prendre en compte ces différents libraires, on obtient une marge commerciale de 32,7 %, plus conforme ;

- 3 librairies D présentent des marges commerciales anormalement hautes (plus de 43 %) : lorsqu'on les retire du corpus, la marge commerciale est de 32,3 %.

Cependant, globalement, la forte part d'autres produits dans le CA influe très positivement sur la marge commerciale des librairies bourguignonnes.

31. La marge commerciale s'obtient en déduisant du chiffre d'affaires les coûts d'achat de la marchandise. Ce taux permet de calculer la part de chiffre d'affaires restant pour couvrir l'ensemble des charges et dégager du bénéfice. Il inclut les rabais consentis aux clients. Il dépend évidemment de la remise négociée auprès de chaque fournisseur.

17 librairies présentent une marge de production au bilan : il s'agit de la marge obtenue non pas à travers la vente d'une marchandise, mais bien à travers la réalisation d'un service. On y trouve souvent les services de photocopies ou petites reliures proposés par certaines librairies. Mais également la presse, puisque le libraire est rétribué sous la forme d'une commission. Cette marge représente peu de chose : 2 à 3 % de la marge totale. Il n'en est pas de même pour les librairies de catégorie D chez qui cette marge représente 16,7 % de la marge totale.

B. DES RABAIS CLIENTS CONSÉQUENTS

Une part de la marge octroyée par les fournisseurs est utilisée en rabais faits aux clients (particuliers et collectivités). En repartant du CA brut librairie (au prix public), les libraires laissent en moyenne 4,2 % de leur CA en rabais clients. Lorsque l'on observe ce que représentent ces rabais au regard de la marge commerciale totale (incluant les rabais), ce n'est pas moins de 11,5 % de la marge commerciale qui sont laissés en rabais clients. La catégorie C est la plus « généreuse », avec 13 % de sa marge commerciale totale donnés en rabais clients.

Catégorie	Nombre	CA brut total librairie	Rabais totaux	% de rabais sur le brut	Marge commerciale librairie	TOTAL marge disponible	En % sur ventes brutes
AB	3	7 191 851 €	294 411 €	4,10 %	2 415 378 €	2 709 789 €	37,68 %
C	17	10 284 594 €	492 555 €	4,80 %	3 259 774 €	3 752 329 €	36,48 %
D	19	2 926 571 €	75 055 €	2,60 %	935 624 €	1 010 679 €	34,53 %
TOTAL	38	20 403 016 €	862 021 €	4,20 %	6 610 776 €	7 472 797 €	36,63 %

PAR COMPARAISON

En Midi-Pyrénées, le taux de rabais sur le brut est de 2,9 %,
en Languedoc-Roussillon, de 6,5 %.

C. DES CHARGES EXTÉRIEURES IMPORTANTES

(Une librairie C en première année d'exploitation n'a pas été prise en compte)

Les librairies bourguignonnes ont un niveau de charges extérieures élevé au regard des chiffres constatés ailleurs.

Catégorie	Nombre	Charges extérieures	en % sur CA total	Xerfi 2013 (taux moyen sur la période 2005-2011)	Franche-Comté	Rhône-Alpes
AB	3	1 340 057 €	13,30 %	10,00 %	9,00 %	12 % (A) et 10 % (B)
C	16	1 525 751 €	13,20 %	11,70 %	14,00 %	12,00 %
D	19	639 154 €	16,70 %	13,30 %	16,00 %	15,00 %
TOTAL	38	3 504 962 €	13,80 %	-	13,00 %	-

68 % des librairies D ont un taux de charges externes dépassant parfois largement les 15 % (sur CA). Le loyer et les frais de transport sont particulièrement en cause pour ces librairies.

Une seule des librairies AB a un taux de charges plus élevée que la norme, les 2 autres sont plus proches des taux constatés ailleurs.

Le loyer

À quelques exceptions près, les loyers sont dans les normes constatées ailleurs. 6 librairies C dépassent 4 % : c'est la catégorie la plus fragilisée par le coût du loyer.

Dijon et Chalon-sur-Saône sont parmi les villes qui semblent coûter le plus cher aux libraires.

Catégorie	Nombre	Charges Loyers	en % sur CA	Franche-Comté	Rhône-Alpes	Aquitaine	Centre-Val de Loire
AB	3	276 332 €	2,70 %	3,50 % (A) et 2,30 % (B)	3,90 % (A) et 2,90 % (B)	4,30 %	3,30 %
C	16	412 552 €	3,60 %	2,90 %	3,30 %	3,10 %	2,30 %
D	18	164 518 €	4,30 %	4,40 %	4,40 %	5,00 %	5,30 %
TOTAL	38	868 162 €	3,40 %	3,30 %	-	4,20 %	3,30 %

Les frais de transport

Les frais de transport sont contenus, mais 61 % des librairies D sont au-delà de 2,5 % de frais.

Catégorie	Nombre	Charges transport	en % sur CA	Franche-Comté	Rhône-Alpes	Aquitaine	Centre-Val de Loire
AB	2	68 369 €	1,30 %	1,20 % (A) et 1,70 % (B)	2,60 % (A) et 1,80 % (B)	2,40 %	1,50 %
C	16	203 470 €	1,80 %	2,00 %	2,20 %	2,50 %	1,90 %
D	18	94 562 €	2,50 %	2,60 %	2,30 %	3,10 %	2,30 %
TOTAL	37	366 401 €	1,80 %	1,90 %	-	2,50 %	1,70 %

D. UNE MASSE SALARIALE IMPORTANTE DANS LES GRANDES LIBRAIRIES

Les libraires C et D maîtrisent plutôt bien leur masse salariale (4 librairies D sont néanmoins en EURL ou en nom propre et ponctionnent sans doute sur les résultats pour la rémunération du gérant). En revanche, 2 des 3 librairies AB ont une masse salariale élevée, corroborant le faible rendement/ETP déjà signalé pour ces établissements.

Catégorie	Nombre	Masse salariale chargée	en % sur CA	Xerfi 2013 (taux moyen sur la période 2005-2011)	Franche-Comté	Rhône-Alpes	Aquitaine	Centre-Val de Loire
AB	3	1 924 369 €	19,10 %	18,30 %	17,80 % (A) et 16,20 % (B)	18,80 % (A) et 17,40 % (B)	16,80 %	17,30 %
C	16	1 955 484 €	17,00 %	17,80 %	18,20 %	15,60 %	16,80 %	20,00 %
D	17	540 545 €	14,20 %	17,00 %	15,50 %	12,50 %	13,20 %	15,01 %
TOTAL	37	4 420 398 €	17,40 %	-	-	-	16,49 %	17,83 %

E. LES RÉSULTATS NETS DES LIBRAIRIES BOURGUIGNONNES

(2 librairies C n'ont pas pu être prises en compte dans le calcul)

Les résultats nets des librairies sont plutôt bons au regard des chiffres constatés ailleurs, d'autant plus que la catégorie C pâtit des résultats fortement dégradés de l'une d'entre elles : lorsqu'on la retire, les librairies C ont des résultats nets à 2,6 % (et le résultat net moyen de la région bondit à 3,4 %).

Ces résultats s'expliquent en partie par le très bon taux de marge commerciale déjà observé.

Catégorie	Nombre	Résultats nets	en % sur CA	Xerfi 2013 (taux moyen sur la période 2005-2011)	Centre-Val de Loire	Rhône-Alpes	Chiffre FILL
AB	3	327 871 €	3,30 %	1,80 %	0,50 %	-0,10 % (A) et 3,20 % (B)	1,20 % (A) et 1,30 % (B)
C	15	30 704 €	0,30 %	1,50 %	1,60 %	2,00 %	2,50 %
D	19	211 449 €	5,50 %	1,80 %	3,50 %	1,00 %	1,80 %
TOTAL	37	570 024 €	2,30 %	-	1,10 %	-	-

Seules 4 librairies montrent des résultats négatifs, tout à fait raisonnables pour 3 d'entre elles. Les grandes librairies ont des résultats particulièrement remarquables.

62 % des librairies du corpus ont des résultats nets supérieurs à 2,3 %.

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, les résultats nets moyens sont à 1,69 % du CA, 65 % des librairies ont un taux de résultat net supérieur à 1,7 % et 4 librairies seulement ont des résultats négatifs.

Rappelons néanmoins que la librairie indépendante est l'un des commerces de proximité les moins rentables : 2,3 % de résultat net ne permet pas de construire une capacité d'autofinancement satisfaisante. Les taux de rentabilité les plus intéressants du marché s'échelonnent entre 5,2 % et 26,1 %³² et dans le secteur du commerce de détail, le livre est loin derrière la moyenne (3,2 %)³³.

2. UNE ACTIVITE LOURDE A FINANCER

A. LES STOCKS S'ÉCOULENT EN 143 JOURS EN MOYENNE

Catégorie	Nombre	Coût des ventes total	Stock moyen total	Rotation totale	en jours
AB	3	6 166 425 €	2 290 101 €	2,69	136
C	17	7 926 598 €	2 929 052 €	2,71	135
D	19	2 502 001 €	1 286 311 €	1,95	188
TOTAL	39	16 595 024 €	6 505 463 €	2,55	143

C'est l'un des taux les plus faibles rencontrés : ce chiffre est cohérent avec les niveaux de stock déjà signalés. Plus une librairie a de stock, moins sa rotation est rapide.

Rotation de stock	Bourgogne	en jours	Xerfi 2013 (taux moyen sur la période 2005-2011) en jours	Franche-Comté	Centre-Val de Loire	Aquitaine
AB	2,69	136	92,3	105	100	69
C	2,71	135	98,8	174	121	111
D	1,95	188	109,9	161	136	160
TOTAL	2,55	143	-	150	111	102

32. Données 2013 exploitées par le journal du net www.journaldunet.com/economie/magazine/1148776-secteurs-d-activite-les-plus-rentables-de-france/

33. Chiffres tirés de *La situation économique et financière des librairies*, juin 2013, Xerfi pour le SILF, p. 50

Lorsqu'on distingue la rotation du livre de la rotation des autres produits, il apparaît que la rotation du livre s'améliore très légèrement : 2,86, contre 1,84 pour les autres produits. Néanmoins, 61 % des points de vente ont un stock de livres qui tourne à plus de 120 jours, quand les recommandations de la profession font état d'une rotation minimum nécessaire à 3,5 (104 jours).

Bien souvent, la papeterie constitue un stock dormant très lourd pour le libraire (saisonnalité des produits, nombre de références nécessaires, pas de retours possibles...). Sa gestion demande un vrai savoir-faire pour ne pas peser sur la trésorerie. 23,7 % des libraires ont un stock d'autres produits qui tournent moins d'une fois par an : un niveau alarmant.

B. RAPPEL DE QUELQUES NOTIONS

Le besoin en fonds de roulement (BFR) représente la différence en temps (et donc en argent) entre le moment où le libraire paye son stock et le moment où il le vend.

Le temps disponible avant de payer le stock, c'est le délai fournisseurs. La rapidité de vente du stock, c'est la rotation.

La différence entre les deux indique le nombre de jours (et donc le montant des achats) que le libraire devra supporter sans compter sur la trésorerie fournie par le délai fournisseurs. Il doit alors trouver d'autres moyens pour financer ce stock.

Plus le stock tourne vite, moins le libraire doit avancer d'argent pour le financer, puisque les clients payent le livre avant que le libraire ne l'ait réglé au fournisseur.

Mais il existe des clients qui ne payent pas immédiatement. Il faut donc ajouter les jours pendant lesquels le libraire attend que ses clients le payent : il s'agit principalement des clients dits « à terme » (collectivités, bibliothèques...). Le libraire a fait l'avance de l'achat du livre au client.

C'est pourquoi on ajoute au besoin en fonds de roulement lié au stock, le besoin en fonds de roulement lié aux créances clients. C'est ce qui donne le BFR total.

La trésorerie, c'est la différence entre les besoins liés au financement de l'activité (le BFR) et les moyens mis en œuvre pour ce financement, autrement dit le fonds de roulement (FR) : capitaux propres, report de résultats, financements bancaires à plus d'un an...

C. LA TRÉSORERIE

Catégorie	Nombre	BFR stock en jours	BFR stock	BFR Créances Clients	BFR TOTAL	FDR	Trésorerie
AB	3	59,2	1 406 579 €	209 956 €	1 616 535 €	1 690 199 €	73 664 €
C	16	62,7	1 496 958 €	262 355 €	1 759 313 €	2 059 833 €	300 520 €
D	19	107,9	908 139 €	122 197 €	1 030 336 €	1 236 198 €	205 862 €
TOTAL	38	68	3 811 677 €	594 508 €	4 406 185 €	4 986 230 €	580 045 €

NB : La dette fournisseur a été rectifiée à 75 jours lorsque l'exercice s'arrête au 31/12 ou quand elle dépasse 100 jours. 8 libraires sont dans ce cas. Les achats jours TC sont calculés avec la pondération des achats librairie et autres en TVA 20 %.

Les créances clients pèsent peu sur le besoin en fond de roulement : elles représentent 13,5 % du BFR total, sans grands écarts entre catégorie de libraires.

47 % des points de vente du corpus montrent une trésorerie négative : elles manquent des moyens financiers nécessaires au financement du besoin lié à l'activité (achat du stock, créance clients, etc.). Si l'entreprise a peu de capitaux propres au départ, il peut lui être difficile de trouver des financements extérieurs, car les banques n'interviennent pas pour financer du stock. Le libraire a souvent recours dans ce cas au découvert bancaire, qui lui coûte très cher. Néanmoins ce taux est à relativiser : seules 21 % des librairies sont dans des difficultés importantes de trésorerie.

Catégorie	Trésorerie positive		Trésorerie négative		
	> 100 000 €	De 0 à 100 000 €	De 0 à -30 000 €	De -30 000 € à -50 000 €	De -50 000 € à -200 000 €
AB	2	-	-	-	1
C	3	5	2	2	4
D	1	9	8	1	-
TOTAL	6	14	10	3	5

PAR COMPARAISON

En Franche-Comté, 66 % des librairies ont un solde de trésorerie négatif, en Centre-Val de Loire, elles sont 58 %, dont 33 % de façon préoccupante, en Aquitaine, 50 %.

D. UN FAIBLE TAUX D'ENDETTEMENT

Le taux d'endettement (poids des emprunts longs termes sur les capitaux propres) n'est pas très élevé au regard de celui constaté par le cabinet Xerfi, sauf pour la catégorie AB. Les entrepreneurs font relativement peu appel à des moyens extérieurs pour consolider le besoin financier.

En revanche, les comptes courants représentent 29,7 % des moyens propres de l'entreprise : les entrepreneurs des librairies D en particulier remettent de l'argent régulièrement (35,9 % des moyens propres).

Catégorie	Nombre	Emprunts long terme	Capitaux propres	taux d'endettement	Centre-Val de Loire	Xerfi 2013 (taux moyen 2011)
AB	2	557 552 €	963 338 €	57,88 %	11,40 %	33,30 %
C	14	572 000 €	2 106 482 €	27,15 %	8,30 %	38,20 %
D	19	348 832 €	1 237 252 €	28,19 %	10,80 %	51,50 %
TOTAL	35	1 478 384 €	4 307 072 €	34,32 %	10,20 %	

E. UNE PART DE SUBVENTION MODESTE

Les subventions (toutes origines confondues) représentent 10 % en moyenne des résultats nets, une part bien moindre que celle constatée en Centre-Val de Loire ou même en Poitou-Charentes où elles jouent un rôle vital pour les catégories C.

Si les subventions permettent de financer des projets, le recours à ce type d'aide est loin d'être systématique en Bourgogne.

Catégorie	Nombre	Subventions	Résultats nets	Part des subventions dans le résultat net	Centre-Val de Loire
AB	2	- €	316 183 €	- %	50,00 %
C	14	63 943 €	227 404 €	28,12 %	23,70 %
D	19	11 442 €	211 449 €	5,41 %	12,94 %
TOTAL	35	75 385 €	755 036 €	9,98 %	28,23 %



F /
L'AVENIR

I. LA TRANSMISSION : UN ENJEU PRIORITAIRE

23 % des gérants déclarent envisager une transmission de leur entreprise dans les 5 prochaines années. Il s'agit pour les deux tiers de librairies D. C'est presque deux fois plus que les chiffres constatés au niveau national. L'âge des gérants laisse également penser que cette problématique sera très importante dans les années à venir (cf. chapitre C. 2. c), sans compter les quelques libraires (3 au moment de l'enquête) qui souhaitent transmettre dans le cadre d'un nouveau projet professionnel et non pour des raisons d'âge.

PAR COMPARAISON

Au niveau national, 12,5 % des librairies souhaitent transmettre leur activité dans les 5 ans à venir¹.

1. La librairie en région (données 2014-2015), synthèse établie par la FILL, 2017

Certains libraires s'inquiètent de la capacité des repreneurs à s'engager dans un projet parfois peu rentable ou a minima chronophage :

« La transmission de l'entreprise, je n'y crois pas beaucoup. Aujourd'hui la rentabilité est telle qu'il ne faut pas perdre son temps : il faut être opérationnel tout de suite. Qui pour reprendre une maison de presse-librairie aujourd'hui ? Je fais du relais-colis, ce n'est pas pour les 30 centimes de commission que cela me rapporte, mais pour faire venir les gens dans mon commerce. Pour pérenniser l'activité, il faut améliorer la rémunération. Si j'avais 60 000 € au bas du bilan, j'aurais un repreneur sans problème. Avec 33 000 € pour un couple, ça ne fait pas rêver. Pour moi, l'accompagnement public consiste essentiellement à agir sur la fiscalité. » (Une maison de presse D)

2. LES PROJETS

Seuls 20,5 % des libraires du corpus expriment avoir des projets concrets en tête : pour l'essentiel, il s'agit de travaux de rénovation du local :

« J'ai embauché en 2017 ; je souhaite monter en puissance avant d'agrandir le magasin par l'arrière, je dispose d'un bel espace ; dans les 3 années à venir, je voudrais éventuellement changer de local en achetant les murs, ou adjoindre un nouveau local en y déplaçant la jeunesse et le roman graphique. » (Une librairie spécialisée C)

Néanmoins, 51 % des libraires ont exprimé des projets ou des envies pour l'avenir. Quelques libraires expriment ainsi leur envie de développer l'activité commerciale parfois en touchant une nouvelle clientèle ou en développant une nouvelle offre de produits ou services (la papeterie en vente directe auprès des collectivités et des professionnels avec un représentant indépendant démarchant la clientèle, par exemple) :

« Je fais du dépôt en maisons de presse et petits commerces (par exemple épicerie bio avec livres de cuisine), c'est du CA facile et c'est peut-être un axe de développement. » (Une librairie généraliste D)

L'élargissement de l'offre en livres est également cité :

« Si j'avais poursuivi mon activité [transmission en juillet 2017], j'aurais cherché à développer une offre jeunesse pour compléter l'assortiment BD et j'aurais également cherché à développer une offre numérique ; le problème pour la bande dessinée, c'est qu'on ne dispose pas encore de la technologie pour restituer la qualité des planches. » (Une librairie spécialisée D).

Les ventes hors les murs semblent à plusieurs libraires un créneau de développement :

« L'évolution du CA de la librairie, je la situe dans des activités hors les murs. Je pense avoir la bonne taille de librairie pour la ville, je ne vois pas une grande marge de progression de ce point de vue. Par contre, je mise beaucoup sur des ventes extérieures, une présence en dehors de mon magasin. » (Une librairie généraliste D)

« Je porte un projet un peu fou de création d'un festival du livre en lien avec la nature et l'environnement. »
(Une librairie généraliste D)

Quelques librairies sont inquiètes quant à l'avenir :

« On s'est pris le livre scolaire, Internet, Amazon, maintenant je ne sais pas ce qui va pouvoir nous arriver ! »
(Une librairie-papeterie D)

« Il y a des sujets d'inquiétude, on voit bien que nos clients vieillissent. Au-delà de cette interrogation, je suis contredit au quotidien par ce constat en voyant des jeunes entrer dans la librairie, ils n'ont juste pas le même pouvoir d'achat. » (Une librairie spécialisée D)

Mais beaucoup s'inscrivent dans une perspective optimiste et volontaire :

« Je veux réussir à maintenir, stabiliser l'activité dans un premier temps jusqu'au terme de l'emprunt bancaire. Mon but n'est pas de faire fortune mais de développer une activité de services ici, de vivre de ma passion, de servir ma clientèle. J'espère maintenir le plus longtemps possible mon commerce qui dynamise la commune. » (Une maison de presse D)

« Le gros atout, la grande force de la librairie et du commerce du livre en général, c'est qu'il y a des nouveautés toutes les semaines. Pas un autre commerce n'est en mesure de proposer des nouveaux produits chaque semaine. » (Une librairie spécialisée AB)

« Nous sommes optimistes : l'emplacement est très porteur, l'équipe excellente, nous avons un bon confort de travail... » (Une librairie spécialisée C)

G / CONCLUSION

I. UNE VITALITE QUI NE DOIT PAS CACHER LES DIFFICULTES REELLES

L'implantation et la taille des librairies en Bourgogne reflètent la réalité de ce territoire comportant de grandes zones peu peuplées : on trouve majoritairement des librairies de taille moyenne, et peu de fonds spécialisés, plus difficiles à défendre dans des territoires isolés. La structuration de la population montre une région moins acheteuse de livres que la moyenne nationale. Néanmoins, l'accès physique au livre est rendu possible de façon relativement homogène sur l'ensemble du territoire, grâce notamment aux plus petits points de vente. Cette réalité territoriale doit renforcer l'intention politique de soutien aux zones les plus fragiles, telles qu'elles ont été repérées dans cette étude : les zones rurales, Montceau-les-Mines, l'axe Sens-Auxerre notamment.

Malgré leur taille modeste, les librairies de Bourgogne montrent une belle vitalité. L'absence de très grande librairie (comme Mollat, Decitre, Sauramps dans d'autres régions) a permis le développement de belles librairies C. Les transmissions d'entreprises sont réussies et régulières, le renouvellement des équipes se fait, en s'appuyant notamment sur les apprentis des métiers du livre. Cumulant 181 emplois, la librairie indépendante est plutôt davantage pourvoyeuse d'emplois que dans d'autres régions. La formation continue n'est sans doute pas assez régulièrement mise en œuvre par les entreprises.

Les points de vente montrent dans leur ensemble un dynamisme commercial certain, limitant la part de CA collectivités (malgré la perte des marchés de livres scolaires), développant fortement les autres produits en complément du livre, ce qui leur permet de renforcer leur marge commerciale finale. Les niveaux de stock sont peut-être à surveiller un peu plus : ils influencent sur la rotation, relativement moyenne. Les conditions commerciales obtenues auprès des fournisseurs semblent correctes dans leur ensemble. Les libraires ont recours plus que dans d'autres régions aux services de coursiers pour assurer les livraisons : le coût du transport s'en ressent très légèrement mais le système, souple et plus humain dans les rapports quotidiens, semble convenir à la plupart.

Les résultats économiques, pour bons qu'ils semblent, ne doivent pas faire occulter que 47 % des librairies ont une trésorerie négative, résultat d'un manque de fonds propres et de besoin en fonds de roulement par le stock important. La librairie indépendante reste un commerce la plupart du temps sans capacité d'autofinancement.

Les libraires ont exprimé un certain nombre de besoins, liés à la réalisation de projets concrets pour lesquels ils n'ont pas toujours les moyens. Les pistes présentées ci-dessous découlent de cet état des lieux.

2. PRECONISATIONS

À la lecture de cet état des lieux, apparaissent deux axes stratégiques majeurs qui pourraient être poursuivis sur le territoire de Bourgogne-Franche-Comté :

- consolider les activités ;
- développer les territoires.

A. CONSOLIDER LES ACTIVITÉS

- **Améliorer l'équipement et l'aménagement** : matériel informatique ou mobilier, le matériel est obsolète chez beaucoup de libraires, qui n'ont pas souvent la capacité d'autofinancement nécessaire. La prise en charge d'une partie des coûts sous forme de subvention pourrait permettre d'améliorer les conditions de travail. Pour certains projets, une réflexion pourrait être menée en amont avec un spécialiste du *merchandising* et de l'aménagement d'espaces commerciaux.

- **Renforcer la formation continue** : peu mobilisées malgré les propositions portées depuis quelques années par le CRL Bourgogne, les formations sont un outil triplement utile : pour l'apport de compétences, la prise de recul sur son activité et le renforcement des liens entre libraires de la région. Continuer à développer un programme régulier de formations est un enjeu majeur.

- **Développer la vente sur Internet** : pour faire face à l'isolement géographique et au poids vraisemblable des achats sur Internet, il serait intéressant de permettre un renforcement de la présence des libraires sur Internet. Ce renforcement peut prendre plusieurs formes :

- information aux libraires (notamment D) sur les solutions existantes (plateformes type leslibraires.fr, lalibrairie.com)

- création d'une plateforme régionale de vente en ligne sur le modèle de celles existant dans d'autres régions (cf. chez-mon-libraire en Rhône-Alpes).

Ce projet demande néanmoins une coordination entre librairies qui est la plupart du temps portée par une association régionale, manquante en Bourgogne-Franche-Comté.

- aides financières à la création ou à l'évolution des sites Internet des libraires, permettant *a minima* la réservation en ligne (remontées de stocks)

- **Accompagner les gérants dans la gestion des ressources humaines** : le recrutement et le management sont des enjeux majeurs de pérennisation d'activités et bien souvent les gérants se sentent seuls et démunis face à ces questions. Plusieurs pistes peuvent être évoquées :

- ouvrir une « cellule employeurs » : un espace de dialogue entre chefs d'entreprise sur ce sujet, qui pourrait également être enrichi par des journées professionnelles, un atelier régulier, une hot line... Les gérants pourraient partager rapidement (via un groupe Facebook ou un forum) leurs questions et problèmes.

- développer une FAQ portée par la structure régionale pour le livre (SRL) sur les questions récurrentes liées au recrutement, à la gestion des RH, à l'évolution des compétences, aux spécificités métiers de la librairie... Ces fiches ou questions/réponses disponibles sur le site de la SRL seraient rédigées par des spécialistes de ces questions ;

- renforcer les passerelles entre les formations professionnelles métiers du livre environnantes et les professionnels de la région ;

- pour faire face à la difficulté des gérants à dégager du temps de vacances, envisager le développement d'un emploi partagé sur le modèle de ce qu'a développé le GECLA³⁴ en Auvergne.

- **Développer des outils de fidélisation clients** : la bonne maîtrise de sa base de données clients, le développement d'outils marketing doivent permettre aux libraires de renforcer le rapport à la clientèle. L'usage de Facebook, pour répandu qu'il soit parmi les libraires bourguignons, n'est pas encore suffisamment soutenu.

Des formations régulières sur ces sujets, le partage d'expériences, une veille active et partagée par la SRL auprès des professionnels sur ces questions, seraient des outils intéressants à développer pour favoriser la bonne prise en compte de cette dimension de l'activité commerciale.

- **Accompagner la gestion de stock** : la part importante des stocks et la rotation moyenne pointées dans l'étude, invitent à continuer de proposer des formations ou des accompagnements individuels dans les cas les plus délicats, afin de sensibiliser les libraires à cette question et d'améliorer la gestion le cas échéant.

- **Le hors les murs** : les libraires de Bourgogne ont souligné l'importance des déplacements hors les murs dans leur activité. Favoriser les partenariats et les bonnes relations entre professionnels demeure un enjeu majeur.

- **Favoriser le renouvellement des formes d'animation** par la formation et la mutualisation des opérations entre libraires. Un soutien aux opérations mutualisées permettrait de lancer la dynamique sur le territoire.

34. www.gecla.fr

B. DÉVELOPPER LES TERRITOIRES

- **Favoriser le développement d'une association régionale** : si les libraires se montrent demandeurs et qu'un groupe motivé émerge, la SRL peut accompagner la structuration d'une association régionale qui peut être un appui opérationnel très important pour les professionnels. La bonne entente entre libraires et la volonté apparente de collaboration laissent présager que la dynamique ne serait pas longue à être mise en œuvre, surtout si certains projets concrets sont posés dès le début comme objectifs (tournées d'auteurs, plateforme de vente en ligne, emploi partagé).

À terme, l'embauche d'un salarié permanent est une condition *sine qua non* pour que l'association fonctionne réellement.

- Favoriser les territoires délaissés :

. Les créations se développent peu sur les territoires les plus isolés ces dernières années. À travers la commande d'une étude de marché, la SRL pourrait repérer plus finement les zones réellement délaissées et jouer un rôle de sensibilisation des élus locaux.

Un accompagnement de grande proximité avec les porteurs de projets sur ces territoires permettrait de leur donner toutes les chances de voir le projet aboutir et se construire sur des bases solides. Certaines zones pourraient même faire l'objet de ciblage prioritaire d'accompagnement public afin de favoriser l'implantation ou le maintien de points de vente du livre.

. Mieux connaître le réseau secondaire des points de vente du livre, à travers une étude *ad hoc* (sur le modèle de celle qui a été réalisée en Franche-Comté en 2017).

- **Renforcer l'accompagnement en amont des reprises** : le territoire est particulièrement dynamique en termes de reprises. Néanmoins, il serait profitable de recenser les projets à venir dans les trois ans, de façon à les accompagner au mieux. L'accompagnement des cédants est parfois un levier non négligeable de finalisation des projets, notamment en ce qui concerne l'estimation de la valeur de cession.

Un autre enjeu majeur de la profession tient à l'émergence de repreneurs au sein des équipes de salariés : formations dédiées et/ou accompagnement personnalisé permettraient de favoriser ce type de projets. Une journée d'information sur les formes possibles de reprise (projets Scop par exemple) pourrait permettre de planter des graines, à moyen ou long terme, sur le sujet parmi les salariés.

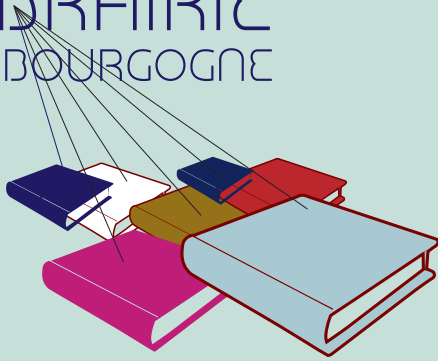
Le Centre régional du livre de Bourgogne remercie chaleureusement les librairies de la région pour leur disponibilité, leur accueil et leur collaboration dans le cadre de cette étude.

Autrement Dit (Dijon) | Gibert Joseph (Dijon) | Grangier (Dijon) | La Fleur qui pousse à l'intérieur (Dijon) | Momie librairie (Dijon) | Mots de plume (Is-sur-Tille) | L'Écritoire (Semur-en-Auxois) | Athenaeum de la Vigne et du Vin (Beaune) | Des Livres et Des Hommes (Beaune) | Maison de la Presse (Saulieu) | Page 21 (Châtillon-sur-Seine) | À Fleur de mots (Montbard) | Agapé (Nevers) | Le Cyprès - Gens de la Lune (Nevers) | Librairie Didier (Château-Chinon) | Page 58 (Cosne-sur-Loire) | Librairie de la Presse (Decize) | Le Millefeuille (Clamecy) | Le Cadran Lunaire (Mâcon) | Develay (Chalon-sur-Saône) | Gibert Joseph (Chalon-sur-Saône) | La Mandragore (Chalon-sur-Saône) | L'Antre des Bulles (Chalon-sur-Saône) | À livre ouvert / Rendez-vous avec la nature (Chagny) | Plein Ciel (Le Creusot) | Les Cahiers Lamartine (Cluny) | La Promesse de l'aube (Autun) | Forum (Louhans) | Les Mille Pages (Paray-le-Monial) | Les Arcades (Tournus) | Librairie-papeterie 2B (La Clayette) | La Pieuvre (Auxerre) | Obliques (Auxerre) | Calligrammes (Sens) | Jofac (Toucy) | Presse librairie Lili (Saint-Fargeau) | L'Autre Monde (Avallon) | L'Or des Étoiles (Vézelay) | Plume et Image (Tonnerre)

Étude réalisée par le Centre régional du livre de Bourgogne,
avec le soutien financier de la Direction régionale des affaires culturelles de Bourgogne-Franche-Comté (ministère de la Culture)
avec Michel Ollendorff (L'Éperlette) et Mathilde Rimaud (L'Épaulette), consultants
Expertise, conseil : Mathilde Rimaud et Michel Ollendorff
Enquête et traitement des données : Michel Ollendorff et Sylvain Loux, chargé de mission Économie du livre
Analyse, rédaction : Mathilde Rimaud et Sylvain Loux
Cartographie : Urbicand
Graphisme : Anne Gautherot
Impression : ICO - avril 2018

ÉTAT DES LIEUX DE LA LIBRAIRIE EN BOURGOGNE

DONNÉES 2016



Agence Livre & Lecture Bourgogne-Franche-Comté

Site de Dijon :
71, rue Chabot-Charny - 21000 Dijon
03 80 68 80 20

Site de Besançon :
5, avenue Cusenier - 25000 Besançon
03 81 82 04 40

www.livre-bourgognefranche.comte.fr

Agence
Livre & Lecture
Bourgogne-
Franche-Comté



RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

