Étude sur les LIBRAIRIES-PAPETERIES-PRESSE

Aisne - Oise - Somme

- 2017-

Alice Saintout,
chargée de l'Économie du livre,
AR2L Hauts-de-France

David Demartis,
chargé d'étude,
Cabinet Les caractères masqués

SOMMAIRE

1 INTRODUCTION 5
1. Préambule 5
2. Contexte de l'étude 5
3. Objectifs et enjeux 6
4. Problématique 6
5. Méthodologie 7
6. Biais méthodologiques 7
L'analyse sociologique 7
L'analyse financière 7
7. Le questionnaire 9
8. Territoires de l'étude et repérage 9
9. Panel 9

2 STRUCTURE DE LA FILIÈRE PRESSE 11
1. L'édition : Les éditeurs 11
2. La distribution 11
Les messageries 11
Les dépositaires de presse (grossistes) 12
Les diffuseurs de presse (détaillants, marchands de journaux) 12

3 SANTÉ DE LA FILIÈRE PRESSE 15
1. Le marché de la presse, un marché en pleine érosion 15
2. Les répercussions sur les librairies-papeteries-presse et les dépôts de presse 15
3. Librairie-papeterie-presse et librairie, des modèles économiques différents 16
Le modèle économique de la librairie-papeterie-presse 16
Le modèle économique de la librairie indépendante 16

4 SPÉCIFICITÉS DES LIBRAIRIES-PAPETERIES-PRESSE ET DES DÉPÔTS DE PRESSE 16
Le statut du diffuseur, le contrat dépositaire - diffuseur 16
La notion de propriété en librairie-papeterie-presse 16
La rémunération à la commission en librairie-papeterie-presse 17
La relation aux acteurs de la filière en librairie-papeterie-presse 17
L'assortiment en librairie-papeterie-presse 17
Les spécificités des dépôts de presse 17

5 CARTOGRAPHIE 18
1. Le panel global 18
L'offre marchande de livre sur le territoire 18
La vitalité du secteur 19
2. Le panel étudié 21

6 ANALYSE SOCIOLOGIQUE 22
1. Le gérant, la gérante de librairie-papeterie-presse 22
Profil d'un gérant de librairie-papeterie-presse 22
Des perspectives pessimistes 22
2. L'entreprise 22
La structure 22
Le local 23
L'attractivité 23
L'assortiment 24
L'activité : le temps de travail 24
3. L'emploi 24
Les librairies-papeteries-presse et l'emploi 24
La qualification des emplois pour le livre 25
4. Le livre 25
La place du livre dans l'offre globale 25
Le livre scolaire 25
La composition de la clientèle 25
La vente « hors-les-murs » 25
La constitution du fonds livres 25
Fournisseurs, comptes ouverts et remises 26
Les fonds thématiques travaillés en librairie-papeterie-presse 26
Le stock de livres 27
5. L'informatisation 27
Le logiciel 27
Les bases de données 27
6. La librairie-papeterie-presse : un acteur de son territoire ? 27
Les maisons d'édition régionales en librairie-papeterie-presse 27
Le service à la clientèle librairie 27
7. Le rapport aux institutions 28
Les marchés publics 28
Les institutions et les aides publiques 28

7 ANALYSE FINANCIÈRE 29
1. Méthodologie 29
2. L'activité : le chiffre d'affaires (CA) 29
3. L'activité : la marge commerciale 30
4. L'activité : le délai fournisseur 31
5. L'activité : le besoin en fond de roulement (BFR) 31
6. Un poste de charges important : les charges de personnel 32
7. Les seuils de gestion : la valeur ajoutée (VA) 33
8. Les seuils de gestion : l'excédent brut d'exploitation (EBE) 34
9. Les seuils de gestion : le résultat d'exploitation (REX) 34
10. Les seuils de gestion : le résultat net 35
11. Un autre ratio d'analyse : l'endettement 36
12. Un autre ratio d'analyse : le degré d'amortissement des immobilisations corporelles 37
13. Un autre ratio d'analyse : Capacité d'autofinancement (CAF) 37
14. Un autre ratio d'analyse : le taux de liquidité 38

8 FICHE D'IDENTITÉ D'UNE LIBRAIRIE-PAPETERIE-PRESSE EN AISNE, OISE, SOMME 39
Le gérant 39
Le commerce 39
L'activité 39
La gestion 39
Les ratios financiers 39
La comparaison avec une librairie-papeterie-presse au niveau national (année de référence de notre panel : 2014) 40

9 DONNÉES COMPARATIVES : DÉPARTEMENTS DU NORD ET DU PAS-DE-CALAIS ET DÉPARTEMENTS DE L'AISNE, L'OISE ET LA SOMME 41
1. Données géographiques et structurelles 41
La répartition géographique et territoriale 41
Fiche d'identité 41
Emploi et formation 42
2. La dimension économique 42
Chiffre d'affaires 42
3. La professionnalisation des acteurs 43
L'informatisation 43
L'offre de livres et les fournisseurs 43
Les commandes 44
4. Le rôle culturel et social 44
Animation et communication 44
La bibliodiversité 44
Un commerce culturel de proximité 44
5. Conclusions des rapprochements 45

10 CONCLUSION 45
Un marché global en souffrance : une fragilité structurelle 45
Des mutations de la filière : une fragilité conjoncturelle 45
Le maintien de l'activité des librairies-papeteries-presse 46
Des professionnels isolés 46
Une méconnaissance des pouvoirs publics et leurs dispositifs 46
La qualification des professionnels 46

11 PRÉCONISATIONS 47
1. Évaluation 47
Évaluation administrative et technique 47
Évaluation qualitative auprès des gérants de librairies-papeteries-presse 47
Évaluation qualitative auprès des libraires experts 47
2. Sensibilisation 47
Sensibilisation des pouvoirs publics, élus et du réseau des bibliothèques 47
Sensibilisation des éditeurs et libraires de la région 47
3. Information, communication, visibilité 48
Insertion des acteurs dans les annuaires du livre en région 48
Intégration et association des acteurs aux manifestations de la vie du livre en région 48
4. Espace ressource 48
Répertoire des aides économiques aux entreprises en Hauts-de-France 48
Création de fiches ressources 48

12 REMERCIEMENTS 49

13 BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE 50
1. Bibliographie 50
2. Webographie 50

ANNEXES 51
1. Questionnaire de l'étude 2017 sur les librairies-papeteries-presse en Aisne, Oise, Somme 52
2. L'endettement des entreprises : une étude sur longue période 61

1 INTRODUCTION

1 Préambule

Au XIXe siècle, Louis Hachette met en place un réseau de vente de livre dans les gares : les bibliothèques de gare (aujourd'hui l'enseigne *Relay*). Ce réseau de proximité a vocation à porter le livre dans tous les territoires et auprès de tous les publics. Les librairies-papeteries-presse d'aujourd'hui sont les héritières directes de ce vaste réseau qui s'est implanté partout en France, des gares aux communes.

Les librairies-papeteries-presse sont des commerces indépendants qui ont une offre multi-produits, dont le socle est constitué par la presse mais aussi, historiquement, par le livre. Elles constituent un réseau dense sur tout le territoire (plus de 24 134 points de vente[1]).

En effet, les librairies-papeteries-presse sont aujourd'hui des lieux privilégiés de la diffusion marchande du livre en région, notamment en zones rurales, souvent dénuées de librairies indépendantes. Que ce soit pour une pratique régulière (presse, jeu, tabac), occasionnelle (livre, cadeau, papeterie) ou de dépannage (papeterie, photocopie), les librairies-papeteries-presse offrent un service de proximité dans les centre-bourgs. Au quotidien, ces commerces participent à l'animation et à la vitalité des centres urbains. S'ils sont des commerces riches d'une offre diversifiée, ils sont aussi un espace qui favorise l'échange et la socialisation.

Véritables acteurs de la filière, les gérants travaillent tant avec les bibliothèques que les éditeurs de la région. Ils s'inscrivent dans une dynamique culturelle en favorisant la rencontre entre les auteurs et leur clientèle, allant parfois même jusqu'à avoir un rôle de médiateur.

Pour autant, depuis les années 2000, dans le contexte d'un marché en pleine érosion, ce réseau est mis à mal. En effet, les librairies-papeteries-presse sont confrontées à une mutation des pratiques de lecture de la presse. En 2008, Olivier Donnat écrivait dans *Les pratiques culturelles des Français à l'heure du numérique* : « Chaque nouvelle génération arrive à l'âge adulte avec un niveau d'engagement inférieur à la précédente, si bien que l'érosion des lecteurs de presse et des forts lecteurs de livres s'accompagne d'un vieillissement du lectorat. » Ajoutons que la mutation des pratiques d'achat vient également conforter les difficultés des librairies-papeteries-presse. Ces deux évolutions importantes concourent au vieillissement d'une clientèle qui peine à se renouveler.

D'autre part, la filière presse, maîtrisée par les éditeurs, se fait elle-même concurrence. Dans une recherche de développement, les éditeurs mettent en place un système d'abonnements qui vient concurrencer directement les dépositaires et diffuseurs de presse (librairies-papeteries-presse). Ce double système d'accès à la presse renforce la difficulté qu'ont les librairies-papeteries-presse à maintenir et attirer une nouvelle clientèle dans leur magasin.

Dans un contexte de fragilité économique, les librairies-papeteries-presse restent des acteurs essentiels de l'accès au livre et à la lecture sur tous les territoires et pour tous.

2 Contexte de l'étude

En tant qu'observatoire de la filière Livre et Lecture et avec l'aide de ses partenaires, la Direction régionale des Affaires Culturelles (DRAC) Hauts-de-France, le Centre national du Livre (CNL) et la Région Hauts-de-France, l'AR2L Hauts-de-France œuvre au recensement et au suivi de l'offre marchande de livres sur le territoire. Cet accompagnement a permis d'identifier à la fois les problématiques spécifiques du secteur marchand du livre et les sujets nécessitant une étude plus approfondie.

Dans une perspective de développement de la filière Livre et Lecture en région et au regard de la structure rurale de l'ex-région Picardie (seules 22 communes ont plus de 10 000 habitants), la nécessité de considérer tous les lieux physiques de vente du livre, y compris les librairies-papeteries-presse, est évidente. Cette

1 Chiffres CSMP 2016.

étude s'inscrit dans un contexte plus large de connaissance des acteurs, de défense du commerce de proximité et d'une connaissance homogène du territoire à l'heure de la fusion des régions.

En effet, cette étude vient compléter deux études : la première, sur les librairies-papeteries-presse, effectuée en 2016 par l'ex-Centre régional des Lettres et du Livre Nord – Pas-de-Calais (CRLL)[2] la seconde, sur la librairie, effectuée en 2013 par l'ex-Centre régional du Livre de la Lecture en Picardie (CR2L Picardie)[3]. Rappelons aussi, qu'il n'existe pas d'étude antérieure sur les départements de l'Aisne, de l'Oise et de la Somme.

En France, seule l'ex-Région Franche-Comté (Centre régional du Livre de Franche-Comté) a mené une étude sur les librairies-papeteries-presse de son territoire.

Cette étude a pu voir le jour grâce au soutien de la DRAC Hauts-de-France, du CNL et de la Région Hauts-de-France, dans le cadre du contrat territorial 2015-2017. Un comité de pilotage, composé de la DRAC Hauts-de-France, du CNL, de la Région Hauts-de-France et de l'AR2L Hauts-de-France, a accompagné cette étude et sa réalisation.

Nous remercions tous les membres du comité de pilotage qui nous ont aidés à cadrer cette étude. Nous tenons, également à remercier particulièrement l'ensemble des gérants qui nous ont accueillis et guidé tout au long de cette étude.

3 Objectifs et enjeux

En tant qu'observatoire de la filière Livre et Lecture, aidé de ses partenaires que sont la DRAC, la Région Hauts-de-France et le CNL, l'AR2L Hauts-de-France œuvre depuis plusieurs années à la structuration et au développement de l'accès au livre sur son territoire. Cet accompagnement lui a permis de rencontrer les acteurs de la diffusion marchande du livre en région et d'identifier les problématiques du secteur.

L'AR2L Hauts-de-France accompagne plus de 70 librairies indépendantes, les autres canaux de diffusion marchande du livre n'entrent, à ce jour, pas dans son champ d'action. Dans une perspective d'élargissement de ses compétences et de réponse à une problématique territoriale d'accès au livre, l'AR2L Hauts-de-France a souhaité produire la première étude des librairies-papeteries-presse dans les départements de l'Aisne, de l'Oise et de la Somme.

En 2016, le CRLL Nord – Pas-de-Calais (Centre régional des Lettres et du Livre Nord – Pas-de-Calais) a mené une étude sur le même sujet. Dans un contexte de fusion des régions, il est essentiel d'harmoniser la connaissance globale du territoire : les deux Centres régionaux du Livre (CRL) fusionnent pour créer l'Agence Régionale du Livre et de la Lecture Hauts-de-France en février 2018. L'étude menée par l'AR2L Hauts-de-France est ainsi l'extension de l'étude du CRLL Nord – Pas-de-Calais.

Cette étude a été réalisée dans le but de dresser une cartographie de l'accès au livre en région et de connaître les librairies-papeteries-presse du territoire. En identifiant les problématiques, les besoins et les enjeux spécifiques à cette branche marchande du livre, l'AR2L Hauts-de-France et ses partenaires pourront développer des dispositifs d'accompagnement et de soutien aux acteurs afin de structurer, densifier et pérenniser l'accès au livre sur le territoire.

4 Problématique

Quelle est la typologie d'une librairie-papeterie-presse du territoire picard ?
Au-delà de notre volonté de comprendre les spécificités des librairies-papeteries-presse en Aisne, Oise et Somme, plusieurs questions ont porté notre réflexion.

Qui sont les gérant(e)s des librairies-papeteries-presse ?

Dans quel type de local travaillent-ils ?

Quelle est la situation financière de leur entreprise ?

Comment est organisée leur entreprise ?

Quelle est leur proposition commerciale globale ?

Quelle est leur proposition commerciale sur le segment livres neufs ?

Quelles sont leurs pratiques commerciales pour le livre neuf ?

Quelle est la dimension culturelle de leur entreprise ?

Comment s'inscrivent-ils en tant qu'acteur de leur territoire ?

2 *Librairies-papeteries-presse et autres petits points de vente du livre*, CRLL Nord – Pas-de-Calais, 2106.

3 *Etude sur la librairie indépendante en Picardie 2012 – 2013*, CR2L Picardie, 2013.

5 Méthodologie

L'étude s'est déroulée en trois phases, d'avril 2017 à novembre 2017.

La première phase est avant tout une phase d'identification. Aucune autre étude n'avait été menée sur les librairies-papeteries-presse et ces dernières n'entraient pas dans le champ d'action des opérateurs et institutions de la Culture : le réseau des librairies-papeteries-presse était pour l'essentiel mal connu. Grâce au concours des gérants des deux dépôts de presse indépendants du territoire, nous avons pu constituer un panel pour mener à bien cette étude et dresser un historique fidèle des événements inhérents à cette filière.

La seconde phase est la prise de contact avec les acteurs. Compte tenu de la mé connaissance respective des acteurs identifiés et de l'AR2L Hauts-de-France, cette phase de présentation de l'AR2L Hauts-de-France, de ses missions et de l'étude, a été relativement longue.

La troisième phase consiste en une étude déclarative, sur la base de questionnaires, et qualitative, sur la base d'entretiens tant avec les gérants de librairies-papeteries-presse qu'avec les gérants des dépôts indépendants. Les entretiens ont permis de mieux cerner l'environnement, les pratiques professionnelles et les problématiques spécifiques au domaine de la presse écrite et sa diffusion. Au cours de cette même phase, nous avons collecté des éléments financiers de librairies-papeteries-presse du territoire en vue de dresser le panorama économique du secteur.

6 Biais méthodologiques

Cette étude comporte des biais méthodologiques qu'il est nécessaire de garder à l'esprit.

L'analyse sociologique

Biais de déclaration

Les données récoltées via les questionnaires témoignent de la vision des gérants de librairies-papeteries-presse.

Biais de participation

Le faible taux de participation à l'étude, le peu de réponses et le peu de chiffres constituent un biais important dans l'analyse sociologique et financière. Avec un taux de réponse de 35,42 %, la participation est en deçà des standards. Il faut donc prendre note afin de ne pas tirer de conclusions trop générales. Néanmoins, cette faible participation à l'étude témoigne des problématiques du secteur.

L'analyse financière

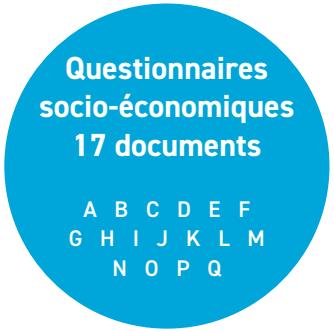
Méthode : le panel d'analyse

Les questionnaires récoltés et les éléments financiers de l'analyse financière ne concernent pas toujours les mêmes acteurs, aussi, ce biais quelque peu complexe, demande à être minutieusement détaillé.

Pour la bonne compréhension des schémas à venir, chaque acteur, afin de préserver son anonymat, a été identifié par une lettre.

Les éléments à analyser proviennent de deux sources :

- Le questionnaire socio-économique (basé sur le déclaratif des gérants),
- Le réseau DIANE[4].



Nous avons eu recours au réseau DIANE pour travailler sur l'évolution économique des structures. En effet, seulement trois structures (G, J et L) nous ont adressé leur bilan et compte de résultat pour l'année 2014.

4 DIANE contient une information détaillée sur l'ensemble des entreprises qui publient leurs comptes annuels auprès des greffes de tribunaux de commerce. https://diane.bvdinfo.com/version-2017116/home.serv?product=Diane2006

Par ailleurs, les éléments obtenus sur le réseau DIANE ne recoupent que partiellement les éléments déclarés par les gérants dans les questionnaires socio-économiques. En effet, on ne peut retrouver sur ce réseau que les éléments comptables des sociétés qui déposent leurs comptes et qui ne s'opposent pas à leur présentation publique. Nous échappent donc les structures en entreprise individuelle et les gérants s'opposant à la présentation publique de leurs comptes.

Le calcul du chiffre d'affaires pour la période 2003-2016

Les sources sont les suivantes :

- 18 montants proviennent du réseau DIANE ;
- 6 proviennent des questionnaires socio-économiques ;
- 1 est resté non-renseigné malgré le questionnaire.

Le calcul du chiffre d'affaires pour 2014

Le calcul du chiffre d'affaires pour l'année 2014 se base sur 22 données issues du réseau DIANE (Acteurs : A B C E F G H I J K L M N O P Q R S U V X Y).

Les ratios financiers

Ils proviennent tous exclusivement des croisements effectués avec les données recueillies sur DIANE.

Nous avons pu remonter jusqu'à 2003. Cependant, les années 2003 et 2015 présentant trop peu d'éléments comptables exploitables, nous avons choisi de débuter à partir de 2004 et de nous arrêter à 2015.

Certaines années sont plus lacunaires que d'autres en termes de présence de données.

Année	Nombre d'éléments comptables exploitables	Acteurs concernés
2003	4	K T V X
2004	5	F K T V X
2005	5	F K T V X
2006	6	B F K T V X
2007	7	B F K T V W X
2008	8	B F K P T V W X
2009	9	B F H K P T V W X
2010	11	B F H K O P T U V W X
2011	11	B E F H K O P U V W X
2012	14	A B E F H K O P S U V W X Y
2013	14	A B E F H K P R S U V W X Y
2014	11	A B E K M R S U V X Y
2015	9	A B K M R S V X Y
2016	6	A B K M S V

Limites

Le panel de répondants et les éléments financiers en notre possession ne sont pas suffisants pour émettre une analyse raisonnablement fiable afin d'être élargie à l'ensemble des librairies-papeteries-presse en Aisne, Oise, Somme.

Néanmoins, il nous parait important d'émettre une analyse, même avec toutes les limites possibles dues en grande partie au faible retour des questionnaires et documents.

Il n'en demeure pas moins que cette approche est le reflet d'une réalité existante en Aisne, Oise et Somme.

7 Le questionnaire

Le questionnaire a été construit sur la base du questionnaire utilisé pour l'étude sur le territoire du Nord – Pas-de-Calais afin d'avoir des données similaires et comparables pour la région Hauts-de-France. Notons que l'étude menée par l'ex-CRLL Nord – Pas-de-Calais a été conduite en 2015-2016, les données chiffrées portaient alors sur l'exercice 2014. Dans un but d'harmonisation des données Nord – Pas-de-Calais et Picardie, nous avons également interrogé les chiffres de l'exercice 2014.

Le questionnaire est composé de 9 items et 51 questions.

1. Vous ;
2. Votre établissement ;
3. Votre local ;
4. Votre chiffre d'affaires 2014 ;
5. L'emploi dans votre structure ;
6. Votre offre de livres neufs (hors scolaire et parascolaire) ;
7. Informatisation ;
8. Commande et clientèle ;
9. Animation et communication.

8 Territoires de l'étude et repérage

Les territoires concernés par l'étude sont les départements de l'Aisne, de l'Oise et de la Somme, c'est-à-dire l'ex-Picardie.

- Population totale : 1 924 000 habitants [5] ;
- Aisne : 542 000 habitants, 817 communes, soit une moyenne de 663 habitants par commune ;
- Oise : 809 000 habitants, 693 communes, soit une moyenne de 1 167 habitants par commune ;
- Somme : 573 000 habitants, 782 communes, soit une moyenne de 732 habitants par commune.

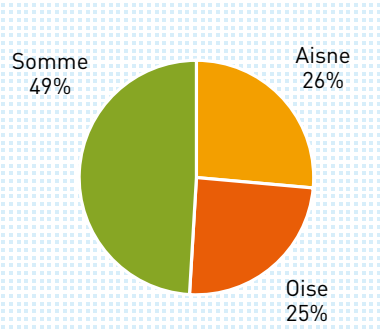
Notons que la moyenne nationale au 1er janvier 2010 est de 1 848 habitants par commune. [6]

Les quinze plus grandes villes de Picardie sont :

9 Panel

Amiens	135 550
Saint-Quentin	57 482
Beauvais	56 284
Compiègne	42 184
Creil	35 289
Soissons	29 315
Laon	26 246
Abbeville	24 225
Nogent-sur-Oise	19 584
Senlis	16 011
Crépy-en-Valois	15 221
Château-Thierry	14 938
Méru	14 502
Noyon	14 162
Tergnier	13 924

L'AR2L Hauts-de-France a reçu le concours de messieurs Ledent et Leroux, respectivement gérants des dépôts de presse de Gauchy (Aisne) et Alonne (Oise). Ils ont associé leurs bases de données et leurs recherches pour établir un premier référencement des librairies-papeteries-presse du territoire. Une activité de prospection et de déplacement sur les trois départements a permis de compléter ce recensement. Au total 53 librairies-papeteries-presse ont été identifiées sur le territoire ; une librairie-papeterie-presse à la frontière de la Somme et de la Seine-Maritime a été identifiée et intégrée au panel ; quatre dépôts de presse ont été identifiés.



RÉPARTITION TERRITORIALE DU PANEL
53 LIBRAIRIES-PAPETERIES-PRESSE

Les librairies-papeteries-presse ont été retenues selon les critères suivants :

- Proposer une offre de livres neufs ;
- Être diffuseur de presse [7].

Ont été exclus : les diffuseurs de presse ne proposant pas d'offre de livre, les rayons culture (presse et livres) des hyper et supermarchés, les rayons culture (presse et livres) des magasins non spécialisés dans la presse, les librairies indépendantes.

5 Insee, 17/06/2014.
6 Insee.
7 Terminologie du secteur pour les librairies-papeteries-presse (Conseil supérieur des messageries de presse, CSMP).

Le panel final est constitué de 53 librairies-papeteries-presse, 1 librairie-papeterie-presse hors région mais frontalière, 2 dépôts de presse indépendants.

Sur 54 librairies-papeteries-presse, dont 53 librairies-papeteries-presse du panel (Aisne, Oise, Somme) et une librairie-papeterie-presse de Seine-Maritime, six points de vente ont fermé depuis le début de l'étude. Quatre points de vente ont fermé dans la Somme, un dans l'Aisne et un en Seine-Maritime. Ceci illustre les difficultés du secteur.

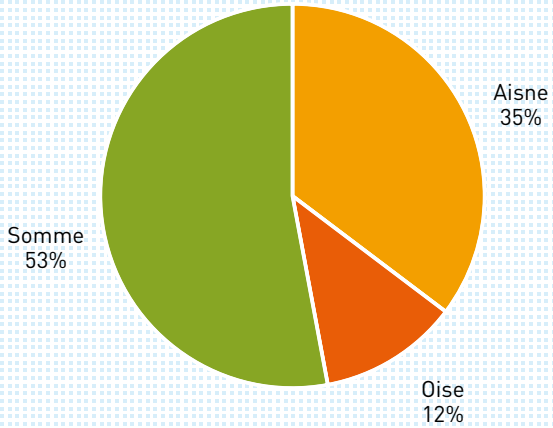
Le panel actif est ainsi ramené à 48 points de vente.

Sur les 48 points de vente retenus, seuls 17 ont répondu à l'étude (pour mémoire, le taux de participation est de 35,42%).

Les 17 structures ayant répondu au questionnaire, constituent le panel de l'analyse sociologique.

Malgré le faible taux de réponse, la répartition territoriale et la représentativité de l'échantillon est réelle :

- Aisne : 6 répondants ;
- Oise : 2 répondants ;
- Somme : 9 répondants.



RÉPARTITION TERRITORIALE DES RÉPONDANTS

Voici la répartition départementale des 17 librairies-papeteries-presse qui ont répondu à l'étude :

Aisne		
Librairie de la gare - Maison de la presse	02000	Laon
Maison de la presse de Guise	02120	Guise
Maison de la presse de Vervins	02140	Vervins
La Fontaine aux livres	02270	Crécy-sous-Serre
Maison de la Presse d'Origny-Sainte-Benoîte	02390	Origny-Sainte-Benoîte
Librairie des Fables	02400	Château-Thierry
Oise		
Mag Presse Breteuil	60120	Breteuil
Maison de la presse de Lacroix-Saint-Ouen	60610	Lacroix-Saint-Ouen
Somme		
Au chat qui lit	80000	Amiens
Maison de la presse de Rue	80120	Rue
Maison de la presse d'Oisemont	80140	Oisemont
Maison de la presse de St-Valery-sur-Somme	80230	St-Valery-sur-Somme
Maison de la presse d'Airaines	80270	Airaines
Maison de la presse d'Albert	80300	Albert
Presse de L'Hôtel de Ville Romuald	80330	Longueau
Maison de la presse de Doullens	80600	Doullens
Maison de la presse de Roye	80700	Roye

Les quatre dépôts de presse recensés sur le territoire :

- Dépôt de presse d'Alonne, Oise ;
- Dépôt de presse de Montataire (plateforme qui dépend de la SAD de Rouen), Oise ;
- Dépôt de presse de Boves (plateforme qui dépend de la SAD de Rouen), Somme ;
- Dépôt de presse de Gauchy, Aisne.

Les gérants des dépôts de presse d'Alonne et Gauchy ont été interrogés afin de mieux appréhender les spécificités et enjeux de leur profession.

2 STRUCTURE DE LA FILIÈRE PRESSE

L'organisation de la filière presse est fondée sur une chaîne de mandats entre tous les acteurs de la distribution. Seul l'éditeur est propriétaire des titres, jusqu'à l'achat par le lecteur[1].

1 L'édition : Les éditeurs

Les éditeurs de presse produisent les titres de presse (publications magazines et quotidiens).

La filière presse est constituée de 17 groupes d'éditeurs. On distingue quatre grands segments de l'édition presse :

- la presse quotidienne nationale ;
- la presse quotidienne régionale ;
- la presse hebdomadaire régionale ;
- la presse magazine.

Les éditeurs se répartissent selon deux catégories : les éditeurs de quotidiens, les éditeurs de magazines.

Les éditeurs de presse sont regroupés en trois coopératives qui gèrent les deux messageries de presse : Presstalis et les Messageries Lyonnaises de Presse (MLP).

2 La distribution

La distribution de la presse fait intervenir trois niveaux :

- Les sociétés coopératives et les sociétés commerciales de messagerie de presse ;
- Les dépositaires de presse (grossistes) ;
- Les diffuseurs de presse (détaillants, marchands de journaux).

Les messageries

La distribution de la presse est encadrée par la loi du 2 avril 1947, dite Loi Bichet. Cette loi fixe l'obligation de distribution équitable de tous les titres de presse.

Les messageries sont des sociétés commerciales destinées à distribuer les imprimés à travers un réseau de points de vente.

Les messageries de presse réalisent, pour le compte des éditeurs, quatre grandes missions :

- Logistique : réception, répartition, traitement, livraison des titres aux dépositaires ;
- Commercial : conseil et assistance à la distribution des titres, suivi du réseau des agents de la vente ;
- Finance : récupération auprès des dépositaires des recettes de vente, remontée du produit des ventes aux éditeurs, mission Ducroire (responsabilité des titres confiés) ;
- Gestion : collecte des données de vente et de l'ensemble des informations concernant les ventes.

Les NMPP – Presstalis

Les NMPP ou Nouvelles messageries de la presse parisienne sont nées de la loi Bichet : dans un contexte d'après-guerre, la création des NMPP visait à assurer une diffusion nationale, équitable et économiquement viable des titres de presse.

En 2009 les NMPP deviennent Presstalis suite à la restructuration du groupe.

Les NMPP, puis Presstalis, sont une entreprise à caractère monopolistique qui travaille pour le compte des éditeurs de presse. Jusqu'en 2011, le groupe Presstalis est détenu à 51% par les éditeurs de presse (deux coopératives) et à 49% par Hachette (groupe Lagardère et opérateur historique des Messageries Hachette 1897-1944). En 2011, Hachette revend ses parts pour un euro symbolique.

1 Voir les schémas « Chaine économique de la filière presse » et « Chaîne économique de la librairie indépendante » ci-après.

Presstalis est depuis détenu par deux coopératives d'éditeurs : une coopérative d'éditeurs de magazines (75%) et une coopérative d'éditeurs de quotidiens (25%).

Presstalis représente 71% de la vente au numéro hors quotidiens nationaux et 100% de la vente au numéro pour les quotidiens nationaux[2].

Le groupe Presstalis gère un ensemble de dépôts sur tout le territoire français, les DOM, TOM et certains pays d'Afrique. Il détient 25% de la Seddif (entreprise qui développe et anime les réseaux Maison de la Presse et Mag Presse) ainsi que le Ceforep (centre de formation du réseau presse).

Les MLP

Les Messageries Lyonnaises de Presse (MLP) sont le second opérateur et seul concurrent de Presstalis. Les MLP sont créées le 1er août 1945.

Les MLP représentent 29% de la vente au numéro hors quotidiens nationaux[3].

Les MLP sont au capital de 27 dépôts et détiennent Agora Diffusion Presse (filiale d'animation des réseaux Agora Presse et Caetera et Agora Express).

Les dépositaires de presse (grossistes)

Les dépositaires de presse assurent la distribution aux diffuseurs de presse situés dans leur zone géographique. Ils sont des agents de la vente mandatés par les sociétés de messagerie de presse. Ils bénéficient d'une exclusivité territoriale.

Les dépositaires de presse réalisent, pour le compte des éditeurs, quatre grandes missions :

- Logistique : réception, répartition, traitement, livraison des titres aux diffuseurs, récupération et gestion des invendus ;
- Commerciale : optimisation de l'assortiment et des quantités servies aux points de vente en partenariat avec les éditeurs et leur réseau, optimisation du réseau de vente sur leur zone territoriale ;
- Finance : récupération auprès des diffuseurs des recettes des ventes, remontée du produit des ventes aux messageries, mission Ducroire (responsabilité des titres confiés) ;
- Gestion des informations : collecte des données de vente et de l'ensemble des informations concernant les ventes, collecte des informations relatives au réseau de vente.

Les diffuseurs de presse (détaillants, marchands de journaux)

Les diffuseurs de presse vendent les titres qui leur sont confiés par le dépositaire au nom des éditeurs.

Les diffuseurs réalisent, pour le compte des éditeurs, quatre grandes missions :

- Réception des quotidiens et magazines ;
- Exposition des titres à la vente ;
- Relais des opérations de promotion des éditeurs ;
- Mise à disposition du dépositaire (au terme de la période de vente) des titres qui n'ont pu être vendus.

Le réseau compte 24 134 points de vente[4].

2 Chiffres CSMP fin 2016.
3 Chiffres CSMP fin 2016.
4 Chiffres CSMP fin 2016.

Chaîne économique de la filière presse

L'édition

Les éditeurs

Éditeurs de magazines | **Éditeurs de quotidiens**

17 grands groupes produisent les titres de presse
Regroupés en 3 coopératives

Coopérative 1 | **Coopérative 2** | **Coopérative 3**

La distribution

Les messageries

Messageries Lyonnaises de Presse (MLP)

- Créées en 1945
- Constituées d'une coopérative d'éditeurs
- Détient Agora Diffusion Presse : réseau qui développe et anime les points de vente Agora Presse et Caeteraet Agora Express

Presstalis (ex-NMPP)

- Créé en 1947 (loi Bichet)
- Constituées de deux coopératives d'éditeurs et du groupe Hachette (de 1947 à 2011)
- Détient Ceforep : centre de formation de la presse
- Détient 25% de la Seddif : réseau qui développe et anime les points de vente Maison de la Presse et MagPresse

Livraison

Les dépôts de presse
Les grossistes

- Les dépôts sont soit indépendants, dépendants de Presstalis ou dépendants des MLP
- Ils ont une exclusivité territoriale
- 69 dépôts de presse en France (chiffres CSMP 01/01/2016)

Livraison

Les diffuseurs de presse
Les librairies-papeteries-presse

Vente

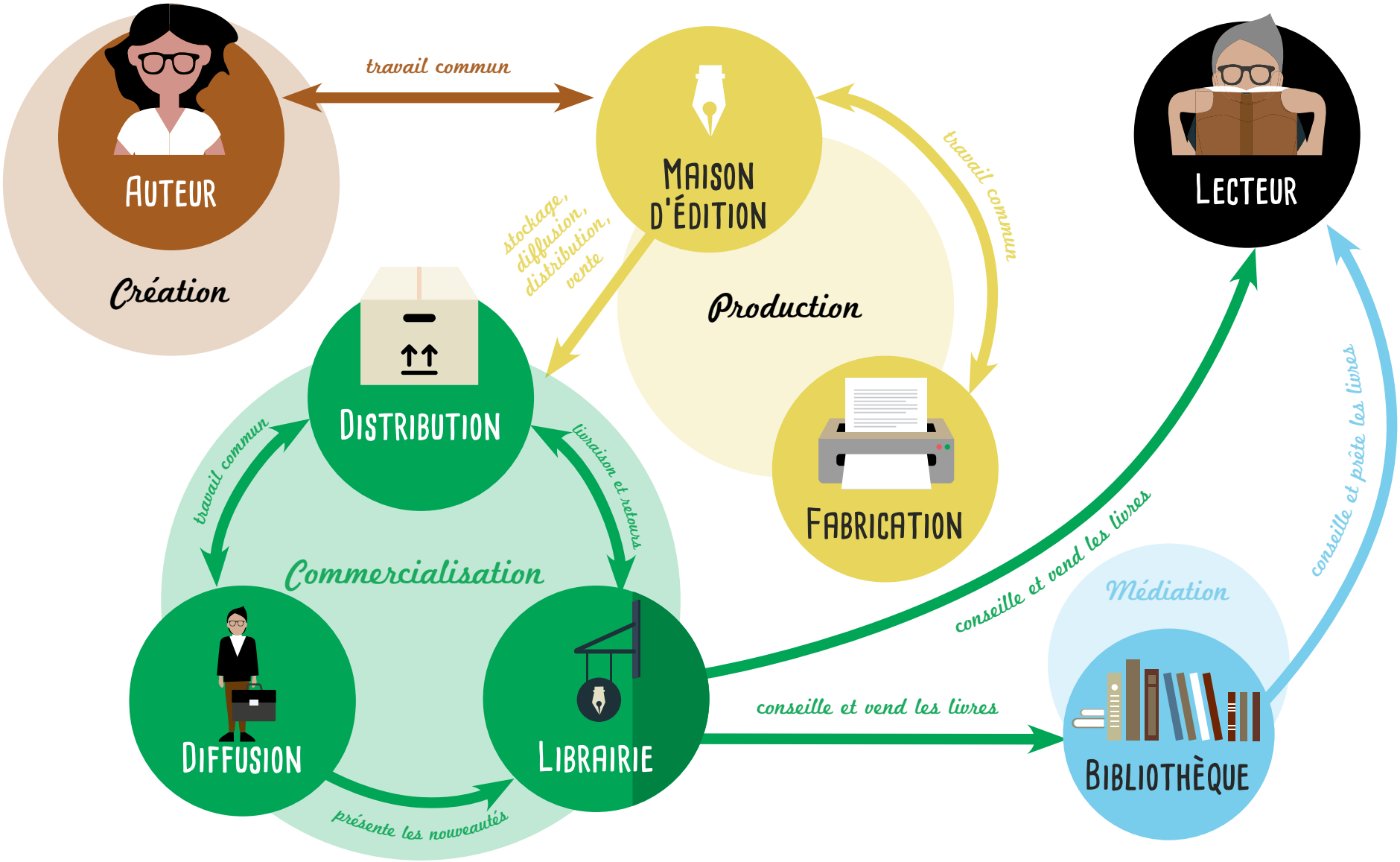
Le client

Vente

Abonnements

Vente directe

La chaîne économique du livre



3 SANTÉ DE LA FILIÈRE PRESSE

1 Le marché de la presse, un marché en pleine érosion

Depuis une dizaine d'années, le marché de la presse est en pleine érosion. Plusieurs crises ou révolutions ont accompagné cette décroissance.

Au début des années 2000, Hachette, actionnaire minoritaire des NMPP (Nouvelles messageries de presse parisienne) met en place une stratégie agressive d'ouverture massive de rayons presse et livre. Ainsi, Hachette crée un nouveau paysage, dans la dispersion, avec un nombre de points de vente presse qui explose, notamment avec la création de rayon presse et livres dans les hyper et supermarchés. Les librairies-papeteries-presse subissent de plein fouet cette nouvelle concurrence.

En 2002, l'apparition et le développement de la presse gratuite viennent concurrencer la presse quotidienne écrite traditionnelle. Ce nouveau médium diffusé largement dans des zones de forte fréquentation (arrêts de bus, sorties de métro, etc.) vient un peu plus fragiliser le marché.

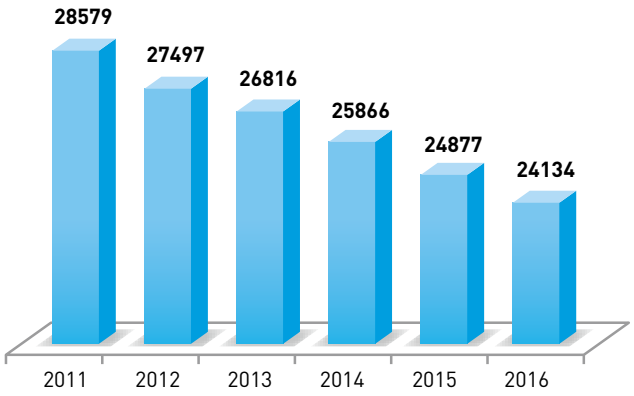
En 2007-2008, la crise globale des *subprimes* accentue la décroissance du marché de la presse déjà amorcée en 2006. Cette crise conduit conjointement à un effondrement du crédit bancaire et une baisse du pouvoir d'achat des familles, ce qui a une répercussion directe sur le chiffre d'affaires des librairies-papeteries-presse.

En 2007, une révolution technologique naît : le smartphone. L'utilisation de ce nouvel outil va profondément modifier les pratiques de lecture, de consommation et de recherche d'information. Dans le même temps, ce nouvel outil se démocratise à une vitesse fulgurante pour être aujourd'hui l'outil premier d'acquisition de l'information, notamment chez les clients plus jeunes qui ne franchissent que rarement la porte d'une librairie-papeterie-presse. Les gérants de ces enseignes doivent donc faire face au vieillissement de leur clientèle et surtout à son absence de renouvellement.

Par ailleurs, un puissant acteur de la vente en ligne vient à son tour déstabiliser le marché de la presse : Amazon.

Les smartphones ont considérablement modifié les pratiques de lecture et de recherche d'information. Mais au préalable, le développement d'Internet a constitué une autre révolution : celle des pratiques de consommation et d'achat. Avec l'arrivée d'Amazon, les librairies-papeteries-presse doivent faire face à une concurrence non sur la presse mais sur le livre. Cette concurrence est d'autant plus difficile pour ces commerces qui, dans un impératif de diversification de leur offre, sont bien souvent un point relais colis, notamment pour Amazon. La part de marché de la vente de livres en 2000 représentait 9,1% pour les librairies-papeteries-presse, en 2016, elle ne représente plus que 3,5%[1].

2 Les répercussions sur les librairies-papeteries-presse et les dépôts de presse



Avec l'érosion du marché de la presse dont pâtissent les librairies-papeteries-presse, le nombre de points de vente a chuté. En cinq ans, 4463 points de vente ont disparu, créant une baisse du nombre de points de vente de 15,60%[2].

1 Direction générale des industries culturelles et des médias (DGMIC) : *Le secteur du livre : chiffres-clés 2015-2016.*

2 Chiffres donnés par Presstalis, visibles sur leur site ainsi que sur le site du CSMP - Conseil supérieur des messageries de presse.

L'érosion du marché global est également visible au niveau des dépôts de presse. Deux mouvements sont à l'œuvre, d'une part une diminution du nombre des acteurs et d'autre part une tendance à la concentration. Le nombre de dépôts en France a diminué de 97% en presque 30 ans !

- 1987 : 2 840 dépôts ;
- 1995 : 700 dépôts ;
- 1er janvier 2016 : 69 dépôts (pour mémoire, mars 2016 : 67 dépôts).

3 Librairie-papeterie-presse et librairie, des modèles économiques différents

Le modèle économique de la librairie-papeterie-presse se distingue de celui de la librairie indépendante : les flux de trésorerie diffèrent profondément d'une activité à l'autre.

Pour autant, en développant une activité de librairie, les librairies-papeteries-presse complexifient leur modèle économique initial.

Le modèle économique de la librairie-papeterie-presse

1. La librairie-papeterie-presse reçoit l'intégralité du stock de presse (elle n'achète pas son stock) ;
2. Les articles invendus sont retournés au dépôt de presse ;
3. C'est sur la différence entre le stock implanté et le stock retourné que la librairie-papeterie-presse reçoit une commission. Le dépôt prélève directement sur le compte professionnel du diffuseur en lui octroyant la remise négociée : il n'y pas d'avance de trésorerie, le besoin en fonds de roulement est par conséquent négatif.

Le modèle économique de la librairie indépendante

1. La librairie reçoit le stock de livres qu'elle achète ;
2. La librairie peut choisir de retourner ses invendus ;
3. La librairie immobilise de la trésorerie pour financer son stock. Le besoin en fonds de roulement est donc positif et la charge de trésorerie incombe au point de vente.

4 SPÉCIFICITÉS DES LIBRAIRIES-PAPETERIES-PRESSE ET DES DÉPÔTS DE PRESSE

Le statut du diffuseur, le contrat dépositaire - diffuseur

Le contrat dépositaire – diffuseur s'articule autour des trois grands principes suivants :

- Contrat à titre gratuit : le diffuseur de presse n'achète ni ne vend son droit d'exercice de la vente de presse ;
- Contrat à titre personnel : le droit d'exercice de la vente de presse est concédé par la Commission d'organisation de la vente (COV) au titulaire, à titre personnel. Le diffuseur ne peut transmettre son droit ;
- Contrat révocable *ad nutum : le contrat liant le dépositaire et le diffuseur, est révocable « au gré des deux parties »*.

La notion de propriété en librairie-papeterie-presse

Le gérant de librairie-papeterie-presse n'est pas propriétaire de l'intégralité de son stock. La presse et les bornes de téléphonie, notamment, ne sont pas la propriété du commerçant. Néanmoins le gérant de librairie-papeterie-presse est responsable de l'intégralité de son stock.

La rémunération à la commission en librairie-papeterie-presse

Le gérant de librairie-papeterie-presse perçoit une rémunération sous forme de commission pour les produits suivants :

- Presse (commission entre 14% et 21%) ;
- Jeux (commission entre 5,2% et 5,6%) ;
- Téléphonie.

La recette des ventes pour les produits soumis à une rémunération à la commission est prélevée par les fournisseurs chaque fin de semaine, directement du compte des librairies-papeteries-presse. Les gérants des points de vente ne peuvent ni gérer cet argent ni le faire fructifier.

La commission dépend de quatre critères établis par paliers à atteindre, dont les principaux sont : les mètres linéaires de presse au sein de la librairie-papeterie-presse et le volume de vente[1].

Plus ces critères sont importants, plus la remise octroyée est importante.

La relation aux acteurs de la filière en librairie-papeterie-presse

Dans le cas d'une création de point de vente ou de reprise, le gérant de librairie-papeterie-presse dépose une demande examinée par une commission composée du CSMP (Conseil supérieur des messageries de presse, organe de régulation de la filière), des éditeurs et, dans les cas de reprise, du dépositaire de presse de son secteur.

L'assortiment en librairie-papeterie-presse

Les librairies-papeteries-presse sont des commerces de biens culturels et de loisirs ; leur assortiment est multi-produits.

- La presse : c'est le produit premier, constitutif et historique ;
- Le livre : 80% des diffuseurs de presse proposent une offre de livres neufs à leur clientèle ;
- La carterie : les diffuseurs de presse constituent le premier réseau de vente de carterie sur le territoire ;
- Les jeux : les diffuseurs de presse constituent le premier réseau de vente de jeux sur le territoire ;
- Le tabac : 50% des diffuseurs de presse vendent du tabac ;
- Autres produits : téléphonie, cadeaux, services, alimentation.

Les spécificités des dépôts de presse

Les dépôts de presse, au nombre de 69 en France[2], sont :

- Mandataires des éditeurs ;
- Inscrits au fichier des agents de vente de la presse ;
- Bénéficiaires d'une exclusivité territoriale ;
- Rémunérés à la commission[3].

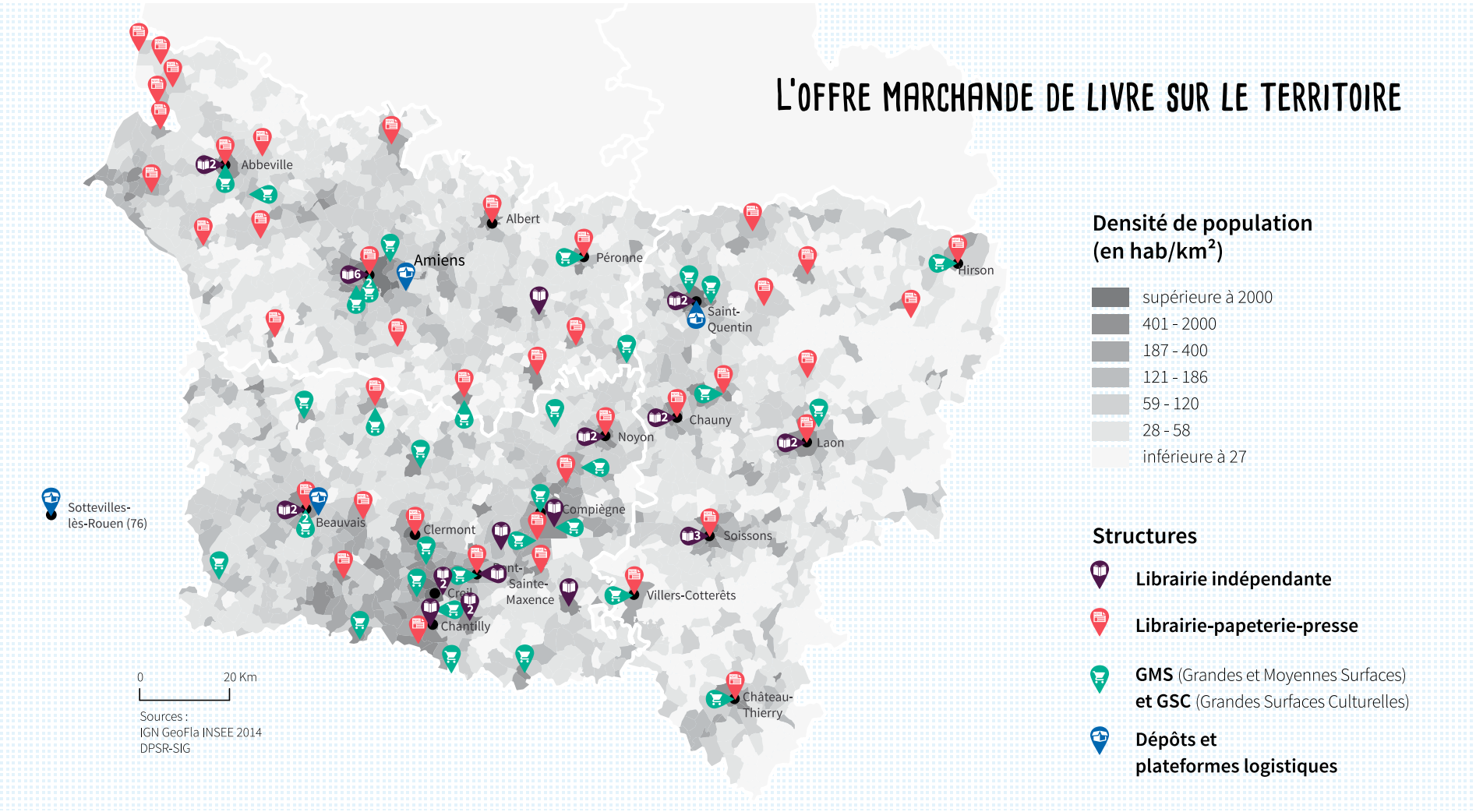
1 Presstalis : *Nouveau dispositif de rémunération des diffuseurs 2015* http://m.espacediffuseur-presstalis.com/pdf/dispositif_remuneration_diffuseurs2015.pdf

2 Chiffres CSMP 2016.

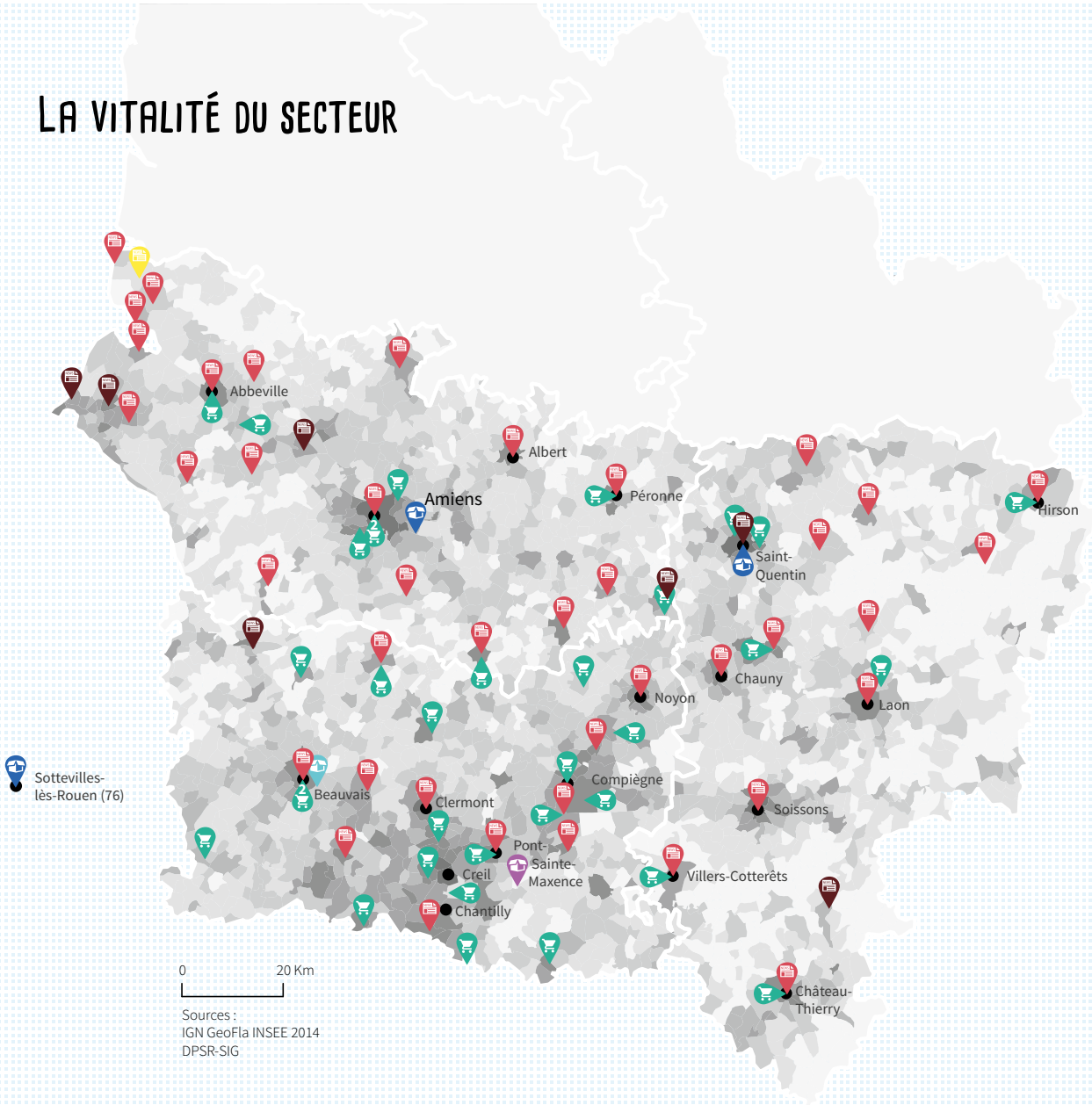
3 Pour plus de détails, voir le paragraphe « 3. La rémunération à la commission en librairie-papeterie-presse ».

5 CARTOGRAPHIE

1 Le panel global



La vitalité du secteur



Densité de population (en hab/km²)

- supérieure à 2000
- 401 - 2000
- 187 - 400
- 121 - 186
- 59 - 120
- 28 - 58
- inférieure à 27

Structures

Librairie-papeterie-presse

- Librairie-papeterie-presse ouverture intermittente (saisonnalité)
- Librairie-papeterie-presse fermée (depuis 2015)

GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) **et GSC** (Grandes Surfaces Culturelles)

Dépôts et plateformes logistiques

- Dépôt en cours de liquidation
- Dépôt fermé

Voici la répartition départementale du panel global :

Aisne

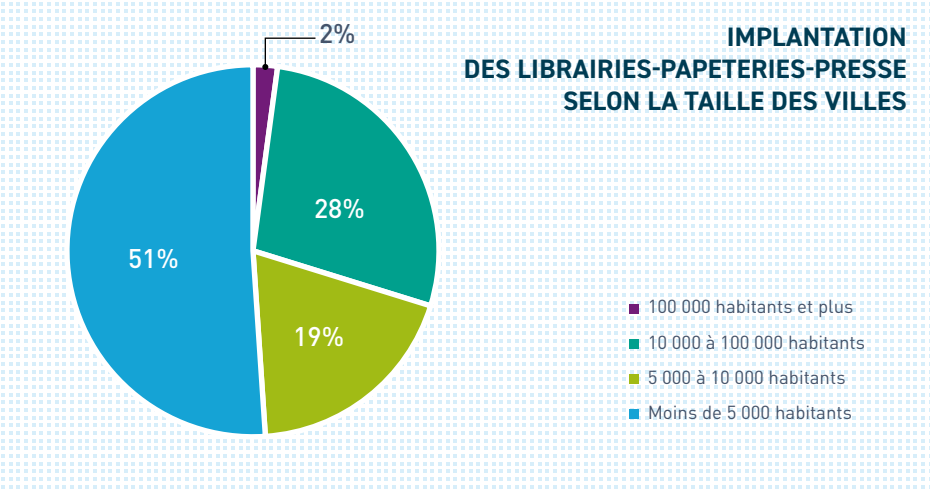
Librairie de la gare - Maison de la presse	02000	Laon
Maison de la presse de Bohain-en-Vermandois	02110	Bohain-en-Vermandois
Maison de la presse de Guise	02120	Guise
Maison de la presse de Vervins	02140	Vervins
Maison de la presse de Soissons	02200	Soissons
La Fontaine aux livres	02270	Crécy-sur-Serre
Maison de la presse de Chauny	02300	Chauny
Maison de la Presse d'Origny-Sainte-Benoîte	02390	Origny-Sainte-Benoîte
Librairie maison de presse de l'Isle 02	02400	Château-Thierry
Librairie des Fables	02400	Château-Thierry
Maison de la Presse d'Hirson	02500	Hirson
Maison de la presse de Villers-Cotterêts	02600	Villers-Cotterêts
Maison de la presse de Fère-en-Tardenois	02800	Fère-en-Tardenois

Oise

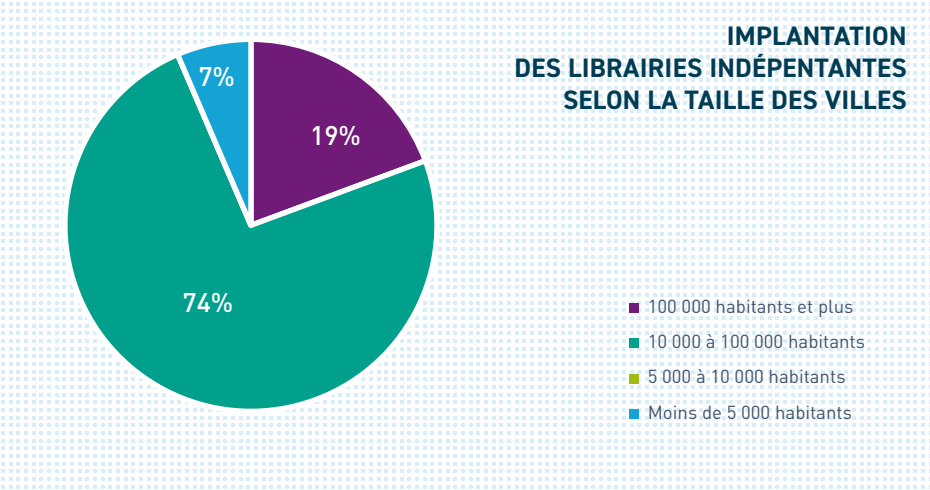
Maison de la presse de Beauvais	60000	Beauvais
Maison de la presse de Méru	60110	Méru
Mag Presse Breteuil	60120	Breteuil
Maison de la presse de Thourotte	60150	Thourotte
Maison de la presse de Lamorlaye	60260	Lamorlaye
Presse Damien	60320	Béthisy-Saint-Pierre
Maison de la presse de Noyon	60400	Noyon
Maison de la presse de Clermont	60600	Clermont
Maison de la presse de Lacroix-Saint-Ouen	60610	Lacroix-Saint-Ouen
Maison de la presse de Pont-Sainte-Maxence	60700	Pont-Sainte-Maxence
Maison de la presse de Sainte-Geneviève	60730	Sainte-Geneviève
Maison de la presse de Choisy-au-Bac	60750	Choisy-au-Bac

Somme

Au chat qui lit	80000	Amiens
Maison de la presse d'Abbeville	80100	Abbeville
maison de la presse de Fort-Mahon-Plage	80120	Fort-Mahon-Plage
Maison de la presse de Quend	80120	Quend
Maison de la presse de Rue	80120	Rue
Maison de la presse de Friville-Escarbotin	80130	Friville-Escarbotin
Maison de la presse de Saint-Riquier	80135	Saint Riquier
Maison de la presse d'Oisemont	80140	Oisemont
Maison de la presse de Nesle	80190	Nesle
Maison de la presse de Péronne	80200	Péronne
Maison de la presse de Feuquières-en-Vimeu	80210	Feuquières-en-Vimeu
Maison de la presse de St-Valery-sur- Somme	80230	St-Valery-sur- Somme
Maison de la presse d'Ailly-sur-Noye	80250	Ailly-sur-Noye
Maison de la presse d'Airaines	80270	Airaines
Maison de la Presse de Poix-de-Picardie	80290	Poix-de-Picardie
Maison de la presse d'Albert	80300	Albert
Presse de L'Hôtel de Ville Romuald	80330	Longueau
Maison de la presse de Montdidier	80500	Montdidier
Maison de la presse du Crotoy	80550	Le Crotoy
Maison de la presse de Doullens	80600	Doullens
Maison de la presse de Roye	80700	Roye
Maison de la Presse de Gamaches	80220	Gamaches



Cette répartition montre bien que les librairies-papeteries-presse sont avant tout des points de vente présents dans les zones rurales.

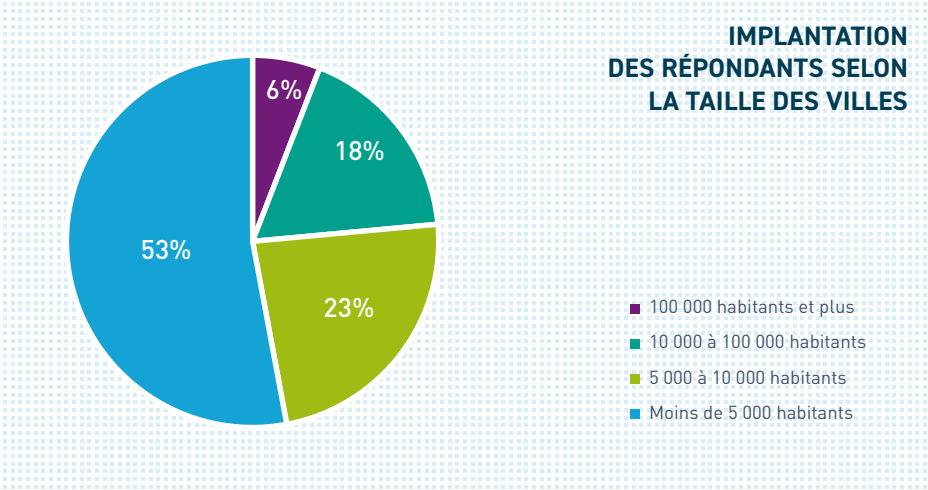


74% des librairies sont implantées dans des villes comprenant entre 10 000 et 100 000 habitants, soit 23 librairies ; 19% des librairies sont implantées dans des villes de plus de 100 000 habitants, soit les 6 librairies amiénoises.

L'implantation des librairies indépendantes présente une tendance inverse à celle des librairies-papeteries-presse. Si les librairies-papeteries-presse sont largement implantées dans les villes de moins de 5 000 habitants, 93% des librairies indépendantes sont implantées dans des villes de plus de 10 000 habitants.

La répartition des types de points de vente du livre sur le territoire est polarisée en fonction du type de zone (urbaine ou rurale). Les villes comprenant entre 10 000 et 100 000 habitants représentent néanmoins, le plus grand nombre de points de vente du livre. Au cumul, ces villes se répartissent 46% de l'offre marchande de livres des librairies indépendantes et librairies-papeteries-presse.

2 Le panel étudié



L'implantation du panel étudié (17 répondants) correspond à la tendance globale du territoire avec une présence prépondérante dans les villes de moins de 5 000 habitants.

6 ANALYSE SOCIOLOGIQUE

1 Le gérant, la gérante de librairie-papeterie-presse

Profil d'un gérant de librairie-papeterie-presse

Sur les 17 répondants, 9 sont des hommes et 8 des femmes. Leur âge est compris entre 30 et 65 ans, pour un âge moyen de 52 ans. Ils sont issus de professions qualifiées et de postes à responsabilités. Les domaines de compétence de ces derniers sont :

- La comptabilité, la gestion, l'assurance, la banque, la direction financière dans le secteur public ou privé ;
- L'industrie ;
- Le commerce immobilier ;
- L'enseignement.

Dans la plupart des cas, l'entreprise de librairie-papeterie-presse ne correspond pas à une reconversion forcée, mais à un projet personnel : le désir de créer sa propre entreprise.

94% du panel ne gère qu'un seul magasin, soit 16 répondants sur 17.

Ces données nous permettent de dégager le profil moyen suivant :

Le gérant de librairie-papeterie-presse type est indifféremment un homme ou une femme qui gère un seul magasin. Il ou elle a exercé dans des professions de gestion financière, d'industrie ou de commerce. En 2017, son souhait premier est de partir à la retraite.

Des perspectives pessimistes

Sur la question de l'avenir de la profession, les répondants s'expriment de manière très majoritaire : ils sont pessimistes. Sur 17 répondants, 14 ont déclaré être très pessimistes ; les 3 autres pensent qu'il est encore possible de se maintenir ou de se développer.

Face à un marché en pleine érosion, le projet premier des répondants pour leur structure est à 53% la vente (indifféremment, cession du fonds de commerce ou de l'entreprise). 8 répondants déclarent vouloir transmettre leur structure en l'état, contre 9 qui souhaitent vendre s'ils le peuvent et quel que soit le futur commerce. La volonté de vendre « à n'importe quel prix » pourrait de prime abord être interprétée comme une posture démissionnaire des gérants.

29% des répondants souhaitent quant à eux se développer, se diversifier ou investir et 18% souhaitent se maintenir.

2 L'entreprise

La structure

Le statut juridique

Sur les 17 structures, 7 sont des SARL (Société à responsabilité limitée), 3 des EURL (Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) et 3 des EI (Entreprise individuelle), les 4 restantes sont une EIRL (Entrepreneur individuel à responsabilité limité), une SASU (Société par actions simplifiée unipersonnelle), une SAS (Société par actions simplifiée), une SNC (Société en nom collectif).

Le paysage est donc très varié et il est difficile de dégager un choix particulier de structure juridique comme étant significatif de notre panel.

Indépendance ou affiliation

Sur 17 répondants, 9 sont indépendants et 8 sont affiliés à un groupement. Le groupement majoritaire est celui de Maison de la Presse (6 affiliés sur 17 répondants), contre 1 Mag Presse et 1 Rouge Papier (franchise papeterie).

Le groupe NAP qui détient (avec Presstalis) et anime les réseaux Maison de la Presse et Mag Presse annonce, pour l'année 2015, 1 600 points de vente affiliés, soit 600 Maison de la Presse et 1 000 Mag Presse (Chiffres NAP).

Reprise et création

La majorité des librairies-papeteries-presse sont des reprises (15 reprises pour

2 créations). Ces entreprises s'inscrivent dans la continuité d'un point de vente, d'une clientèle et d'un savoir-faire. Les reprises ont eu lieu :

- entre 2012 et 2017 : 6 structures ;
- entre 2007 et 2012 : 3 structures ;
- avant 2007 : 6 structures.

N.B. : 2 structures ne se prononcent pas.

La création de toutes les structures qui ont été reprises remonte à plus de 20 ans, voire pour 8 d'entre-elles, à plus de 30 ans, ou même pour 2 d'entre-elles, à plus de 50 ans. Ces commerces sont donc bien ancrés dans un territoire et s'inscrivent dans une histoire pérenne.

Mais aujourd'hui cette pérennité est remise en question : sur les seuls mois de janvier 2017 à novembre 2017, 6 librairies-papeteries-presse (sur les 53 qui constituaient le panel de l'étude) ont fermé et deux sont en procédure de sauvegarde.

Les librairies-papeteries-presse suivantes ont fermé :

- Librairie-papeterie-presse de Saint Quentin, Aisne ;
- Librairie-papeterie-presse de Grandvilliers, Oise ;
- Librairie-papeterie-presse de Chaulnes, Somme ;
- Librairie-papeterie-presse d'Ault, Somme ;
- Librairie-papeterie-presse d'Ham, Somme ;
- Librairie-papeterie-presse d'Aumale, Seine-Maritime, frontière de la Somme.

Deux librairies-papeteries-presse ont été placées en procédure de sauvegarde au cours de l'étude.

Le local

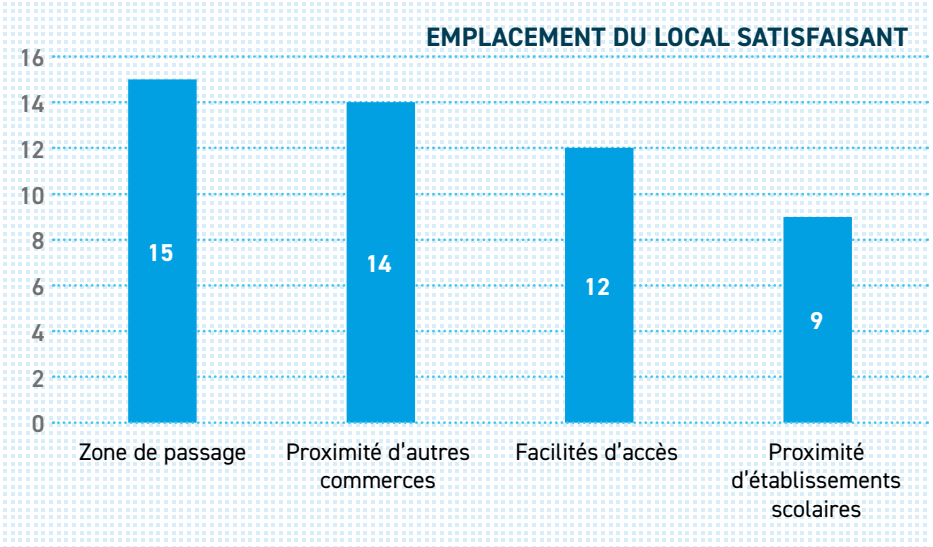
16 des 17 déclarants se disent satisfaits de l'emplacement de leur commerce. Ils évoquent les raisons suivantes :

Les locaux des répondants sont bien implantés, ils bénéficient le plus souvent d'un emplacement central.

14 des 17 gérants sont locataires et non propriétaires.

Le loyer mensuel moyen est de 1 438 € pour une surface de vente moyenne de 115m².

Le coût du mètre carré moyen mensuel s'élève à 12,5 €/m²/mois et celui du mètre carré moyen annuel à 151 €/m²/an.



Pour repère[1], le coût du mètre carré moyen annuel s'élève à :

- 503 €/m²/an à Paris
- 190 €/ m²/an à Amiens

Avec un coût moyen à 151 €/m²/an pour des locaux situés principalement dans des villes de moins de 5 000 habitants, les librairies-papeteries-presse ont des charges locatives élevées.

L'attractivité

14 des 17 répondants déclarent avoir effectué des travaux sur les trois dernières années. Ces travaux concernent principalement : le mobilier, les équipements (caisse enregistreuse) et la décoration. Hormis le changement de caisse enregistreuse aidé dans le cadre de la loi Deloitte, les travaux effectués par les gérants sont en majorité des travaux peu onéreux.

Aucun des 17 répondants n'a déclaré avoir entrepris des travaux de rénovation intérieure ou extérieure ; travaux qui nécessitent de lever des fonds importants et de prévenir l'éventuelle baisse du chiffre d'affaires lors de ladite période de travaux.

Ainsi, 6 des 17 répondants déclarent ne pas avoir de capacités d'investissement suffisantes pour poursuivre ou débuter des travaux.

1 http://www.localcommercial.net

L'assortiment

L'assortiment des librairies-papeteries-presse se divise en deux catégories, celle des produits et celle des services.

Parmi les produits traditionnellement présentés, on trouve :

1. Presse, carterie, papeterie
2. Librairie
3. DVD, jeux et jouets
4. Bijouterie
5. Confiserie
6. Timbres postaux
7. Cadeaux, souvenirs

Parmi les services traditionnellement proposés, on trouve :

1. Française des jeux, PMU
2. Photocopie, reprographie, produits dématérialisés
3. Relais-colis
4. Photos d'identité, développement photo
5. Dépôt pressing ou cordonnier
6. Café

L'offre mixte de produits et services est très variée : les incontournables sont la presse-carterie-papeterie, la Française des jeux, la photocopie et reprographie et les produits dématérialisés, dits « démat' ».

Les produits de « démat' » englobent la téléphonie prépayée (cartes Sim, cartes prépayées) cette gamme est souvent complétée par l'implantation de borne en libre-service (borne de téléphonie *Free* ou service de banques en ligne).

Si la place prise par les produits de « démat' » est surprenante, elle est le reflet de l'impératif de diversification de l'offre de ces points de vente (visible en premier lieu par la grande variété de produits et services proposés).

Le mix marketing des librairies-papeteries-presse est constitué sur une base stable autour de laquelle viennent s'ajouter une quantité d'offre visant à accroître l'attractivité et le chiffre d'affaires du point de vente. Cette démarche dénote les difficultés des points de vente à capter une nouvelle clientèle et à stabiliser un chiffre d'affaires qui s'effrite. Elle est également le signe de l'attention des gérants pour leur point de vente et leur clientèle.

L'activité : le temps de travail

L'activité des librairies-papeteries-presse et leurs gérants est très intense.

L'amplitude hebdomadaire (observée) d'ouverture au public s'étend du lundi au samedi de 6h30 à 19h30 et le dimanche matin de 7h30 à 12h30. En moyenne, l'ouverture hebdomadaire au public est de 62 heures et 20 minutes..

Même si l'amplitude horaire d'ouverture au public est très étendue, 9 répondants sur 17 déclarent travailler en dehors de ces horaires entre 1 heures et 2 heures 30 par jour. par jour. Ce temps de travail est dédié à toutes les tâches qui ne peuvent se faire pendant les horaires d'ouverture ou devant les clients. Il s'agit bien souvent de la réception des commandes (les livraisons presse démarrent entre 4h00 et 5h00 du matin), la mise en rayon, la gestion des retours, l'administration, la comptabilité, etc.

Au total, un gérant de librairie-papeterie-presse a un temps de travail hebdomadaire qui oscille entre 72 heures 20 et 79 heures 20. Pour 4 des 17 répondants, ce total dépasse même les 80 heures par semaine.

Les répondants prennent entre 4 et 15 jours de vacances à l'année, soit une ouverture annuelle oscillant entre 345 et 360 jours.

Si l'on compare avec une librairie indépendante de même niveau de chiffre d'affaires (librairie de niveau C ou D[2]), l'amplitude hebdomadaire d'ouverture au public s'étend généralement de 9h00 du matin à 19h00, et du mardi au samedi. Soit une ouverture moyenne au public de 50 heures par semaine.

3 L'emploi

Les librairies-papeteries-presse et l'emploi

Sur les 17 répondants seuls 2 ont un conjoint salarié, 13 répondants déclarent avoir un ou plusieurs salariés.

- 1 ou 2 salariés : 10 points de vente
- 3 à 5 salariés : 3 points de vente

Les librairies-papeteries-presse sont des entreprises qui génèrent de l'emploi local. Cependant, sur les 17 déclarants, 4 avaient des salariés supplémentaires au cours des années 2013 à 2015. Ceux-ci ont été licenciés à cause de la baisse d'activité.

Notons que concernant l'emploi en librairie, on compte 3 ETP pour le profil moyen exprimé dans *La librairie en région (données 2014-2015)*[3].

2 *La librairie en région (données 2014-2015)*, Fill : Librairie C : 300 K€ < CA < 1 M€ ; Librairie D : CA < 300 K€.

3 *La librairie en région (données 2014-2015)*, Fill, 2017.

La qualification des emplois pour le livre

100% des répondants déclarent ne pas avoir de qualification spécifique pour le livre, que ce soient les salariés ou les gérants. 100% des salariés n'ont pas de formation spécifique au livre, et dans 99% des cas, les salariés ne sont pas affectés exclusivement à la vente de livress. Le 1% restant représente un emploi affecté à la vente de livress sur la période de fêtes de fin d'année.

L'absence de qualification spécifique au livre est significative d'une part de l'important cloisonnement des filières livre et presse et d'autre part de la grande polyvalence dont font preuve gérants et salariés au quotidien.

4 Le livre

La place du livre dans l'offre globale

Si le livre est un segment bien installé dans l'offre de produits des librairies-papeteries-presse, il ne constitue pas pour autant la plus grande partie du chiffre d'affaires de l'entreprise. De fait, la vente de livres représente entre 7% et 45% du chiffre d'affaires de 13 des 17 répondants. Pour 4 répondants sur 17, la vente de livres est l'activité principale de l'entreprise.

Les structures, on l'a vu, ne concentrent pas leur activité autour d'un seul produit, mais cherchent au maximum à diversifier leur offre.

Le livre scolaire

6 des 17 répondants sont identifiés par leur clientèle pour la vente de livress scolaires. Ces 6 structures considèrent que la part de vente de livres scolaires et parascolaires représente plus de 35% des achats de livres.

Le livre scolaire constitue une part importante de la vente de livres en librairie-papeterie-presse.

La composition de la clientèle

La majeure partie de la clientèle des librairies-papeteries-presse est constituée de particuliers. Ceux-ci fréquentent le magasin et y font leurs achats.

Les collectivités sont des partenaires traditionnels des librairies-papeteries-presse. 9 répondants sur 17 travaillent avec des collectivités.

10 des 17 répondants déclarent travailler avec des établissements publics :

- École (8)
- Bibliothèque (5)
- Mairie (4)
- Musée (2)

La vente « hors-les-murs »

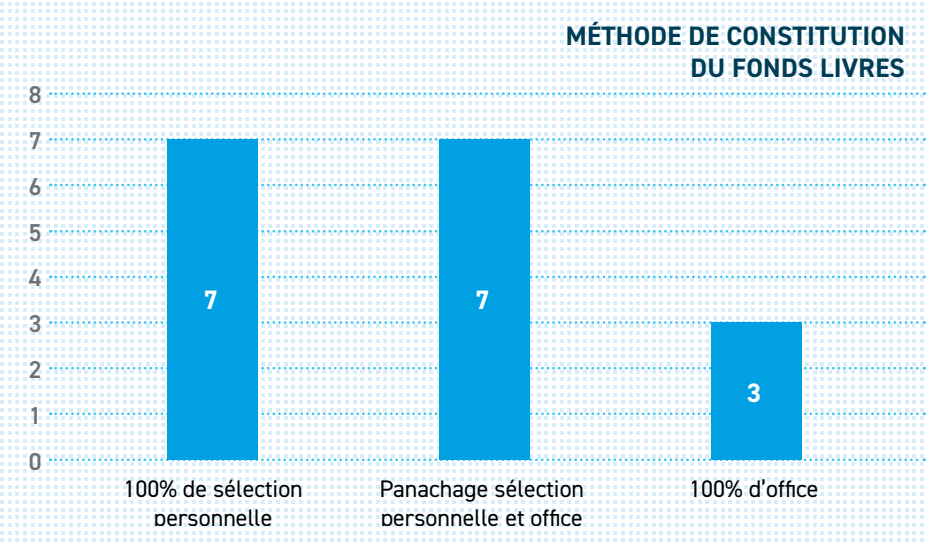
Seuls 4 des 17 répondants déclarent être présents sur des actions de vente hors-les-murs. Cette présence hors du magasin n'est cependant pas régulière. Pour ces 4 répondants, il s'agit d'une seule participation annuelle à un salon, ou événement.

Les gérants des librairies-papeteries-presse, même s'ils ont des salariés, ne peuvent se permettre de quitter leur lieu de vente, compte tenu de l'amplitude horaire hebdomadaire (plus de 70 heures par semaine) et de la surface de vente (115 m² en moyenne) qui nécessite plus d'une personne pour la gérer.

Le développement d'une activité « hors-les-murs » est une approche assez récente, même pour la librairie, mais qui dans le contexte du travail hebdomadaire en librairie-papeterie-presse, apparaît difficilement envisageable.

La constitution du fonds livres

La constitution du fonds de livres, que ce soit par la grille d'office ou par un choix personnel, reflète la connaissance des enjeux de l'assortiment de livres et la maîtrise de l'identité du point de vente.



Les fonds sont constitués par les gérants qui n'ont que minoritairement recours à l'office.

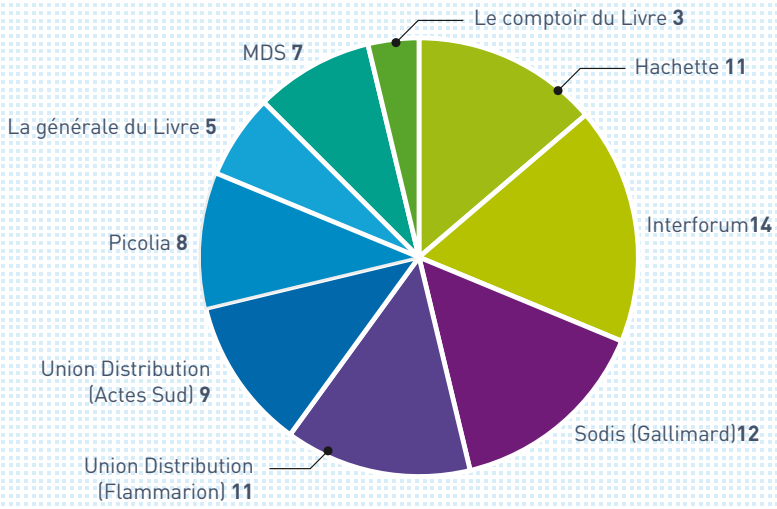
L'attention portée à la constitution de l'assortiment dénote l'implication des gérants dans la tenue de leur commerce malgré les difficultés conjoncturelles rencontrées et le pessimisme ambiant. Cela montre également l'aisance des gérants dans la constitution d'un assortiment. De fait, les gérants de librairies-papeteries-presse constituent des fonds très variés ; ils maîtrisent les enjeux de la relation commerciale et savent cibler les produits qui correspondent à leur clientèle.

Fournisseurs, comptes ouverts et remises

On observe des comptes ouverts chez les distributeurs traditionnels de la librairie indépendante.

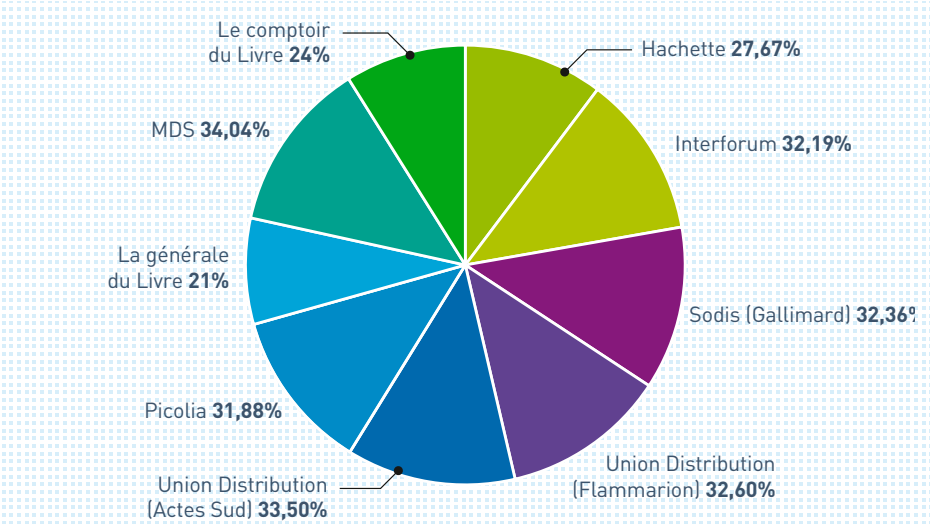
Le distributeur premier, pour le panel des 17 répondants, n'est pas Hachette (premier groupe éditorial français) mais Interforum avec un compte ouvert pour 14 des 17 répondants.

Les distributeurs principaux sont : Interforum, Hachette, la Sodis et Union Distribution (Flammarion et Actes Sud). Il faut noter que les 17 répondants ont également des comptes ouverts chez d'autres distributeurs comme notamment Cartothèque, Belin, Dilisco ou DG Diffusion.



RÉPARTITION DES COMPTES OUVERTS CHEZ LES DISTRIBUTEURS

Les remises moyennes déclarées par les 17 répondants sont honnêtes, elles vont de 21% pour la plus basse (La générale du Livre, distribution du groupe Librest) à 34,04% pour la plus haute chez MDS. Pour la plupart d'entre elles, elles se situent entre 30% et 32%.



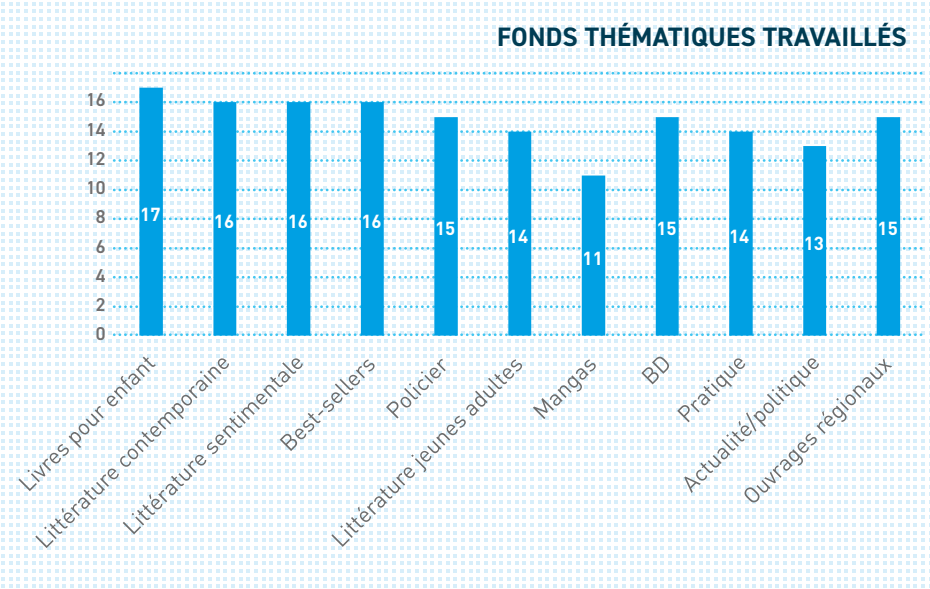
REMISES MOYENNES PAR DISTRIBUTEUR

Malgré le cloisonnement des filières livre et presse, le circuit de distribution du livre est maîtrisé. Les gérants des librairies-papeteries-presse constituent leur assortiment livres avec soin et suivent leurs relations commerciales de près.

L'alternative à l'ouverture de compte chez les distributeurs est l'association à une librairie indépendante qui fait office de fournisseur-grossiste. Cette solution, n'est utilisée que par 2 des 17 répondants. Si l'avantage de ce système est l'accès à un très large choix de publication et la proximité du libraire, l'inconvénient principal est la faible remise (environ 15%). Les gérants de librairies-papeteries-presse préfèrent négocier leurs conditions commerciales et choisir eux-mêmes leur stock, même si cela induit un effort de manutention et de logistique.

Les fonds thématiques travaillés en librairie-papeterie-presse

Les thématiques éditoriales présentes en librairies-papeteries-presse sont diverses. Suivant la tendance générale, l'édition jeunesse et la littérature restent les thèmes de prédilection de ces points de vente.



Pour 13 des 17 répondants, l'ensemble des fonds thématiques est représenté.

Le stock de livres

8 répondants sur 17 ne savent pas précisément quel est leur stock de livres. Pour les 7 autres, le stock moyen estimé est de 4 530 exemplaires, le stock des répondants varie de 1 500 à 6 000 exemplaires. Les 2 derniers répondants ont un stock inférieur à 300 exemplaires. La proposition de livres neufs est donc très variable d'un point de vente à un autre, avec certains commerces qui s'apparentent à une librairie indépendante (critère du nombre d'exemplaires atteint : 6 000 exemplaires) et d'autres qui présentent une offre de livres neufs très restreinte. Ceci montre bien la disparité existante entre ces commerces.

5 L'informatisation

Le logiciel

La plupart des points de vente sont équipés de logiciel de gestion permettant une gestion multi-produits. Ainsi, 14 répondants sur 17 déclarent être informatisés. Parmi les 14 répondants, 12 sont équipés de logiciels spécialisés dans la gestion de la presse, sans possibilité de gestion pour le livre. Par ailleurs, ces logiciels ne permettent pas la séparation des divers stocks dans l'analyse. La gestion du stock livres, rendue impossible par les logiciels de gestion presse est parfois même complètement désinformatisée.

Le logiciel de gestion le plus plébiscité pour la presse est Lynx.

Les bases de données

Les gérants de librairies-papeteries-presse, s'ils ne possèdent pas de moyen informatique pour gérer leur stock livres, n'ont pas non plus de lien informatique entre leur logiciel de gestion et les bases de données livres. Néanmoins, ils fréquentent et utilisent la base de données Datalib. 2 répondants sur 17 déclarent détenir un abonnement Dilicom quand 11 l'utilisent uniquement en consultation sans abonnement. En revanche aucun, des 17 déclarants ne se sert d'Electre. 1 répondant déclare utiliser le site de la Fnac comme base de données et un autre, le site de la librairie amiénoise Martelle (site placedeslibraires.com).

L'accès à l'information et au référencement livres se fait via plusieurs sources. Si quelques répondants utilisent les sites marchands d'autres librairies comme base de données, la plupart exploitent les données Datalib, outil interprofessionnel du SNE (Syndicat National de l'Édition). Ce choix dénote encore une fois une approche construite de la filière livres et un accès aux outils professionnels.

6 La librairie-papeterie-presse : un acteur de son territoire ?

Les maisons d'édition régionales en librairie-papeterie-presse

15 des 17 répondants proposent des ouvrages d'éditeurs régionaux. Parmi eux, les plus représentés sont : Delattre, Ravet-Anceau, La Vague verte, les éditions du Labyrinthe. Les catalogues d'éditeurs des Hauts-de-France sont bien représentés en librairies-papeteries-presse. Ces points de vente constituent le premier acteur du territoire (en proportion) concernant la défense des catalogues d'éditeurs locaux.

Par ailleurs, nombre d'auteurs autoédités locaux sont également représentés au sein des points de vente. Les gérants cherchent ainsi à valoriser la proximité et leur connaissance à la fois des auteurs et de la clientèle.

Le service à la clientèle librairie

Tous les répondants pratiquent la commande à l'unité pour leur clientèle. Par ailleurs, 12 répondants sur 17 déclarent accepter la carte « Génération Hauts-

de-France ». Cette carte mise en place par la Région Hauts-de-France contient un crédit que les élèves de la région peuvent dépenser en librairie pour l'achat de fournitures et livres scolaires.

La librairie-papeterie-presse est un commerce de proximité qui sait s'adapter à sa clientèle.

7 Le rapport aux institutions

Les librairies-papeteries-presse sont des commerces éloignés des institutions, des procédures de demande de subvention ou même des marchés publics.

Les marchés publics

3 répondants sur 17 déclarent répondre à des marchés publics, quand 2 répondants déclarent avoir remporté des marchés publics entiers ou des lots qu'ils ont perdus dans les trois dernières années.

Les gérants répondent peu aux marchés publics. Ceux qui y répondent ou le faisaient, pâtissent d'une part du manque de temps nécessaire à la veille informationnelle et à la rédaction des réponses aux appels d'offres et d'autre part du désengagement de leurs partenaires qui se fournissent plutôt chez des grossistes.

Les institutions et les aides publiques

Lorsque l'on interroge les gérants sur leur accès aux aides publiques, ceux-ci évoquent majoritairement l'Aide à la modernisation des diffuseurs dite Loi Deloitte pour l'informatisation. Cette aide est issue du circuit presse.

Sur les 10 répondants qui déclarent avoir perçu une aide publique au cours des trois dernières années, 7 d'entre eux font référence à la loi Deloitte. Les 3 autres déclarent avoir perçu des aides du conseil régional, du conseil départemental et de la ville ou communauté d'agglomération.

Notons que sur les 17 répondants, 4 déclarent ne pas avoir perçu d'aide publique et ont eu recours à l'emprunt bancaire.

7 ANALYSE FINANCIÈRE

Nous rappelons que lors de la constitution du panel spécifique à l'analyse financière, les structures dont nous n'avons pu obtenir au moins trois années consécutives de chiffre d'affaires ont été écartées afin de travailler sur une évolution minimum du chiffre d'affaires.

1 Méthodologie

Afin de mieux appréhender l'activité commerciale particulière des librairies-papeteries-presse, nous avons rapproché les données déclaratives et les données financières des structures. Les indicateurs financiers retenus permettent ainsi de confronter les éléments récoltés dans les questionnaires (éléments déclaratifs) aux éléments financiers en notre possession. Les retraitements effectués suivent les procédés de gestion comptable et respectent le Plan comptable général.

Ces indicateurs financiers, sont également observés dans le secteur de la librairie pour analyser la santé financière d'une entreprise commerciale.

NOMBRE D'ÉLÉMENTS COMPTABLES EXPLOITABLES PAR ANNÉE*

ANNÉE	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE D'ÉLÉMENTS COMPTABLES EXPLOITABLES	5	6	6	7	8	9	10	12	12	15	15	12	10	6

après retraitement des informations à partir du réseau DIANE

Outre les soldes intermédiaires de gestion, nous avons porté notre attention sur certains ratios permettant d'analyser la situation des points de vente, en particulier sur l'investissement et les capacités de financement.

2 L'activité : le chiffre d'affaires (CA) [1]

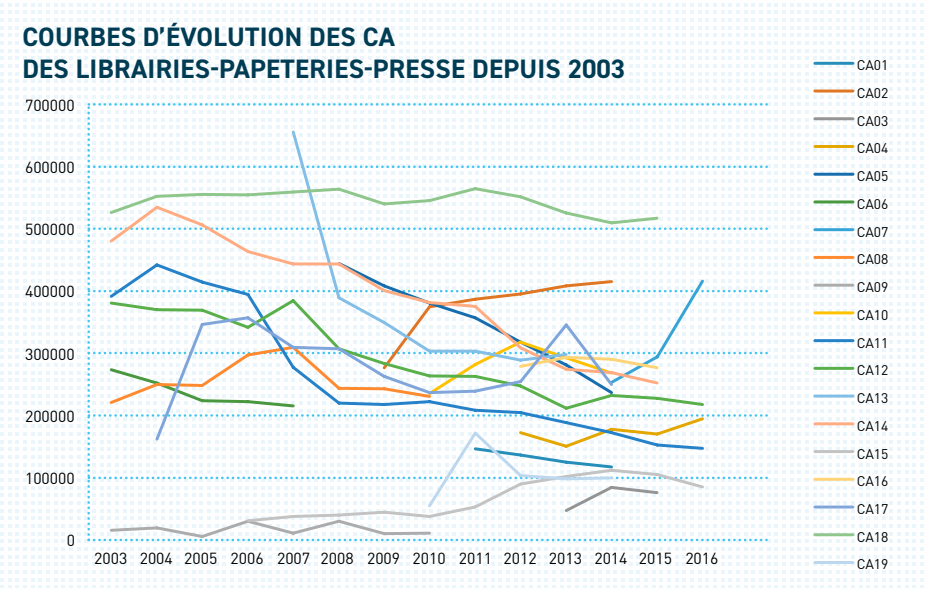
Le chiffre d'affaires, s'échelonne de 84 000 € à 509 500 € pour l'année 2014.

La moyenne totale des chiffres d'affaires observée est de 223 012 €. Parmi les 22 structures analysées pour l'année 2014, une structure présente un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 €.

L'étude réalisée en 2015 par le CRLL Nord – Pas-de-Calais observe un chiffre d'affaires moyen pour l'année 2014 de 364 340 €. Pour autant, parmi les 38 établissements analysés, 21 présentent un chiffre d'affaires inférieur à 200 000 €.

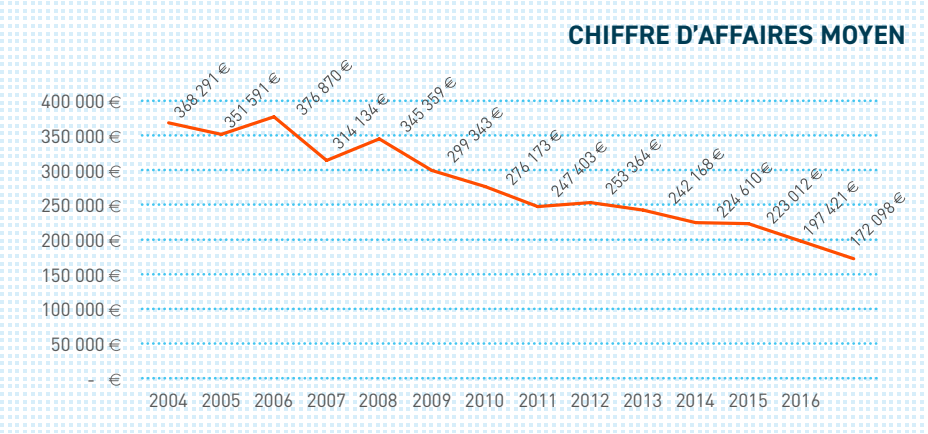
Le chiffre d'affaires moyen sur les versants nord et sud de la région sont comparables.

Il est à noter que 6 structures sur 19 présentent un chiffre d'affaires en croissance en 2014 par rapport aux années précédentes.



1 Tout au long de notre analyse, nous entendrons par « chiffre d'affaires », la vente des produits + les commissions, soit les sommes facturées et non les sommes collectées.

Ce tableau montre l'évolution générale des chiffres d'affaires : on distingue une évolution globale à la baisse. Les chiffres d'affaires des structures du panel tendent à se dégrader.

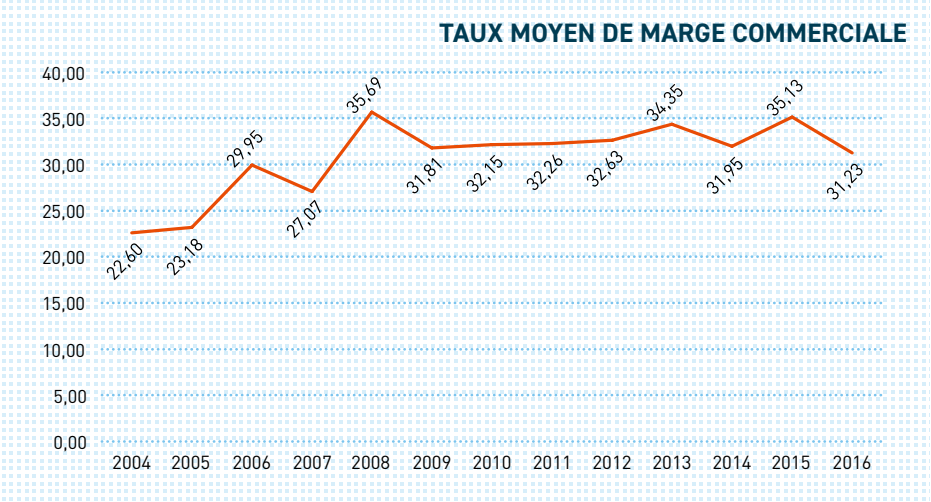


Le chiffre d'affaires moyen montre, sans doute possible, la lente contraction du marché. Ce resserrement du marché touche fortement le panel d'acteurs analysés, puisque ces derniers ont perdu près de 40% de CA en une dizaine d'années.

Les facteurs concernant cette observation sont nombreux et correspondent aux sentiments et analyses exprimés par les 17 répondants interrogés dans le cadre de l'enquête sociologique. Les facteurs évoqués sont les suivants[2] :

- La concurrence d'Amazon dans l'achat de livre et celle plus globale d'Internet qui crée de nouveaux mode de recherche et d'achat d'information.
- Expansion de la concurrence des grandes surfaces qui vendent de la presse (courant des années 2000).
- La crise de la vente de titres de presse qui a débuté aux alentours de 2006.
- La crise financière de 2007. Elle a renforcé la diminution de la clientèle, qui vieillit et peine à se renouveler.
- L'utilisation du smartphone qui a modifié considérablement les habitudes de lecture et la consommation de la presse.

3 L'activité : la marge commerciale



La marge commerciale est la différence entre le prix de vente d'un produit et le coût d'achat de ce même produit. Elle permet de mesurer la capacité de négociation commerciale du gérant et sa fine connaissance des pratiques du secteur.

De façon assez surprenante, on observe une remise commerciale proche des remises libraires qui ont augmenté progressivement durant les dix dernières années.

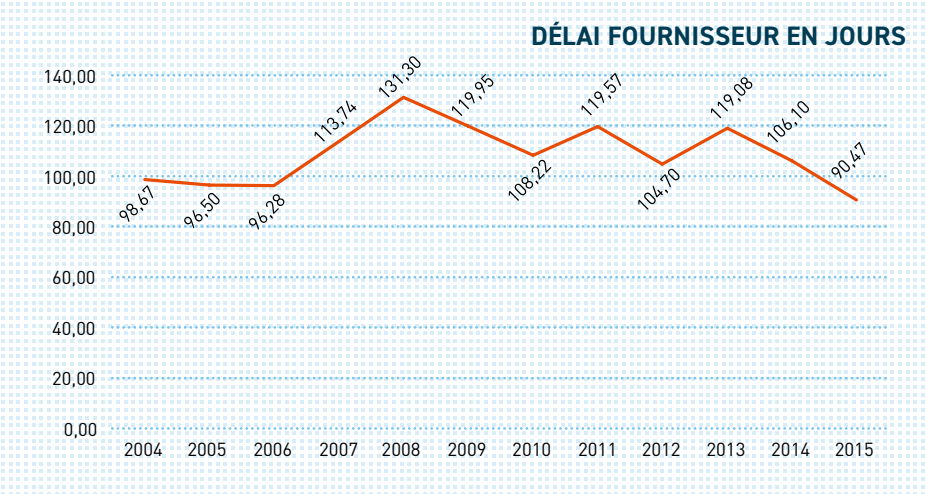
La diversification des produits vendus et une attention toute particulière à la marge (à la négociation avec les fournisseurs) est à l'œuvre.

Cette marge indique également que le modèle économique de ces petits points de vente en milieu rural, dans leur grande majorité, se rapproche de celui du livre, qui constitue d'ailleurs une part importante du CA.

Le temps n'est plus à une remise livre d'environ 25% auprès des maisons de presse…

2 Voir III. Santé de la filière presse.

4 L'activité : le délai fournisseur



Le délai fournisseurs, est le délai de paiement des marchandises. Idéalement, le produit est vendu avant d'être payé au fournisseur. Aussi, plus le délai fournisseur est important, plus les structures peuvent prendre des risques, soit en achetant des produits avec une rotation plus lente, soit en achetant de plus grandes quantités. Lorsqu'un commerce paie sa marchandise avant de l'avoir vendue, c'est la structure qui doit être capable de financer ce « creux de trésorerie ».

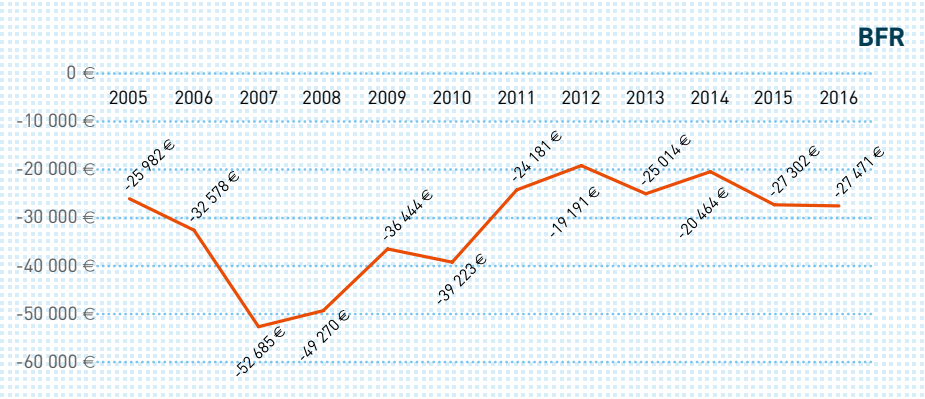
En librairie indépendante de niveaux C et D (qui correspondent à notre panel), le délai fournisseur moyen aujourd'hui est de 62 jours[3], il était pratiquement de 99,8 jours en 2008[4].

Le délai fournisseurs des structures est compris entre 90,47 et 131,30 jours, soit trois ou quatre mois. Le délai fournisseurs est conséquent. Même si l'on constate une tendance au resserrement du délai fournisseurs depuis 2008, celui-ci reste tout de même important. Ces chiffres peuvent témoigner de deux choses :

- La force de négociation des gérants ;
- La grande attention des fournisseurs qui connaissent les difficultés des points de vente.

Que ce soit l'une ou l'autre des deux hypothèses, le délai fournisseurs et la marge commerciale viennent confirmer la capacité de négociation commerciale des gérants.

5 L'activité : le besoin en fond de roulement (BFR)



Le besoin en fonds de roulement (BFR) est la somme nécessaire que l'entreprise doit posséder pour payer ses charges courantes auprès des fournisseurs en attendant de recevoir le paiement dû par ses clients. Une autre façon de le dire : le besoin en fonds de roulement montre l'autonomie financière de l'entreprise à court terme puisque cet indicateur représente la somme d'argent nécessaire pour financer ses charges sans qu'elle ait besoin d'encaisser ses clients en même temps.[5]

3 *Devenir Libraire en Auvergne-Rhône-Alpes*, Juillet 2017.

4 Le SLF, Accord dérogatoire sur le délai de paiement. « Il faut rappeler que les délais moyens de paiement réels constatés dans le secteur de l'édition de livres sont plus longs que pour beaucoup d'autres commerces. Ainsi, selon une étude réalisée en 2007 par le SNE auprès des principaux distributeurs, le délai de paiement moyen tous circuits confondus (y compris grossistes, GMS, e-librairies...) se situe à 94,2 jours. Cette moyenne recouvre des situations hétérogènes puisque l'étude conduite au sein du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels en 2008 indique 84,3 jours pour les GSS et celle conduite par le Syndicat de la Librairie Française en 2007 donne 99,8 jours pour la librairie. »
http://www.syndicat-librairie.fr/accord_derogatoire_sur_les_delais_de_paiement.

5 https://www.l-expert-comptable.com/a/37381-qu-est-ce-que-le-besoin-en-fonds-de-roulement-bfr.html

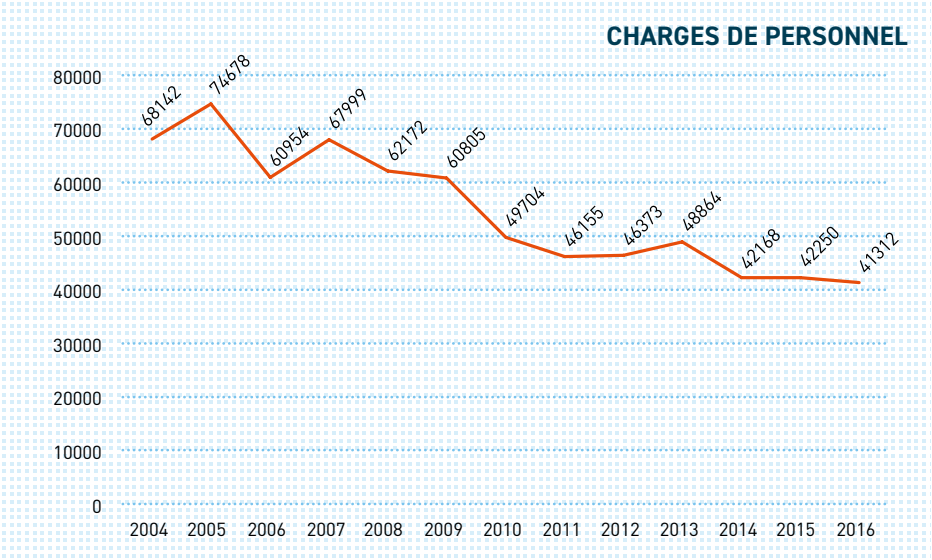
Le BFR des structures étudiées est négatif, ce qui indique que les structures paient leurs fournisseurs après qu'elles ont récupéré le fruit de la vente (c'est le modèle économique des grandes surfaces par exemple).

Le BFR est un indicateur désignant plus le modèle économique qu'un indicateur de bonne santé financière. Cependant, il semble que la tendance de ces dernières années soit à la diminution du BFR. Cette tendance peut s'expliquer par la diversification des assortiments toujours plus grande. De ce fait, elles travaillent avec des fournisseurs n'ayant pas la même attitude économique que ceux de la filière presse.

Le livre est un des produits dont le modèle économique est à l'opposé du modèle économique de la presse.

Pour autant, on a noté une réduction du délai fournisseurs depuis 2007. À partir de la crise financière, les fournisseurs ont cherché à réduire le délai de paiement afin de remobiliser leur trésorerie plus rapidement. Ceci a pour conséquence que la trésorerie des librairies-papeteries-presse se réduit mécaniquement jusqu'en 2012, pour passer la barre des -20 000 €..

6 Un poste de charges important : les charges de personnel

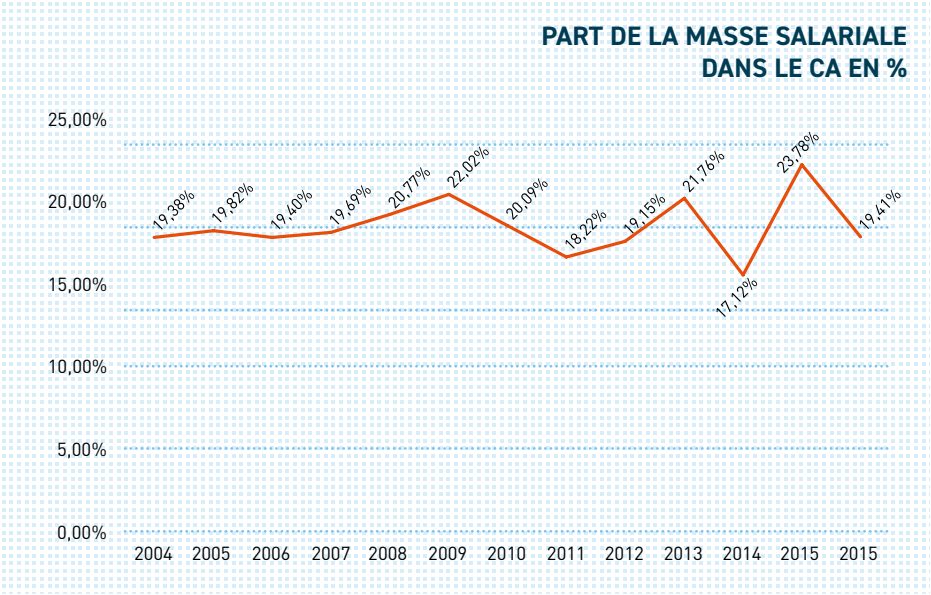


Depuis 2004, les charges de personnel subissent une lente et inexorable décroissance.

Pour maintenir un niveau de résultat net intéressant, le grand poste sacrifié de ces dernières années est indiscutablement les charges de personnel. Les gérants du panel ont procédé à des licenciements ou ont baissé significativement leur rémunération pour sauver leur résultat net et maintenir leur structure au-dessus du seuil de rentabilité.

En dix ans, et en moyenne, la masse salariale a été retranchée de 40% !

Face à la baisse du chiffre d'affaires, et comme souvent dans les commerces de proximité, les charges de personnel jouent les variables d'ajustement dans les périodes de difficultés économiques : les maisons de presse n'échappent pas à cette règle.



Rapporté à la part de la masse salariale dans l'activité (le CA), on découvre que les charges de personnel en occupent une part très significative. La masse salariale représente en effet pratiquement 20% des charges qui pèsent sur la structure pour l'année 2014. Or, l'augmentation des charges de personnels est un effet mécanique de la baisse du CA. Si les rémunérations n'augmentent pas, les charges de personnels prennent une proportion plus importante dans une activité globale en baisse.

On perçoit depuis 2009 que cette part tend à diminuer. La réduction de la masse salariale se fait donc moins rapidement que la chute du chiffre d'affaires. Les gérants n'ont d'autre choix que de procéder à des ajustements drastiques pour préserver l'activité en utilisant un des rares leviers de gestion qu'ils maîtrisent.

Dans une interview à Actualitté, Christian Thorel, propriétaire de la librairie Ombres Blanches à Toulouse, rappelait le découpage des charges dans une librairie indépendante :

« *Dans la librairie, nous savons qu'il faut maintenir, selon des critères objectifs, des seuils : on ne dépasse pas 4 à 5% du chiffre d'affaires pour le loyer, 11 à 12% pour les charges fixes, 18 à 21% pour les salaires. Conserver ces proportions permet de préserver l'entreprise, dans sa rentabilité et sa capacité à investir et à progresser.* »[6]

Pour rappel, les chiffres de l'emploi mentionnés dans l'étude Xerfi[7] de 2013 font référence. La part des frais de personnels sur le CA est fixée à 18,5% (données 2005-2012).

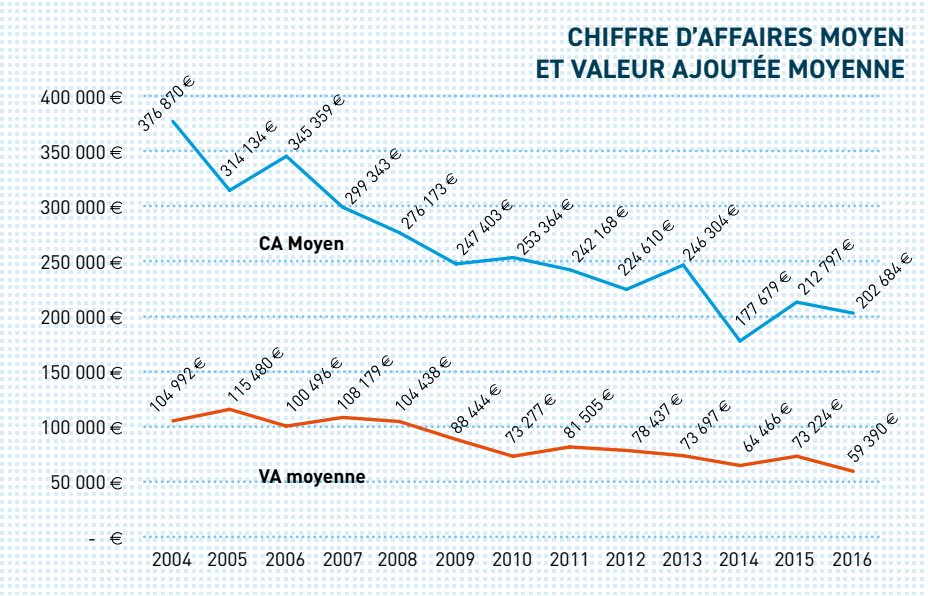
Pour l'année 2014, les charges de personnel des librairies-papeteries-presse s'élèvent à 17,12%. Si l'on fait la moyenne de ces mêmes charges sur la période 2004-2016, les frais de personnels montent jusqu'à 20,05% du CA.

7 Les seuils de gestion : la valeur ajoutée (VA)

C'est un des soldes intermédiaires de gestion[8] qui permet de mesurer la richesse créée par l'activité d'une entreprise.

La valeur ajoutée (VA) correspond à l'excédent d'argent perçu par une entreprise par rapport à son coût de production[9]. Soit, la différence entre le CA et l'ensemble des achats qui concourent à la réalisation du CA (marchandises, loyer, eau, électricité, publicité, frais postaux, déplacements, etc.).

La valeur ajoutée est une notion pertinente de l'augmentation de la richesse d'un acteur économique. Dans un cas de bonne santé financière, la valeur ajoutée permettra d'absorber l'intégralité des frais de personnels (rémunération, charges sociales, cotisations patronales, etc.) et financiers (intérêts, agios, etc.).



Parallèlement à la baisse du chiffre d'affaires, on observe une baisse de la valeur ajoutée dégagée, soit une baisse de la richesse créée. On observe également une baisse simultanée mais non parallèle : la valeur ajoutée décroît moins, en proportion, que le chiffre d'affaires.

Ce ralentissement est dû à un effet de gestion : le gérant tente de maintenir un niveau élevé de valeur ajoutée en portant une attention particulière à deux choses :

- Les charges d'exploitation : renégociation des coûts, changement de fournisseurs, etc. ;
- Le stock : diminution du stock en magasin.

6 https://www.actualitte.com/article/interviews/montchalin-president-inconsequent/70049

7 *La situation économique et financière des librairies indépendantes : analyse sur la période 2005-2012*, Xerfi France pour le Syndicat de la librairie française (SLF) et le ministère de la Culture et de la Communication (DGMIC/SLL)

8 Les soldes intermédiaires de gestion permettent d'analyser le résultat de l'entreprise en le décomposant en plusieurs indicateurs importants, ce qui permet d'obtenir de l'information sur l'activité d'une entreprise et la formation de son bénéfice (ou déficit).

9 https://www.l-expert-comptable.com/a/529754-la-valeur-ajoutee-va.html

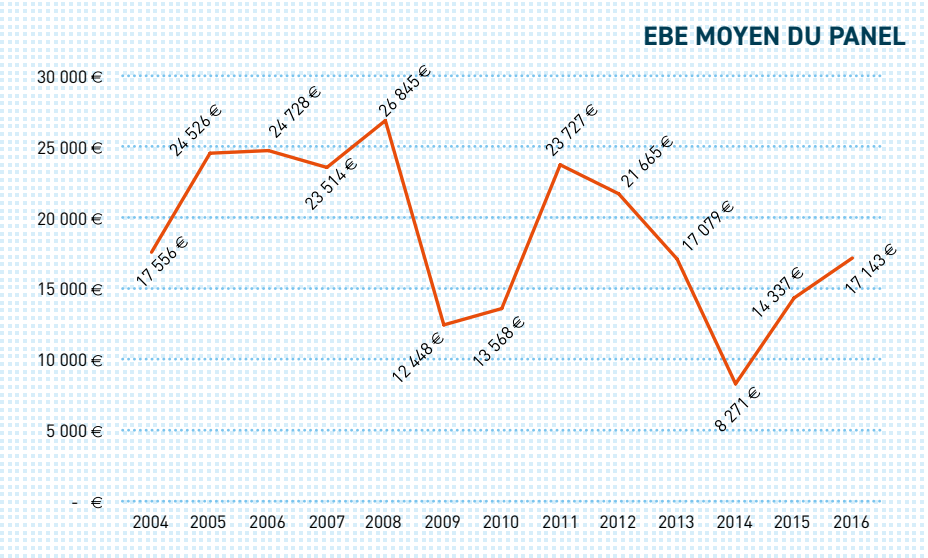
Les répondants ont donc une bonne visibilité des flux à l'œuvre au sein de leur établissement. Ils savent analyser ces flux afin de procéder aux ajustements nécessaires. Les gérants des librairies-papeteries-presse analysées ont une juste compétence en gestion.

8 Les seuils de gestion : l'excédent brut d'exploitation (EBE)

L'excédent brut d'exploitation est le solde généré par l'activité courante de l'entreprise, sans prendre en compte sa politique d'investissement ni sa gestion financière. Cet indicateur donne une vision objective de l'entreprise et permet de déterminer la rentabilité de son exploitation courante.

L'EBE permet à la fois de rémunérer et de verser aux apporteurs de capitaux (banquiers et actionnaires) les dividendes et les intérêts bancaires de l'année, tout en développant l'entreprise, en investissant.

C'est donc un des ratios importants pour suivre la santé financière d'une entreprise et pour mesurer la richesse dégagée par son activité dans sa globalité.



L'EBE peut être pris en compte dans le calcul de la valeur de vente d'une entreprise.

La tendance générale de notre panel semble être à la baisse là encore : une dégradation lente mais continue de la richesse dégagée par l'activité elle-même.

On peut s'interroger sur la portée de « l'effet ciseau »[10] sur cette activité.

La rentabilité du capital engagé devient moins intéressante pour le gérant qui voudrait augmenter ses fonds propres ou pour un investisseur.

L'EBE moyen pour l'année 2014 est de 3%, ce qui est très faible. Pour l'année 2013, la moyenne de la profession était située à 13,8%[11] quand notre panel est à 8,07% pour cette même année.

9 Les seuils de gestion : le résultat d'exploitation (REX)

Le résultat d'exploitation est la prise en considération de l'activité fondamentale d'une entreprise avant que toute indication financière, spéculative, fiscale ou que des incidents exceptionnels n'influent favorablement ou défavorablement sur la performance de cette entreprise.

En clair, le résultat d'exploitation mesure les pertes ou les revenus dégagés par l'entreprise avant toute déduction de taxes ou d'impôts. Il est donc un bon indicateur de la richesse dégagée et de la liberté d'action possible octroyée au gérant à l'issue de l'exercice (dégagement des dividendes probables, investissement réalisable, etc.).

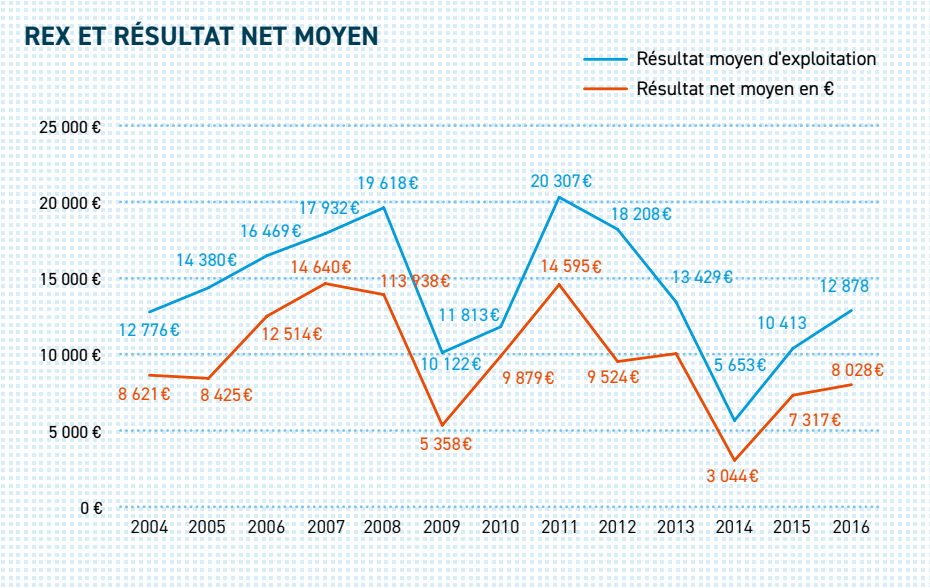
Le résultat d'exploitation (REX) mesure aussi le succès économique de l'activité de l'entreprise, c'est-à-dire la rentabilité de son modèle économique. Il permet d'apprécier la performance économique d'une entreprise uniquement sur son activité de production[12].

Comme l'EBE, le résultat d'exploitation (REX) peut être pris en compte dans le calcul de la valeur de vente d'une entreprise.

10 « L'effet ciseau » est un phénomène économique qui empêche la répercussion sur les prix de vente de l'augmentation des charges variables ou fixes nécessaires à la production de l'activité : dans notre cas, on pourrait citer les loyers, l'eau, l'électricité, le gaz, alors que les prix de vente ne sont pas fixés par le revendeur. Les prix de vente augmentent moins rapidement que l'augmentation des charges.

11 Chiffres CGA France, année 2013.

12 https://www.l-expert-comptable.com/a/37521-le-resultat-d-exploitation.html



Le REX des structures analysées n'a dépassé qu'une seule fois les 20 000 € (2011) au cours des dix dernières années d'activité. Le REX est au minimum de 5 653 € en 2014 et au maximum de 20 307 € en 2011.

La valeur du REX décroît depuis le pic de 2011. Même si à partir de 2014, il tend à reprendre un peu d'ascendance, en 2016 (12 878 €), il reste encore en dessous du niveau de 2013 (13 429 €).

Dans le cas d'une revente ou de l'achat d'un commerce de proximité, plusieurs calculs empiriques permettent d'évaluer rapidement la valeur d'une entreprise. On s'appuie sur la moyenne de plusieurs CA d'exercices consécutifs ou bien sur le REX, auquel on va attribuer un multiplicateur : x3, x4, x5, x6 etc. en fonction du contexte économique, de l'emplacement du commerce, de la vieillesse des outils de production, de la santé financière de l'entreprise (compte courant d'associé ou non, volume de trésorerie restant, etc.).

À la lecture des données, on note bien que la valeur des structures s'est assez fortement dégradée durant ces quinze dernières années. Aussi, et par exemple, dans le cas d'une vente ultérieure, la valorisation de l'entreprise risque de ne pas atteindre le prix d'achat du fonds. Dans le cadre de notre étude, la grande majorité des entreprises analysées semble nt avoir perdu de leur valeur en comparaison du prix d'achat.

Cela induit une perte nette de l'investissement de départ pour les gérants.

10 Les seuils de gestion : le résultat net

Le résultat net correspond à la somme d'argent qu'une entreprise a réellement gagné.

Lorsque le résultat net est positif, il s'agit d'un bénéfice qui peut être distribué ou mis en réserve. *A contrario*, lorsque le résultat net est négatif, il s'agit d'un déficit qui touche la réserve et la valeur de l'entreprise.

Dans le graphique « REX et résultat net moyen » (voir ci-dessus), on voit combien la courbe de résultat net moyen est proche de celle du REX : ce qui les sépare sont les charges financières et les impôts.

Le résultat net, ou bénéfice net de l'entreprise, se dégrade lentement mais cependant moins rapidement que les autres ratios. Entre 2003 et 2008, le bénéfice moyen des structures était d'environ 12 000 €. Entre 2008 et 2016, le bénéfice moyen était d'environ 8 000 €. On note bien la dégradation du résultat net au cours des treize dernières années.

La proportion du RN se maintient autour de 3,5% de 2003 à 2016. Cependant, dans un contexte d'érosion du marché, la conservation de ce pourcentage n'a été possible qu'en sacrifiant près de la moitié de la masse salariale entre 2009 et 2016, tout en conservant des horaires hebdomadaires d'ouverture au public très importants.

En librairie indépendante, jamais le résultat net moyen n'a dépassé les 2,5% depuis 2005. En 2011, il est même descendu jusqu'à 1,4% (librairie de 1er niveau) et 0,7 à 0,8% (librairie de 2e et 3e niveaux)[13].

Les entreprises analysées dans notre panel sont donc des commerces en capacité de générer plus de résultat net que la librairie sur les dernières années (2005-2012).

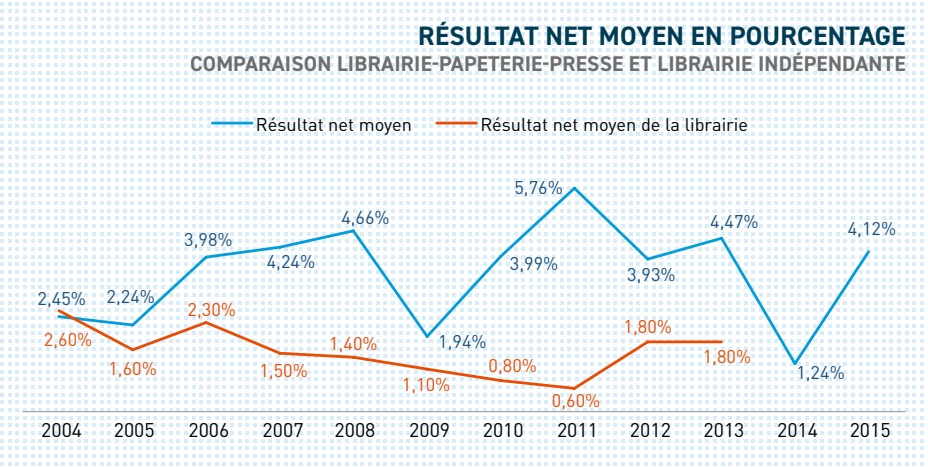
Pour autant, il convient de nuancer cette comparaison en la mettant en regard :

- des heures de travail déclarées ;
- du faible nombre de jours de vacances des gérants.

En effet, ce n'est qu'au prix des nombreuses heures de travail, que les répon-

13 Étude XERFI, *La situation économique et financière des librairies indépendantes (période 2005-2012).*

dants ont maintenu un niveau de résultat net relativement satisfaisant. C'est-à-dire que la préservation a été limitée, encore une fois, par effet de gestion : avec la réduction des achats, des charges externes et une masse salariale obérée.

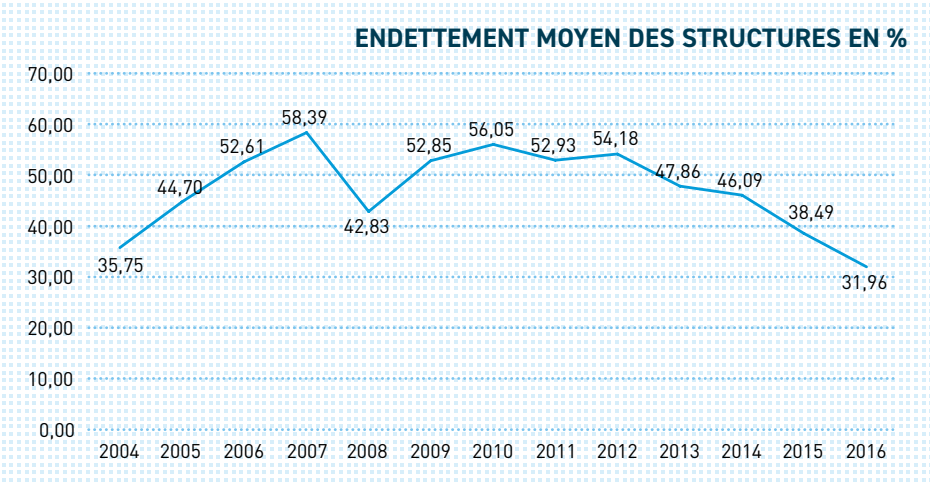


11 Un autre ratio d'analyse : l'endettement

Par habitude, on parle d'endettement dans une entreprise ou une société, de toute dépense directement liée aux investissements réalisés. Ces derniers nécessitant un certain nombre de créances à long terme, c'est-à-dire une dette à long terme allant au-delà de l'exercice comptable d'une année.

Le pourcentage d'endettement moyen des structures, croissant jusqu'en 2007, subit un décrochage entre 2007 et 2008 où celui-ci amorce une lente décroissance.

En 2007, le taux d'endettement des structures était à son plus haut niveau. La dernière période significative du recours au crédit (peut-être à destination d'un investissement ?) de ces commerces date vraisemblablement de cette période. La crise boursière et financière globale de 2007 a empêché le recours au financement bancaire qui aurait dû faire suite à l'élan d'investissement initié depuis 2004. Depuis 2007, les structures du panel n'ont plus eu recours ni à l'investissement ni au financement bancaire.



Depuis l'achat du fonds de commerce et de l'investissement des premiers travaux, le désendettement des structures est continu. Cependant, le désendettement toujours plus important des structures atteint presque un niveau trop bas.

D'un point de vue de gestion, les gérants mettent un point d'honneur à rembourser leur dette et à se désengager de toute contrainte financière pour préserver leur indépendance.

Deux articles parus en 1996 dans *le Bulletin de la Banque de France* (4e trimestre 1996[14]) et en 2014 dans *Le Monde*[15], soulignent le réflexe français des gérants des pme-pmi : « *Toujours privilégier le désendettement*. » La courbe de l'endettement moyen des structures confirme ce réflexe. Pourtant, alors que les taux de crédit sont historiquement bas, on peut s'interroger sur la volonté de maintenir son activité ou de la développer (réfection, achat, modernisation) si le seul investissement repose uniquement sur fonds propres.

Trois hypothèses peuvent expliquer l'absence de recours à l'investissement :

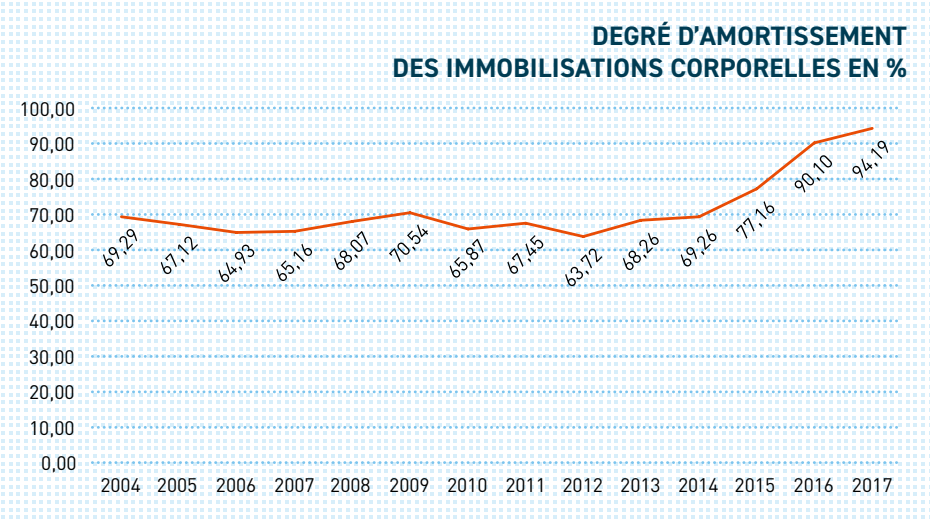
- Un faible niveau d'endettement signifie un repli sur soi et l'unique utilisation de sa capacité d'autofinancement pour faire face aux investissements. Cette première hypothèse est souvent perçue par les institutions bancaires comme le réflexe d'une entreprise en difficulté, donc un très mauvais signal ;

14 BULLETIN DE LA BANQUE DE FRANCE – 4e trimestre 1996, page 44, graphique sur le désendettement des pme-pmi tous secteurs confondus. Voir Annexe

15 http://www.lemonde.fr/economie/article/2014/01/21/les-pme-francaises-privilegient-leur-situation-financiere-a-l-investissement_4351646_3234.html

- L'absence d'investissement des gérants est avant tout due à une volonté de cession prochaine du fonds de commerce ;
- L'activité est jugée à risque par les institutions bancaires qui n'accèdent pas aux demandes d'emprunt. Les gérants sont dans l'impossibilité d'avoir recours au crédit bancaire.

12 Un autre ratio d'analyse : le degré d'amortissement des immobilisations corporelles



Le degré d'amortissement des immobilisations corporelles permet de mesurer le degré de vieillissement de l'outil de travail. Cet indicateur très important est observé de près par les institutions bancaires notamment dans le cadre d'une reprise.

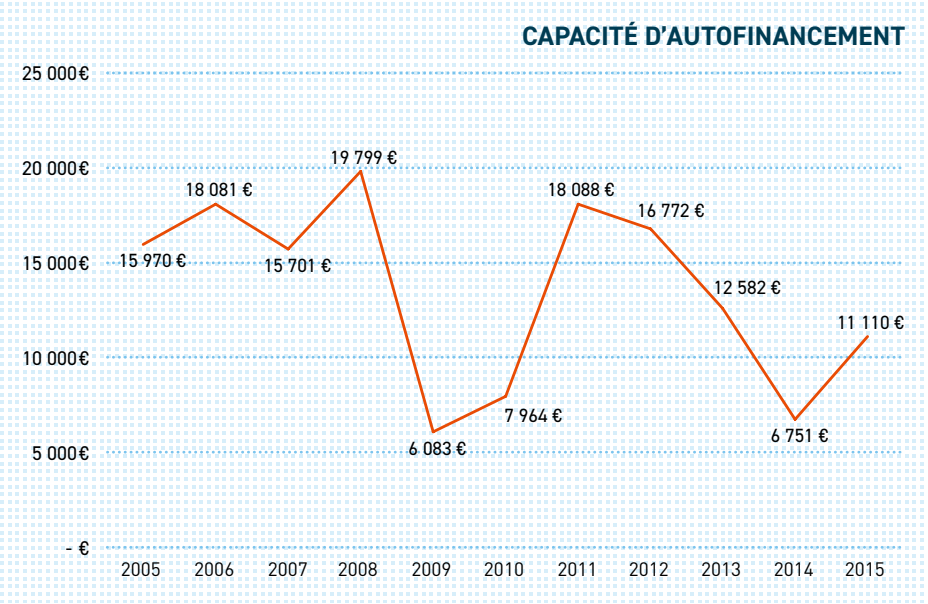
La courbe du degré d'amortissement des immobilisations corporelles croît de manière constante de 2004 à 2017. Les structures analysées amortissent leur matériel. Or, si ce dernier est amorti, il n'en est pas pour autant renouvelé.

On voit clairement que les structures n'investissent plus, ne mobilisent plus de ressources en direction de leur outil de travail.

Si le niveau d'amortissement et donc d'investissement matériel a été maintenu entre 2005 et 2013, le décrochage est manifeste dans les cinq dernières années.

S'il est le résultat d'un manque de liquidité pour accéder au financement nécessaire à cet investissement (refus ou impossibilité d'accéder au crédit), il est également le signe probable d'une démotivation grandissante des gérants vis-à-vis de leur commerce. Il faut mettre ces aspects en regard des réponses apportées par le questionnaire et le profond sentiment de fatigue, de solitude et d'inquiétude sur l'avenir de ce métier évoqué par les répondants.

13 Un autre ratio d'analyse : Capacité d'autofinancement (CAF)



La capacité d'autofinancement (CAF) désigne l'ensemble des ressources internes générées par l'entreprise dans le cadre de son activité et qui permettent d'assurer son financement. Ce ratio est intéressant car il permet de calculer rapidement la capacité maximum de remboursement d'un emprunt par exemple.

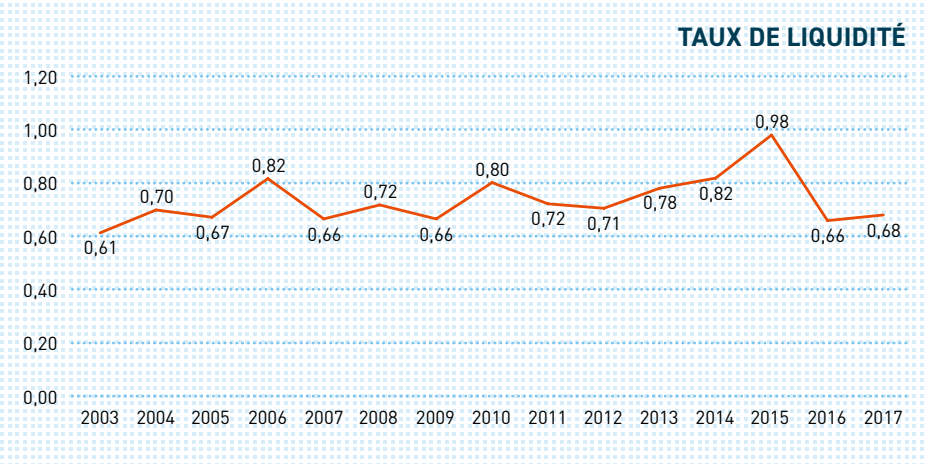
La CAF est un ratio indispensable pour **évaluer la** rentabilité du modèle économique de l'entreprise.

Dans la mesure où les gérants ont un fort désir de désendettement et d'autonomie, il est intéressant de regarder la capacité d'autofinancement de ces structures.

Sans grand étonnement, les capacités d'action sont très limitées. La CAF peut servir soit de manière individuelle, c'est-à-dire sur fonds propres, soit comme levier pour accéder au crédit bancaire. Les sommes et les capacités restent donc limitées.

Cette capacité semble cependant avoir augmenté jusqu'en 2008 mais depuis, la tendance est à la baisse.

14 Un autre ratio d'analyse : le taux de liquidité



Le taux de liquidité est un indice qui permet de mesurer la capacité de l'entreprise à remobiliser de la trésorerie à court terme (durant l'exercice), face à une augmentation de charges, une contrainte imprévue (par exemple un remboursement anticipé de la part d'un fournisseur ou des frais d'avocat, etc.).

En dessous de 1, la structure ne peut faire face et est dans l'incapacité de mobiliser ses liquidités.

Les structures analysées présentent un taux de liquidité qui oscille entre 0,61 et 0,98 mais reste inférieur à 1. Les structures ne sont donc pas en mesure de mobiliser des liquidités pour faire face aux imprévus. Cependant, une bonne gestion est à l'œuvre dans ces commerces puisque la tendance est de s'approcher du seuil permettant d'obtenir un indice positif, ce qui, pour un commerce de proximité, est plutôt rare.

Cet indice dénote encore une fois une excellente gestion ainsi que la volonté d'atteindre l'autonomie financière.

8 FICHE D'IDENTITÉ D'UNE LIBRAIRIE-PAPETERIE-PRESSE EN AISNE, OISE, SOMME

Voici les éléments sociologiques, économiques et financiers moyens d'une librairie-papeterie-presse en Aisne, Oise, Somme en 2014 :

Le gérant

Le gérant d'une librairie-papeterie-presse a 52 ans, il a déjà occupé un poste à responsabilité et en lien avec la gestion. Il a repris son commerce il y a plusieurs années (8 années en moyenne). Il désire vendre son commerce, en effet, sa vision le concernant est pessimiste.

Le commerce

Le local d'une librairie-papeterie-presse mesure 115 m² et a une surface moyenne dédiée au livre : 36 m², soit 31% de son espace de vente.

L'activité

Une librairie-papeterie-presse dégage en moyenne 231 330 € de chiffre d'affaires annuel (moyenne 2010-2015). Cependant, notons que ce chiffre est en recul constant depuis 2005. Le loyer du commerce représente 9,1% du chiffre d'affaires.

Une librairie-papeterie-presse accueille 1,5 ETP (Équivalent Temps Plein).

La gestion

Le gérant d'une librairie-papeterie-presse connaît et comprend les enjeux de gestion. Il sait manipuler les différents leviers dont il dispose.

Le taux d'endettement est faible (0,31/1) et l'amortissement est haut. Le gérant est peu endetté, il a remboursé sa dette mais son outil de travail est vieillissant, c'est le signe de la fin de l'investissement sur le lieu de vente.

Pourtant, le niveau de liquidité, même s'il est inférieur à 1, progresse positivement pour s'en rapprocher (0,82/1).

Le délai fournisseur est maîtrisé malgré un léger recul, en moyenne il est de 106 jours (soit 90 jours fin de mois). La marge commerciale elle aussi est maîtrisée et constante, elle est comprise entre 31,81% et 35,63% depuis 2008.

Le besoin en fonds de roulement est négatif (-20 464 €) mais il tend à se réduire. Cette baisse dénote un changement du modèle économique de la librairie-papeterie-presse.

Les ratios financiers

Les ratios financiers moyens de la librairie-papeterie-presse signalent le décrochage global de ces commerces.

La valeur ajoutée est en recul à 64 466€ (115 480€ en 2005). En neuf ans, la valeur ajoutée moyenne a diminué de 55,82%.

La part de la masse salariale dans le chiffre d'affaires est de 13,63%. Notons cependant, que 2014 est une année accidentelle : pour les autres années, la part de la masse salariale représente entre 17% et 18% du chiffre d'affaires.

Les charges de personnel dégringolent à 42 168€ (74 678€ en 2005).

Le résultat d'exploitation (théoriquement supérieur au résultat net) est dégradé, pour atteindre une moyenne de 5 653€. Soit un résultat d'exploitation inférieur à la part de résultat net moyen de la profession au niveau national de 3,1% en 2013[1] !

Pour notre panel, un tel niveau de résultat d'exploitation tend à devenir le seuil de rentabilité.

La capacité d'autofinancement est très faible : 6 751€. Encore une fois, 2014 est

1 *La situation économique et financière des librairies indépendantes : analyse sur la période 2005-2012*, Xerfi France pour le Syndicat de la librairie française (SLF) et le ministère de la Culture et de la Communication (DGMIC/SLL). Comparatif de la marge et des résultats nets des autres commerces de proximité. Tableau p.50.

une année accidentelle, la capacité d'autofinancement habituelle moyenne est proche de 15 000€..

Le résultat net moyen est de 0,98% (année accidentelle : les autres années, environ 3,3%).

La comparaison avec une librairie-papeterie-presse au niveau national[2] (année de référence de notre panel : 2014).

	FRANCE	PANEL PICARD
Surface du magasin en m²	82	115
Chiffre d'affaires	183 171€	223 012€
Marge commerciale	32%	31,95%
Valeur ajoutée	28,2%	26,17%
Dotation aux amortissements	0,9%	2,03%
Résultat d'exploitation	12,8%	2,30%
Loyers et charges locatives	4,8%	6,91%
Charges de personnels	13,7%[3]	17,12%
Crédit fournisseurs en jour	96	106,10
BFR	416€	-27 302€

Au regard de ce tableau, nous pouvons émettre les commentaires suivants.

Le chiffre d'affaires

Il faudrait pouvoir bénéficier de plus de données pour lisser ce résultat et le voir probablement atteindre un CA moyen inférieur.

La dotation aux amortissements

Elle occupait encore en 2014 un niveau supérieur à la moyenne de la profession, mais le décrochage, et la baisse de la dotation, a débuté cette même année[4].

Le résultat d'exploitation

On observe un résultat d'exploitation en partie dégradé par les charges locatives et une masse salariale relativement préservée par les gérants.

Le besoin en fonds de roulement

L'on perçoit la compétence de gestion des gérants pour conserver un BFR négatif dans un contexte difficile.

2 Chiffres de l'année 2013 issus de CGA France présentant les statistiques des maisons de presse affiliés aux cabinets d'expertise comptable adhérents à ce groupement.

3 Idem. Pourcentage constitué par les postes « rémunération salaires et charges » + « cotisations de l'exploitant ». Pourcentage de la masse salariale hors rémunération gérant : 9,8%.

4 Voir graphique « Degré d'amortissement des immobilisations corporelles » plus haut.

9 Données comparatives : départements du Nord et du Pas-de-Calais et départements de l'Aisne, l'Oise et la Somme

1 Données géographiques et structurelles

La répartition géographique et territoriale

Le maillage culturel

Les cartes de *L'offre marchande de livres sur le territoire* et de *La vitalité du secteur* révèlent, comme en Nord – Pas-de-Calais, des inégalités territoriales dans les trois départements. Si les zones densément peuplées que sont l'Oise (de Beauvais à Compiègne) et la métropole amiénoise disposent d'une offre riche et variée, l'Aisne, la Somme (hors Amiens Métropole) et la Picardie Verte sont des zones qui manquent de points de vente et d'accès au livre. La Baie de Somme et la zone côtière sont quant à elles des zones fragiles : la forte densité de commerces n'empêche pas leur fermeture successive et bon nombre d'entre eux n'ouvrent plus que de façon saisonnière.

Répartition par type de commune

13 établissements sur 17 sont implantés dans des communes de moins de 10 000 habitants (soit 76% des répondants). Ce qui confirme la tendance déjà visible en Nord – Pas-de-Calais (31 établissements sur 49 implantés dans des communes de moins de 10 000 habitants, soit 63%).

Localisation

La localisation des commerces est, elle aussi, semblable à la tendance observée en Nord – Pas-de-Calais : sur 17 structures, 16 sont implantées en centre-ville, soit une très forte majorité. Pour autant, si les gérants se disent satisfaits (16 répondants sur 17) de leur emplacement (emplacement central, dans une zone de passage et à proximité d'autres commerces), ils déplorent aussi une diminution des commerces dans les centres-villes et se plaignent des mauvaises conditions de stationnement, de l'ouverture de grandes surfaces culturelles en périphérie de commune. La désertification des centres-villes et le manque d'attractivité des librairies-papeteries-presse inquiètent tant le versant nord, que le versant sud des Hauts-de-France.

Fiche d'identité

Statut juridique

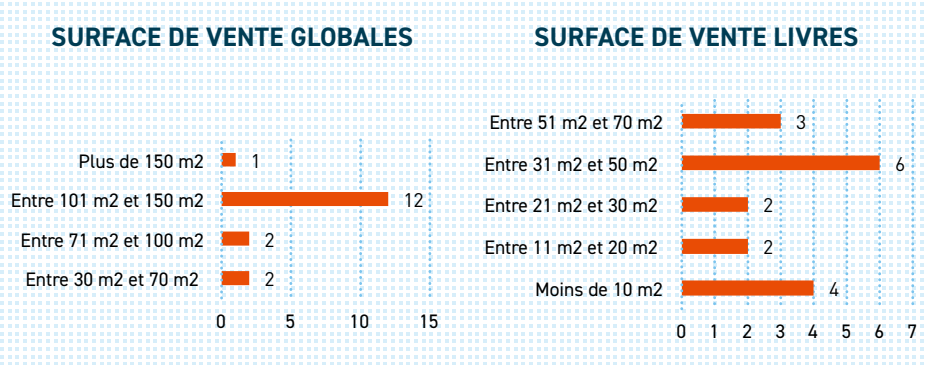
Les profils des établissements en Aisne, Oise et Somme sont variés : les statuts juridiques les plus plébiscités sont les SARL et les Entreprises individuelles. La tendance à une préférence pour les Entreprises individuelles observée Nord – Pas-de-Calais n'apparaît pas parmi les 17 répondants interrogés en Aisne, Oise et Somme.

Cependant, comme dans le versant nord, la forte majorité des entreprises sont des reprises, effectuées au cours des 5 dernières années ou avant 2007.

Surface de vente

Les librairies-papeteries-presse en Aisne, Oise, Somme disposent de locaux en moyenne plus vaste qu'en Nord – Pas-de-Calais : 70% des établissements picards ont une surface comprise entre 101m² et 150m² contre 34% des établissements du Nord et du Pas-de-Calais.

La surface de vente de livres moyenne représente 30% de la surface totale des établissements



Réseaux et enseignes

Comme dans le Nord et le Pas-de-Calais, les répondants sont pour moitié affiliés à une enseigne (très majoritairement Maison de la Presse) et pour moitié indépendants. Cependant, qu'ils soient affiliés ou indépendants, ces acteurs sont isolés les uns des autres et ne font partie d'aucun réseau fédérateur.

Emploi et formation

Profil du gérant

La grande majorité des gérants ont entre 40 et 59 ans et ont repris l'entreprise dans le cadre d'une reconversion professionnelle qui correspond souvent à un projet de réorientation personnelle.

Particularité des répondants d'Aisne, Oise, Somme, leur parcours professionnel est assez semblable : ils ont (en grande partie) exercé des postes à responsabilité dans les domaines de la gestion d'entreprise, de la comptabilité ou de la finance.

Répartition de l'emploi

Sur 17 structures, 13 ont des salariés, soit 23%. En Nord – Pas-de-Calais la tendance est semblable (26% de structures sans salariés).

RÉPARTITION DES SALARIÉS SELON LE CA GLOBAL

Nb de salariés / CA global	Pas de salarié	Entre 1 et 2	Entre 3 et 5
Moins de 90 000€			
Entre 91 000€ et 200 000€	1	5	
Entre 201 000€ et 500 000€	2	5	2
Entre 501 000€ et 1 M€			1
Ne se prononce pas / Ne sait pas	1		

Au regard de cette répartition, on note une même tendance à la fragilité que dans le Nord – Pas-de-Calais. Pour 10 structures ayant une activité similaire (CA compris entre 91 000€ et 500 000€), 3 ne peuvent avoir recours à l'embauche. Dans quelques structures, des licenciements ont eu lieu au cours des trois dernières années.

Formation

Sur la totalité des 17 structures interrogées, aucun des gérants ou des salariés n'a reçu de formation ou d'expérience spécifique à la librairie. Le manque de formation est compensé par un apprentissage « sur le terrain », comme en Nord–Pas-de-Calais.

2 La dimension économique

Chiffre d'affaires

(Chiffres DIANE pour 22 établissements analysés en Aisne, Oise et Somme ; cumul chiffre d'affaires et commissions)

Le chiffre d'affaires cumulé sur l'année 2014 est de 3,71 M€, soit un chiffre d'affaires moyen de 223 012€.

Si le nombre de répondants ne permet pas de comparer le chiffre d'affaires cumulé en 2014 avec le Nord – Pas-de-Calais, le chiffre d'affaires moyen 2014 en Aisne, Oise, Somme se révèle lui plus faible que celui du Nord – Pas-de-Calais, qui est de 364 340€.

LOCALISATION DES ÉTABLISSEMENTS SELON LEUR CA GLOBAL

CA global	Commune de moins de 5 000 habitants	Commune de 5 001 à 9 999 habitants	Commune de 10 000 à 999 999 habitants	Commune de plus de 100 000 habitants
Moins de 90 000€	1			
Entre 91 000€ et 200 000€	4	4		
Entre 201 000€ et 500 000€		4	5	
Entre 501 000€ et 1 M€	1			

3 La professionnalisation des acteurs

L'informatisation

14 structures sur 17 sont équipées de logiciel de gestion. Ces 14 établissements disposent de logiciels de gestion multi-produits qui ne permettent souvent pas une ventilation fine de la librairie. Aucun des établissements ne dispose d'un logiciel de gestion des stocks et des ventes spécifiques à la librairie.

Comme dans le versant nord, l'informatisation du stock livres ne fait pas partie des priorités d'investissement des répondants.

L'offre de livres et les fournisseurs

Le stock

Compte tenu des outils de gestion de stock dont disposent les structures, quantifier précisément le stock de livres est souvent problématique. Pour cause, 8 répondants sur 17 ne connaissent pas le volume de leur stock.

La comparaison au Nord et au Pas-de-Calais est difficile :

VOLUMES	EFFECTIFS
Moins de 250	1
Entre 251 et 500	1
Entre 501 et 1 000	
Entre 1 001 et 1 500	2
Entre 1 501 et 2 000	
Entre 2 001 et 3 000	1
Entre 3 001 et 4 000	
Plus de 4 000	4
Ne sait pas	8

Les fournisseurs

Contrairement au Nord et au Pas-de-Calais, la majorité des acteurs travaillent peu avec le Comptoir du Livre, en revanche, ils sont clients des grands distributeurs du livre : Hachette, Interforum, Sodis. Parmi les petits distributeurs, Cartothèque est un des fournisseurs de référence des répondants.

FOURNISSEUR	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS CLIENTS
Hachette	11
Interforum	14
Sodis (Gallimard)	12
Union Distribution (Flammarion)	11
Union Distribution (Actes Sud)	9
Piccolia	8
La générale du Livre	5
MDS	7
Le comptoir du Livre	3

L'assortiment

Comme en Nord – Pas-de-Calais, les gérants préfèrent avoir la maîtrise de leurs commandes et préfèrent la sélection personnelle, assortie parfois d'une part d'office, à un office complet.

Le recours à la librairie indépendante, comme fournisseur, est davantage une étape transitoire ou un mode de dépannage ponctuel des points de vente.

Les commandes

Les commandes à l'unité

La tendance est la même que dans le Nord et le Pas-de-Calais.

La commande à l'unité est pratiquée dans 100% des établissements : véritable enjeu de concurrence et de service clientèle, la commande à l'unité est indispensable. Cependant, celle-ci peut peser sur la trésorerie des établissements (frais de transport) qui cherchent souvent à optimiser ces frais en regroupant les commandes.

Marchés publics et vente aux collectivités

Sur 17 répondants, seuls 3 déclarent répondre à des marchés publics. Pour les 14 autres, répondre à un marché public demande un temps et des compétences qui manquent au sein de la structure.

Pour autant, 9 répondants sur 17 travaillent avec des établissements publics (hors cadre marché publics). Le plus souvent il s'agit d'établissements scolaires (8 occurrences), de mairies (5 occurrences) ou de bibliothèques (5 occurrences).

Comme en Nord – Pas-de-Calais, l'interaction avec les établissements publics ne passe pas tant par des appels d'offre que par des acquisitions en direct.

4 Le rôle culturel et social

Animation et communication

Salons du livre et animations

Si la participation à des événements culturels et littéraires hors-les-murs reste faible (4 répondants sur 17), les établissements développent une politique d'animation culturel *in situ* (16 répondants sur 17). Dans la plupart des cas, il s'agit, comme dans le versant nord, de signatures d'auteurs locaux, édités à compte d'auteur ou auto-édités. Mais ils développent également des animations diverses (expositions, ateliers, visites d'imprimerie) et jouent pleinement leur rôle d'animateur social et culturel, notamment dans les zones rurales.

Site Internet

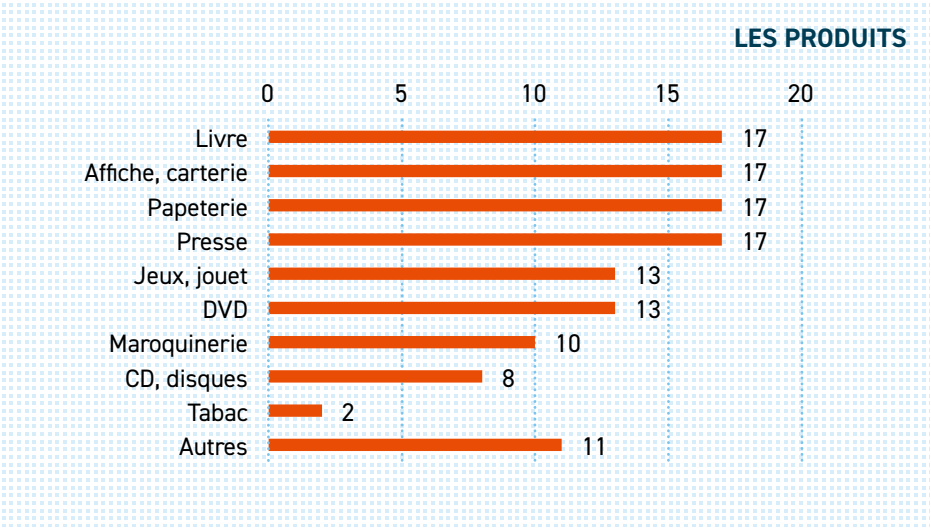
15 établissements sur 17 sont présents sur Internet, principalement via facebook ou des portails collectifs. Pour autant, tant dans le versant nord que dans le versant sud, ceci n'est pas une priorité.

La bibliodiversité

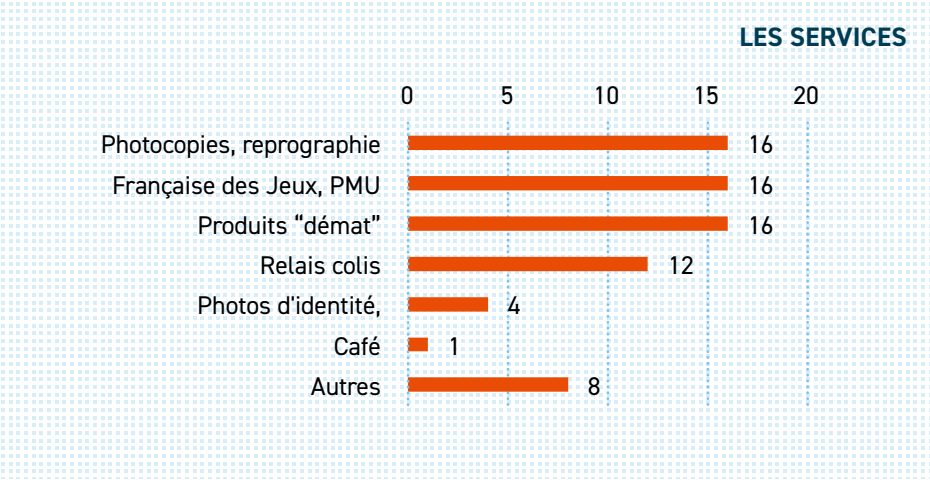
Les fonds sont principalement composés de littérature et d'ouvrages jeunesse, soit des fonds qui suivent les tendances générales du marché du livre. Comme en Nord – Pas-de-Calais, les fonds de documents et d'essais sont faibles et pour la plupart composés de livres politiques, livres d'actualité ou livres de société. Les sciences humaines ou la psychologie sont rares.

15 établissements sur 17 proposent des ouvrages d'éditeurs régionaux. Parmi les éditeurs les plus représentés on retrouve les éditions Ravet-Anceau, comme en Nord - Pas-de-Calais, les éditions du Labyrinthe et les éditions Delattre.

Un commerce culturel de proximité



Parmi les autres produits cités, on trouve, comme dans le versant nord, des produits de téléphonie, mais aussi des articles fumeurs, des bijoux, de la confiserie et des boissons, des montres, des box cadeaux.



Parmi les autres produits cités, on trouve, comme dans le versant nord, des services de relais pressing ou cordonnerie, mais aussi des timbres et des bornes Free.

5 Conclusions des rapprochements

L'étude des 17 établissements ayant répondus à l'enquête montre sur bien des aspects des tendances semblables à celles observées dans le Nord et le Pas-de-Calais.

La fragilité des commerces, l'isolement des professionnels et l'absence de formation sont des problématiques communes aux acteurs des versants nord et sud. Sur le versant sud, un des enjeux pour l'offre de livres est l'informatisation des stocks, qui permettra d'affiner la gestion de ces derniers.

Le point fort des acteurs interrogés dans les Hauts-de-France est le rôle d'animateur du territoire qu'ils endossent : ils sont à la fois des relais de proximité, porteurs de diversité, médiateurs et parfois même conseillers du livre.

10 CONCLUSION

L'étude des librairies-papeteries-presse en Aisne, Oise, Somme est inédite sur son territoire. L'analyse des profils sociologiques et financiers des entreprises de notre panel a révélé des fragilités structurelles et circonstancielles.

Ce réseau assure, par son maillage territorial, une offre de livres neufs dans les zones les moins densément peuplées, en général dans un contexte très rural.

C'est ainsi qu'à l'opposé de la considération des distributeurs du livre de classer communément ces points de ventes dans le niveau le plus bas (niveau D), il est en fait, dans les zones rurales, un des rares accès au livre et à la lecture et, bien souvent, l'unique lieu où l'on peut acheter des livres et se faire conseiller sur ses achats.

Nous avons pu observer une bonne répartition géographique des librairies-papeteries-presse et des librairies selon le type de zone, établissant ainsi un équilibre stable dans la concurrence que ces structures pourraient se livrer.

Un marché global en souffrance : une fragilité structurelle

La décroissance du marché global de la presse, amorcée dans le courant des années 2000, se répercute au quotidien sur les librairies-papeteries-presse dont le chiffre d'affaires suit une lente et sûre courbe descendante. Parallèlement aux mutations des pratiques de lecture et de consommation, les concurrences d'Amazon et des super et hypermarchés se renforcent, augmentant ainsi la difficulté déjà existante des librairies-papeteries-presse à capter ou renouveler leur clientèle.

Des mutations de la filière : une fragilité conjoncturelle

La filière presse elle-même, tenue par les éditeurs, peine à gagner en fluidité afin de répondre aux besoins logistiques nouveaux et à l'émergence d'un modèle économique différent.

En effet, les gérants de librairies-papeteries-presse sont confrontés à un impératif de diversification de leur offre. Les produits et services proposés ne correspondent pas tous au même modèle économique. En diversifiant toujours plus leur offre, les librairies-papeteries-presse voient leur modèle économique changer peu à peu. Pour les acteurs qui assurent une diversification via l'offre de livres, la mutation en miroir du modèle économique est nette.

Le maintien de l'activité des librairies-papeteries-presse

Le nombre de points de vente en situation précaire (fermeture actée ou imminente) est important. Afin de maintenir leur entreprise, les gérants utilisent les leviers de gestion à leur portée : l'investissement et l'emploi. Dans ce contexte, un nombre important de gérants cherchent à céder leur entreprise « avant qu'il ne soit trop tard ».

Pour compenser la baisse d'activité, les gérants renforcent leur présence en ayant des horaires d'ouverture hebdomadaire et annuelle extrêmement importantes. Cette recherche d'équilibre, se fait notamment au détriment de la vie personnelle et la bonne santé des gérants. Les professionnels sont épuisés par les contraintes de l'activité quotidienne mais également par les contraintes logistiques lourdes que requiert la gestion de la presse. Dans ce contexte, la difficulté à capter et fidéliser une nouvelle clientèle est vécue avec un certain défaitisme.

Des professionnels isolés

Le réseau des librairies-papeteries-presse, s'il est dense sur le territoire, n'est pas un réseau animé : les acteurs ne se connaissent pas, l'échange entre confrères se fait éventuellement au sein du groupement NAP mais n'est pas une pratique courante. Cette absence de dialogue crée un fort sentiment d'isolement.

Par ailleurs, le peu de réactivité des collectivités communales face aux problématiques de vitalité des centre-bourgs renforce le sentiment d'abandon des gérants des librairies-papeteries-presse.

Une méconnaissance des pouvoirs publics et leurs dispositifs

Les gérants de librairies-papeteries-presse méconnaissent les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics, que ce soient des dispositifs de prêt, de garantie ou de subvention. Ils n'ont pas la pratique des institutions et ne pensent pas à interpeller ces dernières. En parallèle, les logiques à l'œuvre au sein des municipalités ou communautés de communes semblent ne pas tenir compte des problématiques spécifiques des points de vente (places de parking, travaux, implantation de grandes surfaces, commandes à un grossiste ou au libraire de la ville voisine, etc.) renforçant ainsi toujours plus le pessimisme ambiant dans la profession.

La qualification des professionnels

La bonne qualification des professionnels, que ce soit en termes de gestion ou de comptabilité, se vérifie à la lecture et l'analyse des comptes. Ces compétences leur permettent de maintenir l'activité de leur entreprise. De plus, les marges commerciales et les délais fournisseurs démontrent une capacité de négociation réelle. Ces compétences sont sans doute renforcées par l'impératif de diversification de l'offre dans les librairies-papeteries-presse. Les gérants doivent s'adapter à des produits avec des logiques commerciales et des flux de trésorerie différents. Pour autant, s'ils développent un savoir-faire et une connaissance fine de leur clientèle, ils ne disposent pas d'une qualification sur chaque produit. Pour l'offre de livre, le recours à un parcours de formation ciblé pourrait permettre la montée en qualification des gérants et des points de vente.

11 PRÉCONISATIONS

1 Évaluation

Dans le contexte de la mise en place de deux dispositifs d'accompagnement des librairies-papeteries-presse et à leur expérimentation sur trois ans (Contrat territorial 2015-2017), il est nécessaire de procéder à une première évaluation pour en analyser l'impact et faire évoluer éventuellement les dispositifs afin de les rendre encore plus opérants.

Pour mémoire, ces deux dispositifs mis en place sont :

- Dispositif de soutien au développement des petits points de vente du livre en « zones blanches » (Dispositif LIPP).
- Dispositif de formation individuelle et/ou collective.

Évaluation administrative et technique

Afin de dresser un bilan des deux dispositifs de soutien aux librairies-papeteries-presse, l'AR2L Hauts-de-France et ses partenaires engagent une évaluation de leur impact financier et opérationnel.

Évaluation qualitative auprès des gérants de librairies-papeteries-presse

Dans le but de compléter l'approche financière des dossiers déposés, il est apparu important d'apporter des éléments contextuels et qualitatifs. Ceux-ci seront récoltés lors d'entretiens individuels avec un panel de gérantes et gérants de librairies-papeteries-presse.

Évaluation qualitative auprès des libraires experts

Les libraires experts qui ont formé les gérants bénéficiaires du programme de formation individuelle ou collective seront également consultés pour avis.

2 Sensibilisation

Sensibilisation des pouvoirs publics, élus et du réseau des bibliothèques

L'insuffisance de dialogue entre pouvoirs publics ou élus et gérants des librairies-papeteries-presse, soulignée au cours de l'étude, est un des facteurs du sentiment d'isolement des gérants. Afin de créer les conditions d'un dialogue et une compréhension des problématiques mutuelles, un travail de sensibilisation et de communication est nécessaire, notamment sur la question des marchés publics. Cette sensibilisation peut être favorisée par des rencontres entre techniciens ou élus des collectivités publiques, gérants des librairies-papeteries-presse et acteurs de la lecture publique.

Sensibilisation des éditeurs et libraires de la région

Certains éditeurs des Hauts-de-France sont présents sur les rayons des librairies-papeteries-presse. Afin de renforcer cette présence, il apparaît utile d'informer plus précisément les éditeurs des Hauts-de-France sur les spécificités de ce réseau de commercialisation. Cette information peut prendre plusieurs formes : rencontre, journée d'étude, entretien, etc. Le format sera à définir.

Dans le cadre de ses missions d'observation et le contexte de l'accord-cadre Etat/Région/CNL, l'AR2L Hauts-de-France a commandé une étude sur la diffusion et la distribution du livre en région. Les conclusions de cette étude, présentée au 2e semestre 2018, permettront de mieux analyser les relations existantes entre éditeurs de la région et librairies-papeteries-presse.

3 Information, communication, visibilité

Insertion des acteurs dans les annuaires du livre en région

L'insertion des librairies-papeteries-presse dans les annuaires du livre en région permettra d'améliorer la visibilité de ces acteurs au sein des réseaux professionnels et, dans une certaine mesure, auprès des publics.

Intégration et association des acteurs aux manifestations de la vie du livre en région

En incluant les gérants des librairies-papeteries-presse dans le circuit d'information et de veille professionnelle mis en place par l'AR2L Hauts-de-France et ses partenaires, ils seront plus à même de s'intégrer à la vie du livre en région (manifestations littéraires, rencontres interprofessionnelles, etc.). Cette étape est le premier pas d'une véritable démarche d'accompagnement et d'intégration dans le circuit du livre en région.

4 Espace ressource

L'AR2L Hauts-de-France est une structure interprofessionnelle dont la vocation est de favoriser le développement de l'écosystème du livre dans la région Hauts-de-France et la professionnalisation des acteurs. À ce titre, elle rassemble et transmet les informations nécessaires au bon développement des acteurs en région.

Répertoire des aides économiques aux entreprises en Hauts-de-France

Au regard de la connaissance insuffisante des dispositifs existants, il paraît nécessaire de constituer une ressource documentaire synthétique, claire et accessible facilement. Plusieurs volets d'action visant au développement des entreprises et particulièrement des TPE/PME en région pourraient être observés et suivis :

- Volet investissement,
- Volet fonctionnement,
- Volet emploi.

La création du répertoire se base sur les besoins identifiés par la présente étude ainsi que sur une concertation avec les partenaires institutionnels (DRAC Hauts-de-France, DIRECCTE Hauts-de-France, Région Hauts-de-France, CCI Hauts-de-France, BPI France) et les acteurs du territoire.

Création de fiches ressources

Dans le cadre de la définition de sa politique documentaire et de sa politique de ressources, l'AR2L Hauts-de-France, accompagnée de ses partenaires (notamment l'association Libr'Aire), définit des fiches ressources sur la librairie qui pourront être consultées par tous, et notamment par les gérants des librairies-papeteries-presse.

Ces fiches ressources peuvent constituer une base de documentation des bonnes pratiques en librairie.

12 REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier très chaleureusement les gérants et personnels des librairies-papeteries-presse qui nous ont accueillis, ont pris de leur temps et nous ont accordé leur confiance. Leurs interventions nous ont aiguillé tout au long des diverses phases afin de produire une étude qui soit un reflet que nous espérons fidèle de leurs problématiques, leurs interrogations, mais aussi le reflet de leur quotidien et leurs compétences.

Nous remercions les gérants et personnels des librairies-papeteries-presse :

La librairie de la gare - Maison de la presse de Laon, la Maison de la presse de Guise, la Maison de la presse de Vervins, La Fontaine aux livres à Crécy-sur-Serre, la Maison de la Presse d'Origny-Sainte-Benoîte, la Librairie des Fables à Château-Thierry, le Mag Presse de Breteuil, la Maison de la presse de Lacroix-Saint-Ouen, la maison de la presse Au chat qui lit à Amiens, la Maison de la presse de Rue, la Maison de la presse d'Oisemont, la Maison de la presse de Saint-Valery-sur- Somme, la Maison de la presse d'Airaines, la Maison de la presse d'Albert, la Presse de L'Hôtel de Ville Romuald de Longueau, la Maison de la presse de Doullens, la Maison de la presse de Roye.

Nous remercions également les gérants des dépôts de presse d'Alonne et Gauchy qui nous ont fourni des repères précieux pour aborder la filière presse dans son ensemble. Nous les remercions pour leur temps et leur confiance.

13 BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE

1 Bibliographie

- *Librairies-papeteries-presse et autres petits points de vente du livre*, Centre Régional des Lettres et du Livre Nord – Pas-de-Calais, 2016
- *Hachette le géant aux ailes brisées*, Jean-Yves Mollier, éd. De l'Atelier, 2015
- *Les pratiques culturelles des français à l'heure du numérique : Enquête 2008*, Olivier Donnat, La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

2 Webographie

- Site du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) : http://csmp.fr/
- Site de l'Union des commerçants des loisirs et de la presse (UNDP) – Culture Presse : http://culturepresse.fr/
- Presstalis : http://www.presstalis.fr/
- Messageries lyonnaises de presse (MLP) : http://www.mlp.fr/
- NAP : https://groupe-nap.com/
- *Nouveau dispositif de rémunération des diffuseurs*, Presstalis, 2015 : http://m.espacediffuseur-presstalis.com/pdf/dispositif_remuneration_diffuseurs2015.pdf
- *La librairie en région (données 2014-2015)*, Fill, 2017 : http://fill-livrelecture.org/wp-content/uploads/2017/06/Barometre-Vfinale.pdf
- *La situation économique et financière des librairies indépendantes : analyse sur la période 2005-2012*, Xerfi France pour le Syndicat de la librairie française (SLF) et le Ministère de la culture et de la communication (DGMIC/SLL) : http://www.syndicat-librairie.fr/images/documents/la_situation_conomique_et_financi_re_des_librairies_ind_pendantes_2013_synth_se_version_d_finitive.pdf
- *Accord dérogatoire sur les délais de paiement : accord relatif aux délais de paiement entre imprimeurs, éditeurs et détaillants dans le secteur de l'édition de livres*, SLF : http://www.syndicat-librairie.fr/accord_derogatoire_sur_les_delais_de_paiement
- Loi Bichet du 2 avril 1947 : https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;?cidTexte=LEGITEXT000006068035
- *Devenir Libraire en Auvergne-Rhône-Alpes*, Libraires en Rhône-Alpes, Juillet 2017 http://www.libraires-rhonealpes.fr/images/PDF/devenirlibraire/Devenir_libraire.pdf

ANNEXES

1. QUESTIONNAIRE DE L'ÉTUDE 2017 SUR LES LIBRAIRIES-PAPETERIES-PRESSE EN AISNE, OISE, SOMME

2. L'ENDETTEMENT DES ENTREPRISES : UNE ÉTUDE SUR LONGUE PÉRIODE

QUESTIONNAIRE DE L'ÉTUDE 2017
SUR LES LIBRAIRIES-PAPETERIES-PRESSE EN AISNE, OISE, SOMME

1 Vous

☐ Homme ☐ Femme

Nom et prénom du gérant (e) :

Votre âge :

1.1 Quelle est votre formation initiale ?

1.2 Gérez-vous plusieurs magasins ?

☐ OUI ☐ NON

→ **OUI, Combien :**

1.3 Avez-vous le désir de partir à la retraite dans les 5 années à venir ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

1.4 Quels sont vos projets (en lien avec l'établissement) ?

1.5 Comment envisagez-vous votre métier dans les années à venir ?

1.6 Désirez-vous transmettre votre structure en l'état ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si NON,** ***vous désirez revendre le fonds de commerce et peu importe pour la nouvelle implantation ?***

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

2 Votre établissement

N° siret :

Mail :

2.1 Quel est son statut juridique ?

☐ SARL ☐ EI ☐ Association

☐ SA ☐ EURL ☐ Autre, précisez :

2.2 Votre point de vente est-il

☐ Une création pure ? ☐ Une reprise

→ **si c'est une création :**

Quelle est la date de la création ?

Avez-vous été accompagné et par qui (quel organisme) ?

→ **si c'est une reprise :**

Quelle est la date de reprise ?

Pouvez-vous indiquer la date de création si vous la connaissez ?

2.3 La vente de livres

☐ Représente 50 % ou plus de votre CA ? ☐ Est une activité secondaire

2.4 Quels autres types de produits proposez-vous au sein de votre commerce ?

☐ CD, disques ☐ Affiches, carterie ☐ Presse

☐ DVD ☐ Papeterie ☐ Tabac

☐ Jeux, jouets ☐ Maroquinerie

☐ Autre, précisez :

2.5 Quels types de services proposez-vous au sein de votre commerce ?

☐ Café ☐ Photos (identités, développement)

☐ Produits « démat' » ☐ Jeux (Française des jeux)

☐ Relais colis ☐ Photocopies / reprographie

☐ Autre, précisez :

2.6 Êtes-vous lié par un contrat de franchise ou à un réseau d'enseigne ?

☐ OUI ☐ NON

→ **OUI, lequel :**

☐ Maison de la Presse ☐ Agora

☐ Mag Presse ☐ Agora Presse

☐ Autre, précisez :

2.7 Êtes-vous satisfait de votre localisation ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, Pourquoi ? *(plusieurs réponses possibles)***

☐ Parce que c'est une zone de passage

☐ Parce que c'est à proximité d'autres commerces

☐ Parce que l'on peut y accéder facilement (transport en commun, stationnement, etc.)

☐ Parce qu'il est situé à proximité d'établissements scolaires

☐ Autre, précisez :

→ **Si NON, Pourquoi ? *(plusieurs réponses possibles)***

- ☐ Parce que beaucoup de commerces ont fermé autour du mien
- ☐ Parce que le loyer est trop cher
- ☐ Parce qu'il est difficile d'y accéder (loin transports en commun, pas de stationnement, etc.)
- ☐ Autre, précisez :

3 Votre Local

3.1 Etes-vous :

☐ Propriétaire des murs ? ☐ Locataire ? ☐ Les deux ?

→ **Si OUI à Locataire**

Quel est le montant mensuel du loyer, charges comprises ?

3.2 Quelle est environ la superficie...

... de votre surface de vente totale ? m²

... de votre surface de vente dédiée aux livres ? m²

... de votre espace de stockage, réserve, traitement des colis ? m²

3.3 Avez-vous réalisé des travaux d'aménagement ou fait l'acquisition du matériel ou de mobilier ces 3 dernières années ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, précisez *(plusieurs réponses possibles)***

- ☐ Travaux d'agrandissement
- ☐ Travaux d'agencement intérieur
- ☐ Travaux de rénovation extérieurs
- ☐ Travaux de rénovation intérieurs
- ☐ Mobilier
- ☐ Equipements (caisse enregistreuse, logiciel de gestion de stock, etc.)
- ☐ Décoration
- ☐ Autre, précisez :

→ **Si NON, précisez pourquoi :**

A Je n'en ai pas besoin

B Je vais bientôt céder mon magasin (retraite, cessation d'activité)

C Je n'ai pas de capacité d'investissement

☐ Autre, précisez :

→ **Si OUI à C**

Si vous aviez la possibilité, dans quel domaine souhaiteriez-vous investir ?

- ☐ Travaux d'agrandissement
- ☐ Travaux d'agencement intérieur
- ☐ Travaux de rénovation extérieurs
- ☐ Travaux de rénovation intérieurs
- ☐ Mobilier
- ☐ Equipements (caisse enregistreuse, logiciel de gestion de stock, etc.)
- ☐ Décoration
- ☐ Autre, précisez :

4 Votre chiffre d'affaires de l'année 2014

4.1 Quel est votre CA total pour l'année 2014 ?

€

Quel est la part de la vente de livress neufs sur votre chiffre d'affaires global pour l'année 2014 ?

€

4.2 Quel a été votre résultat net en 2014 ?

€

4.3 Sur vos ventes en livres neufs, quelle est la part en %...

... de la vente aux particuliers ? (estimation)

- ☐ Moins de 20 %
- ☐ De 21 à 50 %
- ☐ De 51 à 80 %
- ☐ Je ne sais pas

... de la part des ventes aux collectivités ? (estimation)

- ☐ Moins de 5 %
- ☐ De 6 à 20 %
- ☐ De 21 à 50 %
- ☐ Au-delà de 50 %
- ☐ Je ne sais pas

... de la part des ventes hors les murs (salons, conférences, etc.) (estimation)

- ☐ Moins de 5 %
- ☐ De 6 à 15 %
- ☐ De 15 % et plus
- ☐ Je ne pratique pas de ventes hors les murs
- ☐ Je ne vends pas de livres aux collectivités
- ☐ Je ne sais pas

4.4 Quelle est la part, en %, des ventes en livres scolaires et parascolaires sur votre chiffre d'affaires (estimation)

- ☐ Moins de 5 %
- ☐ De 6 à 15 %
- ☐ De 15 % à 25 %
- ☐ Au-delà de 25 %
- ☐ Je ne vends pas de livres scolaires
- ☐ Je ne sais pas

4.5 Avez-vous bénéficié d'une aide financière publique ces trois dernières années ?

☐ OUI ☐ NON

→ **Si OUI, de quelles institutions publiques ? *(plusieurs réponses possibles)***

- ☐ Le Conseil régional
- ☐ Le conseil départemental
- ☐ La Ville/ commune ou agglomération de communes dans laquelle est domicilié mon établissement

☐ La Direction régionale des affaires culturelles (DRAC)

☐ La Banque publique d'investissement (BPI)

☐ Aide à la modernisation des diffuseurs de presse de la direction générales des médias et des industries culturelles (DGMIC – Cabinet Deloitte)

☐ Autre, précisez :

Quel en fût la destination de cette aide ?

→ **Si Non, avez-vous eu recours à l'emprunt bancaire ?**

☐ OUI ☐ NON

5 L'emploi dans votre structure

5.1 Votre conjoint(e) a-t-il (elle)le statut de conjoint(e) collaborateur (-trice) dans votre structure ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Je n'ai pas de conjoint(e)

5.2 Avez-vous eu un ou plusieurs salariés (année 2015) ?

☐ OUI ☐ NON

→ **Si OUI, combien avez-vous de salariés ?**

☐ Entre 1 et 2

☐ Entre 3 et 5

☐ Plus de 5

☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, combien cela représente-t-il d'équivalents temps plein en 2015 (ETP) ? *(sans compter le temps de travail du gérant)***

Un chiffre, même approximatif

→ **Si OUI à la question 5.2**

5.3 Parmi vos employés, certains sont-ils exclusivement affectés à la vente de livress (année 2015) ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

5.4 Avez-vous reçu une formation de libraire ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, laquelle ?**

5.5 Avez-vous une expérience professionnelle antérieure en tant que libraire ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, combien d'années ?**

5.6 Est-ce que l'un de vos employés a reçu une formation de libraire ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, laquelle ?**

5.7 Est-ce que l'un de vos employés a une expérience professionnelle antérieure en tant que libraire ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Je ne sais pas

6 Votre offre de livres (hors scolaire et parascolaire)

6.1 Comment constituez-vous votre assortiment de livres ?

A Vous le sélectionnez vous-même

B Votre (vos) fournisseur(s) sélectionne(nt) pour vous les titres (grilles offices)

C Les deux (vous choisissez sur une partie seulement de votre assortiment)

→ **Si OUI à C, précisez dans quelle proportion ?**

☐ ¼ office et ¾ sélection personnelle

☐ ½ office et ½ sélection personnelle

☐ ¾ office et ¼ sélection personnelle

☐ Je ne sais pas

6.2 Avez-vous un compte ouvert chez l'un de ces diffuseurs -distributeurs ? (plusieurs réponses possibles)

☐ Comptoir du livre

☐ Hachette

☐ Interforum

☐ Piccolia

☐ La générale du livre

☐ Gallimard-CDE

☐ MDS

☐ Flammarion

☐ Actes Sud

☐ Autres :

6.3 Chez les diffuseurs-distributeurs avec lesquels vous travaillez, quel est votre taux de remise ?

Comptoir du livre :	%	Gallimard-CDE :	%
Hachette :	%	MDS :	%
Interforum :	%	Flammarion :	%
Piccolia :	%	Actes Sud :	%
La générale du livre :	%	Autres :	%

6.4 De quels canaux de livraisons disposez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

☐ Prisme

☐ Coursiers

☐ Autres :

6.5 Quelle est la fréquence de réception sur votre lieu de ventes par semaine ?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ + de 3 fois

6.6 Pouvez-vous nous indiquer les horaires d'ouverture de votre établissement ?

Lundi		Samedi	
Mardi		Dimanche	
Mercredi			
Jeudi			
Vendredi			

6.7 Avez-vous parfois recours à une librairie généraliste pour composer votre assortiment ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, laquelle/les quelles ?**

6.8 Votre stock de livre neuf compte approximativement...

Livres

(N'oubliez pas votre logiciel de gestion de qui doit pouvoir vous renseigner !)

6.9 Proposez-vous à la vente les livres d'éditeurs picards ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, lesquelles ?**

6.10 Possédez-vous dans votre assortiment de livres, les catégories suivantes ?

☐ Livres pour enfants
☐ Bande dessinée
☐ Littérature sentimentale
☐ Mangas
☐ Actualités/politiques
☐ Ouvrages régionaux
☐ Pratique
☐ Littérature contemporaine
☐ Littérature jeunes adultes
☐ Best-sellers
☐ Policier
☐ Je ne sais pas

6.11 Acceptez-vous les dépôts de livres de la part des éditeurs régionaux ?

☐ OUI ☐ NON

→ **Si OUI, Trouvez-vous que cette solution soit la mieux adaptée ?**

☐ OUI ☐ NON

→ **Pourquoi ? :**

6.12 Comment êtes-vous informé de la production des éditeurs régionaux ? (plusieurs réponses possibles)

☐ Par communiqué de presse
☐ Par service de presse
☐ Par une newsletter
☐ En allant sur le site internet des maisons d'édition
☐ Par les réseaux sociaux de ces maisons d'édition (Facebook, Twitter, etc.)
☐ Par des réseaux sociaux autres (communauté littéraire (libfly, etc.), association interprofessionnelle (association des éditeurs, etc.)
☐ Par un auteur
☐ Par les lecteurs
☐ Je ne reçois jamais d'informations sur les nouveautés des éditeurs régionaux
☐ Autre(s) moyen(s), précisez
☐ Ne se prononce pas

7 Informatisation

7.1 Êtes-vous équipé d'un logiciel de gestion des stocks et des ventes de livres ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, lequel ?**

Connaissez-vous d'autres logiciels spécifiques de gestion de maison de presse ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, lequel ?**

7.2 Êtes-vous relié à une base de données professionnelle du livre ?

☐ Fel

☐ Dilicom

☐ Electre

☐ Autres, précisez

8 Commandes et clientèle

8.1 Pratiquez-vous la commande à l'unité ?

☐ OUI ☐ NON

8.2 Travaillez-vous régulièrement avec des établissements publics ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, lequel ?**

8.3 Est-ce que vous répondez à des marchés publics ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

8.4 Acceptez-vous la « Carte Génération Hauts-de-France » ?

☐ OUI ☐ NON ☐ On ne m'en a jamais présenté

9 Animations et communication

9.1 Votre établissement est-il présent sur internet ?

☐ OUI ☐ NON

→ **Si OUI, de quelle nature ? *(plusieurs réponses possibles)***

☐ Un site internet en propre

☐ Présence sur un portail collectif

☐ Un compte Facebook

☐ Autres, précisez

9.2 Participez-vous à des manifestations sur le territoire ?

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, sont-elles d'ordre culturelles ou liées à la proximité géographique ?**

9.3 Organisez-vous des animations culturelles au sein de votre magasin (signatures d'auteurs, dédicaces, rencontres-conférences, etc.)

☐ OUI ☐ NON ☐ Ne se prononce pas

→ **Si OUI, de quelle nature ? *(plusieurs réponses possibles)***

☐ Signatures et dédicaces

☐ Débats-Conférences

☐ Soirée thématique en partenariat avec un autre commerçant

☐ Soirée thématique en partenariat avec une institution publique

☐ Autres, précisez

BULLETIN DE LA BANQUE DE FRANCE – 4E TRIMESTRE 1996 – SUPPLÉMENT « ÉTUDES »

L'ENDETTEMENT DES ENTREPRISES : UNE ÉTUDE SUR LONGUE PÉRIODE

Durant la dernière décennie, le taux d'endettement des entreprises s'est allégé en France. La présente étude, après un rappel historique, compare l'évolution de l'endettement des entreprises françaises avec celle de leurs homologues dans les principaux pays étrangers. Elle analyse en détail la situation financière des sociétés françaises sur la période 1989-1995, à partir du comportement d'entreprises adhérant à la Centrale de bilans de la Banque de France, et permet de dégager les raisons et les caractéristiques essentielles de ce désendettement[1].

DOMINIQUE BOISSONADE - ALAIN TOURNIER
Direction des Entreprises - Observatoire des entreprises

■ Un rappel historique, depuis 1975, présente tout d'abord l'évolution de l'endettement en France, selon les chiffres de la comptabilité nationale. Il confirme que l'assainissement financier des entreprises françaises depuis 1985 s'explique essentiellement par le renforcement des fonds propres et, à partir de 1990, par la diminution de l'endettement liée au repli des besoins de financement..

Outre l'aspect temporel, ce phénomène intègre une composante spatiale puisque l'exploitation de la base internationale de données des comptes harmonisés (Bach) met en exergue une baisse ou une stabilité du taux d'endettement dans l'ensemble des pays analysés, à l'exception des États-Unis et, dans une moindre mesure, de la Belgique.

■ Sur la période 1989-1993, l'évolution de l'endettement est observée à partir de données bilantielles. Sont étudiés le ratio « endettement / capital engagé », l'endettement net, mais aussi la contrainte de solvabilité qui, malgré le désendettement général des firmes, s'est dégradée dans la plupart des secteurs. Par ailleurs, le critère de taille constitue un facteur important puisque les PME demeurent en fin de période plus endettées que leurs homologues plus grandes.

L'analyse de l'arbitrage entre les modes de financement et de placement fait apparaître un autofinancement croissant des investissements, conjugué, dans les grandes firmes, à un phénomène de désintermédiation bancaire au bénéfice d'un financement accru par recours aux marchés et auprès du groupe et des associés.

Parallèlement à la baisse constatée des investissements physiques et des besoins en fonds de roulement, une augmentation des prises de participation a été observée sur la période, ainsi qu'un développement des valeurs mobilières de placement, qui permettent aux firmes une gestion active de leur trésorerie.

■ L'étude de l'évolution récente des comportements d'endettement des firmes montre qu'en 1994 le désendettement des entreprises, conjugué au renforcement de leur financement propre, s'est poursuivi, alors que le mouvement de désintermédiation bancaire s'est interrompu et que la contrainte de solvabilité s'est allégée.

L'évolution des engagements bancaires en 1995 traduit une progression des besoins de financement de court terme et un recul des demandes de crédit de moyen et long terme. Les investissements, en hausse, ont, semble-t-il, continué à être largement autofinancés.

1. Cf. « Endettement des entreprises de 1989 à 1995 » – Banque de France – 96/08 – Dominique Boissonade et Alain Tournier

La structure de financement des entreprises fait régulièrement l'objet de publications : l'environnement monétaire et financier reste marqué par l'imprévisibilité du comportement des investisseurs et des mouvements observés sur des marchés qui apparaissent de plus en plus volatiles. L'intérêt de cette question s'est accru avec la baisse du recours au crédit des entreprises françaises depuis 1993.

Durant la dernière décennie, le taux d'endettement des entreprises s'est allégé, tant en France que dans la plupart des principaux pays étrangers. En France, cette évolution a été particulièrement sensible. Elle est essentiellement liée au renforcement des fonds propres, favorisé au cours de cette même période par la prise de mesures visant à faciliter l'accès aux marchés financiers et à en réduire le coût. Depuis le début des années quatre-vingt-dix, elle s'explique également par une diminution des besoins de financement des entreprises, qui a été à l'origine d'une forte réduction des flux d'endettement.

La présente étude permet, dans une première partie, d'établir un constat sur l'évolution de la situation financière des entreprises sur longue période, grâce aux données de la comptabilité nationale. L'endettement des entreprises françaises a également fait l'objet d'une comparaison avec celui de leurs homologues dans les principaux pays étrangers, au sein même de différents secteurs d'activité, grâce à la base de données harmonisées (Bach) constituée par la Commission des communautés européennes.

Dans une deuxième partie, l'étude présente l'évolution des structures financières et de la solvabilité des entreprises sur une période plus récente (de 1989 à 1993), puis analyse les raisons essentielles du désendettement des entreprises.

Enfin, dans une troisième partie, l'évolution des comportements d'endettement en 1994 et 1995 est observée, afin d'étudier l'impact sur les firmes françaises de la reprise de l'activité qui a caractérisé la majeure partie de ces deux années.

1. L'évolution de l'endettement : cadrage historique et spatial

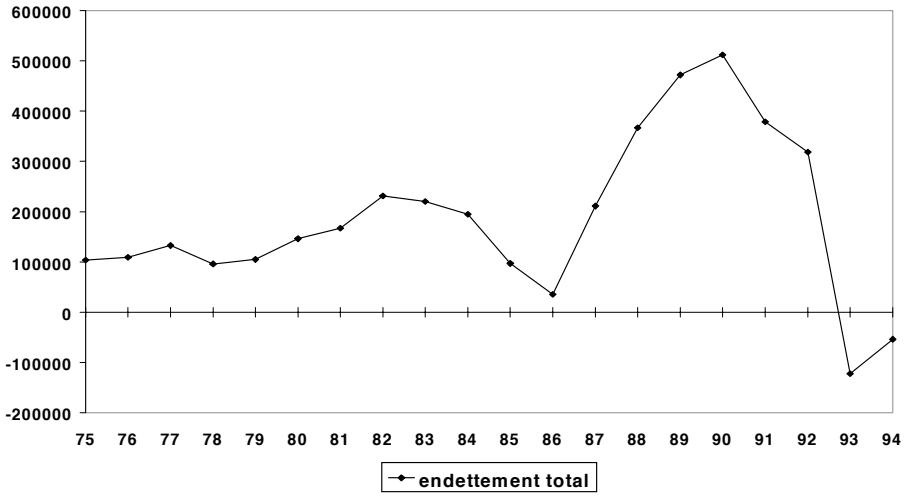
1.1. Le cadrage historique sur l'ensemble de l'économie (1975-1994)

L'endettement auprès des marchés (monétaire et obligataire) et des établissements de crédit constitue, avec l'autofinancement, le principal mode de financement des sociétés non financières.

Selon les chiffres de la comptabilité nationale, ces canaux de financement ont été sollicités à des degrés divers depuis 1975. Leur analyse permet de dégager des grandes tendances par période.

ÉVOLUTION DU FLUX D'ENDETTEMENT DEPUIS 1975

en millions de francs



Source : Comptes de la Natior
Réalisation : Banque de France
Observatoire des entreprises – Tél. : 01 42 92 39 43

Mise à jour le 20 mars 1996

De 1975 à 1982

Au cours de cette période, les besoins de financement des firmes sont principalement couverts par le recours au crédit bancaire tandis que l'autofinancement demeure faible. *Le flux d'endettement auprès des établissements de crédit double*, passant de 84,56 milliards de francs en 1975 à 181,94 milliards en 1982.

En fin de période, l'endettement auprès des banques représente 78 % du financement de l'investissement physique ou financier des sociétés non financières, le financement auprès des marchés 17 % et le financement auprès des associés 5 %.

De 1983 à 1986

Entre ces deux dates, seul *le flux d'endettement auprès des marchés financiers enregistre une progression* à *partir de 1985, en raison de la déréglementation* qui s'y opère. Il passe ainsi de 34,6 milliards de francs en 1983 à 44,3 milliards en 1986.

Les entreprises profitent de cette période pour restaurer leurs comptes et modèrent fortement leur endettement auprès des établissements de crédit, qui continue cependant à représenter structurellement leur mode de financement privilégié.

De 1987 à 1990

Cette période est essentiellement marquée par la levée de l'encadrement du crédit, en 1987, qui entraîne une *augmentation substantielle de l'endettement auprès des banques*, de 149,7 milliards de francs en 1987 à 387,3 milliards. Le recours au système bancaire représente, en fin de période, plus des trois quarts du financement total des entreprises non financières.

Parallèlement, l'endettement auprès des marchés, en faible augmentation en 1987, connaît de nouveau une croissance soutenue jusqu'en fin de période.

Seul le financement auprès des associés reste plutôt stable, passant de 23,7 milliards de francs en 1987 à 25,5 milliards.

De 1991 à 1994

Depuis 1991, *le recours à l'endettement s'amoindrit*, si l'on excepte la composante « associés ». L'épargne brute dégagée par l'entreprise croît, alors que, dans le même temps, l'investissement diminue.

À partir de 1993, les entreprises consacrent une partie de leurs ressources internes au remboursement des prêts contractés auprès des établissements de crédit. Le montant de leur endettement auprès des banques recule ainsi de 177,7 milliards de francs en 1993 et de 93,4 milliards en 1994. Il est par ailleurs intéressant d'observer que les entreprises recourent de manière importante aux actionnaires (près de 260 milliards de francs collectés en 1994), malgré une conjoncture boursière médiocre dominée par la permanence de taux d'intérê télevés.

1.2. L'évolution internationale de l'endettement des entreprises de 1985 à 1993

Cette étude a été menée à partir des informations transmises par la base de données Bach (Banque de comptes harmonisés ou *Bank for the Accounts of Companies Harmonized*). C'est en 1985 que la DG II (direction générale des Affaires économiques et financières) de la Commission européenne a entrepris la constitution de cette banque de données reprenant les comptes agrégés à différents niveaux sectoriels de plusieurs pays de la Communauté ainsi que du Japon et des États-Unis. Le fichier informatique, créé à partir de ces informations, a rendu possible l'établissement de séries statistiques globalisées comparatives. Ces séries rétrospectives couvrant la période 1983-1993 portent sur onze pays : la France, l'Allemagne, l'Italie, la Belgique, les Pays-Bas, l'Espagne, le Portugal (à partir de 1985), le Royaume-Uni (jusqu'en 1990), l'Autriche, les États-Unis et le Japon.

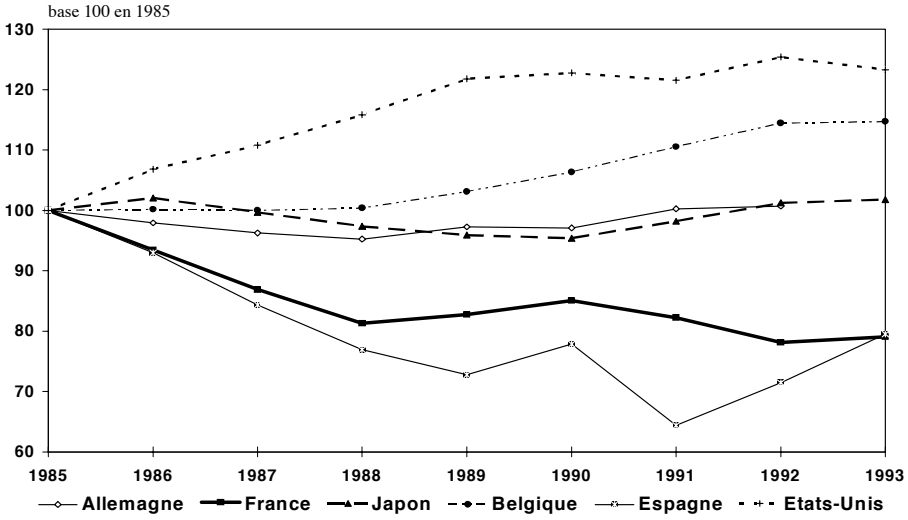
Si les comparaisons des séries en évolution ne posent pas de problèmes majeurs, à la condition de respecter les limites liées à la définition des différents postes comptables d'un pays à l'autre, les comparaisons en niveau restent délicates et ne seront donc pas utilisées.

Pour la présente étude, sept pays ont été retenus : Allemagne, France, Japon, Belgique, Espagne, Italie, États-Unis.

Pour chacun des pays sélectionnés, le ratio d'endettement « endettement (dettes à long terme + dettes à court terme, hors dettes commerciales)/ressources financières (endettement + capitaux propres – capital souscrit nonversé)» a été étudié sur la période de référence commune 1985-1993.

Cet indicateur montre que les entreprises des pays concernés ont connu ou bien une stabilisation de leur taux d'endettement (cas de l'Allemagne, du Japon, de l'Italie) ou bien une baisse (cas de l'Espagne ou de la France) si l'on prend 1985 comme année de référence (base 100). Seuls, les États-Unis et, dans une moindre mesure, la Belgique ont enregistré une hausse de ce ratio.

CAPITAUX EMPRUNTÉS/RESSOURCES FINANCIÈRES
Ensemble des secteurs
(industrie, bâtiment et commerce)



Source : Bank for the Accounts of Companies Harmonize
Réalisation : Banque de France
Observatoire des entreprises – Tél. : 01 42 92 39 43
Mise à jour le 20 mars 1996

1.2.1. Le comportement intra-sectoriel par pays

En *Allemagne*, le secteur du bâtiment demeure le plus endetté sur l'ensemble de la période référencée, avec un ratio d'endettement évoluant entre 90,5 % et 96,5 %.

L'activité de commerce (commerce de gros et commerce de détail) se situe en position intermédiaire, le rapport capitaux empruntés/ressources financières s'établissant entre 76,0 % et 90,2 %.

Enfin, l'industrie manufacturière reste, avec un ratio d'endettement situé entre 60,2 % et 62,4 %, le secteur le moins engagé financièrement. Au sein du secteur secondaire, ce sont les entreprises des biens d'équipement et des biens de consommation courante qui ont davantage recours au financement externe.

En *France*, où les différents secteurs ont connu une amélioration de leur autonomie financière, le ratio présentait à fin 1993 la plus faible valeur dans l'industrie, la plus forte dans le bâtiment.

Au *Japon*, le secteur secondaire se démarque par un faible engagement financier (ratio d'endettement autour de 60 %) comparativement aux autres secteurs d'activité étudiés. Les secteurs du bâtiment et du commerce connaissent une certaine stabilité du ratio étudié qui oscille dans une fourchette comprise entre 73 % et 81 %.

En *Belgique*, la hiérarchie sectorielle reste la même sur la période considérée. L'activité du bâtiment, avec un ratio d'endettement supérieur de plus de dix points à ceux des autres secteurs analysés, demeure la plus engagée financièrement.

En *Espagne*, le commerce de détail reste le moins dépendant des prêteurs, avec un ratio d'endettement oscillant entre 29,8 % et 34,0 %. Dans les autres activités, on constate sur la période d'importants écarts d'endettement pouvant atteindre plus de vingt points au sein d'un même secteur. En fin de période, c'est l'industrie qui apparaît la plus engagée financièrement.

En *Italie*, on observe le plus faible degré d'endettement (autour de 63 %) dans l'industrie, le plus fort dans le secteur du bâtiment où le ratio se situe dans la tranche 85 % - 90 %. Le commerce de gros et le commerce de détail maintiennent, en fin de période, une position médiane.

Aux États-Unis, le niveau d'endettement s'est inscrit en hausse dans tous les secteurs entre 1985 et 1993, ce qui place ce pays en situation atypique par rapport aux autres nations étudiées.

Globalement, à l'exception des États-Unis et, dans une moindre mesure, de la Belgique, les données internationales observées à partir de la base Bach montrent une tendance à la stabilisation ou à la baisse du ratio d'endettement. L'analyse qui suit va nous permettre de confirmer ce constat pour le cas de la France.

2. L'évolution de l'endettement des entreprises françaises sur la période 1989-1993, et les facteurs explicatifs

L'observation des données de l'échantillon Centrale de bilans[1] de la Banque de France permet d'affiner l'analyse du comportement des entreprises françaises effectuée dans la première partie de l'étude. La période 1989-1993 est intéressante car elle recouvre trois phases économiques distinctes : de 1989 à mi-1990 une période de croissance encore soutenue, de mi-1990 à 1992 une période de fort ralentissement de l'activité et enfin une récession en 1993. L'évolution de l'endettement des entreprises françaises est analysée à partir de chaque concept selon la taille ou le secteur de l'entreprise, puis les causes de cette évolution sont examinées.

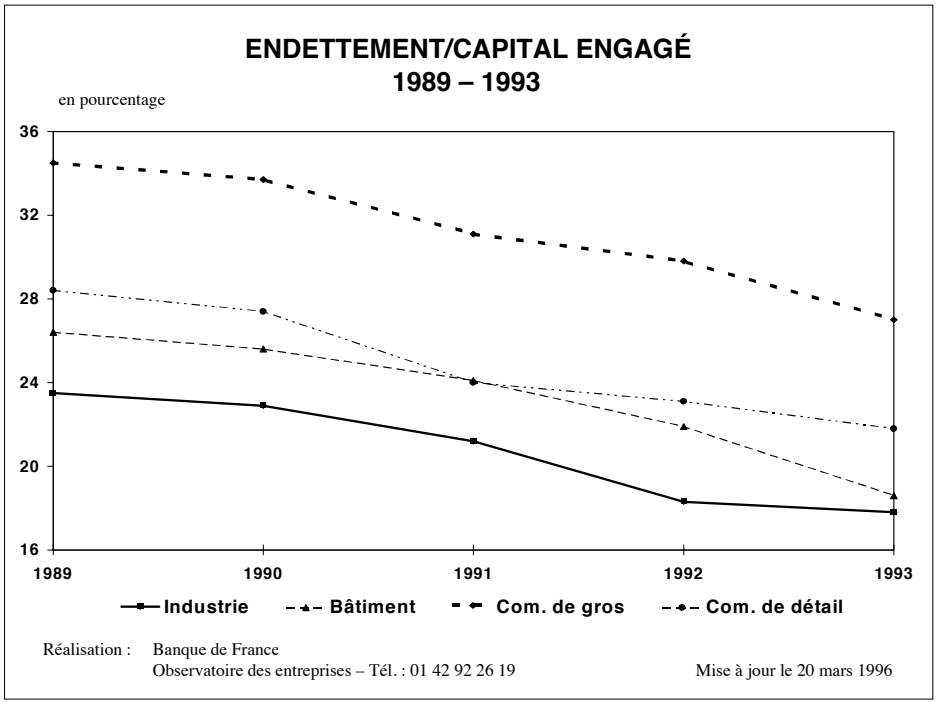
2.1. L'évolution de l'endettement de 1989 à 1993

2.1.1. Le constat

2.1.1.1. L'évolution de l'endettement en structure de bilan

Le ratio « endettement [2]/capital engagé[3] » fournit une vision élargie de l'équilibre financier en termes de structure bilantielle.

La période 1989-1993 a été marquée par une diminution régulière du poids de l'endettement dans le capital engagé (de 5 points à 7 points selon le secteur). Cette évolution a été observée dans tous les secteurs de l'industrie, du bâtiment et du commerce. Elle traduit à la fois un désendettement et un renforcement des fonds propres (cf.2.2.).



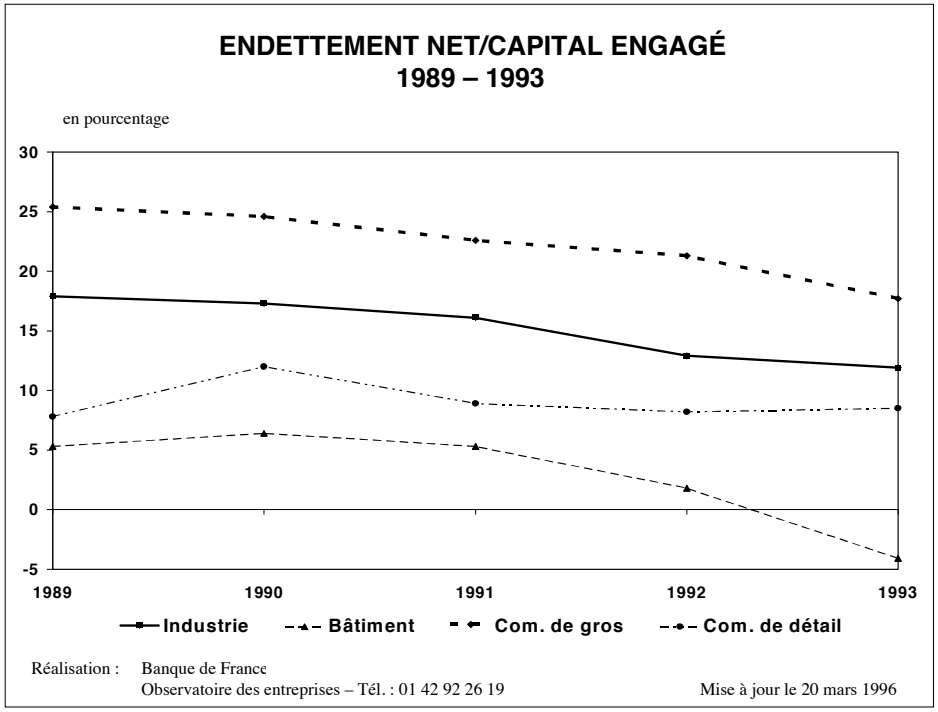
Le poids de l'endettement dans le capital engagé diffère assez sensiblement d'un secteur à l'autre : ainsi en 1989 il était de 23,4 % dans l'industrie, contre 34,5 % dans le commerce de gros. Si la hiérarchie entre les secteurs est restée identique au cours des années ultérieures, on observe un resserrement des écarts. Le commerce de gros, qui reste le secteur le plus endetté, affiche toutefois le recul le plus net du poids de l'endettement dans le capital engagé (de 34,5 % en 1989 à 27,0 % en 1993). Le commerce de détail présente également une diminution sensible de ce ratio (de 28,4 % et 21,8 % respectivement).

1. La description de l'échantillon est présentée en annexe.
2. Endettement = obligations + emprunts participatifs + autres emprunts + emprunts bancaires + crédits bancairescourants + billets de trésorerie + crédit bail
3. Capital engagé = financement propre (capitaux propres + provisions + amortissements) + groupe et associés + endettement = valeurs immobilisées + besoins en fonds de roulement d'exploitation + besoins en fonds de roulement hors exploitation + disponibilités

2.1.1.2. L'analyse à partir de l'endettement net

Depuis plusieurs années, avec le développement des marchés financiers et la banalisation des techniques de gestion de trésorerie, un nombre croissant d'entreprises détiennent un volant de disponibilités important à l'actif de leur bilan, tout en assumant une dette financière parfois substantielle.

Dans ce contexte, il est important d'appréhender les conséquences de l'activité de trésorerie, grâce à un concept d'endettement net (endettement – disponibilités, valeurs mobilières de placement comprises). L'examen de cet endettement net (rapporté au capital engagé) confirme, et parfois amplifie, la tendance observée sur l'endettement brut, c'est-à-dire une diminution dans la plupart des grands secteurs économiques. En effet, au cours de la période sous revue, le poids de l'endettement dans le capital engagé a reculé, alors que celui des disponibilités est resté stable, ou a légèrement augmenté. Parallèlement à leur volonté de se désendetter, les entreprises ont continué de développer une activité de trésorerie qui leur a permis de se procurer des revenus, notamment pour mieux assurer le service de la dette.



Le ratio « endettement net/capital engagé » a diminué de façon régulière de 1989 à 1993 dans l'industrie et le commerce de gros, parallèlement à une légère augmentation du poids des disponibilités.

La forte progression des disponibilités a permis aux entreprises du bâtiment de se désendetter à partir de 1991. Globalement, leur montant est devenu supérieur à celui de l'endettement en 1993, mais cette évolution est essentiellement liée au comportement de quelques grandes sociétés.

Seul le commerce de détail fait apparaître un ratio « endettement net/capital engagé » quasiment stable, car les disponibilités ont diminué dans les mêmes proportions que l'endettement au cours de la période considérée. Ainsi, les valeurs mobilières de placement ont enregistré un recul sensible en 1993 (elles représentent 7,7 % du capital engagé, contre 10,3 % en 1992).

Tout au long de la période 1989-1993, le poids de l'endettement net est plus important dans le commerce de gros et dans l'industrie. Ce ratio est, au contraire, moins élevé dans le commerce de détail qui bénéficie de disponibilités plus importantes, grâce aux paiements comptant de ses clients, et dans le bâtiment, grâce au système des avances sur travaux. Ces disponibilités sont en grande partie placées sur le marché financier. Dans le bâtiment, les valeurs mobilières représentent entre 12 % et 14% du capital engagé.

Au vu de cette première analyse, les entreprises ont globalement réduit leur endettement sur la période. Cette évolution doit être précisée en fonction de la taille de l'unité considérée.

2.1.2. La comparaison par taille

Afin de mieux apprécier l'impact de la taille sur le niveau de l'endettement, trois tranches d'effectifs ont été observées : les PME de moins de 100 salariés, celles dont les effectifs sont compris entre 100 salariés et 500 salariés et les grandes entreprises (plus de 500 salariés).

En 1993, dans l'industrie, le poids de l'endettement représentait 24,5 % du capital engagé dans les unités de moins de 100 salariés, 21,6 % dans celles dont les effectifs sont compris entre 100 salariés et 500 salariés, et 15,8 % pour celles de plus de 500 salariés.

Le poids de l'endettement des PME du bâtiment est plus faible que dans les autres secteurs, mais reste supérieur à celui des grandes entreprises.

Dans le commerce de gros, secteur le plus endetté, la même hiérarchie entre tailles d'entreprises est observée (le ratio s'élève en 1993 à 28,0 % dans les entreprises de moins de 500 salariés et à 22,5 % dans les grandes sociétés).

Le commerce de détail présente en 1993 des niveaux d'endettement assez hétérogènes selon la taille. Dans ce secteur également, les plus grandes firmes sont les moins endettées : cependant les plus petites entreprises (moins de 100 salariés) ont un ratio endettement/capital engagé inférieur à celles de taille intermédiaire (de 100 salariés à 500 salariés).

L'observation de l'évolution de 1989 à 1993 permet de constater que le poids de l'endettement dans le capital engagé s'est allégé quels que soient la taille ou le secteur d'appartenance de l'entreprise.

Toutefois, si l'amélioration de l'autonomie financière a été générale, le niveau d'endettement reste d'autant plus élevé que la taille de l'entreprise est petite.

2.1.3. La contrainte de solvabilité

L'appréciation de l'endettement en termes de stock n'est pas toujours suffisante pour évaluer le risque d'une entreprise. La Centrale de bilans utilise conjointement une autre approche qui évalue l'aptitude à couvrir les frais financiers. Le ratio « charges financières/excédent brut global (EBG)[1] » constitue un bon indicateur de la solvabilité à court terme.

Malgré le renforcement des structures de bilans (diminution de l'endettement global dans le poids du capital engagé), la solvabilité d'une majorité de sociétés s'est dégradée au cours de la période sous revue. En effet, les frais financiers sont restés relativement élevés, alors que dans le même temps le ralentissement de l'activité entraînait une diminution conséquente des résultats. La situation est cependant relativement différente selon les secteurs.

Dans l'industrie, le ratio moyen « frais financiers/excédent brut global » s'est dégradé de façon sensible, notamment dans les grandes firmes (de 16,2 % en 1989 à 27,9 % en 1993). Il en a été de même dans le bâtiment, mais de manière moins importante. L'évolution a été différenciée dans le commerce. Dans le commerce de gros, le ratio, qui était déjà nettement supérieur à celui des autres secteurs, s'est encore accru jusqu'en 1992, puis a fortement diminué en 1993. Au contraire, les entreprises du commerce de détail ont bénéficié d'une sensible amélioration de leur solvabilité, notamment dans les grandes sociétés.

La plupart des secteurs, à l'exception du commerce de détail, ont donc subi une détérioration de leur contrainte de solvabilité.

2.2. Les causes de cette évolution

2.2.1. Les emplois

2.2.1.1. La baisse des besoins de financement

Le désendettement, qui apparaît à partir de 1991 ou 1992 selon les secteurs, est lié pour une large part au ralentissement généralisé de l'activité économique et à la baisse des besoins de financement qui en a résulté. En effet, au cours de la période, les investissements ont fortement diminué et les besoins en fonds de roulement se sont sensiblement contractés. Ce dernier mouvement a été amplifié par l'adoption par les entreprises d'un mode de gestion des stocks plus rigoureux.

La baisse des besoins de financement a été générale, quels que soient le secteur et la taille, à l'exception notable des PME du commerce de détail.

2.2.1.2. L'autofinancement accru des investissements

Entre 1989 et 1993, l'autofinancement des entreprises françaises s'est fortement contracté dans l'industrie (– 7,7 points, à 13,3 % de la valeur ajoutée en 1993), et, dans une moindre mesure, dans le bâtiment et le commerce de gros (–2,4 points, à respectivement 8,0% et 12,8 % de la valeur ajoutée en 1993).

Seul le secteur du commerce de détail a réussi à accroître régulièrement ses ressources internes, puisque l'autofinancement y a gagné près de cinq points sur la période, à 19 % de la valeur ajoutée en 1993.

1. Excédent brut global = excédent brut d'exploitation après affectations des charges et des produits financiers

Mais malgré son recul, l'autofinancement a pu couvrir des proportions de plus en plus importantes de l'ensemble des emplois nets, eux aussi en repli sensible, en raison à la fois de la baisse des investissements et des besoins en fonds de roulement[1]. En fin de période, cette couverture a même été intégrale pour les grandes entreprises dans tous les secteurs. Il en a été de même dans les PME de l'industrie, du bâtiment et du commerce de gros.

L'investissement productif a été totalement autofinancé dans l'ensemble des secteurs dès 1991. Dans les activités de commerce, cette couverture n'a cessé de s'élargir, passant de 126,7 % à 147,1 % dans le commerce de gros et de 82,2 % à 138,7 % dans le commerce de détail. Ce constat s'applique quelle que soit la taille des firmes.

2.2.2. Les effets de substitution

Le désendettement des entreprises, tous secteurs confondus, peut s'expliquer en partie par l'augmentation des apports effectués par les associés, soit sous forme de capital, soit sous forme d'avances en compte courant.

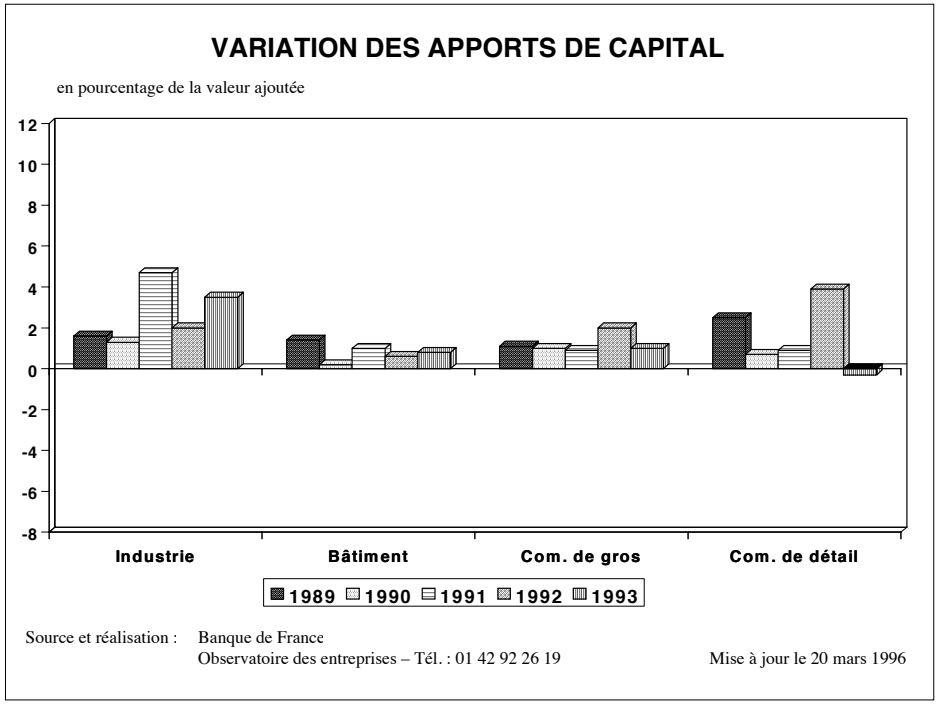
2.2.2.1. Les apports en capital

L'augmentation des capitaux propres s'effectue notamment par apport de capital social en faisant appel aux actionnaires ou au marché financier. Ces apports ont été continuellement plus élevés dans les grandes entreprises que dans les PME, dont l'accès au marché de capitaux demeure plus difficile. En fait, ces dernières ne peuvent intervenir que sur le marché hors cote et sur le second marché. L'accès à ce dernier étant soumis à certaines contraintes, seules les plus grosses PME peuvent y emprunter directement.

2.2.2.2. Le renforcement du financement auprès du groupe et des associés

Un second effet de substitution semble s'être opéré, les entreprises se finançant davantage grâce aux prêts du groupe et des associés en fin de période, notamment dans l'industrie et le commerce de détail où leur montant représentait respectivement 6,9 % et 8,6 % du capital engagé à fin 1993, contre 6,1 % et 7,2 % en 1989.

Seul le commerce de gros se démarque de ce constat (– 1,4 point, à 5,7 % du capital engagé en fin de période).



En termes de taille d'entreprises, ce sont là encore les firmes de plus de 500 salariés qui sont les plus concernées par ce type d'apport, quelque soit leur secteur d'appartenance.

2.3. Le phénomène de désintermédiation bancaire

2.3.1. L'analyse sectorielle du phénomène

Le désengagement vis-à-vis du secteur bancaire a été plus particulièrement important dans l'*industrie* où le ratio endettement bancaire/endettement a perdu 6,2 points sur la période, à 69,1 % en 1993, avec une accélération du processus à partir de 1992.

Toutefois, l'analyse par taille dans l'industrie montre que ce désengagement n'a été le fait que des grandes entreprises, pour lesquelles le ratio a perdu plus de dix points. Tout en limitant leurs engagements

1. Emplois nets = investissements productifs + acquisition de participations et variation des autres actifs immobilisés – cessions et subventions d'investissements reçus + variation des besoins en fonds de roulement d'exploitation + variation des besoins en fonds de roulement hors exploitation + variation des disponibilités

bancaires, notamment à court terme, elles ont pu s'orienter vers d'autres composantes de l'endettement (obligations, avances conditionnées, billets de trésorerie …) dont la part dans le capital engagé a progressé.

Le niveau du ratio est demeuré beaucoup plus élevé et relativement stable dans les PME (89,1 % en 1989, 88,9 % en 1993), pour lesquelles les concours bancaires restent la principale source de financement.

Le secteur du *bâtiment* a suivi la même tendance que l'industrie, le ratio endettement bancaire/endettement reculant de 5,9 points entre 1989 et 1993, pour se situer à 81,2 % en fin de période. Là encore, les grandes firmes ont réussi à réduire sensiblement leur recours au secteur bancaire, le ratio revenant de 78,4 % en 1989 à 59,1 % en 1993. Les PME sont, en revanche, restées fortement engagées vis-à-vis des banques, le taux d'intermédiation bancaire atteignant 92 % en fin de période.

De son côté, le secteur du *commerce* a continué de recourir fortement aux banques pour couvrir ses besoins de financement.

Dans le *commerce de gros*, le niveau très élevé du ratio endettement bancaire/endettement s'est maintenu sur la période. À 94,2 % en 1989, il n'a perdu qu'un point en 1993, pour s'inscrire à 93,3 %. Les engagements bancaires des grandes entreprises ont été moins importants que ceux de leurs homologues de petite taille, le ratio d'intermédiation bancaire s'élevant à 84,4 % en 1993, contre 95,4 % pour les PME.

Le *commerce de détail* demeure le seul domaine d'activité, parmi les quatre grands secteurs étudiés, à avoir davantage recouru aux concours bancaires entre 1989 et 1993. Le ratio endettement bancaire/endettement a connu une croissance de plus de dix points, à 91,7 % en fin de période, croissance due principalement aux grandes unités.

2.3.2. Les causes du moindre recours à l'intermédiation bancaire

Le repli de l'intermédiation bancaire sur la période 1990-1993 est lié, pour une part, à la baisse des besoins de financement des entreprises (cf. supra) qui a entraîné un recul de l'appel aux ressources à court terme.

Ce recul a été d'autant plus prononcé que, entre 1986 et 1989, les ressources mises à disposition des entreprises par le secteur bancaire avaient été particulièrement importantes, après la levée de l'encadrement du crédit. En 1988 et 1989, les flux nets de crédits bancaires aux sociétés ont ainsi été nettement supérieurs aux besoins de financement des entreprises. Le début des années quatre-vingt-dix, marqué notamment par une dégradation progressive de la conjoncture, a freiné ce mouvement.

La tendance à la désintermédiation trouve également son origine dans le comportement spécifique des grandes entreprises qui ont continué d'utiliser de plus en plus largement les ressources procurées directement par les marchés, en bénéficiant notamment de la déréglementation qui s'y est opérée dès 1987. Cette déréglementation a contribué à accroître la variabilité des taux d'intérêt. De plus, le maintien à un niveau élevé du taux du marché monétaire entre 1989 et 1994 s'est accompagné d'une inversion durable de la courbe des taux d'intérêt. Variabilité croissante et inversion de la courbe des taux sont susceptibles d'avoir favorisé l'apparition d'effets de substitution dans la structure d'endettement des grandes sociétés.

Le mouvement de désintermédiation peut être aussi partiellement lié à la position des banques françaises qui, en raison notamment des contraintes de rentabilité, ont recherché des marges plus élevées pour certaines catégories d'opérations tout en renforçant leurs méthodes d'analyse pour essayer de se prémunir du risque de défaillance par la recherche de garanties maximales. Une partie de la population des entreprises aurait ainsi été écartée de l'offre de crédit[1]. Néanmoins, le ralentissement de cette dernière ne s'apparente pas à un « *credit crunch* »[2], surtout dans le contexte du système bancaire français où les activités de substitution au crédit sont limitées (les activités de service, bien qu'en augmentation, ne génèrent que 25 % environ du produit net bancaire).

Au total, il semble que le ralentissement du crédit aux entreprises résulte davantage d'un tassement de la demande émanant des sociétés que d'un resserrement de l'offre de crédit.

3. Les années 1994 et 1995

3.1. Un nouveau renforcement des fonds propres et une poursuite du désendettement en 1994

L'environnement économique a permis en 1994 une reprise de l'activité, mais sans développement de l'endettement. En effet, l'ensemble des encours de crédits aux sociétés, après un repli de 5,3 % en 1993, a de nouveau reculé de 2,1 %[1].

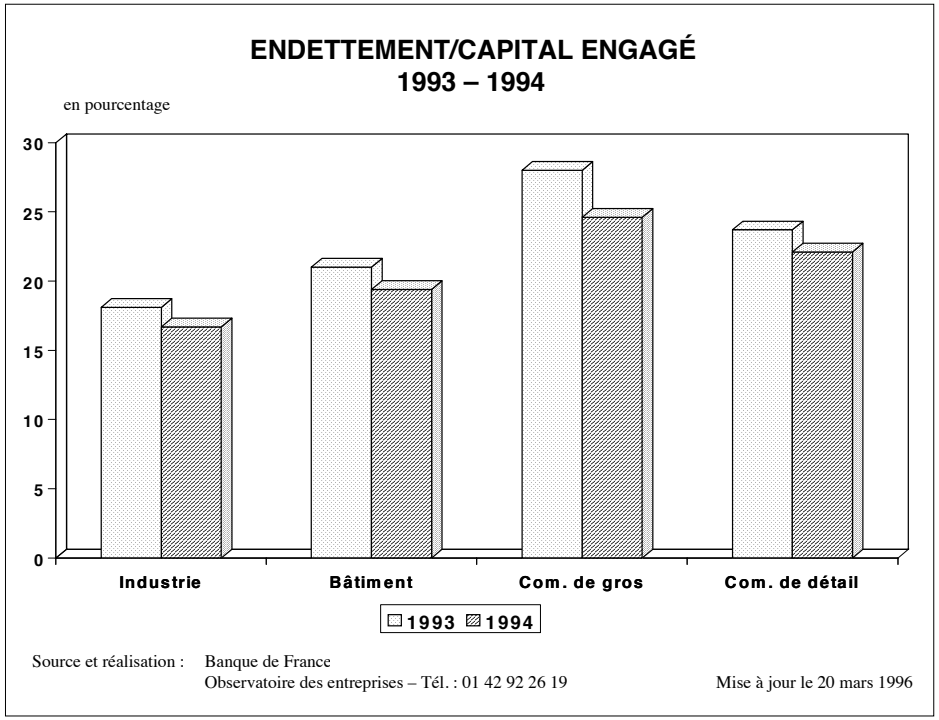
À cet égard, l'analyse ci-après des chiffres de l'échantillon Centrale de bilans sur l'année 1994 permet de vérifier que les principales évolutions constatées sur la période précédente se sont confirmées, notamment en ce qui concerne le désendettement, le phénomène de désintermédiation et la contrainte de solvabilité.

Le poids de l'endettement dans le capital engagé s'est encore allégé dans tous les secteurs. Ainsi, dans l'industrie, il est passé de 18,1 % en 1993 à 16,7 %.

À l'instar de la période précédente, les entreprises ont continué en effet d'accroître leurs capitaux propres à un rythme soutenu (+ 3,5 points de valeur ajoutée dans l'industrie).

Dans le même temps, l'encours de l'endettement a de nouveau reculé dans tous les secteurs (–1,9% de la valeur ajoutée dans l'industrie, – 1,4 % dans le bâtiment, – 7,7 % dans le commerce de gros et – 1,0 % dans le commerce de détail).

Outre la progression des fonds propres, ce moindre recours aux financements externes reflète des besoins toujours limités, malgré la reprise de l'activité. Dans l'industrie, les besoins en fonds de roulement et les investissements ont à nouveau reculé à un rythme, il est vrai, moins rapide qu'en 1993. Dans le commerce de gros, ces besoins ont également fléchi. Seul, le commerce de détail a maintenu son effort d'investissement, mais ses besoins en fonds de roulement ont sensiblement diminué.



Dans tous les secteurs, le montant de l'autofinancement de l'exercice 1994 a, de nouveau, été suffisant pour couvrir les emplois nets.

La poursuite de la baisse de l'endettement des entreprises semble toujours s'expliquer par les mêmes facteurs.

3.1.1. L'arrêt du mouvement de désintermédiation

En 1994, *la part des emprunts bancaires au sein de l'endettement* a cessé de diminuer dans la plupart des secteurs.

Pour l'industrie et le commerce de gros, le poids des emprunts bancaires dans l'endettement s'est très légèrement accru en1994 par rapport à 1993. Dans le bâtiment, il est resté stable. Seul le commerce de détail a enregistré un désengagement vis-à-vis des banques.

1. Cf. étude de Bernard Paranque, à paraître dans un prochain numéro du *Bulletin de la Banque deFrance*

2. La notion anglo-saxonne de « *credit crunch* » se rapporte à une contraction brutale de la distribution de crédit, qui se produit en cas d'incapacité des établissements financiers à collecter des dépôts ou à lever des capitaux sur les marchés à un coût compatible avec le rendement des crédits (cf. Bank of England – 1991 – Is there a « credit crunch » ?, Bank of England *Quarterly Bulletin (May1991).*

Dans l'*industrie*, l'observation du détail des flux financiers montre que la part de la valeur ajoutée consacrée au remboursement des emprunts est moins importante qu'en 1993 (6,3 %, contre 7,1 %), mais reste supérieure à celle de 1989 (5,7 %). Les souscriptions de nouveaux emprunts sont demeurées faibles et ne représentent que 4,3 % de la valeur ajoutée, au lieu de 7,4 % en 1990. Cette évolution traduit la prudence des chefs d'entreprise en matière d'investissement et d'engagement à long terme. Au contraire, les crédits bancaires courants ont légèrement augmenté en 1994, après trois années consécutives de baisse.

L'évolution des flux bancaires à moyen et long terme, quoique légèrement moins marquée, a été similaire dans le *bâtiment* où les concours bancaires de court terme sont restés stables.

Le mouvement semble s'être inversé dans le *commerce de gros* par rapport à celui observé entre 1990 et 1993, puisque le montant des nouveaux prêts s'est légèrement accru, alors que celui des remboursements a légèrement reculé, traduisant une reprise de l'endettement à terme. Les crédits bancaires courants ont, par contre, été nettement moins utilisés.

À l'inverse, les grandes sociétés du *commerce de détail*, après avoir augmenté la part du crédit bancaire dans leur endettement au cours de la période précédente, l'ont, au contraire, diminué en 1994.

Au total, le mouvement de désintermédiation observé entre 1989 et 1993, sensible surtout pour les grandes sociétés, a marqué le pas en 1994.

3.1.2. L'allégement de la contrainte de solvabilité

Contrairement à la période précédente, les entreprises ont réussi à améliorer leur situation en termes de solvabilité.Cette évolution favorable a été très marquée dans l'*industrie* et, notamment, dans les plus grandes firmes, où la contrainte de solvabilité s'était beaucoup accentuée (ainsi, dans ces dernières, le poids des frais financiers, qui représentait 29,0 % de l'excédent brut global en 1993, ne représente plus que 18,2 % en 1994).

Dans le *bâtiment*, la légère amélioration globale masque une divergence selon la taille des entreprises ; en effet, les PME ont subi une légère détérioration du ratio, alors que les plus grandes ontc onnu une amélioration (de 26,5 % en 1993 à 20,6 % en 1994). Néanmoins, les PME de ce secteur présentent une contrainte de solvabilité moins forte (17,3 % en 1994) que celle des grandes sociétés.

L'amélioration de la solvabilité a été sensible dans le *commerce de gros*. Elle est revenue de 31,5 % en 1993 à 23,0 % en 1994.

Dans le *commerce de détail*, secteur où les frais financiers pèsent le moins lourdement dans l'excédent brut global, cette contrainte s'est encore allégée en 1994.

Plusieurs facteurs ont contribué à l'amélioration du ratio charges financières/excédent brut global.

- Les en cours de dettes ont baissé à partir de 1991.

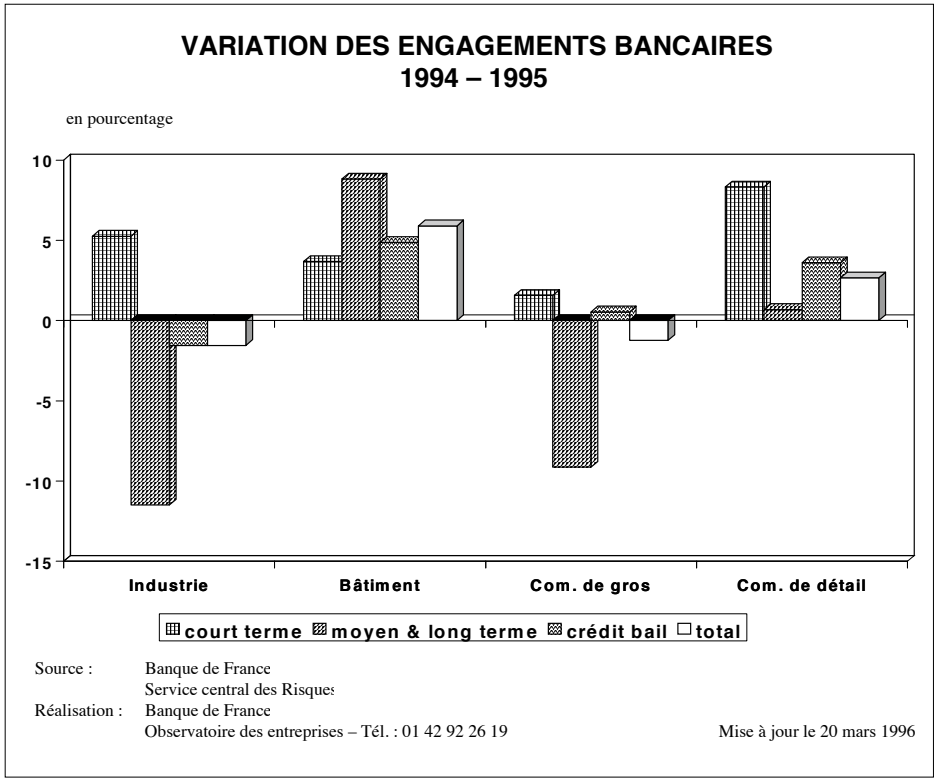
- Le coût du crédit aux entreprises a commencé à diminuer sensiblement en fin d'année 1993. Ainsi, le taux moyen des crédits à moyen et long terme est passé de 11,0 % au premier trimestre1993 à 8,93 % au dernier trimestre 1993. Il est descendu en dessous de 8 % à partir du deuxième trimestre 1994.

- Les résultats se sont améliorés en 1994.La variation de l'excédent brut global a été positive dans la plupart des secteurs. Dans l'industrie, il s'est accru de 13,6 % en 1994, après trois années de baisse consécutive. Son évolution a été moindre dans le commerce de gros et le commerce de détail. Elle est restée négative dans lebâtiment.

3.2. Une légère hausse des engagements bancaires en 1995

Malgré le fort ralentissement de l'activité survenu à partir du second semestre, le chiffre d'affaires des entreprises non financières est resté soutenu en 1995. Dans ce contexte, si les crédits à moyen et long terme ont de nouveau légèrement reculé (–1,6 %),les crédits de trésorerie ontconnu un net rebond (+ 4,5 %)[1]. Les données issues de la centralisation des risques bancaires à fin 1995 montrent que les crédits bancaires aux entreprises ont augmenté par rapport à 1994 dans tous les secteurs et que les crédits à long et moyen terme ont progressé dans chaque activité, à l'exception du bâtiment.

1. Source : Banque de France – Service central des Risques



L'étude annuelle de l'Observatoire des entreprises réalisée sur les sociétés industrielles[2] permet de compléter et d'expliquer ces variations de l'endettement.

Contrairement à 1994, la croissance de l'activité en 1995 s'est accompagnée d'une progression des investissements (+ 5 %, contre – 4 % en 1994). Le recul des demandes de crédit à moyen et long terme des entreprises industrielles semble indiquer que les chefs d'entreprise ont continué de privilégier l'autofinancement par rapport aux ressources externes pour leurs investissements.

La hausse des crédits bancaires courants semble, notamment dans les petites et moyennes entreprises, être liée au gonflement des besoins en fonds de roulement. Elle peut être due également au léger resserrement de trésorerie observé en fin d'année.

Malgré cette petite progression de l'endettement, les entreprises industrielles françaises ont continué à renforcer leur autonomie financière.

La période 1985-1995 a été marquée par une diminution régulière du poids de l'endettement dans le total des capitaux engagés, recul qui traduit tout à la fois la poursuite du renforcement des fonds propres et un désendettement à partir de 1991.

Cet assainissement financier des entreprises devrait leur permettre, dans l'hypothèse d'une poursuite des investissements, d'obtenir dans de bonnes conditions des financements externes.

1 Cf. *La situation du système productif en 1995* – Banque de France – septembre 1996

MÉTHODOLOGIE

La deuxième partie de cette étude a été réalisée à partir d'échantillons[1] constitués d'entreprises toutes soumises à l'impôt sur les sociétés et ayant remis les documents comptables de deux exercices consécutifs. Le champ couvert comprend l'industrie (y compris l'industrie agro-alimentaire mais hors énergie), le bâtiment, le commerce de gros et le commerce de détail.

ÉCHANTILLONS CENTRALE DE BILANS
(constants sur deux années)

Secteur	Taille	1989-1990	1990-1991	1991-1992	1992-1993	1993-1994
Industrie	PME (a)	10 703	11 325	11 618	11 467	9 616
	GE (a)	687	685	703	674	527
	Total	11 390	12 010	12 321	12 141	10 143
Bâtiment	PME	2 412	2 567	2 727	2 734	2 207
	GE	41	42	38	33	24
	Total	2 453	2 609	2 765	2 767	2 231
Commerce de gros	PME	5 270	5 403	5 589	5 462	4 332
	GE	69	63	61	33	43
	Total	5 339	5 466	5 650	5 495	4 375
Commerce de détail	PME	1 483	1 530	1 576	1 566	1 229
	GE	63	62	60	60	31
	Total	1 546	1 592	1 636	1 626	1 260
Ensemble des secteurs	PME	19 868	20 825	21 510	21 229	17 384
	GE	860	852	862	800	625
	Total	20 728	21 677	22 372	22 029	18 009

(a) PME : effectifs ≤ 500
GE : effectifs >500

Source et réalisation : Banque de France
Observatoire des entreprises – Tél. : 01 42 92 26 19

Mise à jour le 20 mars 1996

Les chiffres ont été calculés sur échantillon glissant (constants sur deux ans), afin de permettre l'analyse de l'évolution d'une année à l'autre. De ce fait, un ratio présente pour une même année deux valeurs qui peuvent être différentes en raison de l'évolution des échantillons. Les graphiques présentés et commentés dans l'étude ne font apparaître toutefois qu'une de ces valeurs afin d'en faciliter la lecture. Il a été vérifié que cette simplification ne modifie pas le commentaire effectué sur le niveau et l'évolution des divers ratios analysés.

Le ratio moyen est utilisé car il donne le niveau global sur la population étudiée et présente l'avantage de permettre des décompositions. Mais, obtenu par l'agrégation de données individuelles, il est fortement influencé par ceux des grandes entreprises. Pour cette raison, une distinction par taille d'entreprises (en classes d'effectifs) a été opérée.

1 Les échantillons constants sur deux années consécutives seulement permettent d'obtenir un nombre de données nettement plus important que celui obtenu à partir d'un échantillon constant sur six ans de 1989 à 1994. Ils permettent d'améliorer le taux de couverture et l'image du comportement des entreprises. Toutefois, les comparaisons inter-annuelles sont plus difficiles car des différences peuvent apparaître dans la valeur de certains ratios : en effet, les entrées et les sorties d'entreprises peuvent modifier la structure des échantillons.

© Agence régionale du Livre et de la Lecture Hauts-de-France, 2018

Site d'Amiens
La Graineterie
12 rue Dijon
80000 Amiens
Tél. : 03 22 80 17 64

Site d'Arras
La Citadelle, Quartier des Trois Parallèles
Avenue du Mémorial des Fusillés
62000 Arras
Tél. : 03 21 15 69 72

www.ar2l-hdf.fr | contact@ar2l-hdf.fr

Président : Pascal Mériaux
Directeur : Léon Azatkhanian
Assistante administrative de direction : Véronique Pajak
Chargée de mission pour l'Economie du livre : Alice Saintout
Chargée de communication : Nathalie Rost
Attachée à l'information et à la communication : Maëlle Ubico
Chargé de mission pour la Vie littéraire : Julien Dollet
Assistante de projets : Adeline Poivre
Chargée de mission pour le Patrimoine : Julie Proust
Assistante de projets : Amandine Haslin

Réalisation de l'étude : Alice Saintout (AR2L Hauts-de-France) et David Demartis (Consultant Les caractères masqués).
Pour toute question relative à cette étude : asaintout@ar2l-hdf.fr

Comité de pilotage :
- Thierry Auger, *adjoint au chef de département de la diffusion, chargé des aides aux librairies françaises, Centre national du Livre*
- Léon Azatkhanian, *directeur, AR2L Hauts-de-France*
- Annie Berthomieu, *conseillère Livre et Lecture, Drac Hauts-de-France*
- Cécile Hautière, *chargée de mission Livre et Lecture, Région Hauts-de-France*

Mise en page : Olivier Damiens et Emilie Bergogne (schémas).

L'Agence régionale du Livre et de la Lecture Hauts-de-France

L'Agence régionale du Livre et de la Lecture (AR2L) Hauts-de-France est une structure interprofessionnelle, centre de ressources Livre et Lecture et lieu de l'accompagnement des acteurs du livre en région Hauts-de-France.

Dans une perspective de mise en réseau des professionnels et de lien interprofessionnel, l'AR2L Hauts-de- France déploie son action autour :

- De l'observation, des études et de la prospective ;
- Des expertises, du conseil et de la formation ;
- Des actions d'expérimentation, de médiation et de diffusion ;
- De la communication et de la diffusion de l'information.

Son domaine d'intervention couvre quatre secteurs de l'écosystème livre et lecture :

- Vie littéraire ;
- Économie du livre ;
- Développement de la lecture ;
- Patrimoine écrit, graphique et littéraire.

Pour mener à bien ses missions, elle s'appuie sur :

- La concertation sectorielle et interprofessionnelle ;
- La mise en réseau (structuration, accompagnement, mise en œuvre) ;
- Le travail en partenariat sur différents champs (livre et lecture, culturel, social, économique et éducatif) ;
- La coordination et l'accompagnement des acteurs ;
- Une présence et une proximité sur le territoire ;
- L'implication des professionnels dans les projets.

Dans une logique d'intérêt général et d'aménagement culturel du territoire, l'AR2L Hauts-de-France, en s'appuyant sur les professionnels de la région, intervient en accompagnement des politiques publiques en ayant pour objectif le développement et l'accès du livre et de la lecture pour tous.

AR2L HAUTS-DE-FRANCE
Agence régionale du Livre et de la Lecture