

## SOMMAIRE

<b>AVANT-PROPOS</b> de Jérôme Bouët, Directeur régional des affaires culturelles de Rhône-Alpes .....	p. 6
<b>AVANT-PROPOS</b> de Jean-Jack Queyranne, Président de la Région Rhône-Alpes, ancien ministre .....	p. 7
<b>INTRODUCTION</b> .....	p. 9
<b>PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE</b>	
<b>UNE ENQUÊTE EN RÉGION RHÔNE-ALPES. DES SPÉCIFICITÉS RÉGIONALES ?</b> .....	p. 10
La région .....	p. 10
Les mouvements des librairies .....	p. 14
<b>LA MÉTHODOLOGIE</b> .....	p. 16
<b>LES CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON DES RÉPONDANTS</b> .....	p. 17
L'année de création .....	p. 17
La forme juridique .....	p. 18
La taille des magasins .....	p. 18
L'activité exercée : librairie générale ou spécialisée ? .....	p. 20
La question de la représentativité de l'échantillon .....	p. 21
<b>LA SITUATION ÉCONOMIQUE DES COMMERCES DE LIBRAIRIE</b>	
<b>UN CONTEXTE CONCURRENTIEL DE PLUS EN PLUS DIFFICILE</b> .....	p. 23
<b>LE CHIFFRE D'AFFAIRES ET SON ÉVOLUTION</b> .....	p. 25
<b>LA SANTÉ ÉCONOMIQUE ET LA RENTABILITÉ COMMERCIALE</b> .....	p. 27
La méthodologie retenue .....	p. 27
Les résultats .....	p. 27
La rentabilité commerciale	
Les structures financières des entreprises	
<b>LES CHARGES</b> .....	p. 29
<b>LES PERFORMANCES PAR MÈTRE CARRÉ ET PAR PERSONNE OCCUPÉE (EN ETP ANNUALISÉ)</b> .....	p. 30
<b>LES CONDITIONS ET LES MOYENS DE L'EXERCICE DE LA PROFESSION</b>	
<b>LA PART DES DIFFÉRENTS CANAUX D'APPROVISIONNEMENT</b> .....	p. 31
<b>LES CONDITIONS COMMERCIALES DES DIFFUSEURS</b> .....	p. 32
<b>LES REMISES : LE SUJET QUI FÂCHE</b> .....	p. 32
<b>LES DÉLAIS DE PAIEMENT</b> .....	p. 33
<b>LA QUALITÉ DES RELATIONS AVEC LES DIFFUSEURS</b> .....	p. 33

<b>LES RELATIONS AVEC LES DISTRIBUTEURS</b> .....	p. 33
---	-------

<b>LA QUESTION DIFFICILE DES RETOURS</b> .....	p. 34
--	-------

## **UNE “LOI DE BAUMOL” DE LA LIBRAIRIE ? LES COÛTS EN EMPLOI**

<b>L’EMPLOI ET LA LIBRAIRIE</b> .....	p. 35
---------------------------------------	-------

La librairie, créatrice d’emplois ? .....	p. 35
---	-------

Les effectifs .....	p. 37
---------------------	-------

Les qualifications : des personnels surdiplômés et sous-payés ? .....	p. 41
---	-------

La nature des contrats de travail .....	p. 42
---	-------

Les coûts de l’emploi .....	p. 44
-----------------------------	-------

<b>UNE “LOI DE BAUMOL” DE LA LIBRAIRIE ?</b> .....	p. 44
--	-------

## **LA VENTE DE LIVRES ET LA RELATION AVEC LE CLIENT**

<b>L’OFFRE : LA QUESTION DU “TROP-PLEIN”</b> .....	p. 47
--	-------

Le référencement .....	p. 48
------------------------	-------

La répartition du chiffre d’affaires livres par domaines .....	p. 49
--	-------

Trop de livres ? L’office ou l’overdose, le dilemme du libraire excédé .....	p. 52
--	-------

Au cœur du métier, le choix du libraire. Quelle influence des médias ? .....	p. 54
--	-------

<b>LA FRÉQUENTATION : LA LIBRAIRIE, ESPACE DE CONVIVIALITÉ</b> .....	p. 55
--	-------

Éléments sur la composition de la clientèle .....	p. 55
---	-------

Les comportements d’achats .....	p. 56
----------------------------------	-------

Le panier moyen de la clientèle individuelle et le prix des livres

Le poids spécifique des commandes à l’unité

Les nouvelles technologies et la relation au client. Vers un usage croissant ? .....	p. 57
--	-------

La perception des déterminants de la fréquentation .....	p. 58
--	-------

La fidélité, un enjeu de l’identité du commerce et de sa fréquentation .....	p. 61
--	-------

La librairie, lieu de socialisation .....	p. 62
---	-------

La diversification de l’offre

L’animation

## **CONCLUSION**

### **FIGURES : LIBRAIRE COMMERÇANT, LIBRAIRE MILITANT**

<b>LES ATTENTES VIS-À-VIS DES POUVOIRS PUBLICS</b> .....	p. 65
--	-------

<b>FIGURES DU MÉTIER</b> .....	p. 68
--------------------------------	-------

## **ANNEXES**

Préconisations .....	p. 71
----------------------	-------

Cartographie .....	p. 72
--------------------	-------

Questionnaire de l’étude .....	p. 75
--------------------------------	-------