

Livres Hebdo numéro : 0740
Date : 27/06/2008
Rubrique : librairie
Auteur : Clarisse Normand
Titre : Les nouveaux critères qualitatifs

LES NOUVEAUX CRITERES QUALITATIFS

Les remises s'organiseront en deux ensembles de critères obligatoires et facultatifs. Un seul critère ne pourra représenter plus de 25 % de l'ensemble du potentiel de la remise qualitative.

• Critères obligatoires

L'ensemble de ces critères doit représenter entre 30 % et 70 % des points de remise qualitative attribués par l'éditeur-diffuseur. Chaque critère doit être valorisé : il ne peut correspondre à un potentiel de 0 point de remise.

1. Commandes à l'unité

Accepter des commandes à l'unité, sur la totalité des titres publiés et disponibles.

2. Compétence du personnel

Présence d'un personnel suffisamment qualifié et nombreux en contact avec le public. Ce personnel est capable d'accueillir, gérer, conseiller, maîtriser l'assortiment, découvrir et faire découvrir.

3. Relation du libraire avec ses fournisseurs

Réception, sur rendez-vous, des représentants entraînant une décision sur l'achat. Pour les librairies qui pourraient recevoir ces représentants mais que l'éditeur-diffuseur choisit de ne pas visiter, ce critère est remplacé par le critère 8.

4. Actions d'animations à l'initiative du libraire

Organisation d'animations autour des nouveautés ou des ouvrages de fond, inscrivant le libraire comme un acteur de la vie culturelle dans sa zone de chalandise. Sont considérés comme animations : les signatures d'auteurs, les rencontres avec les auteurs, les propositions thématiques « multi-éditeurs », l'organisation de prix littéraires, les tenues de stand hors de la librairie, les réunions d'informations avec les bibliothécaires, l'accueil de classes d'enfants en librairie...

• Critères complémentaires

Les éditeurs-diffuseurs doivent obligatoirement intégrer au moins trois des six critères complémentaires.

5. Réassortiment

Intégration de titres suivis en réassortiment par rapport aux titres suivis en nouveautés indiquant la capacité du libraire à relayer le travail des éditeurs dans la durée.

6. Fonds

Commande régulière et présence, chez le libraire, d'un pourcentage des titres du fonds du catalogue de l'éditeur, en regard de la taille et de la spécificité de la librairie et notamment de la nature de son assortiment.

7. Recherches bibliographiques

Equipement en outils bibliographiques actualisés (bibliothèque de catalogues et/ou bases de données professionnelles) pour répondre sur l'ensemble des titres publiés à toute recherche au service de sa clientèle.

8. Offices et notés avant parution

Hors inscription au service des nouveautés (article 3), commande par notés avant parution. L'engagement du libraire sera apprécié en fonction de sa taille et de la nature de son assortiment. L'éditeur-diffuseur ne peut imposer à ce dernier de retenir l'intégralité des titres proposés.

9. Promotion de l'offre éditoriale

a. *Rôle prescripteur du libraire* : par un travail de promotion dont il a l'initiative, le libraire est prescripteur d'ouvrages de création et de fond. Il peut faire valoir un travail de lancement et de relais sur certains ouvrages dont les ventes lui octroient une part de marché nationale supérieure à celle représentée par la part de marché globale de son activité.

b. *Promotion des éditeurs-diffuseurs* : le libraire participe aux campagnes nationales, régionales ou locales de l'éditeur-diffuseur, et utilise ses supports de communication. Mais il peut refuser de recevoir ces supports et l'éditeur-diffuseur ne peut réclamer sa participation à un nombre de campagnes qui serait disproportionné par rapport à ses spécificités.

10. Outils professionnels

En investissant sur les outils de transmission interprofessionnelle et en se dotant d'une connexion Internet, le libraire apporte sa contribution à la chaîne du livre. En exploitant les outils lui permettant de comprendre son environnement commercial et d'évaluer ses performances, il manifeste sa volonté de pérenniser son activité.