

Bonnes pratiques de gestion

Table ronde

3 octobre 2019



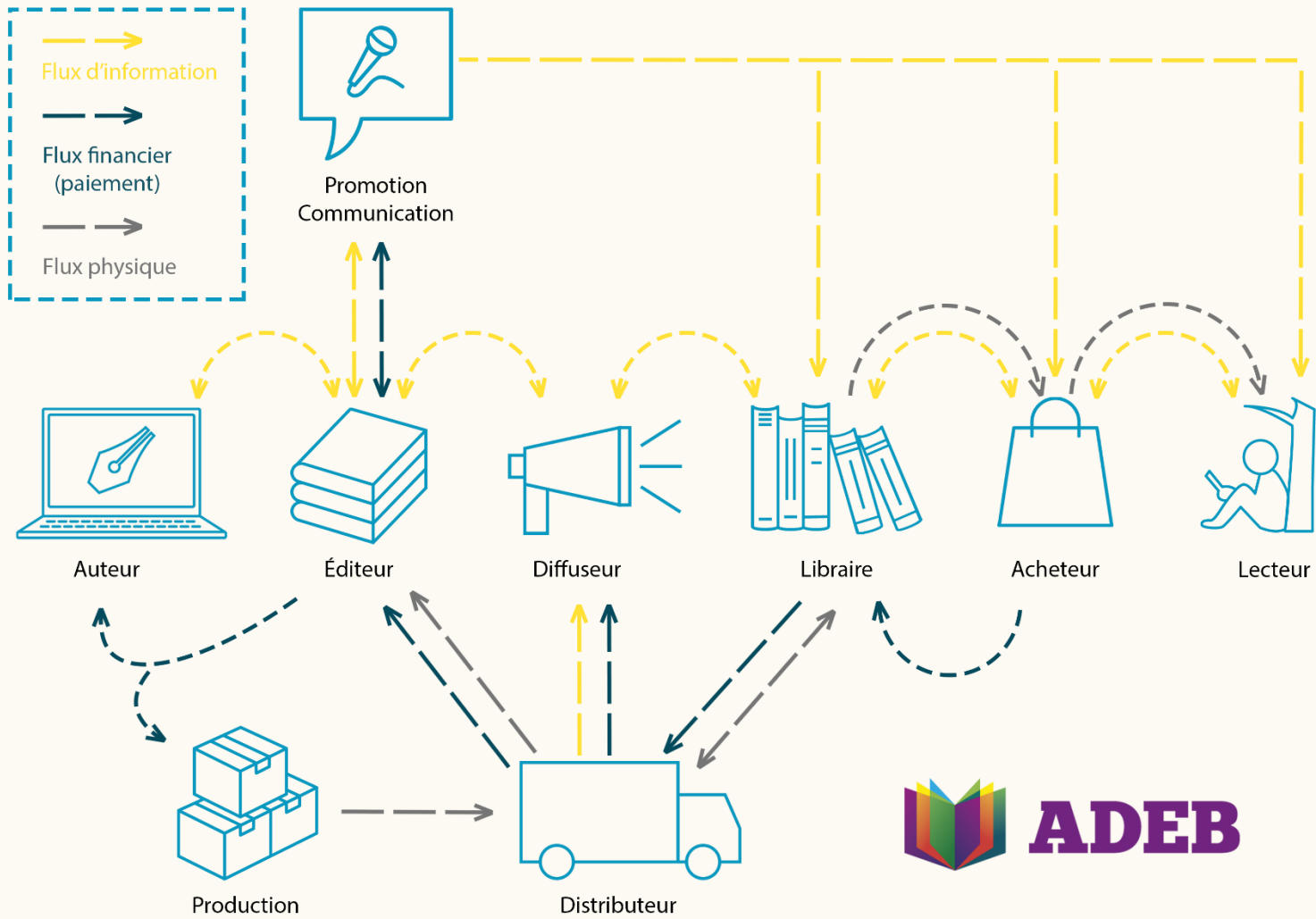
- 1. Acteurs de la chaîne du livre et stratégies**
- 2. Calcul du prix public d'un ouvrage**
- 3. Gestion de stock, valorisation, pilon**
- 4. Questions pour la prochaine fois...**



Acteurs de la chaîne du livre et stratégies

- Auteur
- Editeur + les passeurs
- Imprimeur
- Diffuseur + représentants
- Distributeur
- Libraire
- Acheteur
- Lecteur





Auteur

= Celui qui est la première cause d'une chose.

Le responsable.

- En contact avec toute la chaîne s'il le souhaite.
 - « Pour un auteur, c'est d'abord cela un éditeur : son lecteur privilégié. » Michel del Castillo
 - « Pour moi, un livre existe quand il est lu, et j'ai besoin de lecteurs. » Marie Darrieussecq
- Rendre son texte « public ».
- En tirer un revenu.



Editeur

= le responsable de l'entreprise, des activités de publication et de commercialisation

Personne qui, en tant que responsable d'une maison d'édition, dirige les activités de publication et de commercialisation d'ouvrages imprimés ou de produits, en vue d'assurer la qualité des publications et la rentabilité de l'entreprise. À cette fin, elle étudie les ouvrages ou projets qui lui sont présentés, sélectionne ceux qui seront publiés en fondant ses décisions sur la situation financière de l'entreprise, les orientations littéraires des collections mises sur pied, la valeur littéraire de l'oeuvre et ses chances de succès auprès de la clientèle. Elle s'occupe également des relations avec les auteurs, de la gestion des budgets relatifs à l'édition et à la production, de la mise en marché des ouvrages imprimés (publicité, lancement, relations avec les distributeurs, participation à des foires commerciales).



Une entreprise =
un produit
+ un marché
+ une organisation



ENTREPRENDRE =

créer une organisation structurée
dont les produits offerts
correspondent au marché
dans des conditions économiques
qui assurent la pérennité et la
progression de cette organisation.



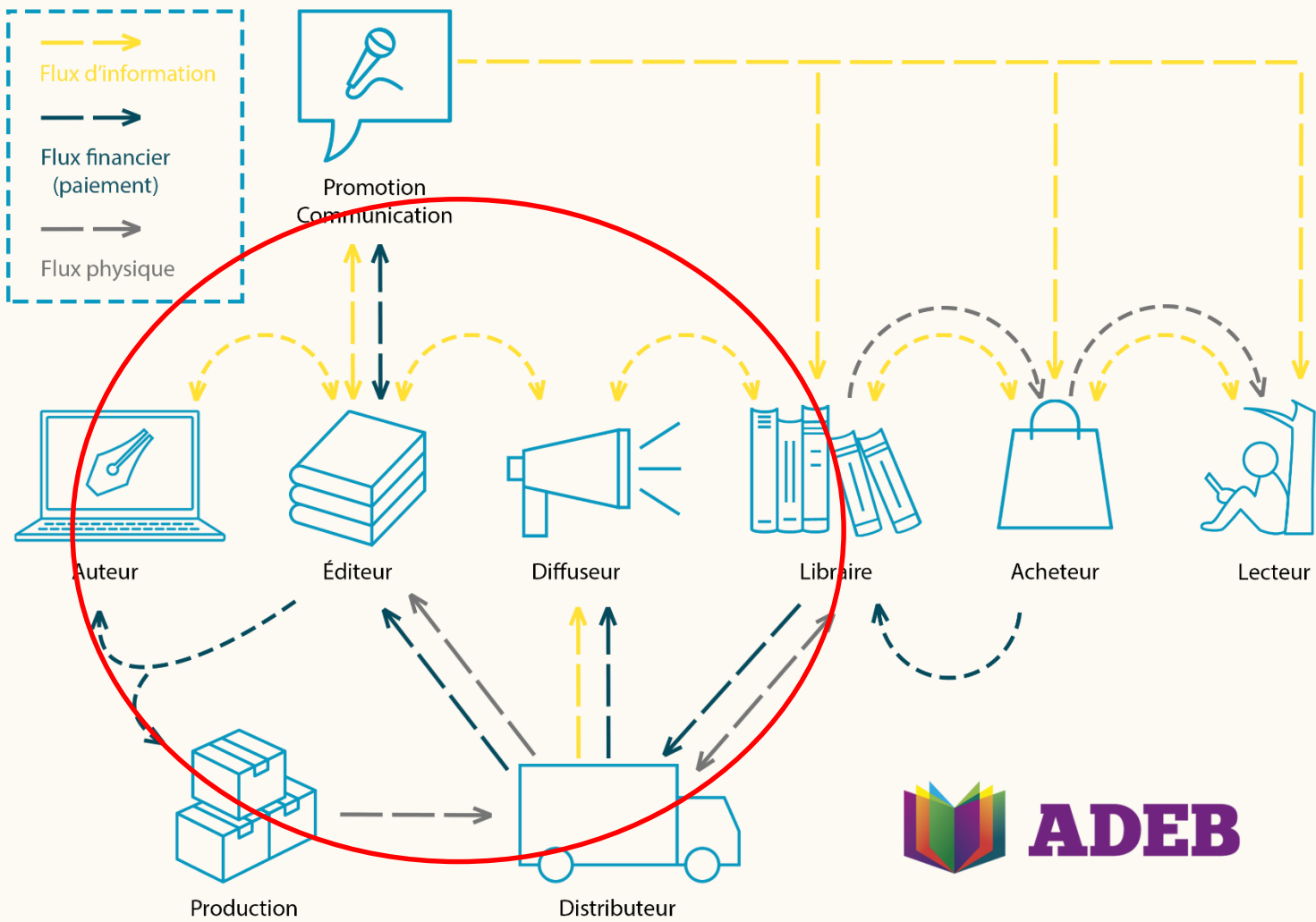
Editeur

= Un chef d'orchestre qui rythme toute la vie du livre

« Mais il reste que l'éditeur est, en effet, un passeur ! Et même que, sous cette appellation, il représente à lui seul tout un petit peuple de passeurs : découvreurs, lecteurs, traducteurs, accompagnateurs, toiletteurs, compositeurs, correcteurs, metteurs en page, illustreurs, rédacteurs, démarcheurs, promoteurs, comptables, coursiers et tous ceux qui sont installés dans les interstices de l'entreprise. Liste que je dresse sans manquer d'avoir une pensée particulière pour de petites maisons d'édition où l'éditeur solitaire, jouant à l'homme-orchestre, cumule tâches et responsabilités. »

Hubert Nyssen, *La sagesse de l'éditeur*, Editions L'œil neuf.





Diffuseur

= bras commercial de la chaîne

- conjuguer le potentiel de vente des détaillants et les objectifs de l'éditeur, en s'intégrant dans le flux logistique des distributeurs.
- coordonner l'ensemble des opérations commerciales et marketing mises en œuvre par les éditeurs dans les différents réseaux de vente.
- aider à déterminer le premier tirage qui correspond à la mise en place complétée par le talon destiné aux premiers réassorts. Il négocie la remise faite au détaillant et toutes les conditions commerciales.
- effectuer la mise en place la plus grande possible; s'entend de l'ensemble office + notés.
- rémunéré sur les mises en place, le CA total + primes.



Représentants

= Agent de relations publiques entre tous les acteurs

- Présentation des nouveautés
- Prise de commande de réassort
- Autorisation de retours
- Résolution des litiges, réclamations
- Négociation des conditions commerciales :
 - Remise, surremise
 - Promotions diverses
 - Faculté de retour
 - Constitution de dépôt (facturation différée)
 - Délais de paiement
- Information sur les meilleures ventes, le marché, la « vie » des éditeurs
- Résultats chiffrés propres au point de vente visité



Distributeur

= Logisticien et banquier de la chaîne

- les tâches liées à la circulation physique du livre (stockage, transport) et à la gestion des flux financiers qui en sont la contrepartie : traitement des commandes et des retours, facturation et recouvrement.
- une activité de plus en plus industrialisée, qui peut assurer des mises en place significatives, voire très importantes, ou du réassort à l'unité.
- Tous les services sont rémunérés : flux aller, retour, stockage, remise en stock, pilon, récupération de créances...

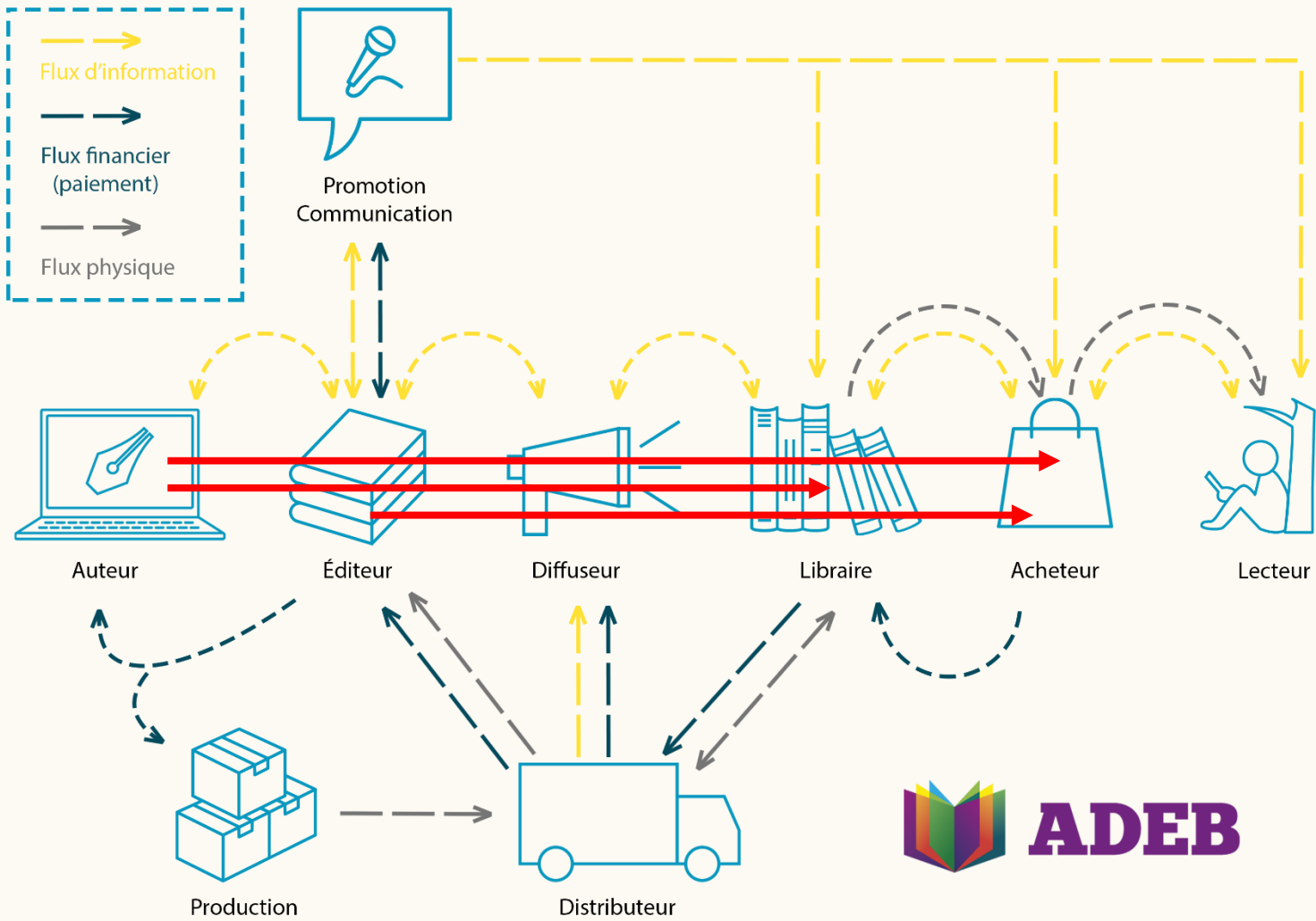


Libraire

= Conseiller passionné et vendeur

- Développer un concept, une identité.
- Proposer un assortiment cohérent, qualitatif, complet.
- Choisir, lire, s'informer...
- Communiquer, animer, être acteur culturel...
- Développer son entreprise.
- Rémunéré par la marge sur les ventes : de 25 à 40 %.



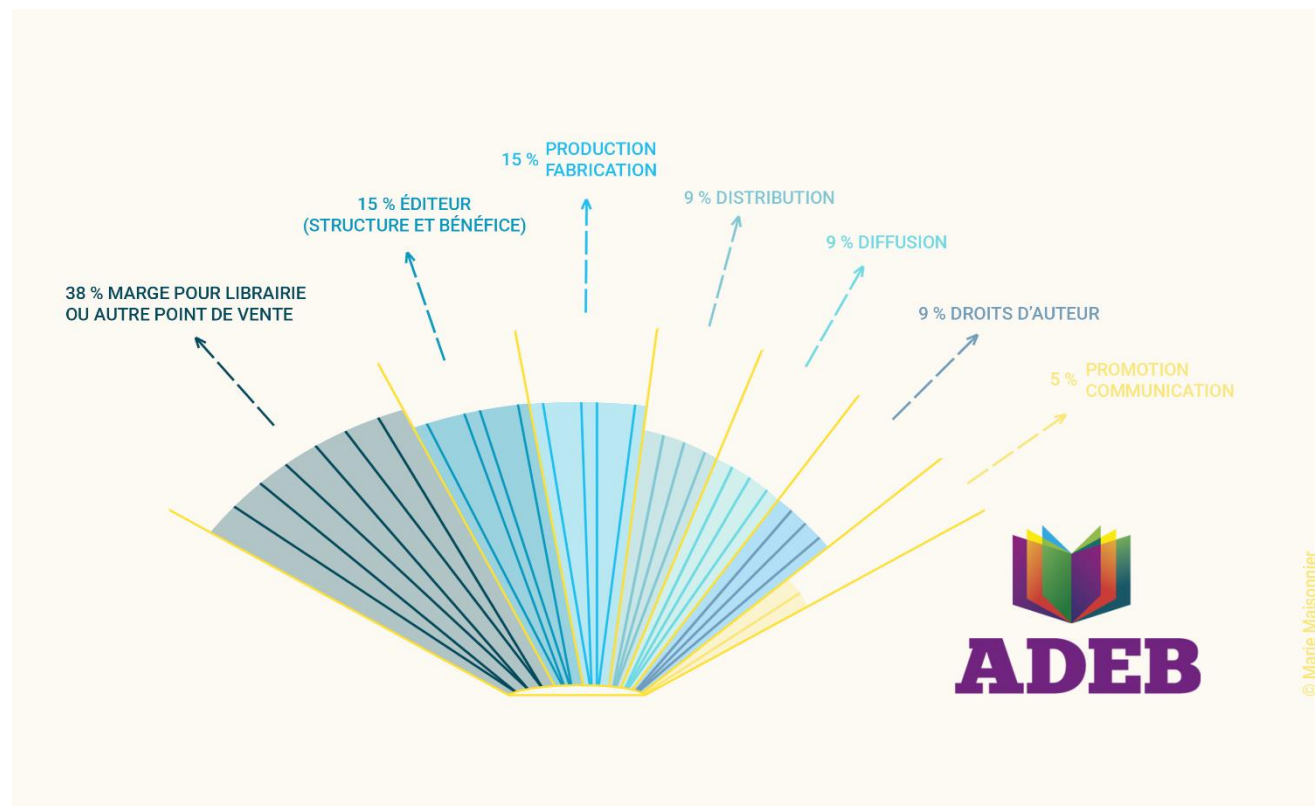


Surdiffusion

- Visites de l'éditeur aux libraires
 - Participation à des foires et salons
 - Rencontres, animations en librairies, en bibliothèques
 - Événements
- « L'édition doit aujourd'hui se faire événement pour exister dans un marché saturé de titres. » **David Giannoni**



2. Fixation du prix de vente public d'un livre



10,60 € PVP		25,00 € PVP	
10,00 € PVP hors TVA		23,58 € PVP hors TVA	
3,80 €	38%	8,96 €	38%
1,50 €	15%	4,72 €	20%
1,50 €	15%	2,36 €	10%
0,90 €	9%	2,12 €	9%
0,90 €	9%	2,12 €	9%
0,90 €	9%	2,12 €	9%
0,50 €	5%	1,18 €	5%
	100%		100%



3. Gestion du stock, valorisation, pilon

- Un équilibre à trouver entre les flux des produits (les livres) et les flux des finances.
 - Premier tirage
 - Mise en place : office, notés + exemplaires d'auteur et de presse
 - Réassort
 - Retours
 - Délais de paiement
 - Conditions de crédit



En comptabilité :

- Le stock se trouve à l'actif du bilan d'une entreprise c'est-à-dire ce que possède l'entreprise : fonds de commerce, biens matériels achetés, stock, dettes clients, disponible en banque ou la trésorerie en caisse.
- Les stocks de matières premières, marchandises et approvisionnements doivent être évalués à leur coût d'acquisition.
Les stocks de produits (en-cours ou finis) doivent, quant à eux, être évalués à leur coût de production.
La notion de coût d'un stock est plus « étendue » que celle d'un prix d'achat : en effet, contrairement au prix d'achat, il comprend tous les coûts d'acquisition, de transformation et également tous autres coûts supportés pour amener les stocks à l'endroit et dans l'état où il...
Ou un pourcentage convenu du prix de vente public hors TVA.
- Cout unitaire moyen pondéré : si achat à plusieurs reprises, à des conditions différentes.
- Inventaire : à réaliser physiquement une fois par an (comptage)
- Amortissements : tenir compte de la dépréciation des possessions de l'entreprise.
La valeur des produits vieillissants, obsolètes peut être réduite progressivement ou mise à zéro. Réduction de valeurs. Par exemple, 30% pour les titres de 0 à 3 ans, 60% pour les titres de 3 à 6 ans et 100% au delà, le tout calculé sur le CMUP (cout unitaire moyen pondéré) et le nombre d'exemplaires en stock.
Règles inchangées d'un exercice à l'autre mais peuvent être différentes selon le type de produits.



Pilon du stock de livres

- Différence entre les pilons et les invendus : les pilons sont des exemplaires détériorés (notamment) et destinés à la destruction (ou au recyclage), alors que les invendus (retours) peuvent être destinés à la revente (baisse des prix, promotions, etc) ou au pilon.
- Le pilon partiel consiste à détruire une partie du tirage global d'un livre : les exemplaires défectueux, ou défraîchis (cas des « retours » de libraires), les excédents de stocks dont la vente à court terme est compromise. Les exemplaires conservés demeurent dans les circuits de vente habituels.
- Réduction de valeur à 100% des exemplaires « pilon » (preuve).
- D'après une étude récente du bureau d'analyse sociétale pour une information citoyenne, 20 à 25% des livres mis sur le marché chaque année finiraient au pilon... Ce qui signifie qu'ils seront recyclés, pour la majorité, en carton d'emballage ou en papier hygiénique.
- Il est réalisé à la demande de l'éditeur et assorti d'un certificat.



Droit d'auteur et pilon

Article 21 – Mises au pilon partielles – Soldes partielles

Si à quelque moment que ce soit, et ce dès le début de l'exploitation, l'Editeur a un stock de l'Œuvre plus important qu'il ne le juge nécessaire pour satisfaire les commandes, il aura le droit (notamment pour des raisons de saine gestion de ses stocks) d'en pilonner une partie sans que le présent contrat ne soit pour autant résilié.

L'Editeur sera également en droit, à tout moment, de pilonner les exemplaires défectueux, abîmés ou défraîchis. Sur les exemplaires pilonnés, aucun droit d'auteur n'est dû.

Article 22 – Mévente – Soldes totales – Mises au pilon totales

1. En cas de mévente, c'est-à-dire lorsque [les ventes annuelles deviennent inférieures à % du dernier tirage], l'Editeur, après en avoir averti l'Auteur par lettre recommandée, aura le droit :

- soit de procéder à la destruction totale des exemplaires invendus (mise au pilon totale) ;
- soit de solder totalement les exemplaires en stock.

2. Toutefois, en cas de destruction totale ou de vente en soldes totales, l'Editeur proposera en priorité à l'Auteur le rachat de tout ou partie du stock restant à un prix à convenir.

L'Auteur devra se prononcer dans un délai de mois. [Ces exemplaires ne pourront être vendus.]

3. Sur les exemplaires pilonnés, aucun droit d'auteur n'est dû.

4. La mise au pilon totale de l'Edition sur support papier n'entraîne pas la résiliation du présent contrat.



Témoignage

« Mon stock tient dans 2 armoires et il y a aussi quelques caisses avec les bouquins qui ne se vendent plus. Ma manière de fonctionner est fort simple : nous imprimons 300 exemplaires minimum au départ et nous réimprimons ensuite par petites quantités. Je m'arrange toujours pour avoir une quinzaine d'exemplaires de chaque livre en stock (plus pour les récents évidemment) . Si grosse commande "impromptue", je téléphone à la Ciaco qui peut m'imprimer ma commande en 48 heures. Je n'ai jamais dû dire à un libraire que nous étions en rupture de stock et qu'il allait devoir attendre.

Donc le secret est simple : éviter les imprimeurs albanais, prendre un imprimeur quadrimétrique à côté de chez soi (même s'il est plus cher) et tisser avec lui un lien de confiance. »

Patrick Dupuis, éditions Quadrature.



4. Questions pour la prochaine fois...

... ou maintenant

Merci de votre attention 😊



Les maisons d'éditions qui se développent ont

- Des labels éditoriaux à identité forte.
- Un ensemble de titres restreint et cohérent.
- La capacité de
 - renouveler l'offre de livres.
 - étendre l'espace éditorial.
 - imposer leurs ouvrages dans des circuits de commercialisation.
 - fidéliser les lecteurs, développer un capital confiance.
- Des créateurs engagés qui sont aussi des professionnels expérimentés.

