

PROJECTEURS

L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET

OUVRIR UNE LIBRAIRIE

JANVIER 2023



bpi**france**

CRÉATION

PROJECTEURS

AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, *etc.*), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres-clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site **Bpifrance-creation.fr**. Vous y trouverez des contenus spécifiques sur les **statuts juridiques**, les **financements**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut fiscal et social de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

Le dossier Projecteurs **OUVRIR UNE LIBRAIRIE** est édité par Bpifrance.

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16 € TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Dufourcq

CONTACTS

Caroline Gilibert (caroline.gilibert@bpifrance.fr)

Laurence Tassone (laurence.tassone@bpifrance.fr)

ISBN : 978-2-38076-044-6

Bpifrance, janvier 2023

MISES EN GARDE

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : <https://bpifrance-creation.fr>
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez le [formulaire de contact](#) du site de Bpifrance Création.

PROJECTEURS

OUVRIR UNE LIBRAIRIE

“ Rien ne remplacera jamais le lieu où l’on flâne, se perd, musarde, discute, drague, hésite, choisit et repart les bras chargés [de livres qu’on n’était pas venu chercher]. ”

François Busnel*

MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions, en particulier :

- Département de l’économie du livre au **ministère de la Culture**
- Didier Grevel, délégué général de l’Association pour le développement de la librairie de création (**Adelc**)
- Le Syndicat de la librairie française (**SLF**)

N’hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

*Journaliste, critique littéraire, producteur et animateur de télévision et de radio français. Citation extraite de « François Busnel : "Les librairies sont des lieux de résistance à la bêtise !" » (Le Figaro).

PROJECTEURS



AVERTISSEMENT

Chers créateurs entrepreneurs,

Vous venez d'acquérir ce dossier Projecteurs rédigé pendant la crise liée à la Covid-19.

Une grande partie des secteurs d'activité et des métiers que nous traitons dans ces dossiers ont vu leurs perspectives de marché à court terme bouleversées par cet arrêt brutal et inédit de l'activité lié aux périodes de confinement et par une reprise plus ou moins effective et rapide selon les activités.

Les informations que nous mettons à votre disposition dans la partie 3 des dossiers Projecteurs sont, pour la plupart, des éléments concernant la structure de votre marché qui restent pertinents pour la mise en place de votre projet.

En cette période incertaine, les organisations professionnelles mentionnées dans la dernière partie de chaque dossier Projecteurs sont mobilisées pour accompagner au mieux leurs adhérents actuels et futurs dans la traversée de cette crise ou la création de leur entreprise. Afin d'obtenir les informations les plus récentes sur l'évolution de votre futur marché, nous vous invitons à vous rapprocher de ces organisations qui sont les plus à même de vous communiquer les derniers chiffres et les éventuelles mesures spécifiques mises en place par le gouvernement en faveur de votre secteur.

Parallèlement à cette démarche, nous vous conseillons d'effectuer une veille régulière en mettant en place les actions suivantes :

- surveillez les nouveaux contenus de **Bpifrance Création** et abonnez-vous à sa **newsletter** ;
- effectuez une veille sur le site du **Cedef**, le centre de documentation du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance ;
- consultez régulièrement des sources qui suivent l'activité sectorielle, comme les *newsletters* des revues sectorielles, notamment celles mentionnées dans la partie 7 de chaque dossier Projecteurs.

Nous vous souhaitons une belle réussite dans votre projet !

L'équipe des dossiers Projecteurs

SOMMAIRE

1.	EN BREF	6
2.	DÉFINITION DE LA PROFESSION	8
3.	ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ	12
4.	MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ	31
5.	ÉLÉMENTS FINANCIERS	36
6.	RÈGLES DE LA PROFESSION	42
7.	CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION	48

**EN
BREF**

1.

EN BREF

Depuis les différents confinements liés à la pandémie de Covid-19, le livre est devenu un refuge et une véritable échappatoire pour de nombreux Français. En 2021, cette dynamique s'est confirmée avec un nombre record de créations/reprises de librairies. Une performance qui s'expliquerait par le besoin de revenir à l'essentiel, une envie de ralentir la cadence et de se déconnecter dans une époque de surconsommation. Le libraire est un médiateur, il incarne le lieu où se tisse une relation de partage avec le lecteur. Ce lien doit perdurer et les librairies doivent être des lieux de surprises et de rencontres !

La librairie française a le vent en poupe ! La crise sanitaire de 2020/2021 a fait passer les professionnels du secteur par toutes les couleurs de l'arc-en-ciel. Les libraires indépendants ont dû faire preuve de résilience, naviguer souvent à vue, innover dans l'urgence, tester de nouvelles formules commerciales, repenser leur communication tout en étant confrontés à l'inquiétude de leurs équipes. Dans le même temps, l'activité de commerce de livres a été reconnue comme « essentielle ». Ils ont gagné une image ultra positive au sein de la population française, renforçant ainsi la fidélisation de leur clientèle tout en la développant.

Les libraires ont-ils passé un cap ou bien cette période restera-t-elle comme une parenthèse enchantée ? Les ventes de livres semblent en effet, marquer le pas depuis le début de l'année 2022, par rapport à 2021 qui a été une année exceptionnelle. Malgré une place dans le marché du livre qui demeure importante et une valeur ajoutée (assortiments, personnel qualifié, etc.) reconnue, la situation financière des librairies demeure souvent fragile. La rentabilité est la plupart du temps faible, le niveau des salaires y est peu élevé et les charges pèsent sur leur résultat.

Face à des concurrents offensifs, les libraires indépendants doivent créer les conditions pour maintenir et développer une librairie de qualité. C'est le premier circuit de vente de livres : près de 1 livre sur 2 est acheté en librairie indépendante. Le métier est varié : un libraire doit accueillir, orienter et fidéliser les clients, mais aussi choisir, animer et organiser intellectuellement un assortiment cohérent. Le chef d'entreprise doit, quant à lui, savoir piloter son activité, utiliser des outils de gestion d'entreprise, et négocier des conditions commerciales acceptables. Il faut que sa casquette commerciale permette au libraire d'organiser des rencontres et d'être actif sur les réseaux sociaux, tout en créant des liens avec des collectivités territoriales et des entreprises... Autant de tâches qui structurent le quotidien et nécessitent des compétences multiples.

CHIFFRES-CLÉS

+ 53 %

de créations de librairies/reprises

> 3 500

librairies indépendantes

(Insee ; en France en 2021 – SLF ; en France en 2022)

2.

DÉFINITION DE LA PROFESSION

DÉFINITION DE LA PROFESSION

Activité

Il existe des librairies « pures », générales ou spécialisées, dédiées 100 % à la vente de livres, mais aussi des points de vente où plusieurs offres cohabitent : les livres, la papeterie (aux marges plus élevées), la presse, le multimédia (jeux éducatifs, logiciels de formation...). Cette forme de commerce multi-spécialisé permet d'accroître sensiblement le chiffre d'affaires du magasin. Mais chaque produit correspond à un métier particulier. Vendre un livre, un article de papeterie ou un jouet, ce n'est pas la même chose. Par ailleurs, à trop diversifier son offre, il existe un risque de diluer son image auprès du public. Le catalogue de la librairie est proposé dans un magasin physique et/ou dans une librairie en ligne.

Il n'est donc pas aisé d'établir une définition précise de la librairie. Pour l'association d'Aide au développement des librairies de création (Adelc), une librairie est un commerce dont la majorité du chiffre d'affaires provient de la vente de livres, hors livres scolaires.

Le libraire a pour mission principale de vendre des livres. En tant que commerçant, il exerce un rôle fondamental d'accueil et de conseil. Il aide à la constitution d'une bibliothèque, recherche une œuvre ou un éditeur ou commande les ouvrages les plus divers réclamés par sa clientèle.

L'activité est saisonnière, mais il y a de nombreuses saisons favorables aux librairies. Si une part importante du chiffre d'affaires est réalisée entre la rentrée scolaire (coïncidant avec la principale rentrée littéraire) et les fêtes de fin d'année, d'autres temps forts se dégagent, comme la période avant les vacances d'été.

Le libraire travaille avec de multiples maisons d'édition ou leurs représentants (diffuseurs) avec lesquels il négocie des conditions commerciales, notamment une remise (voir la rubrique « [La remise](#) » en partie 5) sur la base d'un prix public hors taxes (HT). Pour rappel, la loi Lang [81-766](#) du 10 août 1981 relative au prix du livre impose, pour chaque titre publié, un prix de vente unique défini par l'éditeur (voir la rubrique « [Le prix unique du livre](#) » en partie 6).

Pour en savoir plus :

→ ACTUALITÉ. « [Temps forts de la vie des livres en librairie : comment vendre mieux](#) », interview publiée le 09/03/2017.

Code APE de la NAF

Au sein de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008), l'activité de libraire relève du code d'activité principale de l'entreprise (APE) [47.61Z](#) « **Commerce de détail de livres en magasin spécialisé** ».

Il comprend le commerce de détail de livres de toute nature.

Ce code ne comprend pas le commerce de détail de livres d'occasion ou de livres anciens (47.79Z).

Pour en savoir plus :

→ MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE. « [Activité de votre entreprise : code APE, code NAF, qu'est-ce que c'est ?](#) », rubrique en ligne.

Aptitudes

Le libraire doit nécessairement posséder une solide culture générale et littéraire, la passion des livres, un attrait pour l'actualité culturelle, mais il doit également avoir la fibre commerciale et être un bon gestionnaire. Une autre prédisposition primordiale est l'appétence pour les négociations commerciales avec les fournisseurs que sont les éditeurs et leurs services commerciaux appelés « diffuseurs ». Savoir communiquer, notamment sur les réseaux sociaux, est une aptitude qui devient primordiale.

Posséder une bonne culture générale

Pour devenir libraire, il ne suffit pas d'aimer lire. Le libraire doit guider les lecteurs. Une bonne culture générale, une fine connaissance du catalogue des éditeurs et un intérêt constant pour l'actualité du livre sont essentiels afin de sélectionner les ouvrages et conseiller les lecteurs de manière pertinente.

Être un bon gestionnaire

À son compte, un libraire doit avoir des compétences en comptabilité et gestion pour surveiller les indicateurs et mettre en place les tableaux de bord de suivi des ventes.

L'activité de conseil peut représenter 40 à 70 % de son temps de travail quotidien, surtout le week-end. Mais la journée du libraire ne se résume pas à conseiller des ouvrages aux clients : il s'agit aussi de gérer les stocks, la comptabilité ou les rendez-vous avec les représentants des maisons d'édition.

Avoir le sens du commerce

Le libraire exerce un rôle fondamental d'accueil, de conseil, de fidélisation et d'animation. Il doit développer des qualités personnelles telles que le goût du contact humain, une excellente mémoire, beaucoup de dynamisme et une bonne résistance physique. Aujourd'hui, pour contrer la concurrence des plateformes de vente de livres ou de téléchargements, il faut miser sur l'humain... Il est important de connaître sa clientèle, d'identifier ses besoins et de nouer une relation forte avec elle.

Savoir communiquer et faire preuve d'ouverture

Pour faire connaître son commerce, le libraire est amené à s'impliquer dans la vie de son quartier ou de sa ville. Il peut le faire en travaillant avec des entreprises, des associations, des établissements scolaires, des bibliothèques, ou en développant d'autres activités comme la librairie-café, mais également en mettant en place des animations dans sa librairie.

De plus en plus, le libraire doit développer des compétences en communication numérique et être présent sur les réseaux sociaux, par exemple en créant des alertes personnalisées.

Pour en savoir plus :

➔ FRANCE CULTURE. « [Libraires : un métier d'avenir ?](#) », podcast du 12/01/2023.

Lexique

Sont mentionnés ici les principaux termes utilisés dans ce dossier.

LIBRAIRIE DE PREMIER NIVEAU (OU NIVEAU 1)	Les librairies de premier niveau proposent plus de 15 000 références, avec un chiffre d'affaires supérieur à 750 000 €. Le terme de « premier niveau » vient de la segmentation opérée par les diffuseurs et désigne, selon les cas, les 800 à 1 000 librairies les plus importantes.
LIBRAIRIE DE DEUXIÈME NIVEAU (OU NIVEAU 2)	Ce sont 4 000 à 12 000 points de vente, selon les diffuseurs, avec un chiffre d'affaires inférieur à 750 000 €, qui regroupent la majeure partie des librairies indépendantes, les commerces de proximité, les kiosques, les magasins de gare.
LIBRAIRIE DE TROISIÈME NIVEAU (OU NIVEAU 3)	Ce sont les très petits points de vente et les points de vente spécialisés ou occasionnels pour lesquels la vente de livres ne constitue pas l'activité principale et qui n'ont pas de compte ouvert chez les distributeurs mais s'approvisionnent auprès de grossistes. C'est le cas des rayons livre dans un magasin de bricolage, une pharmacie, un magasin de jouets, <i>etc.</i>
LIBRAIRIE INDÉPENDANTE	Une librairie est indépendante lorsqu'elle n'appartient pas à une chaîne ou à un groupe d'entreprises. Elle a donc pleinement la maîtrise de son fonctionnement, de ses achats, des livres et des maisons d'édition qu'elle souhaite mettre en avant.
PASS CULTURE	Le pass Culture est un dispositif d'accès aux activités culturelles (de proximité ou en ligne) pour les jeunes de 18 ans. Ils disposent d'un montant de 300 € valable pendant 24 mois.

Le Syndicat national de l'édition (SNE) met à disposition un lexique qui décrypte le « [circuit du livre](#) » et la terminologie utilisée dans le secteur.

Le Syndicat de la librairie française (SLF) propose les définitions du vocabulaire du métier dans les différents thèmes abordés dans le « [guide du libraire](#) ».

3.

**ÉLÉMENTS
DE L'ÉTUDE
DE MARCHÉ**

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché

L'état des lieux du secteur

Selon l'étude annuelle 2021 de l'institut GfK, les ventes de livres ont représenté 80 % du chiffre d'affaires d'un marché des biens culturels physiques neufs qui a progressé de + 11 % en 2021, pour s'établir à 4,5 milliards d'euros. Les livres se placent devant le jeu vidéo (11 %), la musique (5 %) et la vidéo (4 %). Le nombre d'exemplaires de livres vendus en France est de 469 millions en 2021, en hausse de 18 % par rapport à 2020. Ce chiffre concerne tous les livres (neufs, occasions et numériques). Ces ventes ont généré un chiffre d'affaires en 2021 de plus de 4,5 milliards d'euros selon les données de GfK, soit un bond de 18 % par rapport à 2020 et surtout de 14 % en deux ans.

Cet accroissement du chiffre d'affaires est inhabituel dans le secteur et étroitement lié à une conjoncture exceptionnelle. Plusieurs facteurs sont à l'origine de cette performance :

- le maintien de l'activité dans un contexte économique très ralenti, grâce à des librairies déclarées « commerces essentiels » dès février 2021 ;
- la fermeture des lieux de culture pendant plusieurs mois (salles de concert, cinémas, théâtres, festivals) ;
- la volonté des Français de réduire le temps passé devant les écrans ;
- des prix littéraires particulièrement prescripteurs ;
- la mise en place du pass Culture pour les jeunes de 18 ans qui aura apporté une manne financière non négligeable : avec 2 991 librairies participantes, ce sont 42 000 ouvrages (prix moyen considéré de 11 €) qui ont été achetés grâce à cette enveloppe de 300 € accordée aux jeunes.

Sources :

- GfK. « **2019-2022 : marché du livre en accélération** », présentation de l'étude commentée à l'occasion des Rencontres nationales de la librairie 2022.
- LES ÉCHOS. « **Le marché français du livre signe une année 2021 historique** », article publié le 08/02/2022.
- SLF. « **Après la crise, où en sont les librairies ?** », communiqué de presse publié le 20/06/2022.

Les principaux segments éditoriaux du marché du livre en 2021

- **La littérature** est le premier segment en valeur puisqu'il représente 21 % de part de marché, soit 614,3 M€.
- Le segment de **la bande dessinée, des comics et des mangas** est le grand gagnant de l'année 2021, avec un chiffre d'affaires de 509,6 M€, en croissance de 55,8 % par rapport à 2020.
- **L'édition jeunesse** est le troisième segment en valeur, avec un montant total de ventes de 411 M€.
- Le segment des **sciences humaines et sociales** (SHS) représente un chiffre d'affaires de 373 M€. Il est en hausse de 4,5 % par rapport à 2020.
- **Les livres pratiques** représentent un chiffre d'affaires de 369,8 M€. Dans ce segment, les livres d'activités artistiques et manuelles ont connu des ventes importantes en 2021 (+ 39,9 %), ainsi que les livres sur la santé, le bien-être ou le développement personnel (+ 19,8 %). Les ventes de livres de cuisine, qui avaient été les grands gagnants de 2020, continuent de croître (+ 10,6 %).
- **Les livres scolaires** sont en baisse de 17,1 %, atteignant un chiffre d'affaires de 321,7 M€. Ce recul s'explique par la publication en 2019 et 2020 de plusieurs centaines de nouveaux manuels pour couvrir

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

l'ensemble des matières du nouveau baccalauréat (socle commun et épreuves de spécialités). La réforme étant désormais terminée, le chiffre d'affaires des manuels du secondaire a chuté en conséquence.

- **Les documents, essais et livres d'actualité** ont connu une croissance de leurs ventes de 11,7 %, réalisant un chiffre d'affaires total de 112,8 M€.
- Le secteur **des livres de sciences et techniques, de médecine et de gestion** représente un marché de 70,3 M€ (+ 17 %).
- **Les beaux livres et livres d'art** ont atteint un chiffre d'affaires de 66,2 M€. Après une année 2020 très difficile en raison de la fermeture des musées et la déprogrammation des grandes expositions, le secteur a renoué avec la croissance en 2021, avec une augmentation des ventes de 49 % en valeur et de 41 % en volume.
- Le secteur des **livres de religion et d'ésotérisme** représente un marché de 48,3 M€, en hausse de 32,8 % par rapport à 2020. Très pénalisé en 2020 par la suspension des célébrations religieuses, la fermeture des lieux de culte et des sanctuaires, le segment des livres de religion a retrouvé une belle vitalité en 2021 (+ 25 %).
- Les ventes de **dictionnaires et encyclopédies** ont baissé de 1,3 % par rapport à 2020, avec un chiffre d'affaires de 22,5 M€.

Source : SNE. « **Chiffres clés de l'édition 2021** », synthèse publiée en 2022.

Le marché du livre numérique

Selon GfK, en 2021, le marché du livre numérique a généré un chiffre d'affaires de 125 M€, en progression de 16 % par rapport à 2019. Ce segment représente 3 % du chiffre d'affaires total du livre et le prix moyen d'un livre numérique est de 7,60 €.

En 2021, 30 % des Français ont consommé au moins 1 livre dématérialisé (ebook ou livre audio) et plus de 50 % de ces lecteurs disent en consommer plus qu'avant la crise sanitaire de 2020-2021.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION NUMÉRIQUE PAR SEGMENT ÉDITORIAL, 2021

SEGMENT ÉDITORIAL	EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL
Professionnel et universitaire	67
Scolaire	14
Littérature	12
Grand public (hors littérature)	7

Source : SNE.

Sources :

- GfK. « **2019-2022 : marché du livre en accélération** », présentation de l'étude commentée à l'occasion des Rencontres nationales de la librairie 2022.
- SNE. « **Chiffres clés de l'édition 2021** », synthèse publiée en 2022.

Pour en savoir plus :

➔ COMMERCE MAGAZINE. « **Un libraire 2.0** », article publié le 29/10/2019.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché du livre audio

Le livre audio, autrefois confidentiel, prend de l'ampleur. Depuis 2015, il passe à l'offensive. S'il ne représente en France que 1 à 2 % du marché du livre, son poids est dix fois plus important en Grande-Bretagne ou en Allemagne. Il peut se présenter sous forme de CD, donc commercialisable en librairie ou, de plus en plus fréquemment, en fichier audio en téléchargement.

Selon la 11^e édition du « Baromètre sur les usages des livres imprimés, numériques et audio », le livre audio comptait 9,9 millions d'auditeurs en 2021. Sur l'ensemble de la population, 15 % des Français de 15 ans et plus ont déjà écouté un livre audio physique (CD) et 12 % un livre audio numérique (téléchargement).

Si l'écoute de livres audio physiques est en légère perte de vitesse, le livre audio numérique, en revanche, a connu une progression significative avec 800 000 nouveaux utilisateurs sur l'année 2021. Cette croissance s'explique par des facteurs structurels : le taux d'équipement des Français en appareils numériques et enceintes connectées est en augmentation ; le format dématérialisé (MP3) permet une écoute en situation de mobilité ou de pluriactivité, notamment sur *smartphone* ; la clientèle la plus jeune est de plus en plus attirée par des contenus audio (podcasts, vidéos).

D'autres facteurs plus conjoncturels ont également joué un rôle d'accélérateur dans le développement du livre audio, notamment les périodes de confinement des années 2020 et 2021 ainsi que la mise en place du pass Culture par lequel de nombreux achats de livres audio ont été effectués.

Sources :

- LES ÉCHOS. « [Le livre audio grignote du terrain grâce au smartphone](#) », article publié le 17/08/2019.
- SOFIA, SNE, SGDL. « [Baromètre sur les usages du livre numérique et audio](#) », publié le 29/04/2022 (il présente également le profil des usagers et leurs circuits d'achat).

Pour en savoir plus :

- ➔ ACTUALITÉ. « [La France enfin décidée à investir dans le développement du livre audio](#) », article publié le 09/07/2021.
- ➔ FRANCE INTER. « [Livre audio : le marché attise les convoitises](#) », chronique publiée le 02/06/2018.

Les points de vente de livres en France

Le nombre total de points de vente sur le territoire français est estimé, par le ministère de la Culture, entre 20 000 et 25 000, dont 15 000 ont une activité régulière de vente de livres. Seuls 3 500 à 4 500 exercent cette activité à titre principal ou réalisent une part significative de leur chiffre d'affaires avec le livre. Les 1 000 premiers correspondent à ce que les diffuseurs appellent le « premier niveau », qui représente 60 à 75 % du chiffre d'affaires des éditeurs. Tous ces points de vente emploient environ 15 000 personnes (salariés, dirigeants ou entrepreneurs individuels).

Voici les différents circuits de vente du livre en France :

- Les librairies, et parmi elles :
 - > les grandes librairies généralistes ;
 - > les librairies de taille petite ou moyenne ;
 - > les librairies spécialisées (BD, jeunesse, photo, cuisine, religion, cinéma...) ;
 - > les librairies-papeteries, les librairies-café, etc.
- Les grandes surfaces spécialisées ou « GSS » (Fnac, Cultura...).
- Les librairies en ligne (Chapitre.com, Amazon.fr, Fnac.com, Cultura.com...).
- Les rayons spécialisés des grandes surfaces alimentaires ou « GSA » (Espace culturel E.Leclerc, Carrefour, Auchan, Casino...).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'année 2021 a été exceptionnelle pour tous les types de points de vente. D'après les données *Livres Hebdo/Xerfi/Spécific*, les ventes de livres au détail ont en effet connu un redressement spectaculaire (+ 12,5 % en moyenne) après une année 2020 marquée par la crise sanitaire qui a entraîné une chute des ventes de 4,5 % en valeur.

Parmi les différents circuits de distribution, tous en progression sensible, les circuits spécialisés, à commencer par les librairies, ont le mieux tiré profit du rebond de l'activité en 2021 : + 17,5 % pour les librairies de niveau 2 et + 14,9 % pour les librairies de niveau 1. Les grandes surfaces culturelles évoluent à un niveau proche du niveau moyen du marché (+ 12 %).

POIDS DES CIRCUITS DE VENTE DU LIVRE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL, 2021

CIRCUITS DE VENTE	EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES TTC
Librairies de niveau 2 + Internet + Autres	36,2
Grandes surfaces spécialisées (GSS)	27,7
Librairies de niveau 1	23,0
Grandes surfaces alimentaires (GSA)	13,2

Source : GfK 2022 (SNE).

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès du SLF en décembre 2022.
- LIVRES HEBDO. « [Le marché du livre bondit de 12,5 % en 2021](#) », article publié le 27/01/2022.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Le marché du livre](#) », rubrique en ligne.
- SNE. « [Chiffres clés de l'édition 2021](#) », synthèse publiée en 2022.
- WEB-TV-CULTURE.COM. « [Les Rencontres nationales de la librairie : étude Xerfi sur l'impact de la crise sanitaire sur l'économie des librairies](#) », podcast du 03/07/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.

Les librairies indépendantes

Avec plus de 3 500 librairies indépendantes recensées en 2022 par le Syndicat de la librairie française (SLF), de toutes tailles et implantées sur l'ensemble du territoire, la France dispose d'un des réseaux les plus denses au monde.

Malgré le développement de la vente de livres dans la grande distribution et sur Internet, ce réseau demeure le premier circuit de vente de livres. Près de 1 livre sur 2 est acheté en librairie indépendante et davantage pour les ouvrages dits de création en littérature, sciences humaines, jeunesse, art, poésie, théâtre... ou pour les nouveautés qui ont besoin de temps pour trouver leur public.

Sources :

- LE MONDE. « [L'étonnante floraison des librairies en France](#) », article publié le 25/11/2021.
- SLF. « [Chiffres clés](#) », rubrique en ligne.

Les clients des librairies indépendantes réalisent un peu moins d'un tiers de leurs achats de livres (32 %) sur Internet. Malgré le gain relatif de la position d'Internet parmi les différents canaux, cette part est en légère diminution par rapport à 2019 (36 %) selon l'étude de l'ObSoCo 2022. Ce résultat confirme l'attrait des clients en faveur des canaux physiques, dont font partie les librairies indépendantes.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les deux critères les plus souvent évoqués pour justifier le recours au site Internet sont le choix (36 %), mais également le prix (30 %). Suivent, parmi les critères de sélection des plateformes, les délais (27 %) et le coût de la livraison (22 %).

Les enjeux d'accessibilité et d'habitudes restent prédominants dans les raisons de non-fréquentation des librairies indépendantes.

Seulement 6 % des clients actuels sont des nouveaux clients qui ont profité de la crise sanitaire pour (re)découvrir les librairies indépendantes.

Parmi les principaux avantages pour illustrer les différents points de vente :

- l'humain et le conseil restent les deux forces des librairies indépendantes ;
- la praticité et le choix sont les critères les plus cités pour les grandes surfaces spécialisées dans la vente de produits culturels ainsi que pour les sites qui vendent des livres sur Internet ;
- les supermarchés et hypermarchés sont, quant à eux, qualifiés de pratiques et proches.

Source : L'OBSOCO POUR LE SLF. « **Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire** », publiée en juin 2022.

Paris est la ville qui concentre la plus de librairies au monde

L'Atelier parisien d'urbanisme (Apur) a publié en avril 2021 les conclusions de son étude « L'évolution des commerces à Paris » qui permet de suivre l'évolution des activités commerciales et les changements de mode de vie des Parisiens sous l'angle du commerce. L'enquête 2020 s'est déroulée dans un contexte marqué par deux périodes de fermeture des commerces et activités, dits non essentiels, en raison de la crise sanitaire de la Covid-19.

Concernant les commerces de biens culturels et plus spécifiquement les librairies, Paris est la ville qui concentre le plus de librairies au monde. Dans son étude, l'Apur recense 650 librairies dans Paris en 2020. Alors que de nombreuses librairies de livres neufs ouvrent à Paris chaque année, le nombre de librairies serait en diminution depuis 20 ans (- 39 % soit - 405 entreprises depuis 2000), car le panel retenu comprend tous les types de librairie (livres neufs, anciens, d'occasion, etc.). Or, les librairies qui disparaissent sont, pour beaucoup, des librairies spécialisées dans les livres anciens et/ou d'occasion.

Par ailleurs, plusieurs librairies nouvelles s'ancrent dans les quartiers périphériques. Elles développent des rayons spécialisés dans la bande dessinée, les mangas, les livres d'art ou encore des livres illustrés pour les plus jeunes. Pour se démarquer des sites de vente en ligne, elles organisent aussi des rencontres et des dédicaces avec des auteurs. Paris compte près de 90 % de librairies indépendantes qui se regroupent pour mutualiser leurs stocks et proposer, à travers des sites Internet, de rechercher, réserver et se faire livrer ses achats (réseaux Paris librairies, Librest, Canal BD...).

L'association **Paris librairies**, qui regroupe plus de 200 librairies (livres neufs) à Paris et en Île-de-France, constate plutôt un fort dynamisme du réseau dans la capitale.

Sources :

- APUR. « **L'évolution des commerces à Paris : inventaire des commerces 2020 et évolution 2017-2020** », étude publiée en avril 2021.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du SLF en décembre 2022.

Les librairies indépendantes en région

La Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill) a publié en 2020 le Baromètre de la librairie en région (données 2017). Il est le résultat d'une mise en commun de données économiques qui agrègent les résultats d'un panel constitué de 514 librairies indépendantes réparties dans 9 régions métropolitaines réalisant un chiffre d'affaires total cumulé de 465 M€ pour 2 416 emplois en équivalent temps plein (ETP). Les principaux enseignements de ce baromètre sont les suivants :

- La rentabilité du secteur est faible, autour de 1,2 % dans l'ensemble, avec des variations. Les librairies qui génèrent entre 300 k€ et 1 M€ (42 % du panel) de chiffre d'affaires se distinguent par une plus forte rentabilité (3 %). Les librairies les moins rentables réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 2 M€ (10 % du panel). Elles dégagent 0,5 % de rentabilité en moyenne.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- 83 % des librairies étudiées réalisent moins de 1 M€ de chiffre d'affaires.
- Le rendement moyen au m² est particulièrement faible pour les librairies dont le chiffre d'affaires est inférieur à 300 k€ : 40 % ont un chiffre d'affaires/m² inférieur à 2 000 €.
- Dans l'ensemble, 33 % des librairies réalisent un chiffre d'affaires/m² supérieur à 4 000 €. Ce taux monte à 45 % pour les librairies dont le chiffre d'affaires se situe entre 300 k€ et 1 M€ et 57 % pour les librairies dont le chiffre d'affaires est supérieur à 2 M€.
- 38 % des librairies du panel se situent dans des communes de 10 000 à 50 000 habitants, 14 % dans des villes de plus de 200 000 habitants et 11 % dans des communes de moins de 5 000 habitants.
- 49 % des librairies du panel ont été créées ou reprises dans les dix dernières années. Il s'agit essentiellement de celles dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1 M€. Les créations et reprises ont majoritairement eu lieu dans des villes de 10 000 à 50 000 habitants et de moins de 5 000 habitants.
- L'ensemble du panel emploie 5 ETP en moyenne pour un chiffre d'affaires/ETP de 179 426 €, avec une grande disparité suivant les catégories de librairies
- Plus de 50 % des transmissions sont envisagées au cours des cinq prochaines années, dans des villes de 5 000 à 10 000 habitants et de 10 000 à 50 000 habitants. Les besoins en reprise vont ainsi se situer majoritairement dans les petites villes pour des librairies au faible niveau de chiffre d'affaires.
- Seuls 44 % des librairies proposent un service de réservation ou de commande en ligne avec expédition ou retrait en magasin. Plus la taille de la commune diminue, moins ce service est présent. Cette part passe par exemple de 58 % dans les communes de 100 000 à 200 000 habitants à 24 % dans les communes de moins de 5 000 habitants.
- Les librairies spécialisées représentent 26 % du panel, principalement en bande dessinée (42 %), en jeunesse (24 %) et en spiritualité (12 %).
- Dans les communes de moins de 10 000 habitants, 96 % des librairies sont généralistes. Les rares établissements spécialisés sont des librairies jeunesse.
- 74 % des librairies du panel diversifient leur offre et déclarent développer une autre activité que la librairie. À l'exception des librairies dont le chiffre d'affaires dépasse les 2 M€, peu présentes dans les petites et moyennes villes, le baromètre constate que plus la taille de la ville diminue, plus l'activité se diversifie.

Source : FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020.

Pour en savoir plus :

→ SLF. « [Les associations et groupements de libraires](#) », rubrique en ligne.

Créations et reprises d'entreprises

Lors des Rencontres nationales de la librairie 2022, le SLF a communiqué sur une vague inédite de créations et reprises de librairies en 2021. Le syndicat a enregistré 350 projets réalisés, soit trois fois plus qu'en 2019, avec une majorité de projets portés par des professionnels en reconversion.

Le cabinet Axiales, pour le SLF, a recensé 336 projets de création et reprise de librairie sur le territoire métropolitain (hors Corse) pour la période 2019/2021, dont 61,5 % de créations.

Les données de l'Insee montrent une forte augmentation des immatriculations de nouvelles librairies (créations et reprises) en 2021 : il y a plus de 50 % d'augmentation du nombre de nouvelles entreprises par rapport aux années précédentes.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉVOLUTION DES CRÉATIONS D'ENTREPRISES DANS LE SECTEUR DE LA LIBRAIRIE, 2015-2021

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
200	213	216	225	213	206	316

Champ : France entière, entreprises du secteur « Commerce de détail de livres en magasin spécialisé » (NAF 47.61Z).

Source : Insee (Sirene 2021).

Sources :

- AXIALES POUR LE SLF. « [Créateurs et repreneurs de librairie : profils et regards sur le métier](#) », étude publiée le 06/07/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du SLF en décembre 2022.
- LE MONDE. « [L'étonnante floraison des librairies en France](#) », article publié le 25/11/2021.
- SLF. « [Après la crise, où en sont les librairies ?](#) », communiqué de presse publié le 20/06/2022.

Défaillances d'entreprises

D'après une étude de Xerfi, le taux de défaillance du secteur « Commerce de détail de livres en magasin spécialisé » (47.61Z) en 2020 est de 1,1 %, un taux au plus bas depuis 2010. C'est une caractéristique propre à la profession. Le risque de défaillance du secteur reste très en dessous de celui du commerce de détail dans son ensemble. Ce taux est à considérer en comparaison du taux de défaillance moyen pour toutes les entreprises qui composent l'économie française, qui se situe entre 2,5 % et 2,8 %.

Source : XERFI SPÉCIFIC POUR LE SLF. « [Quel impact de la crise sanitaire sur l'économie des librairies ?](#) », étude publiée le 06/07/2022.

Évolution du secteur

Les effets de la conjoncture récente sur la production de livres

En septembre 2022, la rentrée littéraire passe sous la barre des 500 titres publiés, du jamais vu depuis 20 ans, d'après les chiffres *Livres Hebdo*/Electre. Ce sont donc 490 romans qui composent la rentrée, contre 521 en 2021. Le secteur de l'édition est en effet confronté à la pénurie de papier, au tassement des ventes en début d'année 2022 et aux incertitudes liées au rapprochement d'acteurs majeurs du secteur.

Cette baisse de production éditoriale peut venir des crises du papier, mais aussi de l'approvisionnement et de l'énergie qui contraignent la filière à une transformation passagère. Les prix de vente des livres augmentent, mais cette hausse ne compense pas celle des coûts de production.

Rappelons que les chiffres de l'année 2021 ont été positivement influencés par la crise sanitaire et le ralentissement économique. La production éditoriale a en effet fortement augmenté : elle est passée de 97 326 titres en 2020 à 109 480 titres en 2021 (+ 12,5 %). Il est possible qu'en raison du contexte en 2020, les éditeurs aient pris la décision d'annuler la publication de certains titres ou de la reporter à 2021. Il est donc probable qu'il y ait eu un effet de rattrapage de la production éditoriale en 2021. À titre de comparaison, 107 143 titres avaient été publiés en 2019.

Sources :

- LIVRES HEBDO. « [Crise du papier : comment l'édition se réinvente](#) », article publié le 02/09/2022.
- LIVRES HEBDO. « [Rentrée littéraire 2022 : invitation à la prudence](#) », article publié le 06/07/2022.
- SNE. « [Chiffres clés de l'édition 2021](#) », synthèse publiée en 2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ LE MONDE. « [Deux ans d'incertitudes déstabilisent Editis et Hachette](#) », article publié le 06/10/2022.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les Français et la lecture post crise sanitaire

Selon l'étude de l'ObSoCo sur la clientèle des librairies indépendantes en 2022, la pratique de la lecture tend à décroître légèrement au cours des neuf dernières années. Les Français lisent aujourd'hui en moyenne 7,1 livres par an contre 7,8 en 2019 et 8,0 en 2013. Un peu plus de 1 Français sur 5 ne lit pas du tout de livres et 9 % ne lisent qu'un seul livre par an – ainsi près d'un tiers des Français lit très peu, voire pas du tout. Par ailleurs, près de 1 Français sur 4 lit plus de 10 livres par an, dont 11 % affirment en lire plus de 20.

Les clients des librairies indépendantes ont une pratique de la lecture plus développée que la moyenne (près de 11 livres lus chaque année) et plutôt stable depuis la première édition de l'enquête (2013).

Les achats de livres suivent la même dynamique que celle, plus générale, de la lecture – avec une diminution lente mais progressive. En 2013, chaque Français achetait en moyenne 8,6 livres par an (tout mode de distribution confondu). Ce chiffre tombe en 2022 à 7,6, soit une diminution d'environ 12 % du volume de livres achetés chaque année. La dynamique est toutefois inverse parmi les clients des librairies indépendantes : 12,0 livres en 2013 contre 12,7 en 2022, soit une hausse de près de 6 % du nombre de livres achetés par client.

Dans plus de 1 cas sur 3, les livres achetés sont destinés à être offerts (5,0 pour soi en moyenne chaque année par Français ; 2,6 pour offrir).

Entre 2020 et 2021, durant le cœur de la crise sanitaire, 34 % des Français (mais 51 % des clients des librairies indépendantes) ont revu à la hausse le temps qu'ils consacraient à la lecture, quand seulement 7 % l'ont à l'inverse revu à la baisse. Cet impact se retrouve, dans une moindre mesure, au niveau des achats de livres avec 27 % des Français (et 32 % des clients des librairies indépendantes) qui disent avoir augmenté le volume habituel de leurs achats de livres sur la période. Les romans, les guides pratiques, les bandes dessinées/*mangas* et les essais sont les genres les plus lus.

Source : L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.

Pour en savoir plus :

- CNL. « [Les jeunes Français et la lecture](#) », étude publiée en mars 2022.
- CNL. « [Les Français et la lecture en 2021](#) », baromètre publié le 30/03/2021.
- SLF. « [Le client au cœur de l'avenir des librairies : mieux les connaître, pourquoi, comment ?](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juin 2017.

Profil des nouveaux libraires, créateurs et repreneurs

L'agence Axiales a mené en 2022 une étude pour le Syndicat de la librairie française (SLF) sur les nouveaux entrepreneurs du secteur de la librairie. Ainsi, entre 2019 et le premier trimestre 2022, 335 commerces ont été créés ou repris. L'étude porte sur 307 d'entre eux, qui se ventilent en 185 créations et 122 reprises. Voici les principales caractéristiques de ces entrepreneurs et de leurs entreprises :

- 35 % étaient déjà libraires avant la création ou la reprise de leur établissement, et 54 % avaient déjà une expérience dans le monde du livre.
- 86 % des « néo-libraires » ont suivi une formation avant de lancer leur projet. Il s'agit surtout de formations courtes (3 mois en moyenne, mais les deux tiers des répondants ont suivi une formation de 1 mois ou moins). Seuls 11 % ont suivi des formations de type « création d'entreprise ».
- Les libraires sont majoritairement des femmes (67 %) de moins de 45 ans (57 %).
- 78 % des librairies répertoriées sont gérées par une seule personne. Seuls 8 % des projets rassemblent plus de deux personnes.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- Les nouvelles librairies se sont en majorité implantées en Île-de-France (54 librairies), en Bretagne (48) et en Occitanie (46).
- Près de la moitié des reprises a concerné des librairies de moins de 20 ans. En outre, 16 librairies sur 52 reprises avaient elles-mêmes déjà été reprises il y a moins de 20 ans.
- La moitié des répondants a ouvert ou repris une librairie dans une commune de moins de 20 000 habitants.
- Les librairies généralistes représentent près de 8 projets sur 10 concrétisés durant la période.
- 19 % sont des librairies-café (la plupart sont des créations et la moitié est située dans des villes et villages de moins de 20 000 habitants) et 13 % des librairies-papeteries (part plus importante de reprise).
- 9 % des librairies portent d'autres types de services (espace de *coworking*, jeux de société, cave à vin, dépôt de pain, maison d'édition...).
- 90 % des librairies proposent des actions d'animation (rencontres, lectures, signatures, etc.).
- 79 % des libraires permettent la vente ou la réservation en ligne, principalement *via* une plateforme (Leslibraires.fr, Place des Libraires, Lalibrairie.com...).
- 75 % des répondants ont ouvert/repris une librairie de moins de 100 m².
- 84 % des libraires ayant plus d'un an d'exercice estiment avoir atteint ou dépassé leur prévisionnel.
- 89 % des répondants sont en lien avec au moins une association ou organisme proche des libraires, au niveau national ou local.

Sources :

- AXIALES POUR LE SLF. « **Créateurs et repreneurs de librairie : profils et regards sur le métier** », étude publiée le 06/07/2022.
- SLF. « **Les nouveaux libraires : profils, motivations et regards sur le métier** », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.

De nombreuses reconversions en librairie

Avant la pandémie, la majorité des reconversions concernait des personnes de plus de 40 ans qui « voulaient donner du sens à leur vie et retourner dans une région où ils avaient de la famille » d'après un article du *Monde*. Plus récemment, une formatrice témoigne : « Avec le Covid, on constate un rajeunissement des stagiaires, qui, malheureux dans leur travail, décident de se reconverter. » Elle décrit ainsi les élèves de l'École de la librairie : âgés de la petite trentaine à la bonne cinquantaine et issus de tous horizons professionnels, de l'industrie à la pharmacie en passant par l'hôpital ou l'édition.

Ce regain d'attraction n'est pas exempt de déconvenues, car de nombreuses difficultés sont rencontrées pour exercer ce métier. En effet, le porteur de projet en création ou en reprise qui entreprend par goût de la lecture en premier lieu ne doit pas perdre de vue que le métier requiert aussi de porter des cartons, pointer des documents, préparer et participer activement aux rendez-vous avec les représentants. Sans oublier le travail en horaires décalés et le week-end. Il faut aussi bien calibrer les moyens à mettre en œuvre pour réaliser le projet (budget que représente la diversité de son assortiment de livres, coût engendré par une implantation au cœur des villes, etc.), et garder en tête que l'activité est souvent peu rentable. Les candidats sont nombreux et les réussites aussi, surtout lorsque le projet est bien préparé !

Sources :

- LE MONDE. « **L'étonnante floraison des librairies en France** », article publié le 25/11/2021.
- PAROLE DE LIBRAIRE. « **Le métier de libraire : en quoi ça consiste ?** », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ FRANCE CULTURE. « **Libraires : un métier d'avenir ?** », podcast du 12/01/2023.
- ➔ LES ÉCHOS ENTREPRENEURS. « **Reconversion : elle a posé le stylo pour devenir libraire** », article publié le 27/05/2022, qui détaille le parcours d'une créatrice de librairie, depuis sa décision de reconversion aux premiers mois d'activité dans sa librairie.

Tendances

Créer des animations au sein de la librairie

Il faut se singulariser de la concurrence pour créer du flux dans la librairie et faire entrer de potentiels clients. Vous pouvez par exemple proposer divers produits ou activités pour fidéliser la clientèle, tels que :

- des séances de signatures/dédicaces, des rencontres, discussions, débats ;
- des animations liées à une manifestation nationale ou régionale ;
- la participation à un salon ou un festival ;
- des lectures, des ateliers divers ou expositions (photo, atelier ciblé jeunesse, etc.) ;
- des lancements d'ouvrages ;
- un club de lecture ;
- un prix littéraire ;
- le « *Blind date with a book* » (rendez-vous à l'aveugle avec un livre), plus insolite, inspiré d'une librairie new yorkaise : il s'agit d'une sélection de livres, souvent très récents, recouverts d'un papier et résumés à la main d'une seule phrase mystérieuse (tous les genres littéraires sont couverts).

L'étude d'Ipsos pour le SLF, intitulée « Les animations en librairie », est riche d'enseignements sur les enjeux, les moyens à engager et les perspectives en la matière. Voici quelques apprentissages :

- Le nombre d'animations est en corrélation avec le nombre de salariés que compte la librairie. Plus de 99 animations par an pour les librairies de 5 employés et plus, contre 23 animations pour les librairies avec 1 seul employé.
- 10 % des libraires font payer les animations (7 % avec un montant fixe, 3 % avec un montant libre).
- Le principal frein des libraires à organiser des animations est surtout la crainte de ne pas pouvoir inviter les auteurs qu'ils aimeraient mettre en avant, d'autant plus que 61 % des libraires déclarent avoir des difficultés à les faire venir.
- Le plaisir d'organiser des animations et de partager un moment de convivialité avec les participants prend le pas sur le caractère contraint et la rentabilité économique aléatoire.
- En lien avec la faible rentabilité de leurs animations, pour la très grande majorité des libraires, l'idée de rémunérer l'auteur n'est pas souhaitable et impliquerait clairement une réduction du nombre d'animations.
- Globalement, les principaux participants à ces animations sont déjà clients de la librairie, alors que faire connaître la librairie est pourtant l'un des objectifs prioritaires des animations. C'est pourquoi les libraires communiquent largement sur ces événements, essentiellement *via* des affiches (et autres supports) en librairie, sur leur site Internet et sur les réseaux sociaux.

Selon l'étude 2022 de l'ObSoCo pour le SLF, 55 % des clients affirment que leur librairie organise des événements, tels que des séances de dédicace, des conférences, des débats... Seuls 45 % des clients assistent souvent ou régulièrement à ces événements. Ils attirent d'avantage les gros clients (+ de 12 livres achetés par an) et les retraités. Parmi les participants à ces événements, 91 % en sont satisfaits.

Sources :

- ACTUALITÉ. « [Les leviers à actionner pour optimiser les résultats de sa librairie](#) », article publié le 04/07/2022.
- LIVRES HEBDO. « [De mystérieuses couvertures](#) », article publié le 15/07/2022.
- L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.
- SLF. « [Quelles initiatives pour maintenir ses marges et développer son CA](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 07/07/2022.
- SLF. « [Des animations, à quel prix ?](#) », « [Le libraire devient-il un programmeur culturel ? Comment construire et équilibrer sa politique d'animation ?](#) », podcasts des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juillet 2019.
- SLF. « [Les animations en librairie](#) », présentation de l'étude d'Ipsos, 2019.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La diversification d'activité, mais pas à tout prix !

Les libraires ont le sens du commerce et ont bien compris qu'exister sur le marché de la vente du livre n'est pas une chose aisée. Chacun rivalise d'originalité pour développer ses services et ouvrir des concepts différenciant, par exemple, de « librairie-cave à vin », « librairie-salon de thé », « librairie-laverie », « librairie-boulangerie ». D'autres vont compléter leur activité par la vente de jouets ou par la papeterie.

Les diversifications les plus répandues sont :

- la papeterie ;
- le café, le salon de thé ;
- les jeux et jouets pour enfants et jeux de société ;
- les loisirs créatifs ;
- les objets de décoration.

Lors de l'atelier « Vendre autre chose, vendre autrement » des Rencontres de la librairie 2019, les intervenants exposent leurs retours d'expérience, donnent des conseils et mettent en garde quant à la mise en place de ces diversifications au sein de la librairie du point de vue des achats, des conseils à la clientèle, de la rotation des stocks, etc.

Cette diversification des produits ou services proposés en librairie répond à plusieurs attentes de la part du commerçant, parmi lesquelles :

- un espace trop grand dans la librairie et la volonté de remplir les rayonnages avec des produits dont la marge bénéficiaire est plus importante que celle du livre ;
- l'envie de proposer autre chose que des livres ;
- la nécessité d'augmenter ses marges ;
- une expérience précédente de l'entrepreneur qui lui a plu ou qui a marché dans sa librairie suite à la proposition de test par un fournisseur ;
- une demande de la clientèle pour tel ou tel type d'article ;
- la réponse à un besoin d'offre spécifique dans la commune d'implantation.

Sources :

- ACTUALITÉ. « **Diversification des librairies : un commerce en reconstruction** », article publié le 02/11/2019.
- SLF. « **Quelles initiatives pour maintenir ses marges et développer son CA** », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 07/07/2022.
- SLF. « **Vendre autre chose, vendre autrement : atouts et limites de la diversification** », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juin 2019.

Le choix de la spécialisation

D'après le baromètre « La librairie en région » de la Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill), 26 % des librairies du panel sont spécialisées dans l'un des domaines suivants : BD, jeunesse, spiritualité, littérature étrangère, sciences humaines et sociales, régionalisme, livres scolaires.

Les spécialités les plus représentées selon le panel du baromètre sont :

- la bande dessinée (42 %) ;
- la littérature jeunesse (24 %) ;
- la spiritualité (12 %).

Dans les communes de moins de 10 000 habitants, 96 % des librairies sont généralistes. Les rares établissements spécialisés sont des librairies jeunesse. Dans les communes de plus de 100 000 habitants, le rapport entre librairies généralistes et librairies spécialisées s'équilibre. Il s'inverse dans les villes les plus importantes (55 % de librairies spécialisées). La BD est la première spécialité représentée.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude Axiales, qui se concentre sur les créateurs et repreneurs de librairie en France, avance que seuls 21,5 % des librairies créées ou reprises sont spécialisées pour 78,5 % de généralistes. Parmi les spécialisées, 3 sur 5 se concentrent sur les segments bandes dessinées/mangas et/ou jeunesse. L'étude confirme également l'engouement pour les librairies-café, qui représentent 1 enseigne sur 5.

Sources :

- AXIALES POUR LE SLF. « [Créateurs et repreneurs de librairie : profils et regards sur le métier](#) », étude publiée le 06/07/2022.
- FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020.

Pour en savoir plus :

- FRANCE CULTURE. « [Libraires : un métier d'avenir ?](#) », podcast du 12/01/2023.
- GFK. « [Une année 2021 hors norme pour les acteurs de la BD](#) », communiqué de presse publié le 28/01/2022.
- SLF. « [Construire ou développer son rayon manga](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juillet 2022.

Proposer la vente ou le rachat de livres d'occasion

Le livre d'occasion est également un moyen de renforcer l'attractivité, d'élargir et de fidéliser la clientèle, mais aussi de s'engager dans le mouvement de l'économie circulaire. En 2021, 34 % des livres achetés par les Français étaient des livres d'occasion, contre 26 % en 2015 d'après le baromètre du Centre national du livre (CNL). Il s'agit d'une augmentation très significative qui a du sens en période de tension économique et qui correspond également à de nouvelles pratiques facilitées par Internet et les places de marché.

L'étude 2022 de l'ObSoCo pour le SLF indique que la propension à l'achat d'occasion dans une librairie est deux fois plus forte chez les femmes que chez les hommes, et chez les plus jeunes par rapport aux plus âgés. La motivation pour l'achat de livres d'occasion n'est pas que financière. « Pouvoir donner une seconde vie à un livre » est la première, « acheter moins cher » vient ensuite, et « accéder à des titres épuisés » arrive en troisième position. Concernant la possibilité de revendre ses livres d'occasion, les clients souhaitent tout d'abord « donner une seconde vie au livre », avant de « faire de la place » et de « récupérer un peu de pouvoir d'achat ».

Sources :

- CNL. « [Les Français et la lecture en 2021](#) », baromètre publié le 30/03/2021.
- L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.

Pour en savoir plus :

- ACTUALITÉ. « [Le marché du livre d'occasion : en finir avec les fantasmes – ou les confirmer...](#) », article publié le 03/02/2022.
- AGENCE RÉGIONALE DU LIVRE EN PACA. « [Le livre d'occasion en librairie](#) », guide pratique publié en 2016.

La vente de livres numériques en librairie physique

Le libraire peut proposer ce service à ses clients. Il ne vend pas, à proprement parler, un livre numérique (ou *ebook*), mais un lien de téléchargement, car il ne possède jamais le fichier en propre. Deux possibilités pour offrir ce service, soit :

- En s'adossant à un portail Web de librairies en mesure de vendre des livres numériques par affiliation. La vente se fait sur le portail, mais le client est lié à une librairie partenaire à laquelle le prestataire informatique reverse des droits à chaque vente.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- En disposant d'un site de vente capable de gérer des achats en ligne et en faisant appel à des prestataires externes aux éditeurs (ePagine, Leslibraires.fr, Numilog, Vivlio, etc.) qui proposent un service de distributeurs d'ebooks en marque blanche. Il sera également nécessaire de signer un contrat de mandat avec les éditeurs.

Source : SLF. « [Vendre des livres numériques](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ COMMERCE MAGAZINE. « [Un libraire 2.0](#) », article publié le 29/10/2019.

La librairie ambulante

Une roulotte, un camion aménagé, une remorque-magasin ou un *mobil-home* : de nombreuses initiatives de librairies ambulantes ne cessent de se déployer. Elles s'installent lors des marchés, aux abords des écoles ou de manifestations. Ces librairies itinérantes vont à la rencontre de leurs clients, le plus souvent en milieu rural. L'espace de vente étant restreint, la sélection d'ouvrages est un exercice complexe. Le conseil du libraire y est donc très important.

La principale difficulté des libraires itinérants réside dans leur capacité à négocier des conditions commerciales favorables avec les fournisseurs. Compte tenu du faible volume de commandes, ces derniers sont souvent réticents à l'ouverture d'un compte client, ce qui engendre des difficultés pour négocier un bon niveau de remise pour le libraire.

Les articles cités en sources illustrent, avec une estimation financière, les investissements à prévoir pour mener à bien ce type de projet.

Sources :

- ACTUALITÉ. « [Des librairies ambulantes pour aller à la rencontre des lecteurs](#) », article publié le 25/07/2019.
- VILLAGE. « [Ils ont choisi l'itinérance](#) », article publié le 22/09/2022.

La vente à distance et la présence sur Internet

Selon l'étude de l'ObSoCo 2022 pour le SLF menée sur un panel de clients de librairies indépendantes :

- 45 % des clients effectuent une partie de leurs commandes d'ouvrages à distance ;
- la part des achats de livres commandés à distance est en moyenne de 32 % ;
- 72 % des clients qui utilisent les services de commande à distance les ont découverts à l'occasion de la crise sanitaire ;
- 47 % sont également acheteurs sur le site d'Amazon ;
- la pratique ne semble pas devoir s'ancrer dans leurs habitudes, même si, 80% des clients qui commandent à distance sont satisfaits du service offert par leur libraire ;
- le *click & collect* est la tendance majoritaire pour les achats en ligne réalisés auprès des librairies indépendantes, car pour 83 % du panel, le fait de récupérer la commande est une bonne occasion de se rendre dans la librairie et 64 % en profitent même pour réaliser d'autres achats lors de leur passage ;
- concernant la présence de la librairie sur Internet, 45 % du panel confie ne pas savoir si la librairie possède un site en ligne, une page Facebook, Instagram ou Twitter.

Pour les clients, les freins à l'achat sur le site Internet de leur librairie sont les suivants :

- ils n'y pensent pas (44 %) ;
- leur librairie n'a pas de site de vente en ligne (37 %) ;
- leur librairie ne livre pas à domicile (30 %) ;
- une prise d'habitude sur un autre site et pas d'envie de changer (11 %) ;

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- le coût de la livraison est trop important (6 %) ;
- pas de programme de fidélité en ligne (6 %).

Lorsque les librairies possèdent un site Internet ou sont présents sur les réseaux sociaux, les contenus proposés concernent :

- l'actualité de la librairie (rencontres, signatures, conférences, etc.) ;
- des conseils de lecture ;
- l'actualité des parutions ;
- un forum de lecteurs ;
- un accès à des podcasts et des vidéos.

Parmi les clients, 69 % sont satisfaits de la qualité des contenus en ligne, mais seuls 17 % affirment recevoir une communication personnalisée de la part de leur librairie.

Sources :

- L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.
- SLF. « [Après la crise, comment améliorer et renforcer les ventes en ligne par les librairies indépendantes ?](#) », présentation projetée lors de l'atelier des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.

Pour en savoir plus :

- SLF. « [Accompagner les libraires dans la vente en ligne](#) », « [Créer un site ou rejoindre un portail Web de libraires](#) », rubriques en ligne.

Clientèle

La clientèle des librairies indépendantes

L'ObSoCo a segmenté la clientèle des librairies indépendantes en 3 groupes selon leur fréquence d'achat en librairie indépendante :

- plus de la moitié (52 %) des clients des librairies indépendantes sont des « petits clients » qui achètent tout au plus 4 livres par an ;
- un bon tiers (35 %) sont des « clients moyens » qui achètent entre 5 et 11 livres par an ;
- 13 % sont de « gros clients » qui achètent au moins 12 livres par an.

Parmi ces clients :

- 95 % sont satisfaits de leur librairie ;
- 89 % ont recours aux conseils de leur libraire et 11 % répondent ne jamais faire appel aux conseils ou rarement ;
- 94 % suivent parfois voire souvent les « coups de cœur » de leur libraire.

Source : L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.

L'accès aux marchés publics

Les marchés publics (bibliothèques et établissements d'enseignement principalement) représentent entre 16 et 20 % du chiffre d'affaires des librairies en moyenne et davantage pour les librairies spécialisées, notamment en livres pour la jeunesse. Cette activité est donc importante pour les libraires et elle permet de maintenir des liens entre libraires et bibliothécaires, au service de l'animation des territoires.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Depuis 2016, les marchés de livres non scolaires d'un montant inférieur à 90 k€ peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence ; cette mesure vise à encourager l'accès des librairies à la commande publique.

Source : SLF. « **Marchés publics** », rubrique en ligne.

AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les **données de l'Insee** (ex-Odil) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFiP) du ministère de l'Économie des finances et de la Souveraineté industrielle et numérique permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en open data.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

Concurrence

Les différents circuits de vente du livre en France sont :

- Les librairies, et parmi elles :
 - > les grandes librairies généralistes ;
 - > les librairies de taille petite ou moyenne ;
 - > les librairies spécialisées (BD, jeunesse, photo, cuisine, religion, cinéma...) ;
 - > les librairies-papeteries, les librairies-cafés, etc.
- Les grandes surfaces spécialisées ou « GSS » (Fnac, Cultura...).
- Les librairies en ligne (Chapitre.com, Amazon.fr, Fnac.com, Cultura.com, etc.).
- Les rayons spécialisés des grandes surfaces alimentaires ou « GSA » (Espace culturel E.Leclerc, Carrefour, Auchan, Casino...).

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

POIDS DES CIRCUITS DE VENTE DU LIVRE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL, 2021

CIRCUITS DE VENTE	EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES TTC
Librairies de niveau 2 + Internet + Autres	36,2
Grandes surfaces spécialisées (GSS)	27,7
Librairies de niveau 1	23,0
Grandes surfaces alimentaires (GSA)	13,2

Source : GfK 2022 (SNE).

Source : SNE. « **Chiffres clés de l'édition 2021** », synthèse publiée en 2022.

Communication

Communication classique et communication digitale

Le futur libraire doit faire connaître son commerce par des moyens de communication classique : publicité, carte de visite, plaquette commerciale, inauguration, etc.

Il ne faut pas négliger l'identité visuelle de la librairie qui comprend, le nom, le logo et éventuellement une charte graphique. Il est préférable de faire appel à une agence spécialisée pour la concevoir et réaliser les différents supports.

Le futur entrepreneur pourra également se manifester et annoncer la création de son commerce ou la reprise dans le cas d'un rachat auprès des commerçants des environs.

En complément, **la communication digitale** s'avère efficace et à moindre coût. Il s'agit d'une opportunité pour le commerce de proximité, car il lui permet d'amplifier ses atouts et de les valoriser auprès d'une clientèle qui a elle-même changé. C'est avant tout une présence en ligne, avec *a minima* un référencement par les moteurs de recherche, par les principaux annuaires de services en ligne et par les sites d'information locale. Cela permet de présenter son offre, fournir des renseignements pratiques, informer sur les nouveautés en magasin, les promotions éventuelles.

La création d'un **site Internet** en propre (boutique en ligne ou simple vitrine de la librairie) permet aussi de présenter ses coups de cœur, d'informer sur les animations, les rencontres avec des auteurs, les horaires d'ouverture..., mais aussi de proposer au lecteur de s'abonner à votre *newsletter*.

Les **réseaux sociaux** sont de bons canaux d'information, d'animation et de fidélisation. Plus l'offre de la librairie est spécialisée et touche un public ciblé, plus cette communication devra être réfléchie et travaillée, car la clientèle ne sera pas forcément locale et sera captive.

Chaque réseau social a sa cible et tous peuvent être utilisés. Lors des Rencontres de la librairie 2022, un atelier a été consacré au thème de la communication en ligne. Le podcast de cet atelier vous fournira de nombreux conseils, pratiques et techniques, que vous pourrez adopter en fonction de votre appétence pour tel ou tel réseau. Solveig Touzé de la librairie La Nuit des temps à Rennes a synthétisé ces conseils dans le guide « **Communication digitale à l'échelle de sa librairie** ».

La présence sur les réseaux sociaux sert également à faire de la veille éditoriale et à vous faire remarquer des éditeurs et diffuseurs, ce qui peut aider lors de vos négociations de remise.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Sources :

- SLF. « **Communication en ligne : comment bâtir ou renforcer une stratégie ?** », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.
- SLF. « **Les bonnes recettes pour accroître sa notoriété et son audience sur Instagram** », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juillet 2019.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Faut-il créer un site Internet pour booster son business ?** », rubrique en ligne.
- LES ÉCHOS. « **#Booktok : quand TikTok fait vendre des livres** », article publié le 02/11/2022.
- SLF. « **Construire l'identité d'une librairie** », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.

Les données client

Dans le respect du Règlement général sur la protection des données (RGPD), vous pouvez récolter le plus grand nombre d'informations sur vos clients (nom, prénom, date de naissance, courriel, code postal, produits recherchés...) au moyen de questionnaires à remplir en magasin ou en ligne, en proposant une carte de fidélité, ou encore en relevant les profils de vos abonnés sur les réseaux sociaux.

Ce fichier permet alors de constituer une liste de diffusion et de personnaliser l'expérience des clients, en leur envoyant des *newsletters* proposant des conseils de lecture ou des invitations lors des animations organisées dans la librairie.

GESTION D'UN FICHER CLIENT ET RGPD

La gestion des fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas utiles directement à l'exercice de la profession. Ces informations relèvent du RGPD visant à la protection de la vie privée.

Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Me mettre en conformité avec le RGPD (Cnil)** », rubrique en ligne.
- CNIL. « **RGPD : par où commencer** », rubrique en ligne.

Rejoindre un portail Web de librairies

En juin 2017, les Rencontres nationales de la librairie à La Rochelle ont été l'occasion de lancer le portail « **Librairies indépendantes** » qui permettait, à l'époque, à partir d'une seule plateforme, d'accéder aux stocks de 700 librairies, soit 4 millions d'ouvrages. En 2023, ce sont 1 200 librairies indépendantes qui proposent leur catalogue pour un total de 20 millions de livres !

Ce site réunit 18 portails de libraires indépendants, nationaux, régionaux ou spécialisés. Il s'est constitué avec les librairies adhérentes du SLF, mais il est ouvert aux autres acteurs indépendants du marché.

Ce portail poursuit trois objectifs :

- Communiquer nationalement auprès du grand public sur la réservation et la commande de livres en librairie grâce à une adresse fédératrice.
- Améliorer la visibilité des libraires sur Internet et renforcer leurs ventes en magasin et sur leurs sites.

ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- Développer la fréquentation des sites de géolocalisation régionaux ou d'associations et groupements de libraires, ainsi que de leurs plateformes nationales. À ce titre, il n'y a pas d'achat ou de réservation directs possibles sur [Librairiesindependantes.com](https://www.librairiesindependantes.com), mais uniquement des renvois vers les sites des libraires.

D'autres portails nationaux, régionaux et spécialisés existent. Ils sont listés dans le document du SLF mentionné en source ci-dessous. Ces « places de marché » en ligne permettent :

- de donner de la visibilité à la librairie ;
- de vérifier la disponibilité en magasin des ouvrages papiers, numériques ou audio ;
- d'offrir la possibilité de commander en ligne ;
- de proposer le *click & collect*.

Source : SLF. « [Créer votre site ou rejoindre un portail Web de libraires](#) », rubrique en ligne.

4.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Ressources humaines

Le ministère de la Culture estime le nombre d'emplois à environ 15 000 (salariés, dirigeants ou entrepreneurs individuels) pour la totalité des lieux de vente du livre.

L'étude Axiales pour le SLF annonce que les créateurs et repreneurs d'une librairie prévoient une moyenne de 1,06 salarié en équivalent temps plein (ETP), gérants compris, au démarrage.

La part des libraires démarrant avec peu d'ETP s'explique par la taille des projets, mais aussi par la philosophie des projets eux-mêmes : certains créateurs dimensionnent la librairie de façon à ne pas être trop pris par des questions d'organisation et de management.

Sources :

- AXIALES POUR LE SLF. « [Créateurs et repreneurs de librairie : profils et regards sur le métier](#) », étude publiée le 06/07/2022.
- Informations recueillies par Bpifrance auprès du ministère de la Culture en décembre 2022.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Le marché du livre](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020, qui détaille le ratio CA/ETP en fonction du chiffre d'affaires de la librairie.
- ➔ SLF. « [Rapport de branche du commerce de détail de livres \(données 2020\)](#) », publié en septembre 2022, qui détaille les caractéristiques des salariés, les conditions de travail et les niveaux de rémunération dans le secteur.

Recrutement

Pour recruter du personnel, vous pouvez publier votre annonce sur des sites spécialisés tels que :

- [Asfored](#) ;
- [L'école de la librairie](#) ;
- [Livres Hebdo](#) ;
- [Profil Culture](#).

Formations

Aucun diplôme n'est nécessaire pour exercer la profession de libraire. Néanmoins, devenir libraire ne s'improvise pas. Il est important pour la réussite du projet de création ou reprise d'acquérir des compétences professionnelles et maîtriser les différentes facettes du métier de libraire.

« [Bouge ton avenir](#) » est un site à destination des jeunes qui a pour objectif de leur faire découvrir des métiers qui recrutent et de les accompagner dans leur recherche de formation. La branche librairie y présente trois métiers : vendeur en librairie, gestionnaire de rayons et responsable de secteur.

Le [répertoire des formations aux métiers du livre](#) réalisé par la Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill) aborde tous les métiers autour du livre et propose région par région toutes les formations mobilisables, que vous soyez élève, étudiant ou en reprise d'études.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

L'école de la librairie propose différents modules :

- des **formations en alternance** (en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) ;
- des modules dans le cadre de la formation continue qui permettent aux **gérants** et aux **saliariés** en librairie de conforter, d'améliorer ou d'acquérir des compétences professionnelles tout au long de leur vie active ;
- un programme à destination des **entrepreneurs en reconversion**, avec une formation de 175 heures intitulée « Créer ou reprendre une librairie ».

Convention collective

La convention collective nationale applicable est la **Convention collective de la librairie** du 24 mars 2011.

Pour en savoir plus :

- ➔ Toute convention est disponible au **Journal Officiel** et consultable sur le site de **Légifrance**.

Locaux

Selon l'étude Axiales publiée en 2022, les nouveaux libraires, créateurs et repreneurs font le choix d'une surface de vente moyenne comprise entre 79 et 151 m². La moitié des répondants a créé/repris une librairie de moins de 75 m² et 75,4 % une librairie de moins de 100 m². La surface moyenne est de 97 m².

SURFACE MOYENNE DES NOUVELLES LIBRAIRIES (CRÉATION/REPRISE), 2022

LIBRAIRIE SPÉCIALISÉE	79 m²
LIBRAIRIE GÉNÉRALISTE	98 m²
AGGLOMÉRATION DE PARIS	64 m²
TRÈS GRANDE VILLE (200 000 habitants et plus)	71 m²
GRANDE VILLE (100 000 à 199 999 habitants)	151 m²
VILLE MOYENNE (20 000 à 99 999 habitants)	115 m²
PETITE VILLE (5 000 à 19 999 habitants)	86 m²
BOURG OU VILLAGE (moins de 5 000 habitants)	75 m²

Source : Axiales.

À l'occasion des Rencontres nationales de la librairie 2022, l'atelier intitulé « Librairie, l'importance du lieu » donne la parole à des entrepreneurs qui ont pensé ou repensé leur librairie. Assortiment et signalétique, mobilier, lumière, juxtaposition des rayons, circulation dans les rayons, mise aux normes, appropriation des nouveaux lieux par les équipes et les clients, communication pendant les travaux, tous ces sujets sont abordés dans le podcast de l'atelier. La plupart des participants ont fait appel à un architecte.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Sources :

- AXIALES POUR LE SLF. « [Créateurs et repreneurs de librairie : profils et regards sur le métier](#) », étude publiée le 06/07/2022.
- SLF. « [Librairie, l'importance du lieu](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ ACTUALITÉ. « [Aménager des librairies, "lieux de vie, pas seulement de consommation"](#) », article publié le 06/07/2022.
- ➔ FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020, qui donne des éléments de chiffre d'affaires selon le lieu d'implantation.

Fonds de commerce – Reprise

Fonds de commerce

De nombreux facteurs interviennent dans la négociation d'un fonds de commerce tels que :

- l'emplacement ;
- la dynamique commerciale ;
- la part des ventes aux collectivités qui impacte la marge commerciale ;
- le loyer et les caractéristiques du bail ;
- la masse salariale ;
- la qualité du stock ;
- le potentiel de développement ;
- l'état du magasin et des équipements ;
- la clientèle, car une librairie, qui travaille avec le chaland et la clientèle de passage, présente peu de risque de voir son chiffre d'affaires baisser subitement ; en revanche, une librairie, dont la principale part du chiffre d'affaires repose sur des ventes à des écoles ou à des bibliothèques, présente plus de risque.

Pour les transmissions accompagnées par l'Association pour le développement de la librairie de création (Adelc), la valeur moyenne retenue pour le fonds de commerce est de 25 % du chiffre d'affaires HT annuel.

Des annonces de fonds de commerce sont disponibles :

- sur le site Internet du [SLF](#) ;
- sur les sites [Cession-commerce.com](#), [Cessionpme.com](#) et [Placedescommerces.com](#) ;
- auprès de la [Bourse des commerces](#) du Fusacq ou de la [Bourse de la transmission](#) de BpiFrance ;
- sur les sites des médias et revues professionnelles (voir la [partie 7](#)) ;
- dans les agences immobilières locales.

Sources :

- Informations recueillies par BpiFrance auprès de l'Adelc et du SLF en novembre/décembre 2022.
- SLF. « [Comment réussir une reprise/cession de librairie](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 17/07/2017.

Pour en savoir plus :

- ➔ AGENCE RÉGIONALE DU LIVRE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR. « [Création, reprise et transmission d'une librairie : un guide pour tout savoir !](#) », publié le 01/07/2019, qui propose et développe plusieurs méthodes d'évaluation du point de vente.
- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Achat d'un fonds de commerce](#) », rubrique en ligne.

MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Reprise

Un grand nombre de librairies ont été créées dans les années 1980, après le vote de la loi Lang [81-766](#) du 10 août 1981 relative au prix unique du livre. Les propriétaires toujours en activité arrivent aujourd'hui à l'âge de la retraite et la question de la transmission est désormais au cœur de leurs préoccupations.

L'atelier « Comment réussir une reprise/cession de librairie » lors des Rencontres de la librairie 2017 partage de nombreux échanges et conseils entre libraires repreneurs et cédants. Cet atelier présente également l'action de l'Association pour le développement de la librairie de création ([Adelc](#)) et son rôle dans le montage de dossiers de cession et reprise grâce aux aides qu'elle propose. Ce rôle n'est pas uniquement financier (voir la rubrique « [Les aides aux libraires](#) » en partie 5), car l'Adelc accompagne, aide à l'audit des librairies et émet un avis auprès des vendeurs/acquéreurs. En 2021, l'Adelc a accompagné 45 librairies dont 13 créations.

Les libraires salariés, repreneurs des librairies dans lesquelles ils travaillent ?

Les libraires salariés sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à tenter l'aventure de l'entrepreneuriat en créant une librairie *ex nihilo* ou en reprenant une librairie au vu de la vague de transmissions que traverse la profession.

En 2016, une quinzaine de librairies ont été reprises ou créées par des libraires déjà en poste. Pour Didier Grevel de l'Adelc, les libraires sont les « meilleurs clients » à la reprise.

Voici six conditions pour une mutation réussie :

- en avoir envie ;
- connaître intimement l'entreprise pour éviter les déconvenues ;
- avoir une grosse capacité de travail sans toutefois tomber dans le surmenage ;
- être prêt à se remettre en question ;
- savoir s'entourer ;
- avoir une famille compréhensive !

Sources :

- LIVRES HEBDO. « [Quel est le profil des librairies ouvertes en 2021 ?](#) », article publié le 11/02/2022.
- LIVRES HEBDO. « [Librairie : ces salariés qui deviennent patron](#) », article publié le 14/10/2016.
- SLF. « [Comment réussir une reprise/cession de librairie](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 17/07/2017.

Équipement – Investissement de départ

L'achat d'un logiciel de gestion sous forme de licence n'est pas obligatoire. La location est fréquemment proposée. Dans les deux cas, le coût du logiciel varie et baisse selon le nombre de postes informatiques équipés. Il existe plusieurs logiciels de gestion de stock adaptés aux librairies (Librisoft, Ellipse, Medialog, Gestock, etc.).

Le logiciel de gestion s'appuie sur une base de données permettant un accès aux informations commerciales globales de la profession, sous forme d'abonnement, comme le Fichier exhaustif du livre de [Dilicom](#).

Un autre outil de gestion a été mis en place par les librairies indépendantes. Il s'agit de l'[Observatoire de la librairie](#) (voir la rubrique « [La gestion des flux](#) » en partie 5).

Concernant les aménagements, il faut prévoir du mobilier modulable pour intégrer les différents formats d'ouvrages, une caisse enregistreuse, un logiciel de gestion, un système antivol, une connexion Web...

Sources :

- ALIRE. « [Comprendre les enjeux numériques de la librairie](#) », rubrique en ligne.
- SLF. « [Commandes – Dilicom – EDI](#) », « [Les logiciels de gestion](#) », rubriques en ligne.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

5.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Chiffre d'affaires

Dans son baromètre (données 2017), le panel de la Fill dresse quatre types de librairie : 10 % ont un chiffre d'affaires supérieur à 2 M€ ; 7 % réalisent un chiffre d'affaires entre 1 et 2 M€ ; 42 % produisent un chiffre d'affaires entre 300 k€ et 1 M€ ; 41 % ont un chiffre d'affaires inférieur à 300 k€.

Source : FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020, qui détaille le ratio chiffre d'affaires par personnel en ETP en fonction du chiffre d'affaires total de la librairie.

Prix de revient – Marge – Résultat

La gestion des flux

Quelques notions concernant la gestion des stocks sont à préciser en préambule :

- **La diffusion du livre** regroupe l'ensemble des opérations destinées à faire connaître les ouvrages auprès des libraires et, plus généralement, auprès de l'ensemble des revendeurs. Elle s'appuie principalement sur la force de vente constituée d'un ou de plusieurs représentants. La diffusion peut être réalisée en interne par l'éditeur ou sous-traitée à une structure commerciale travaillant pour plusieurs éditeurs, les structures de diffusion les plus importantes appartenant généralement à des groupes d'édition.
- **La distribution du livre** regroupe l'ensemble des tâches liées à la circulation physique des livres (stockage, transport...) et à la gestion des flux entre l'éditeur ou son diffuseur et le détaillant : traitement des commandes et des retours, facturation, recouvrement...
- **L'office** ou **service de nouveautés** est un mode d'approvisionnement des librairies qui concerne les nouveautés. Il s'agit d'un contrat par lequel le libraire s'engage auprès d'un fournisseur à lui commander un certain volume de livres parmi les nouveautés et qui lui permet de renvoyer les invendus.
- **L'office à façon/noté** est une commande négociée avec l'éditeur ou son représentant, portant sur un ou plusieurs titres et sur les quantités de chaque titre mis en vente décidées par le libraire.
- **L'office sur grille personnalisée** : en accord avec l'éditeur ou son représentant, le libraire détermine, en remplissant une grille, les quantités exactes de livres par catégories d'ouvrages qui lui seront envoyées automatiquement. Le libraire peut à tout moment demander la modification (augmentation ou diminution) des quantités fixées.
- **L'office lié à une parution exceptionnelle** intervient quand le libraire accepte que l'éditeur lui envoie, en sus des quantités prévues par la grille d'office, des ouvrages dont la parution nécessite une mise en place exceptionnelle.
- **Le retour** est un ouvrage invendu renvoyé à l'éditeur directement ou *via* son distributeur, s'il en a un. Les livres envoyés dans le service de nouveautés comportent souvent un droit de retour intégral, mais les conditions peuvent varier selon les fournisseurs. Les retours donnent droit à un avoir porté au crédit du compte du point de vente. La moyenne de retours à l'éditeur est de 12 à 25 % des ouvrages nouveaux.

Pour en savoir plus :

→ SLF. « [Le guide du libraire : commercial](#) », contenu en ligne.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

L'équation d'une librairie bien gérée est la suivante : **bien acheter pour bien vendre** et donc, moins retourner d'invendus ! Le premier conseil est de soigner ses relations et de bien préparer les visites avec les représentants des éditeurs et des diffuseurs. La tournée du représentant chez le libraire permet de présenter les nouveautés, d'enregistrer les précommandes, les promotions et les réassortiments (réassorts), sans oublier le suivi des retours.

Compte tenu du fort nombre de titres publiés, le diffuseur doit conjuguer le potentiel de vente des détaillants et les objectifs de l'éditeur en s'intégrant dans le flux logistique des distributeurs (de l'ordre de 40 offices par an). C'est le diffuseur qui négocie la remise faite au libraire (voir la rubrique « [La remise](#) »), et sa rémunération propre représente le plus souvent de 4 à 7 % du prix de vente public HT du livre.

Les achats et la gestion du stock sont déterminants pour les libraires. En effet, ils sont le reflet de ce qui permet de maintenir la trésorerie à flot. Un « [Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie](#) » encadre ces achats.

Les pratiques d'achat en librairie sont variées, car les librairies sont toutes différentes et ont une clientèle spécifique avec des enjeux bien particuliers. Le réassort, les relations avec les représentants, les offices, les retours, etc. doivent être pensés, car il s'agit des clés de gestion de la librairie. Beaucoup de bonnes pratiques et de conseils sont à découvrir dans les podcasts des ateliers des Rencontres de la librairie 2022.

Sources :

- SLF. « [La maîtrise des flux et les achats](#) », rubrique en ligne.
- SLF. « [Comment être plus efficace dans ses achats ?](#) », « [La valorisation du fonds, quel rôle pour les éditeurs et les représentants ?](#) », « [Travailler l'office](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.
- SLF. « [Le fonds en librairie, comment le renouveler, comment le financer ?](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juillet 2019.

Les outils d'aide à la gestion pour les libraires

L'Observatoire de la librairie

Pour aider les libraires dans leur gestion, le SLF a mis en place un outil créé par les libraires et pour les libraires : l'[Observatoire de la librairie](#). Il est ouvert à l'ensemble des libraires, adhérents ou non du syndicat. À ce jour, l'Observatoire est composé d'un panel de plus de 400 librairies.

En donnant accès à des tableaux de bord, la plateforme de l'Observatoire permet aux libraires d'avoir une meilleure visibilité sur leur activité (achats, ventes, retours, stocks, marges, rotations...) et de mieux la piloter en comparant ces indicateurs économiques à l'ensemble du panel des libraires de l'Observatoire ou, sur la base d'un accord entre confrères, à des groupes plus restreints de librairies.

Les librairies, via leurs prestataires informatiques, remontent sur un serveur commun leurs données quotidiennes d'activité qui sont ensuite traitées et restituées sous forme de tableaux de bord.

Cet outil peut aussi intégrer d'autres indicateurs afin, par exemple, de mieux négocier les remises avec les diffuseurs. Si chaque libraire indique le niveau de sa remise pour chaque éditeur, les libraires peuvent alors comparer leur propre remise négociée, en tenant compte de la taille de la librairie, de l'envergure du rayon concerné, des offices... Ces éléments sont utiles au moment de la négociation annuelle entre les éditeurs et les diffuseurs.

En 2022, deux outils viennent compléter l'Observatoire : Verso et Verso+, qui sont des outils de gestion au quotidien des ventes de titres et de pilotage des rayons.

Source : SLF. « [Observatoire de la librairie](#) », rubrique en ligne, qui mentionne les tarifs d'adhésion.

Pour en savoir plus :

- ➔ SLF. « [Optimiser sa réception et sa gestion de stock](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juillet 2019.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Datalib

Datalib est un outil de mutualisation de données de plus de 330 librairies partenaires. Il permet le suivi des ventes au titre, des stocks, des achats, des retours et du chiffre d'affaires. Datalib aide pour le travail des assortiments en confrontant la connaissance des catalogues du libraire aux réalités économiques de chaque titre. Cet outil est mis à disposition des librairies accompagnées par l'Adelc.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès de l'Adelc en novembre 2022.

La remise

D'après le « [Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie](#) », la rémunération des librairies vient de la remise accordée par chaque diffuseur (ou éditeur) sur le prix public des ouvrages : « La remise du libraire est déterminée en tenant compte d'une remise de base, d'une remise additionnelle composée selon les critères qualitatifs et d'une remise additionnelle composée selon les critères quantitatifs. »

Selon les chiffres-clés du SLF, la remise généralement accordée par les groupes d'édition aux librairies indépendantes de petite taille est de 30 à 33 %, alors qu'il est communément admis qu'une librairie, quelle que soit sa taille, ne peut couvrir ses charges en-deçà d'une remise de 36 % (voir la rubrique « [Les usages commerciaux de l'édition avec la librairie](#) » en partie 6).

Source : SLF. « [Chiffres clés](#) », rubrique en ligne.

Charges d'exploitation

RÉPARTITION DE LA MARGE COMMERCIALE DU LIBRAIRE

	EN % DU PRIX DE VENTE
Frais de personnel	18,0
Loyer	4,0
Transport	1,5
Communication	0,5
Autres charges (frais généraux, informatique, comptabilité*)	5,4
Provisions, amortissements	2,0
Frais financiers	0,5
Impôts	1,0
Bénéfices	0,6

* Honoraires comptables, selon les libraires entre 0,5 % et 1,9 % du chiffre d'affaires.

Note de lecture : la marge de référence est de 33,5 % du prix de vente.

Source : SLF.

Il faut bien prendre en considération toutes les charges que devra supporter le commerce. Le poste le plus important concerne les frais de personnel. Attention aussi aux loyers en centre-ville, souvent élevés.

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Toutes les charges doivent être couvertes par la marge réalisée par le libraire, soit en moyenne 34 % du prix de vente.

Source : informations recueillies par Bpifrance auprès du SLF en décembre 2022.

Rentabilité

En 2019, le résultat net moyen, soit la marge nette, s'établissait à 1 % d'après Xerfi, cité par le SLF.

Afin de prévoir la rentabilité de sa librairie, le chiffre d'affaires généré par mètre carré est un indicateur. Pour le calculer, il faut se baser sur la superficie totale du magasin et le chiffre d'affaires annuel HT prévisionnel : Rentabilité (en €) au m² = Chiffre d'affaires annuel HT en € / Surface en m².

En illustration de ce mode de calcul, le « Baromètre de la librairie en région » de la Fill observe en moyenne une rentabilité de 4 323 €/m² sur l'ensemble de son panel de librairies. Le rendement moyen/m² est différent selon la catégorie de chiffre d'affaires des librairies.

RENDEMENT MOYEN AU M² PAR CATÉGORIE DE LIBRAIRIE

CHIFFRE D'AFFAIRES	RENDEMENT MOYEN PAR M ²
> 2 M€	5 616 €
1 M€ à 2 M€	3 602 €
300 k€ à 1 M€	3 772 €
< 300 k€	2 134 €
Ensemble	4 323 €

Source : Fill.

Dans l'ensemble, 33 % des librairies réalisent un chiffre d'affaires par m² supérieur à 4 000 €.

Le baromètre détaille également le rendement des librairies en fonction de la taille de la commune d'implantation. La moyenne observée sur l'ensemble du panel étant de 1,20 %.

Sources :

- ACTUALITÉ. « [Les leviers à actionner pour optimiser les résultats de sa librairie](#) », article publié le 04/07/2022.
- FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020, qui donne des éléments de chiffre d'affaires selon le lieu d'implantation.
- SLF. « [Chiffres-clés de la librairie](#) », rubrique en ligne.
- SLF. « [Quelles initiatives pour maintenir ses marges et développer son CA](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 07/07/2022.

Pour en savoir plus :

- ➔ FRANCE CULTURE. « [Libraires : un métier d'avenir ?](#) », podcast du 12/01/2023.
- ➔ SLF. « [Ratios de la librairie](#) », rubrique en ligne, qui explique les notions de gestion nécessaires à connaître.

Financement – Aides spécifiques

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financement mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [Comment financer un projet de création d'entreprise ?](#) ».

Les aides à la création ou à la reprise d'entreprise sont décrites dans les rubriques « [Quelles sont les aides pour créer une entreprise ?](#) » et « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) ».

Les aides aux libraires

Certaines structures proposent des aides mobilisables en création/reprise ou modernisation (liste non exhaustive) :

- L'[Association pour le développement de la librairie de création](#) (Adelc) intervient sur des projets de création, de déménagement, d'agrandissement, de rénovation, de rachat, de restructuration de fonds de roulement, de restructuration de fonds propres.

En 2020, l'Adelc a accompagné et aidé 27 transmissions pour un montant total de 1,2 M€ et 8 créations pour près de 400 k€. En 2021, son action a couvert 17 transmissions (1 M€) et 15 créations (500 k€).

Pour mobiliser les services de l'Adelc, il est important de contacter l'association le plus en amont possible du projet.

- Le [Centre national du livre](#) (CNL) propose différents dispositifs d'accompagnement et de financement à destination des libraires. Il a soutenu à hauteur de 1,4 M€ en prêts (de 8 à 300 k€) et subventions (de 4 à 100 k€) 10 créations de librairies en 2020 et 30 en 2021.
- L'[Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles](#) (Ifcic) apporte aux banques sa garantie financière, ce qui ouvre aux entreprises du secteur des facilités élargies de crédit, et octroie des prêts à court et moyen termes.

La rubrique « [Les aides aux libraires](#) » sur le site du Syndicat de la librairie française (SLF) présente les différents dispositifs mobilisables en phase de création ou de reprise ainsi qu'en phase de développement de la librairie.

La Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill) publie des [fiches sur les aides aux libraires](#), régionales et nationales.

6.

RÈGLES DE LA PROFESSION

RÈGLES DE LA PROFESSION

Contexte général

Le libraire, en tant que commerçant (détaillant), doit notamment respecter les réglementations du droit de la distribution (étiquetage des produits, soldes, facturation, etc.).

Il devra également se conformer aux obligations en tant qu'exploitant d'un établissement recevant du public (ERP).

Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Les établissement recevant du public \(ERP\)](#) », rubrique en ligne, qui présente les différentes obligations en tant qu'exploitant d'un établissement recevant du public.

Conditions d'installation

Aucun diplôme n'est nécessaire pour exercer cette profession.

Règles et usages de l'activité

Les usages commerciaux de l'édition avec la librairie

Un « [Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie](#) » a été signé le 26 juin 2008 par les représentants du Syndicat de la librairie française (SLF), du Syndicat national de l'édition (SNE) et du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC). Il s'inscrit dans le cadre mis en place par la loi Lang [81-766](#) du 10 août 1981 pour défendre la « biodiversité » et la création éditoriale. Dans l'article 2, sont précisées les conditions de fixation de remises aux libraires. Il reformule aussi les autres usages commerciaux de l'édition avec la librairie. Le protocole s'applique aux libraires dont la définition suit : « Une librairie est un magasin physique de vente de livres, ouvert à tout public. » En sont donc exclus les grossistes et les librairies en ligne.

Source : SLF. « [Les usages commerciaux](#) », rubrique en ligne.

Pour en savoir plus :

- ➔ SNE. « [Diffusion](#) », rubrique en ligne, qui explique l'ensemble des opérations commerciales et marketing mises en œuvre par les éditeurs dans les différents réseaux de vente.

Le prix unique du livre

En France, la loi Lang [81-766](#) du 10 août 1981 relative au prix unique du livre est un des piliers de la politique du livre. Elle a été votée à l'unanimité par le Parlement.

Ce dispositif de grande ampleur poursuit trois objectifs :

- l'égalité des citoyens devant le livre ;
- le maintien d'un réseau décentralisé très dense de distribution, notamment dans les zones défavorisées ;
- le soutien au pluralisme dans la création et l'édition.

Cette loi instaure le prix unique du livre : les détaillants doivent donc pratiquer un prix effectif de vente au public compris entre 95 et 100 % du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur. Le rabais accordé aux collectivités territoriales peut être cependant supérieur à 5 %.

Selon une enquête réalisée fin 2020 par l'institut d'études Odoxa pour le SNE, 53 % des Français ne savent pas qu'il y a un prix unique du livre. Cela fait pourtant plus de quarante ans que le prix des livres, fixé par l'éditeur, est imprimé sur la quatrième de couverture.

Cette loi comprend néanmoins des exceptions limitées. Elles sont détaillées dans la synthèse du SLF : « [Prix unique et rabais légaux](#) ».

Sources :

- ODOXA POUR LE SNE. « [Les Français et la lecture : conséquences des confinements](#) », sondage réalisé en décembre 2020.
- SLF. « [Prix unique du livre](#) », différents contenus en ligne.

Pour en savoir plus :

➔ MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Prix du livre : mode d'emploi](#) », publié en septembre 2021.

Le prix du livre numérique

La loi [2011-590](#) du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique, calquée en partie sur le modèle de la loi Lang de 1981, doit permettre de préserver les intérêts de l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre et de réguler le prix du livre numérique. Elle précise en effet dans son article 2 que « toute personne établie en France qui édite un livre numérique dans le but de sa diffusion commerciale en France est tenue de fixer un prix de vente au public, c'est-à-dire à l'utilisateur final, qu'il s'agisse d'une personne morale ou d'une personne physique ».

Source : SNE. « [Prix du livre](#) », rubrique en ligne.

Le prix du livre audio

La loi Lang [81-766](#) du 10 août 1981 ne s'applique pas au livre audio qui ne fait l'objet d'aucune réglementation en matière de fixation des prix.

Source : MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Prix du livre : mode d'emploi](#) », publié en septembre 2021.

Les frais de port sur le livre

La loi Darcos [2021-1901](#) du 30 décembre 2021 visant à conforter l'économie du livre et à renforcer l'équité et la confiance entre ses acteurs indique que le service de livraison de livres ne peut pas être offert à titre gratuit, mais doit être facturé dans le respect d'un montant minimal fixé par arrêté. En effet, quand certaines librairies en ligne facturaient 1 centime d'euro pour expédier un livre à domicile, il en coûtait en moyenne 6 à 7 € de frais postaux au libraire, pour le même envoi. Converties à la vente en ligne, les

RÈGLES DE LA PROFESSION

librairies ont demandé un traitement équitable face aux géants du *e-commerce*, car elles prenaient ce coût sur leur marge, afin de ne pas le répercuter sur le client et éviter ainsi de perdre des commandes. En septembre 2022, le gouvernement a choisi une voie médiane et a suivi la proposition du régulateur, l'Arcep, qui préconisait que le tarif du service de livraison défini soit d'au moins 3 € TTC pour toute commande dont le montant des achats de livres est inférieur à 35 €. Un projet d'arrêté a été notifié à l'Union européenne ; la mesure n'est donc pas encore en vigueur au moment de la rédaction de ce dossier.

Sources :

- Informations recueillies par Bpifrance auprès du ministère de la Culture en décembre 2022.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Tarification minimale des frais de livraison de livres : Bruno Le Maire et Rima Abdul Malak annoncent leur accord sur la proposition de l'Arcep](#) », communiqué de presse publié le 23/09/2022.

Statut de l'entrepreneur

Le libraire possède un statut de commerçant. Il doit s'immatriculer au Registre du commerce et des sociétés (RCS).

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Vérifier la nature de mon activité](#) », rubrique en ligne.

Structure juridique

Les entreprises créées en 2021 dans le « Commerce de détail de livres en magasin spécialisé » (47.61Z) sont en très grande partie des sociétés. Par ailleurs, 20 % des entreprises sont créées sous le régime du micro-entrepreneur.

Attention : sous ce code NAF se trouve une grande diversité de structures, certaines de ces créations ne sont pas des librairies.

STRUCTURE JURIDIQUE CHOISIE PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE DU SECTEUR, 2021

ACTIVITÉ	SOCIÉTÉS	ENTREPRISES INDIVIDUELLES	MICRO-ENTREPRENEURS	AUTRES*	TOTAL CRÉATIONS
Commerce de détail de livres en magasin spécialisé (47.61Z)	202	34	63	17	316

* Associations, fondations, syndicats, organismes professionnels, etc.

Source : Insee (2021).

Pour en savoir plus :

➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut ?](#) », rubrique en ligne, qui présente les différentes structures juridiques, ainsi que les calculs de cotisation et les aspects sociaux et fiscaux.

TVA

Le taux réduit de la TVA sur les livres est de :

- 5,5 % en France métropolitaine (hors Corse) ;
- 2,1 % en Corse, Guadeloupe, Martinique et à La Réunion.

Le taux normal de TVA de 20 % reste cependant applicable à certaines publications (livres, journaux, revues) qui, en raison de leur caractère pornographique ou violent, sont interdites de vente aux mineurs, d'exposition à la vue du public ou de publicité.

Source : ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. « [Vente de livres : prix de vente, droit de retour, label](#) », rubrique en ligne.

Démarche qualité

Le Label « Librairie indépendante de référence » (LiR)

Valable pour une durée de trois ans, ce label est accordé par les préfets de région, sur le rapport du président du Centre national du livre (CNL), après délibération d'une commission composée de professionnels du livre et de représentants de l'État et des collectivités locales, qui est chargée d'examiner et d'émettre un avis sur chacune des demandes de label, au vu des critères d'éligibilité fixés par le décret [2011-993](#) du 23 août 2011 relatif au label de Librairie de référence ou de Librairie indépendante de référence.

Ce label permet aux librairies qui l'obtiennent de :

- valoriser la qualité de l'accueil, des services et de l'assortiment auprès de la clientèle et des partenaires institutionnels ou privés de la librairie ;
- avoir une exonération de la contribution économique territoriale (CET), pour l'établissement labellisé, sous réserve d'une délibération en ce sens des collectivités territoriales, indépendamment les unes des autres ;
- bénéficier de la part de certains fournisseurs de conditions commerciales plus favorables (remise minimale, raccourcissement des délais de crédit sur les retours) ;
- solliciter auprès du CNL une subvention pour la mise en valeur des fonds et de la création éditoriale, dispositif qui ne s'adresse, depuis 2018, qu'aux librairies labellisées.

La demande du label s'effectue sur le portail du CNL.

Pour en savoir plus :

→ CNL. « [Label LiR](#) », rubrique en ligne.

Une chaîne du livre plus vertueuse

Le secteur du livre dans son ensemble s'empare de la question écologique. Grands groupes ou petits éditeurs, libraires ou bibliothécaires, tous rivalisent de projets et d'actions pour prendre en considération les impératifs environnementaux dans leur chaîne de valeur. Voici quelques initiatives relevées malgré les tensions liées à la pénurie de papier qui inquiètent le secteur :

- En 2009, Hachette Livre se dote d'une direction en charge de la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) dont les missions sont : la réduction des émissions de carbone ; la préservation des ressources naturelles ; la gestion de la fin de vie des produits et des déchets ; les actions en faveur de la biodiversité.

RÈGLES DE LA PROFESSION

- En 2019 :
 - > le SLF met en place sa commission « Environnement et développement durable » ;
 - > l'association pour l'écologie du livre voit le jour ;
 - > l'éditeur jeunesse La cabane bleue propose l'écoconception de livres pour sensibiliser les enfants à la protection de la planète, aussi bien par le contenu que par leur mode de fabrication avec des livres imprimés par lot de plusieurs titres, dans un format unique conçu pour entrer parfaitement dans une feuille d'impression ;
 - > les Éditions de La Martinière, Delachaux & Niestlé lancent Yliga, un label qui se veut marqueur de traçabilité et emblème d'un livre plus respectueux de l'environnement ;
 - > la librairie La Procure réduit ses déchets en mettant en place un tri sélectif et le don des services de presse reçus, des cartons et des PLV (publicités sur le lieu de vente).
- En 2020 :
 - > l'Organisation des Nations unies (ONU) invite les éditeurs à une série de 10 actions pour tendre vers un avenir plus durable et équitable ;
 - > livr&co voit le jour, une librairie en ligne qui vend des ouvrages éco-conçus et respectueux de l'environnement.
- En 2021 :
 - > la maison d'édition Casterman lance la collection écoresponsable « Vert Planète » qui comprend 4 ouvrages à destination des enfants de 4 à 6 ans. Chaque étape de la fabrication est pensée pour avoir le moins d'impact possible sur l'environnement ;
 - > une « charte environnementale du livre » est lancée par le SNE sous la forme d'un guide de bonnes pratiques qui fournit des clés aux professionnels pour mettre en place des actions concrètes.

Mais aussi...

- Certaines librairies ne proposent plus d'emballage cadeau en papier sauf en papier kraft (papier totalement recyclable) ou en tissu avec des « saccadeau » (sacs cadeau en toile, imprimés et dessinés en France), des emballages qui peuvent être réutilisés.
- L'association Fontaine O Livres dispense une formation « [Publier écoresponsable](#) ».
- Le SNE travaille à la mise en place d'un indicateur commun à l'ensemble de la filière sur le bilan carbone.

D'autres idées émergent pour réduire l'impact de l'activité d'édition :

- > un moindre recours au pilon ;
- > l'utilisation du papier recyclé ou d'encre végétales ;
- > une impression plus locale, plus proche du client ;
- > la certification des imprimeurs, papetiers ou transporteurs ;
- > le recyclage des livres par la vente plus massive de livres d'occasion.

Source : LIVRES HEBDO. « [Le "green new deal" du livre](#) », article publié en le 04/12/2021.

Pour en savoir plus :

- ➔ FILL. « [Livres et lecture à l'heure de l'écologie](#) », dossier numérique en ligne.
- ➔ Site de l'association [Pour l'écologie du livre](#).
- ➔ SLF. « [Développement durable : bonnes pratiques en librairie](#) », synthèse des bonnes pratiques en faveur de la transition écologique, basée sur des retours d'expériences.

7.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Organismes professionnels

Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

Cela comporte de nombreux avantages, comme rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

Les principaux organismes professionnels et fédérations nationales

- **Association pour le développement de la librairie de création (Adelc)**

Cette association a été créée par des éditeurs de littérature générale soucieux de favoriser la diffusion de la création éditoriale en apportant à des libraires les moyens de se développer et de conserver leur indépendance. Elle intervient sur des projets de création, de déménagement, d'agrandissement, de rénovation, de rachat, de restructuration de fonds de roulement, de restructuration de fonds propres.

- **Syndicat de la librairie française (SLF)**

Né de la fusion de l'ULF et du SNLF en 1999, ce syndicat regroupe plus de 700 librairies indépendantes adhérentes, de toutes tailles, généralistes et de spécialité, réparties sur l'ensemble du territoire. Son action s'ancre dans les valeurs et les pratiques qui fondent l'identité des librairies : l'indépendance, la promotion de la diversité éditoriale, le conseil, le service aux clients, la convivialité et la citoyenneté.

Autres organismes professionnels

- **Fontaine O Livres**

Cette association a pour objet de soutenir et promouvoir les acteurs de la filière du livre. Elle regroupe divers services :

- > un hébergement en pépinière et un centre de *coworking* ;
- > un organisme de formation professionnelle ;
- > un accompagnement et du conseil ;
- > un réseau d'entreprises et d'acteurs.

- **Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill)**

De statut associatif, cette fédération, qui œuvre au quotidien pour accompagner les professionnels du livre, de la lecture et de la documentation, rassemble au sein d'un réseau national des structures régionales pour le livre (agences et centres régionaux du livre), des collectivités territoriales, des institutions nationales et des associations, ainsi que des personnes qualifiées.

CONTACTS

ET SOURCES D'INFORMATION

Groupements de librairies en associations territoriales ou thématiques

Le Syndicat de la librairie française (SLF) recense les associations et groupements de libraires sur son site Internet. Cette liste, régulièrement actualisée, est disponible [ici](#).

Institutionnels

- **Centre national du livre (CNL)**

Cet établissement public est un lieu de rencontres et d'actions interprofessionnelles. Cette caractéristique lui confère une place particulière et originale dans l'organisation administrative : éditeurs, auteurs et traducteurs, bibliothécaires et libraires sont étroitement associés aux actions mises en œuvre par le CNL, dont les aides évoquées en partie 5 de ce dossier.

- **Service du livre et de la lecture du ministère de la Culture**

Ce service dépend de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) au sein du ministère de la Culture. Il est chargé de la mise en œuvre de la politique du livre.

Contacts utiles en région : les conseillers « Livre et lecture » des Directions régionales des affaires culturelles ([Drac](#)).

Ouvrages, rapports et études

- AGENCE RÉGIONALE DU LIVRE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR. « [Création, reprise et transmission d'une librairie : un guide pour tout savoir !](#) », publié le 01/07/2019.
- APUR. « [Inventaire des commerces à Paris en 2020 et évolution 2017-2020](#) », publié en avril 2021.
- AXIALES POUR LE SLF. « [Créateurs et repreneurs de librairie : profils et regards sur le métier](#) », étude publiée le 06/07/2022.
- CNL. « [Bilan des aides 2021](#) », publié en 2022.
- CNL. « [Les jeunes Français et la lecture](#) », étude publiée en mars 2022.
- CNL. « [Les Français et la lecture en 2021](#) », baromètre publié le 30/03/2021.
- FILL. « [Livre et lecture à l'heure de l'écologie](#) », dossier numérique en ligne.
- FILL. « [Baromètre de la librairie en région \(données 2017\)](#) », publié en mars 2020.
- FRANCE CULTURE. « [Libraires : un métier d'avenir ?](#) », podcast du 12/01/2023.
- GFK. « [2019-2022 : marché du livre en accélération](#) », présentation de l'étude commentée à l'occasion des Rencontres nationales de la librairie 2022.
- L'OBSOCO POUR LE SLF. « [Étude de la clientèle des librairies indépendantes : comprendre l'impact de la crise sanitaire](#) », publiée en juin 2022.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Le marché du livre](#) », rubrique en ligne.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Prix du livre : mode d'emploi](#) », publié en septembre 2021.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE. « [Chiffres-clés du secteur du livre 2018-2019](#) », publiés le 27/04/2020.
- SLF. « [Chiffres clés](#) », rubrique en ligne.
- SLF. « [Vendre des livres numériques](#) », rubrique en ligne.
- SLF. « [Rapport de branche du commerce de détail de livres \(données 2020\)](#) », publié en septembre 2022.

CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

- SLF. « [Les animations en librairie](#) », présentation de l'étude d'Ipsos, 2019.
- SNE. « [Chiffres clés de l'édition 2021](#) », synthèse publiée en 2022.
- SNE. « [Baromètre sur les usages du livre numérique et audio](#) », publié le 29/04/2022.
- XERFI. « [Le marché et la distribution de livres](#) », étude publiée le 01/08/2022.
- XERFI SPÉCIFIC POUR LE SLF. « [Quel impact de la crise sanitaire sur l'économie des librairies ?](#) », étude publiée le 06/07/2022.

Revue et médias

- [Actualitté.com](#), site d'actualités pour les professionnels et les curieux du secteur.
- [Art & Métiers du livre](#), bimestriel sur le livre, la bibliophile, la gravure, la reliure...
- [Livres Hebdo](#), site et magazine mensuel d'information destinés aux professionnels du livre.
- [Web-tv-culture.com](#), webTV exclusivement dédiée à l'actualité littéraire.

Podcasts et vidéos

- SLF. « [Quelles initiatives pour maintenir ses marges et développer son CA](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 07/07/2022.
- SLF. « [Communication en ligne : comment bâtir ou renforcer une stratégie ?](#) », « [Construire l'identité de sa librairie](#) », « [Les nouveaux libraires : profils, motivations et regards sur le métier](#) », podcasts d'ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 03/07/2022.
- SLF. « [Des animations, à quel prix ?](#) », « [Le fonds en librairie, comment le renouveler, comment le financer ?](#) », « [Le libraire devient-il un programmeur culturel ? Comment construire et équilibrer sa politique d'animation ?](#) », « [Les bonnes recettes pour accroître sa notoriété et son audience sur Instagram](#) », podcasts des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juillet 2019.
- SLF. « [Vendre autre chose, vendre autrement : atouts et limites de la diversification](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juin 2019.
- SLF. « [Comment réussir une reprise/cession de librairie](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, 17/07/2017.
- SLF. « [Le client au cœur de l'avenir des librairies : mieux les connaître, pourquoi, comment ?](#) », podcast d'un des ateliers des Rencontres nationales de la librairie, juin 2017.
- WEB-TV-CULTURE.COM. « [Les Rencontres nationales de la librairie : étude Xerfi sur l'impact de la crise sanitaire sur l'économie des librairies](#) », podcast du 03/07/2022.

Salons et événements

- **Festival du livre de Paris**, annuel, à Paris.
- **Foire du livre de Francfort**, annuel, à Francfort (Allemagne). Salon professionnel international de l'édition.
- Les **Rencontres nationales de la librairie**, bisannuel, différentes villes en France. Événement qui propose durant deux jours la restitution d'études, des plénières sur l'environnement et l'avenir du métier ainsi que plusieurs dizaines d'ateliers spécialisés.
- **Rise Bookselling Conference**, à Prague (République Tchèque). 1^{ère} édition de cette conférence professionnelle internationale, mars 2023.
- **Salon du livre et de la presse de la jeunesse**, annuel, à Montreuil. Salon dédié à l'édition jeunesse.

Pour en savoir plus :

- ➔ **Livres Hebdo** propose un agenda en ligne avec un filtre pour les foires et salons liés au livre.

NOTES

PERSONNELLES



<https://bpifrance-creation.fr>



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://linkedin.com/company/bpifrance>

bpifrance

CRÉATION

CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-044-6