

La maîtrise des flux et les achats

Syndicat de la librairie française

La maîtrise des flux et les achats

Comment faire le grand écart entre la rentabilité (le chiffre d'affaires, la rotation, moins de retour, des immobilisations opportunes) et la défense de la création et de la diversité éditoriale telle qu'on la conçoit ? En somme : comment mieux acheter pour mieux vendre et, de facto, moins retourner ?

En maîtrisant ses flux, on développe son chiffre d'affaires, on gagne des parts de marché, on maîtrise ses taux de retours, on améliore sa marge, on assure la pérennité de la librairie.

Les fondamentaux pour bien acheter et maîtriser les flux :

- Connaître sa zone de chalandise ;
- Définir ses spécificités, son identité et porter, développer son fonds pour la conforter;
- Connaître ses clients fidèles : ce qu'ils achètent, leur contribution au % du CA de la librairie, la fréquence de leurs venues, ce qu'ils aiment, être attentif aux moyens et gros lecteurs ;
- Identifier et suivre les mutations du marché, les tendances, les signaux faibles ;
- Maîtriser les achats à l'office : le choix, la négociation, la rémunération de la prise de risque ;
- Suivre et s'engager, l'enjeu du fonds et du réassort de nouveautés ;
- Connaître la répartition de ses ventes et ses achats, le poids du fonds et le poids des meilleures ventes ;
- Veiller à son taux de retour ;
- Maintenir un stock adapté à la librairie : acheter juste, acheter « au bon prix », éviter le sur-stock, veiller à la courbe des ventes, éviter les ruptures, « épurer » son stock si besoin.

Les achats en librairie prennent la forme soit de nouveautés (offices à façon, grilles ou à parution exceptionnelle), soit de réassorts, soit de dépôts, soit ils sont fermes.

Nouveautés : Les achats de nouveautés se font par le libraire avec le représentant/le diffuseur ; c'est le travail des offices, effectué avant la parution des ouvrages, afin que le libraire reçoive les dits ouvrages pour le jour de la sortie. Le libraire doit rester libre de ses quantités. (Pour aller plus loin, voir « Le travail avec les représentants ».)

Réassort : Le réassort se fait à partir du journal des ventes, ou pour l'organisation d'un événement ou la mise en place d'une opération. Si le réassort n'est pas urgent : passer la commande en début du mois pour un gain d'échéance. Si cela est possible (volumes

conséquents + temporalité), passer la commande auprès de son représentant afin d'obtenir des conditions commerciales (échéance, surremise, gratuits, primes, autorisation de retour).

Dépôt : Le libraire ne paiera que les exemplaires vendus, après négociation et accord du contrat avec l'éditeur stipulant la durée du dépôt et la remise.

Achat ferme : Le libraire paie ses achats, sans faculté de retour, mais il est alors recommandé de négocier une remise plus importante que d'ordinaire.

« **Mieux acheter, moins retourner** »

Ateliers enregistrés lors des Rencontres nationales de la librairie 2019

Mieux acheter, moins retourner (1)

Face à la surproduction, comment définir sa politique d'achat et la partager avec son équipe ?

Intervenants : *Caroline Mucchielli, SLF-Observatoire de la librairie, Alice Rüest, librairie Vivement Dimanche à Lyon et Damien Bouticourt, librairie Maupetit à Marseille.*

Mieux acheter, moins retourner (2)

L'impact économique du retour, sa prise en compte dès la négociation avec le représentant

Intervenants : *Caroline Mucchielli, SLF-Observatoire de la librairie, Brice Vauthier, librairie L'Étagère à Saint-Malo, Renny Aupetit, librairie Le Comptoir des Mots à Paris.*

[Ecouter les podcasts](#)

|Mis à jour le 17 avril 2023