

CHARTRE POUR UN SYNDICAT DE LA LIBRAIRIE UNIQUE, EFFICACE, FORT

Le défi à relever pour les 10 prochaines années par les libraires indépendants, fait prendre conscience, à beaucoup d'entre eux, de la nécessité de sortir d'un isolement égoïste pour créer ensemble l'organisme syndical unique attendu par tous.

Pour comprendre l'enjeu, quelques chiffres :

Le marché du livre est d'environ 15 milliards de francs ; qui en assure la vente ?

• FNAC	2,1 MdF
• France Loisirs	1,9 MdF
• Leclerc	1,2 MdF
• Autres hypermarchés	2,2 MdF
Total	= 7,4 MdF

Pratiquement la moitié.

La part des librairies dites traditionnelles est passée de 46 % en 1988 à 38 % en 1995. **Cette érosion est-elle inéluctable ?** N'y aurait-il rien à faire qu'à attendre la fin d'un système dans lequel les générations nouvelles ne se retrouvent plus ? (Pourtant selon un récent sondage, les adolescents préfèrent faire leurs choix en librairie).

En 1981, la loi du 10 août a mis en place un certain nombre de mesures destinées à permettre à l'édition et à la librairie culturelle de rétablir leur équilibre économique. Elles n'avaient pas pour but de « protéger » mais de donner le temps nécessaire à une reprise en main par les intéressés eux-mêmes de leur propre destin.

Or, **la loi** n'a pas été totalement appliquée et elle **connaît aujourd'hui des dérives**, connues de tous, **qui ne sont plus supportables**. Elles peuvent entraîner à terme, des conséquences désastreuses.

En 1997, seul un syndicat unique, fort de la représentativité qu'il saura acquérir, permettra de modifier cette situation. **En parlant haut et fort au nom des libraires, en projetant les réflexions entamées par le plus grand nombre d'entre eux, il sera le fer de lance de l'évolution du commerce culturel de l'an 2000.**

PREAMBULE

La librairie **professionnelle, indépendante** se réunit en un **syndicat unique** dont les objectifs sont le maintien, le développement et le service des entreprises de vente au détail du livre. Ces entreprises quelles que soient leur taille et leur spécialité placent **la vente du livre au centre de leurs objectifs** ; elles en assument **le rôle social et culturel** ; elles en acceptent **les contraintes économiques** et, en particulier, **financières**.

• Pour être « **professionnel** », le commerce de livres doit être *directement géré par un*

libraire. Le libraire a acquis une culture qui lui permet d'avoir des connaissances suffisantes dans les domaines des Lettres, des Sciences humaines et des Sciences prises au sens large de ces termes ; *il se forme aux techniques de gestion commerciale, administrative et financière de l'achat et de la vente du livre*. Dirigeant, il anime un personnel dont les membres commerciaux sont eux-mêmes des libraires en nombre suffisant.

- La librairie « **indépendante** » ne dépend pas d'une société ou d'un groupe financier dont la logique est, par métier, financière. Une librairie indépendante ne dépend pas non plus d'une société ou d'un groupe de magasins, franchisés ou non, à succursales ou à produits multiples, à moins qu'il n'adhère de façon explicite et détaillée, pour ce qui concerne les départements ou les rayons de librairie, à la présente charte.

L'indépendance est la liberté que possède le dirigeant de librairie de consacrer une partie raisonnable de ce qui pourrait être la marge bénéficiaire nette de l'entreprise, à financer : la part de rotation lente du stock qui constitue son fonds de référence, du personnel en nombre suffisant, capable de choisir et conseiller.

- Un syndicat « **unique** » rassemble toutes les librairies quelles que soient leur taille et leurs spécialités. Il exclut la création, en son sein et de la part de ses membres, de syndicats de spécialités qui représentent un risque permanent de division, en tout cas d'affaiblissement. Cependant, l'existence de groupes de spécialité à l'intérieur du syndicat permettra les études et les propositions spécifiques.

- « **Placer la vente du livre au centre de ses objectifs** », c'est accepter, dans le cadre d'un projet commercial où le livre a une place principale, d'acheter les œuvres nouvelles des domaines littéraires ou scientifiques, œuvres d'imagination ou de recherche, qui ne correspondent pas à un « besoins du marché » déjà exprimé. Il est dans le rôle du libraire de proposer ces œuvres qui contribuent à nourrir, à développer et à faire évoluer les goûts, le style et la pensée d'une époque. Le libraire provoque la rencontre de ces œuvres « inattendues » et de leurs lecteurs potentiels.

C'est défendre la liberté de penser et d'expression en acceptant de vendre des livres d'opinion politique, philosophique ou religieuse différentes, à l'exception de ceux qui vont à l'encontre de cette liberté.

C'est avoir le fonds qui donne à la librairie professionnelle et indépendante sa raison d'être sur le marché.

- Le « **rôle social et culturel** » de la librairie s'exprime dans l'offre commerciale des œuvres de création des ouvrages de fonds ; ce rôle se joue également dans la proximité de l'offre d'ouvrages scolaires, universitaires, professionnels et des livres de loisir et de vie pratique.

La librairie remplit ce rôle grâce à la diversité et à la complémentarité de ses réseaux. Grandes librairies multispécialisées de capitales régionales, librairies générales multi-rayons ou librairies spécialisées de centres urbains, librairies-papeteries de quartiers ou de villes, magasins multiproduits qui, pour autant qu'ils s'affirment comme le « pôle livre » de leur secteur, sont souvent le seul moyen d'accès au livre d'une partie de la population ou le seul moyen de vendre du livre dans un secteur de faible population. C'est ce maillage du territoire qui assure l'irrigation en livres du pays. Encore faut-il que l'exploitation des magasins ou des rayons de livres soit rentable et rendue possible par la distribution et le transport.

• Les « **contraintes économiques et en particulier financières** » qu'impose la vente du livre sont principalement :

- une localisation au centre d'un quartier, d'une ville ou d'une région,
- une taille de librairie et un fonds adaptés à la zone de chalandise et à sa spécialité,
- un personnel de vente composé de libraires capables d'apprécier un livre sous tous ses aspects et d'adapter ses arguments de vente aux différents types de clients,
- le financement du fonds de librairie : droit au bail, loyers et charges, qualité du fonds exigeant qu'une partie appréciable du stock ait une rotation inférieure à 3 et pour partie à 2, ce qui réclame :
- soit un capital de départ suffisant, soit un organisme de financement spécifique, agissant au vu d'un projet structuré économiquement et culturellement,
- une gestion financière ne privilégiant pas seulement le profit maximal mais l'autofinancement de l'investissement nécessaire en stock, ce qui impose une gestion rigoureuse de l'exploitation, en particulier des achats et des charges, pour rentabiliser l'entreprise,
- il est souhaitable que pour dominer des contraintes économiques et financières, les libraires, dirigeants et salariés, puissent recevoir une formation professionnelle, initiale et continue : l'évolution des techniques, des situations commerciales et des supports de la communication en général et de l'écrit en particulier, rend indispensable la formation permanente.

I - OBJECTIFS

Le syndicat est **le lieu de rencontre**, éventuellement lieu des confrontations nécessaires, où se forment le progrès et l'évolution de la profession.

Il est **le lieu de convergence des idées et de mise en commun des projets**. Son efficacité prend naissance dans le militantisme de ses membres. A leur tour ceux-ci trouvent au syndicat conseils, appuis et aides grâce aux moyens dont il se dote.

Les moyens mis à la disposition de tous les adhérents sont réunis grâce aux ressources financières que ceux-ci lui versent, aux subventions dont le syndicat peut bénéficier et à toutes les ressources autorisées par la loi.

Un syndicat professionnel n'est pas une corporation. *Il n'implique ni numerus clausus inspiré par la peur de la concurrence, ni protection contre la réalité du marché et de l'économie.*

La librairie est un commerce ; mais *la logique du livre ne se réduit pas à la logique financière*. Si la rentabilité du commerce de livres doit être la sanction nécessaire d'une bonne gestion, elle n'est pas l'objectif qui prime toute autre finalité. La finalité de la librairie dans ses différents réseaux est la diffusion optimale du livre. Cet objectif prime sur le profit maximum mais ne peut être atteint que si le profit permet l'investissement nécessaire en stock et en personnel.

C'est pourquoi **le syndicat combat pour assurer à la librairie professionnelle et indépendante les conditions de vie indispensables et les possibilités de développement nécessaires**.

IL MET EN PREMIER RANG DE SES OBJECTIFS :

• LE RESPECT —SANS DÉTOUR NI ARTIFICE— DE LA LOI N° 81-766 DU **10 AOÛT 1981** relative au prix du livre, par tous les réseaux de vente, en tout lieu et en toute promotion.

- L'APPLICATION INTÉGRALE DE L'ARTICLE 2 DE CETTE LOI prévoyant une dérogation aux dispositions de l'article 37 (1°) de la loi n°73-1193 du 27/12/73 modifiée. Cet article prévoit un barème d'écart sur le prix de vente au public hors taxe, prenant en compte la qualité des services rendus par les détaillants en faveur de la diffusion du livre. Les remises correspondantes doivent être supérieures à celles résultant des quantités acquises.

En conséquence de quoi le syndicat se bat :

pour que toute entreprise de librairie, quelle que soit sa taille, répondant aux critères de la librairie professionnelle ait, de droit, une remise de base de 30 %.

A cette remise de base **doivent s'ajouter les surremises qualitatives** pour « services rendus... par les détaillants en faveur de la diffusion du livre ». Il est nécessaire que soit valorisé par de telles surremises, l'effort de promotion, de vente et d'entretien du fonds, proportionné à la situation culturelle et économique d'une zone de chalandise donnée et non pas en fonction des quantités vendues. *La diffusion doit avoir la compétence professionnelle nécessaire à cette évaluation et ne pas se référer uniquement à des quotas quantitatifs.* Le syndicat l'y aidera ; l'intérêt des éditeurs rejoint à ce niveau celui des libraires.

Il déclare que les remises consenties par l'édition de littérature générale n'ont pas à servir de réserve de péréquation des remises notoirement insuffisantes des éditions spécialisées (éditions technique, scientifique, religieuse, juridique, médicale...).

Le syndicat n'entend pas que la remise sur prix de vente public soit décidée unilatéralement au gré des seules politiques commerciales des fournisseurs. Il négocie remises et surremises qualitatives en fonction des critères de qualification professionnelle de la librairie et non en fonction des quotas de vente de la distribution.

pour obtenir les délais d'échéance compatibles avec la rotation des ouvrages de fonds qu'un libraire professionnel doit posséder.

- LA LIBERTÉ EFFECTIVE DE COMPÉTITION ASSURÉE À TOUTES LES LIBRAIRIES QUELLES QUE SOIENT LEUR TAILLE ET LEUR SITUATION GÉOGRAPHIQUE.

Ceci signifie que cesse l'exclusion de fait des librairies situées dans des départements ou des zones départementales dont les sociétés de diffusion ou/et de distribution considèrent le service non « rentable ». Ceci est en contravention avec l'esprit et la lettre de la loi du 1981 et revient à rendre impossible pour certains points de vente les commandes à l'unité des titres qui n'entrent pas dans leur vente courante. Ils ne peuvent satisfaire aux conditions de vente léonines de certains fournisseurs.

L'information des éditeurs doit parvenir à tous les points de vente du livre en fonction de la qualité du marché considéré et non de son volume. *La force de vente des diffuseurs doit être mise à leur service en utilisant s'il le faut les moyens modernes d'information et de communication.*

Le bénéfice tiré des grands tirages doit permettre aux libraires d'assumer le « rôle social et culturel ».

La représentativité du syndicat lui donne les moyens politiques et financiers de s'opposer aux monopoles, tant de distribution que de vente au détail, qui stérilisent la diversité des points de vente, diversité indispensable à la liberté d'accès de tous à tous les livres.

La recherche du profit maximum pervertit le fonctionnement normal du marché et bloque le progrès des pratiques professionnelles comme il entraîne une censure effective de l'édition de création.

„ LE SYNDICAT ASSURE LA REPRÉSENTATION DES LIBRAIRIES PROFESSIONNELLES INDÉPENDANTES AU SEIN DES DIVERS ORGANISMES CONCERNANT LA VIE DES LIBRAIRES. Soit il siège ès qualités en tant que syndicat, soit il promeut une réelle représentation des librairies aux côtés d'autres acteurs des métiers du livre.

Dans ce champ d'action, il agit au sein des commissions paritaires (convention collective, Copalibi, Gefipalibi), IFL – Asfodel, Cercle de la librairie, CLIL, IFSIC, etc. : lieux importants de décision et de gestion où les modes de représentation des libraires doivent être soit élargis, soit rendus transparents.

Le syndicat demande la tutelle du Ministère de la Culture pour la profession, à côté de celle du Ministère du Commerce et de l'Artisanat. Seule cette dernière est effective à ce jour, ce qui amènent paradoxalement les librairies, acteurs majeurs de la Culture, à ne pas être présents ès-qualités et directement auprès du Ministère de la Culture.

- Au respect de la loi relative au prix du livre doit S'AJOUTER UNE ACTION DESTINÉE À LIMITER LES REMISES AUX COLLECTIVITÉS, et une vigilance accrue vis-à-vis de pratiques antiprofessionnelles de fournitures « directes » par les éditeurs. Le syndicat œuvre politiquement et juridiquement pour assister les librairies dans les difficultés qu'elles peuvent rencontrer sur ce sujet.

II - MOYENS

Le syndicat professionnel de la librairie doit se constituer autour d'un noyau dur, le réseau libraire ; celui des petites, moyennes ou grandes librairies qui assurent la diffusion des nouveautés de création et la vente permanente des fonds d'édition des différents domaines du livre. Ces librairies forment l'ossature du marché du livre et en sont la référence ; elles vivent souvent sans papeterie ou en tout cas sans que la papeterie les aide à vivre.

A ce réseau, pour sa défense comme pour son développement, le syndicat associe les réseaux de librairie qui, adhérant explicitement à la présente charte, font partie des commerces multiproduits, petits ou grands, qui constituent dans leur secteur géographique ou commercial les seuls pôles d'accès au livre.

Représentant ainsi les forces vives de la vente du livre, solidairement réunies, le syndicat met à la disposition de tous les adhérents les moyens collectés grâce :

- aux cotisations des membres,
- aux subventions des organismes publics et aux ressources autorisées par la loi,
- à certains services rendus, à prix coûtant, aux professionnels.

Il crée :

- Un service d'informations régulièrement envoyées aux adhérents, sur :
les rapports de l'édition et de la librairie,
les activités et négociations du syndicat, dans le domaine social et commercial, juridique et financier.

- Un service d'audit et de conseil, en liaison avec la Société Professionnelle de Formation/ASFODEL et avec le Copalibi. En liaison avec l'I.F.L. (Institut de Formation permanente de la Librairie) il favorise les interventions dans les entreprises permettant de redéfinir leur stratégie.

Ce service a une mission particulière d'incitation à la formation et au perfectionnement des méthodes de gestion, de vente, d'embauche, d'animation du personnel, mais aussi des connaissances littéraires et scientifiques.

Le syndicat assume ses responsabilités dans l'orientation des programmes de formation continue dans le cadre du Copalibi.

- Il crée l'Observatoire des marchés de l'offre et de la demande. Il lance les études sur les facteurs sociaux et culturels en mouvement, sur les orientations intellectuelles et économiques en gestation, à l'aide du financement des organismes concernés.

Les adhérents s'engagent à fournir à l'Observatoire les éléments nécessaires à l'établissement et à la mise à jour permanente des statistiques professionnelles.

- Le syndicat suscite la création d'un organisme financier qui permettra la caution mutuelle et assurera le service du financement de la création, du développement et de la transmission d'entreprise. Pour cela, il établit une structure dans laquelle des experts professionnels évaluent, avec le concours d'un établissement financier, les dossiers présentés. Ils sont assistés d'un médiateur qui garantit la loyauté de la décision d'acceptation ou de rejet.

- Le syndicat doit prendre en compte la diversité des situations économiques, commerciales et même idéologiques. En respectant les projets de chaque réseau, il doit faire en sorte que les stratégies commerciales différentes mais complémentaires contribuent à réaliser la politique définie avec tous.

Il faut pour cela **une équipe de tête résolue et non démagogue, forte elle-même des forces complémentaires de la librairie. Appuyée, grâce à l'information qu'elle diffusera et à l'écoute qu'elle saura avoir, sur une majorité évidente de professionnels, elle restituera au syndicat sa fonction de partenaire obligé de l'édition et de la distribution qu'il n'aurait jamais dû perdre.**

Il le sera s'il sait prendre en compte la réalité du marché, s'il ne l'exclue pas de ses réflexions sous prétexte de s'en protéger et de « conserver » un statut ne correspondant plus à la réalité d'aujourd'hui. Pérenniser la finalité culturelle et sociale de notre métier nécessite d'évoluer et de faire évoluer les entreprises dont la logique initiale n'avait pas cette finalité mais qui l'adoptent progressivement par réalisme commercial.

Le syndicat est une force qui dynamise et fait évoluer les entreprises vers le modèle libraire.

Le syndicat professionnel de la librairie est une force au service du livre et non au service d'une classe de libraires. Mais, s'il n'exclue aucun réseau de librairies, il devra savoir par contre exclure celles qui ne respectent pas les objectifs du syndicat.