

**PROTOCOLE D'ACCORD  
SUR LES USAGES COMMERCIAUX DE L'ÉDITION  
AVEC LA LIBRAIRIE**

Le présent protocole s'inscrit dans le cadre mis en place par la loi du 10 août 1981 pour défendre la « bibliodiversité » et la création éditoriale. Dans ce cadre, ses signataires soulignent l'importance de cette loi et s'attachent à en défendre et à en promouvoir l'application.

La loi du 10 août 1981 a demandé aux éditeurs de fixer le prix public du livre. Son article 2 précise que « les conditions de vente établies par l'éditeur ou l'importateur, en appliquant un barème d'écart sur le prix de vente au public hors taxes, prennent en compte la qualité des services rendus par les détaillants en faveur de la diffusion du livre. Les remises correspondantes doivent être supérieures à celles résultant de l'importance des quantités acquises par les détaillants. »

Le présent protocole précise les conditions de fixation des remises des libraires dans le cadre de l'article 2 de la loi.

Il reformule aussi les autres usages commerciaux de l'édition avec la librairie.

Il est décidé qu'il s'appliquerait aux libraires dont la définition suit : une librairie est un magasin physique de vente de livres, ouvert à tout public. Par conséquent, ne sont notamment pas concernés par ce protocole :

- les grossistes en livres, ouverts aux seuls professionnels,
- les librairies en ligne, dont l'essentiel du chiffre d'affaires ne transite pas par un magasin physique de vente de livres.

Le présent protocole, qui constitue un engagement entre les parties signataires, ne saurait, à lui seul, résoudre l'ensemble des problèmes que connaissent les professions concernées. Aussi la poursuite de travaux en commun entre l'édition et la librairie sur des sujets ayant trait aux relations commerciales doit-elle rendre possible l'actualisation du présent protocole. Ainsi les sujets suivants devront faire l'objet d'une prochaine actualisation : le marquage des prix, certains aspects du fonctionnement des nouveautés, et la définition des critères quantitatifs. Ces sujets seront discutés au sein de la Commission des usages commerciaux, composée des signataires du présent protocole.

La définition du qualitatif est au cœur du dispositif de la loi du 10 août 1981 et les critères qualitatifs sont les outils d'évaluation de la « qualité des services rendus par les détaillants ». Ils sont prédéterminants à la constitution de la remise afin de valoriser le maillage serré des librairies sur le territoire français, garant de la plus large diffusion de la production éditoriale, et de l'accès de tous au livre.



## I. LES CRITÈRES QUALITATIFS

Le libraire et l'éditeur ou le diffuseur sont des maillons essentiels de la chaîne du livre qui va de l'auteur au lecteur.

Conformément aux obligations légales, les méthodes ou modes de calcul permettant d'apprécier l'application des critères qualitatifs devront être non discriminatoires et pouvoir être expliqués à la demande.

Les remises qualitatives ci-après s'organisent en deux pôles, le premier constitué de critères obligatoires, le second de critères facultatifs.

### → Critères obligatoires

L'ensemble des critères ci-dessous, pris dans leur totalité, doit représenter entre 30% et 70% des points de remise qualitative attribués par l'éditeur ou le diffuseur au libraire. Chaque critère doit être valorisé, c'est-à-dire qu'il ne peut correspondre à un potentiel de 0 point de remise.

L'évaluation de ces critères pourra également tenir compte de la manière dont les indicateurs qui en découlent évoluent dans chaque librairie au regard des spécificités de cette dernière et de la situation du marché.

\*

#### 1. Commandes à l'unité

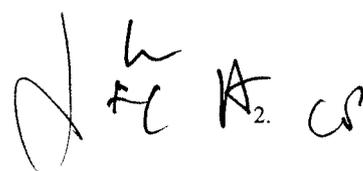
Le fait pour le libraire d'accepter, de la part des lecteurs, des commandes à l'unité, sur la totalité des titres publiés et disponibles, fait partie des services qualifiant le libraire eu égard aux contraintes de gestion que cette prestation engendre pour lui.

#### 2. Compétence du personnel

Présence d'un personnel suffisamment nombreux pour être en contact direct avec le public et ayant reçu une formation, interne ou externe, de libraire. La qualité de l'équipe de vente intègre tout ce qui renforce le conseil au public : lecture des nouveautés, connaissance des catalogues, des lecteurs de la librairie... Ce personnel, formé à l'emploi qu'il occupe, est capable d'accueillir, de gérer, de conseiller, de maîtriser l'assortiment, de découvrir et de faire découvrir.

#### 3. Relation du Libraire avec ses fournisseurs

Réception, sur rendez-vous, par le libraire, ou son personnel qualifié et pourvu d'un pouvoir décisionnaire, des représentants désignés de l'éditeur/diffuseur au rythme nécessité par le programme et l'étendue de leurs catalogues. Cet entretien doit aboutir, après présentation et argumentation, à une décision sur l'achat. Ce critère ne pourra pas être opposable aux librairies qui pourraient recevoir ces représentants mais que l'éditeur/diffuseur choisit de ne pas visiter pour des raisons liées à sa propre organisation. Dans ce cas, ce critère est remplacé par le critère 8 (Offices et notés avant parution).

Handwritten signature and initials, possibly 'NFC A2 CS'.

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

Le libraire, selon sa propre initiative, avec l'aide si souhaitée de l'éditeur/diffuseur, organise des animations autour des nouveautés ou des ouvrages de fonds composant son assortiment. Ces animations participent d'une démarche commerciale servant aussi à inscrire le libraire comme acteur de la vie culturelle dans sa zone de chalandise.

Sont notamment 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, etc.

#### → Critères complémentaires

#### 5. Réassortiment

Le volume des titres suivis en réassortiment par rapport au volume des titres suivis en nouveautés est un indicateur capital de la capacité du libraire à relayer le travail des éditeurs en accompagnant ainsi la durée de vie des nouveautés et le renouvellement de son fonds.

#### 6. Fonds

La défense du fonds de catalogue des éditeurs est une priorité pour ces derniers et leurs auteurs. Les libraires qui présentent, animent et vendent une part significative des titres de ce fonds contribuent ainsi de façon positive à la diversité éditoriale qui est le fondement même de l'activité de la librairie.

En conséquence, la commande régulière et la présence, chez le libraire, d'un pourcentage des titres du fonds du catalogue de l'éditeur, défini par ce dernier ou par le diffuseur, seront prises en compte en regard de la taille et de la spécificité de la librairie et notamment de la nature de son assortiment.

#### 7. Recherches bibliographiques

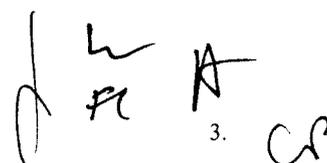
Le libraire se dote d'outils bibliographiques actualisés (bibliothèque de catalogues et/ou bases de données professionnelles) pour répondre sur l'ensemble des titres publiés par les éditeurs, toutes tailles confondues, à toute recherche au service de sa clientèle.

#### 8. Offices et notés avant parution

Le libraire est inscrit au service des nouveautés, tel qu'il est décrit dans le présent protocole, ou passe des notés avant parution aux représentants de l'éditeur/diffuseur.

L'engagement du libraire par rapport à l'offre de l'éditeur/diffuseur sera un élément apprécié en fonction de la taille de la librairie et de la nature de son assortiment. L'éditeur/diffuseur ne peut imposer à un libraire de retenir l'intégralité des titres proposés

Ce critère pourra se substituer au critère 3 dans les conditions définies par l'article se rapportant à ce dernier.



Handwritten signatures and initials, including a large 'A' and a small '3.' followed by 'CP'.

## 9. Promotion de l'offre éditoriale

### a/ Rôle prescripteur du libraire

En étant, par un travail de promotion dont il a l'initiative, prescripteur d'ouvrages de création, hors domaine scolaire, technique et universitaire, le libraire soutient les créations, les premières œuvres, les collections, les séries et les auteurs dans leur parcours, mais également les ouvrages du fonds. Ainsi, un libraire, au-delà de sa participation à des opérations de promotion, peut faire valoir un travail particulièrement significatif de lancement et de relais sur certains ouvrages de l'éditeur dont les ventes qu'il a réalisées 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 met en avant les priorités de l'éditeur/diffuseur en participant à des campagnes nationales, régionales ou locales organisées par celui-ci. Il utilise alors, dans la mesure du possible, les supports préparés par ce dernier. Le libraire a la faculté de ne pas recevoir ces supports.

L'éditeur/diffuseur ne peut réclamer d'un libraire qu'il participe à un nombre de campagnes qui serait disproportionné par rapport aux spécificités de la librairie et notamment à sa nature et à sa taille, ni, a fortiori, à l'ensemble des campagnes qu'il organise.

Pour l'attribution des points correspondant à ce critère, l'éditeur/diffuseur prend en compte à la fois le paragraphe a/ et le paragraphe b/.

## 10. Outils professionnels

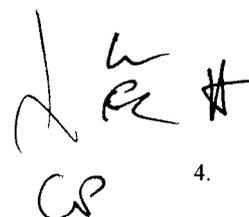
En investissant sur les outils de transmission de la profession et en se dotant d'une connexion Internet pour faciliter l'envoi d'informations actualisées de la part de l'éditeur/diffuseur, le libraire apporte sa contribution à la chaîne du livre.

En exploitant les outils lui permettant de comprendre son environnement commercial et d'évaluer ses performances, le libraire manifeste sa volonté de pérenniser son activité dans l'évolution du marché.

\*

Pour l'établissement de leurs conditions générales de vente, les éditeurs/diffuseurs doivent obligatoirement intégrer au moins trois des critères complémentaires ci-dessus.

Un critère, qu'il soit obligatoire ou facultatif, ne peut représenter à lui seul plus de 25% de l'ensemble du potentiel de la remise qualitative.

Handwritten signature and initials, including 'CP' and a small number '4'.

## II. LES REMISES

### 1. Composition de la remise

La remise du libraire est établie par chaque éditeur ou diffuseur en fonction :

- d'une remise de base
- d'une remise additionnelle attribuée selon les critères qualitatifs définis au chapitre I.
- d'une remise additionnelle attribuée selon des critères quantitatifs.

Conformément à la loi du 10 août 1981, la remise additionnelle attribuée au libraire au titre des critères qualitatifs est supérieure à la remise additionnelle attribuée au titre des critères quantitatifs.

### 2. Fonctionnement de la remise

À l'exception de la remise de base, les remises accordées selon d'autres critères que ceux du chapitre I sont réputées quantitatives, sauf si la commission de suivi instituée au chapitre V ci-dessous en décide autrement.

Dans le cas des chaînes de librairies ou des librairies à établissements multiples, les remises sont déterminées pour chaque point de vente.

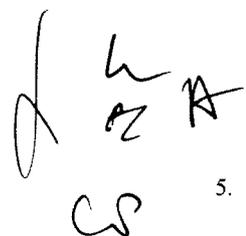
## III. LES NOUVEAUTÉS

### A. Définitions

Pour tenir compte au plus près de la réalité commerciale du point de vente, le service des nouveautés, défini d'un commun accord entre l'éditeur, le diffuseur ou leur représentant et le libraire, permet à ce dernier de passer une commande négociée avec l'éditeur, le diffuseur ou leur représentant, portant sur un ou plusieurs titres et sur des quantités pour chaque titre sélectionné de la mise en vente. Cette commande participe de l'assortiment choisi du libraire.

La détermination du choix des titres s'effectue lors de la présentation de la mise en vente par le représentant. Dans le cas où le libraire n'est pas visité, la détermination du choix des titres peut s'effectuer sur la base des grilles d'office validées par le libraire. Ces grilles peuvent correspondre à des formules d'abonnement.

L'information sur les rééditions fait l'objet d'une présentation distincte de la nouveauté, mais entre dans les mêmes modes de traitement.



Handwritten signature and initials, possibly 'CP' and '5.', located at the bottom right of the page.

Par office, on entend :

- Office sur grille personnalisée ou abonnement

En accord avec l'éditeur ou son représentant, le libraire détermine, en remplissant une grille, les quantités exactes de livres, par catégories d'ouvrages, qui lui seront envoyées automatiquement.

Le libraire peut à tout moment demander la modification (augmentation ou diminution) des quantités fixées. L'éditeur dispose d'un délai de 30 jours pour informer le libraire des nouvelles conditions qui peuvent en découler. Si la modification n'implique pas de nouvelles conditions ou si celles-ci font l'objet d'un accord entre le libraire et l'éditeur, ce dernier dispose alors d'un délai de 60 jours pour mettre en oeuvre cette modification.

Dans le cas de la détermination du service de nouveautés par l'intermédiaire d'un diffuseur, les quantités et les catégories sont précisées par l'éditeur, chacun d'eux faisant l'objet d'une grille. Toutefois, les éditeurs représentés par ce diffuseur peuvent être regroupés sur une même grille, pour des ouvrages de même nature.

- Service des nouveautés à façon

Sur la base du programme de l'éditeur/diffuseur, le libraire passe des commandes de nouveautés avant parution aux représentants de ces derniers.

B. Modalités de fonctionnement du service de nouveautés

- Modification du service des nouveautés

A défaut de toute modification demandée par le libraire (cf. ci-dessus), le contrat fait l'objet d'une tacite reconduction.

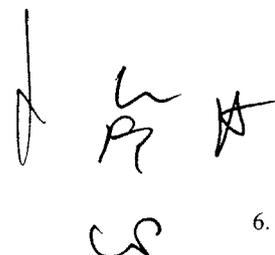
- Fonctionnement

L'éditeur/diffuseur doit limiter son envoi aux ouvrages commandés par le libraire, faisant partie d'une grille ou d'une commande dans le cadre d'un service de nouveautés à façon, en respectant les quantités prévues : les éditeurs/diffuseurs reconnaissent aux libraires l'entière maîtrise de leur assortiment. Tout envoi de livres, non négocié en amont, peut être retourné sans délai par le libraire.

L'éditeur ou le diffuseur envoie au libraire sur simple demande, à tout moment, et sous quinze jours, un double de la grille ou des grilles le concernant ; cet envoi est assorti d'un rappel des conditions de vente correspondantes.

D'une manière générale, le changement de diffuseur ne devant pas créer de perturbations, la responsabilité des opérations traitées antérieurement avec le libraire incombe à l'ancien diffuseur pendant les délais de retour convenus, sauf accord entre les deux diffuseurs communiqué aux libraires.

Cette information doit suivre les canaux adaptés : fax, courrier électronique, annonces dans Livres Hebdo...

Handwritten signature and initials, possibly 'L. R.' and 'A.' with a checkmark, and 'CP' below.

En cas d'intervention d'un nouveau diffuseur, les libraires doivent être informés de la modification de la liste des éditeurs diffusés préalablement à toute démarche de diffusion. Cette information doit provenir soit de l'éditeur, de l'ancien diffuseur ou du nouveau diffuseur.

Les CGV doivent être envoyées dans un délai n'excédant pas 1 mois sur simple demande écrite de la part du libraire.

### C. Nouveautés liées à une parution exceptionnelle

Le fonctionnement des relations commerciales dans le cas de nouveautés liées à une parution exceptionnelle sera précisé dans le cadre des travaux en commun sur le fonctionnement de l'office conduits à la suite de la mise en place du protocole. Les conclusions qui en seront tirées viendront compléter le présent protocole.

### D. Utilisation des grilles d'office

Le service des nouveautés constitue un des éléments fondamentaux de la commercialisation du livre.

C'est l'opération par laquelle un éditeur envoie aux libraires ses nouveautés avant leur mise en vente.

Le service des nouveautés est également un système de promotion et d'information physique, complémentaire des autres moyens d'information (presse professionnelle, bulletins d'éditeurs, représentants...). Il ne dispense pas l'éditeur de fournir une information régulière et de qualité sur ces nouveautés.

Tout libraire peut demander à être inscrit à un service de nouveautés.

### Expédition et réception

Les nouveautés sont envoyées à temps pour respecter la date prévue de mise en vente.

### Retours

Les nouveautés envoyées dans le service de nouveautés comportent un droit de retour intégral, dans des limites de temps fixées par l'éditeur/diffuseur.

Les retours faits par le libraire sont accompagnés d'un document mentionnant son numéro de compte et le contenu de chacun des colis (titres et quantités).

Les livres ne doivent pas être abîmés, ni marqués ou étiquetés. Le cas particulier des ouvrages retournés, marqués d'un prix ou étiquetés du fait du non respect par l'éditeur de l'obligation de marquage du prix, est examiné dans le cadre du groupe de travail conjoint sur le marquage des prix qui se réunira à la suite de la mise en place du protocole et dont les conclusions viendront compléter le présent protocole.

L'emballage des ouvrages retournés est identique en qualité à celui qui a été utilisé à l'aller.

Sous ces conditions, la note de crédit des retours (avoir) est émise dans le mois qui suit la réception du colis.

En cas de refus de crédit du retour par l'éditeur/diffuseur, celui-ci en indique le motif précis au libraire et s'engage à lui restituer les ouvrages concernés.



Handwritten signature and initials, possibly including the number 7.

## Documents comptables

Les factures du service des nouveautés sont distinctes des factures de réassort.

Inspirée de la norme interprofessionnelle, la facture permet une identification rapide des ouvrages (auteurs, titres, éditeurs, catégories, codification...) et indique la date de l'envoi.

La facture du service des nouveautés est identifiée sur le relevé de fin de mois.

À chaque envoi est joint le double de la facture ou un document récapitulatif des éléments de l'envoi (bon de livraison) autorisant ainsi un rapprochement aisé avec la facture. De nouveaux outils (avis d'expédition électronique, facture dématérialisée) doivent permettre une meilleure organisation de la chaîne du livre et à ce titre être développés.

## **IV. AUTRES DISPOSITIONS**

### 1. Marquage des prix

Les livres doivent être dotés d'un code à barres. Le prix doit être marqué sur le livre conformément à la loi.

### 2. Changement de prix

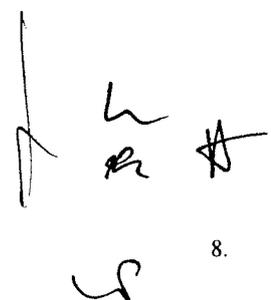
Tout changement du prix public d'un ouvrage doit être signifié au libraire par la presse professionnelle, ou par d'autres moyens, au moins deux mois avant sa date d'application. En cas de baisse de prix, cette information doit également indiquer le délai durant lequel le libraire peut retourner les ouvrages. Dans ce cadre, le libraire a une faculté intégrale de retour sur les ouvrages concernés sur la base du prix d'achat d'origine.

### 3. Ventes aux collectivités

Consciente du rôle prioritaire joué par le réseau de la librairie et dans une perspective de développement dynamique et harmonieux de son activité, l'interprofession des métiers du livre s'oriente vers la voie positive du partenariat en matière de vente aux diverses collectivités (bibliothèques, comités d'entreprises, municipalités, entreprises, etc.).

A l'exemple des autres pays de l'Union Européenne, elle s'engage à faire en sorte que le réseau de librairies assure pleinement son rôle d'interlocuteur naturel de ces collectivités.

La vente aux collectivités ne peut s'effectuer que dans le cadre de la loi du 10 août 1981 modifiée notamment par la loi du 18 juin 2003.



Handwritten signature and initials, including a vertical line, a stylized 'L', 'R', and 'A', and a signature 'SP' at the bottom.

## V. COMMISSION DE SUIVI

La Commission de suivi est une commission paritaire qui réunit les représentants des signataires du présent protocole et de l'administration chargée du livre au Ministère de la culture. Elle veille à la bonne application du présent protocole et organise la conciliation entre les parties sur les points en relevant.

Le champ de compétence, les attributions, la composition et les modalités de fonctionnement sont précisés dans un document en annexe.

## VI. ENTRÉE EN VIGUEUR

Le présent protocole entrera en vigueur lors de la modification des conditions générales de vente de chaque éditeur/diffuseur et au plus tard dans les douze mois à compter de sa date de signature.

A Paris, le 26 juin 2008



Benoit BOUGEROL

Président du Syndicat de la  
Librairie Française



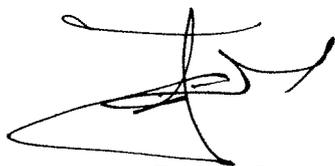
Serge EYROLLES

Président du Syndicat National de  
l'Édition



Laurent FISCAL

Président du Syndicat des  
Distributeurs de Loisirs Culturels



Francis LANG

Co-Président de la Commission  
Usages Commerciaux pour le SNE



Gilles de LAPORTE

Co-Président de la Commission  
Usages Commerciaux pour le SLF