

Manifestation littéraire : le partenariat entre la librairie et l'organisateur

Salons du livre, festivals, fêtes ou rendez-vous, les manifestations littéraires jouent un rôle essentiel dans la diffusion et le circuit de commercialisation d'un livre.

En complément des points de ventes du livre qui existent déjà sur les territoires, un événement littéraire crée une librairie de proximité éphémère. Là où il n'y a plus de points de vente du livre, elle est le seul accès au livre neuf et est déterminante pour garantir à chacun un accès physique au livre.

La librairie en tant que commerce spécialisé dans la vente de livres est donc la partenaire privilégiée de ces événements.

Cependant, la librairie est aujourd'hui un des commerces les plus fragiles dont l'économie repose sur la gestion de flux et des besoins de trésorerie plus importants que d'autres secteurs. Le lien entre ces événements littéraires et les librairies est donc essentiel, non seulement parce qu'il permet de proposer au public une offre de qualité, mais aussi parce qu'il permet aux manifestations de soutenir et de défendre ces commerces indispensables pour la diffusion et la liberté d'accès aux œuvres.

Cette fiche conseil a pour but de fournir des outils afin de bien appréhender le rôle d'une librairie lors des manifestations littéraires et de formuler une série de préconisations afin de mener correctement un partenariat avec ce secteur.

Sommaire

QUELLES LIBRAIRIES ?	2
LES RÔLES DE CHACUN	2
LES DIFFÉRENTS TYPES DE PARTENARIAT	3
RÉTROCESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES	4

QUELLES LIBRAIRIES ?

En France, il existe quatre grands circuits de vente du livre : les librairies (indépendantes, non indépendante : librairies franchisées, grandes surfaces culturelles, les librairies-papeteries-presse), les grandes surfaces culturelles spécialisées, les grandes surfaces non spécialisées et la vente en ligne. Les librairies indépendantes avec comme critères de sélection :

- La proximité et le lien avec le territoire ;
- La spécialité si vous recherchez un thème ou un genre particulier (comme jeunesse ou bande dessinée par exemple).



Il existe des annuaires qui vous permettent d'identifier les librairies indépendantes :

• **Libr'Aire, association des libraires indépendants des Hauts-de-France :**

www.libr-aire.fr

• **L'AR2L Hauts-de-France :**

www.ar2l-hdf.fr/annuaire-des-professionnels

Pourquoi privilégier les librairies indépendantes ?

La librairie indépendante est un lieu de vente de livres qui n'appartient pas à une chaîne et qui a une place particulière dans les commerces de détail. Le libraire indépendant est un expert de la lecture qui gère des milliers de références afin d'offrir une sélection qualifiée et diversifiée à ses clients. Il constitue et propose un fonds unique de livre tout en veillant à commercialiser des nouveautés. La sélection des ouvrages repose avant tout sur les choix des libraires. Bien qu'elle ait une dimension commerciale, la librairie indépendante peut également proposer des animations (rencontres avec des auteurs, ateliers, etc.), ce qui fait d'elle une actrice culturelle.

Pourquoi privilégier une librairie indépendante ?

- Par sa connaissance du marché du livre, des nouveautés, des auteurs et des lignes éditoriales ;
- Pour soutenir un commerce local et son économie ;
- Car elle œuvre en faveur de la diversité et de la liberté culturelle.

Bien entendu, les librairies-papeteries-presse et les librairies non indépendantes ne sont pas à exclure de vos manifestations, notamment si ce sont des commerces importants de vos territoires.

LES RÔLES DE CHACUN

La librairie

Lors d'un événement littéraire, le rôle principal de la librairie est la commercialisation des livres et de tout ce qui s'y rattache (conseil, commande des livres, transport, mise en place, vente, suivi, etc.).

Le libraire peut également être associé à d'autres tâches de la manifestation, notamment :

- **La programmation** - En tant qu'expert, le libraire peut avoir un rôle déterminant de conseil et être force de proposition d'auteurs ou de maisons d'édition. Ce n'est en revanche pas au libraire d'inviter et d'assumer les frais d'invitation des intervenants. Il peut faciliter la mise en relation via son réseau professionnel (éditeurs, diffuseurs, représentants) mais les tâches de logistique ou de programmation restent celles de l'organisateur ;
- **La communication** - Le libraire peut participer à la communication de la manifestation, par exemple en diffusant le programme dans son réseau de clients, en sensibilisant les clients lors de vente en boutique, ou en réalisant une vitrine dédiée à la manifestation.

L'organisateur

- Il coordonne, établit la programmation et assure le suivi auprès du libraire ;
- Il est conseillé que l'organisateur ait un rapport direct avec les auteurs pour établir la sélection d'ouvrages présentés lors de l'événement. Une fois les titres choisis, il passe les commandes auprès du libraire dans un délai raisonnable (au maximum un mois avant l'événement) et définit le nombre d'exemplaires par ouvrage. Il est conseillé de questionner l'auteur sur le nombre de titres et le volume pour chacun des titres ;

- Il établit le cadre administratif (règlement intérieur, conditions, convention, assurances) ;
- Il assure le bon déroulement de la manifestation, prépare le lieu et l'espace pour l'installation du libraire et il gère la logistique (en fournissant tables, chaises, électricité aux normes) ;
- Il communique et fait le nécessaire pour le déplacement du public ;
- Il est transparent concernant les autres points de vente (voir fiche ML n°3) ;
- Il valorise la collaboration avec la librairie (logo sur la communication, remerciements, etc.) ;
- Il invite les auteurs, prépare leur accueil et leur programme avec un contrat d'engagement ;
- Il informe immédiatement le libraire en cas d'annulation de la venue d'un auteur.



LES DIFFÉRENTS TYPES DE PARTENARIAT

Il existe différents types de coopération entre des événements littéraires et la librairie. On distingue deux niveaux : **la librairie prestataire et le partenariat.**

	La librairie prestataire	La librairie partenaire
Description	Le libraire dispose d'un espace de vente où il présente les livres demandés par l'organisateur et gère les commandes, la mise en vente et les retours.	Le libraire dispose d'un espace de vente où il présente les livres demandés par l'organisateur et gère les commandes, la mise en vente et les retours. Le libraire est un partenaire de la manifestation, les partenariats peuvent être de différentes natures selon les projets. De manière générale, il : <ul style="list-style-type: none"> - Commercialise les livres ; - Participe à la programmation ; - Communique sur la manifestation.
Cadre	<ul style="list-style-type: none"> - Convention qui fixe les conditions de commercialisation et d'utilisation de l'espace ; - Bilan des ventes (chiffres d'affaires et éléments de charges). 	<ul style="list-style-type: none"> - Convention qui fixe le partenariat et qui précise le rôle de chacun. Y seront mentionnés des objectifs de travail en commun (chiffre d'affaires à atteindre, fréquentation, etc.) - Évaluation et bilan lors de comité de pilotage ; - Comité de programmation ; - Plan de communication conjoint .
Conditions	<ul style="list-style-type: none"> - Mise à disposition gratuite ou payante de l'espace ; - Possibilité de rétrocession du chiffre d'affaires sur la manifestation (voir encadré). 	<ul style="list-style-type: none"> - Mise à disposition gratuite de l'espace ; - Possibilité de rétrocession du chiffre d'affaires sur la manifestation (voir encadré) ; - Valorisation du partenariat dans la communication.



FOCUS

L'ÉCONOMIE D'UNE LIBRAIRIE LORS D'UNE MANIFESTATION LITTÉRAIRE

Lorsqu'une librairie participe à une manifestation littéraire, elle doit supporter de nombreux frais que ne couvrent généralement pas le chiffre d'affaires généré par la manifestation. Il est donc essentiel de bien évaluer avec le libraire les quantités, le nombre de titres, le temps de présence sur le salon, etc.

Frais à la charge du libraire

Coût de transport aller et retour des marchandises.
Coût du retour 6 % de la valeur faciale du livre.

Frais de préparation avant la manifestation : réunions, recherches d'auteur, manutention, logistique, commandes, communication – soit 2 à 3 jours de travail.

Frais après la manifestation : retour, ventilation des ventes, bilans – soit 1 jour de travail.

Frais de personnels : salaire des personnels présents sur la manifestation.
Frais de location de transport.

Exemple pour un salon du livre

50 cartons 15kg aller/retour depuis Paris (35 euros).

Salaire du libraire pour 2 à 3 jours soit 20 heures de travail x 20 € de l'heure.

Salaire du libraire pour 1 jour soit 10 heures de travail.

Salaire du libraire week-end 10h-19h = 18 heures de travail (travail le dimanche compté double).



FOCUS

LA RENTABILITÉ D'UNE MANIFESTATION POUR UNE LIBRAIRIE

Bien souvent, on pense qu'une manifestation littéraire est « rentable » pour une librairie mais les bilans des manifestations littéraires montrent plutôt le contraire. De plus, ces événements immobilisent des gros volumes de trésorerie (à cause des commandes pour la manifestation), ce qui peut mettre en danger provisoirement la librairie.

Exemple :



Malgré ces chiffres faibles, la participation des librairies aux manifestations littéraires est indispensable car les manifestations leur permettent de générer du chiffre d'affaires et d'assurer le paiement des charges annuelles de leurs librairies.

Nous conseillons d'établir un bilan financier avec la librairie en fin de manifestation littéraire afin d'ajuster avec elle les volumes, mais aussi pour définir les conditions d'un soutien réciproque.

RÉTROCESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Certaines manifestations trouvent un accord avec la librairie (partenaire ou prestataire) et pratiquent la rétrocession du chiffre d'affaires. Dans ce cas, à la fin de la manifestation, le libraire verse à l'organisateur une partie de son chiffre d'affaires hors-taxes (entre 5 et 7 % selon les manifestations).

Cette pratique peut être intéressante lorsque :

- Le chiffre d'affaires généré par la manifestation est important ;
- La manifestation allège certaines charges à la librairie (par exemple, les bénévoles de la manifestation occupent les postes de conseil et de vente).

Dans tous les cas, cette décision doit être prise en concertation et avec l'accord de la librairie partenaire.

On retrouve dans les pratiques :

Pour un CA supérieur à 50 000 €

7 % de rétrocession, soit 3 500 €

Pour un CA compris entre 20 000 et 50 000 €

5 % de rétrocession, soit entre 1 000 et 3 500 €



POUR RÉSUMER

LE PARTENARIAT AVEC LA LIBRAIRIE LORS D'ÉVÉNEMENTS LITTÉRAIRES

- Travailler de préférence avec des librairies indépendantes et de proximité ;
- Le rôle principal du libraire est la commercialisation des livres ;
- Privilégier le partenariat et impliquer la librairie dans le projet artistique (programmation de la manifestation littéraire) ;
- Faire des bilans quantitatifs sur les ventes et l'économie de la manifestation ;
- Des événements peu rentables mais qui soutiennent la librairie en générant du chiffre d'affaires.



LEXIQUE

Office : L'office 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, plus de trois mois et moins de douze mois après la parution.

Remise : Le libraire se rémunère sur les remises, c'est-à-dire les marges qui sont consenties par le distributeur au libraire. Ces remises généralement entre 25 et 40 %.

Résultat net : En comptabilité, le résultat net d'une entreprise ou d'une entité est égal à la différence constatée, sur une période déterminée, entre d'une part, les produits et, d'autre part, les charges N 1 auxquelles s'ajoute l'impôt sur les sociétés.

Retours : En librairie, les « retours » sont les livres reçus à l'office par une librairie, invendus pendant une certaine période, qui sont renvoyés au fournisseur. Ils sont à la charge du libraire.

Trésorerie : La trésorerie est un terme économique et comptable désignant les sommes immédiatement mobilisables pour une entreprise à un instant précis.

Ventilation des ventes : La ventilation est une technique utilisée en comptabilité, permettant de répartir les entrées ou les sorties de fonds sur un nombre de produits.

OUTILS

- Rétroplanning pour les organisateurs d'événement littéraire ;
- Convention de partenariat type organisateurs et librairies ;
- Bilan type librairies.

Fiche pratique réalisée par Adeline Poivre.



CONTACT

VIRGINIE JALAIN

Coordnatrice du pôle Création, production et rayonnement

cpr@ar2l-hdf.fr

T. 07.86.27.74.01



AGENCE RÉGIONALE
DU LIVRE & DE LA LECTURE
HAUTS-DE-FRANCE

SITE D'AMIENS

La Graineterie
12 rue Dijon
80000 AMIENS
T. 03 22 80 17 64

SITE D'ARRAS

La Citadelle
Quartier des Trois Parallèles
Av. du Mémorial des Fusillés
62000 ARRAS
T. 03 21 15 69 72

