

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

Près de vingt ans après la loi du 10 août 1981 et plus de dix ans après les accords Cahart, il a paru nécessaire de reformuler et d'améliorer les usages commerciaux de l'Édition avec la Librairie pour tendre vers des relations optimales entre les différents acteurs de la chaîne du livre.

Le présent protocole, qui constitue un engagement des parties signataires, ne saurait, à lui seul, résoudre l'ensemble des problèmes que connaissent les professions concernées, aussi son actualisation doit-elle être régulière.

Il est décidé qu'il s'appliquerait aux librairies dont la définition suit :

Une librairie est un magasin physique de vente de livres, ouvert à tout public.

Par conséquent, ne sont pas concernés par ce protocole :

- Les grossistes en livres, ouverts aux seuls professionnels,
- Les librairies en ligne, où l'essentiel du chiffre d'affaires ne transite pas par une librairie au sens physique du terme.<sup>1</sup>

### I. LA MISE EN VENTE DES NOUVEAUTES.

#### A - INFORMATION

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 et selon des conditions définies ci-après.

Le service des nouveautés permet aux libraires de connaître directement les nouveautés et ainsi de mieux les vendre, en utilisant selon leurs possibilités le matériel publicitaire éventuellement joint.

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.

#### B - TYPES DE SERVICES DES NOUVEAUTES.

On distingue quatre types de services des nouveautés (ou office), qui reflètent la réalité des pratiques actuelles et répondent aux différentes politiques commerciales des maisons d'édition et des librairies.

---

<sup>1</sup> Le SNE a rédigé des critères qualitatifs spécifiques à la librairie en ligne.

Le choix de l'un de ces services est le résultat d'un accord préalable, ou d'un contrat, entre le libraire et l'éditeur/diffuseur.

### **Article 1 - Office d'information unitaire**

Le libraire accepte que l'éditeur/diffuseur détermine son service de nouveautés en titres et à l'unité, la grille lui étant toutefois communiquée à titre d'information.

### **Article 2 - Office sur grille personnalisée**

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.

Des modèles de grilles sont joints au présent protocole, pour les catégories d'ouvrages suivantes :

- Littérature générale ;
- Ouvrages scolaires et parascolaires ;
- Ouvrages universitaires ;
- Jeunesse.

À partir de ces modèles, les éditeurs/diffuseurs peuvent ajouter ou supprimer des lignes ou des colonnes de ces grilles, en fonction de leur spécificité. Mais ils doivent respecter la présentation générale de ces modèles, de façon que le libraire puisse aisément retrouver une rubrique lors de ses rendez-vous avec les éditeurs/diffuseurs.

Le libraire peut à tout moment demander la modification (augmentation ou diminution) des quantités fixées. L'éditeur dispose alors d'un délai de 60 jours pour répondre à cette proposition ou pour la mettre en œuvre.

Dans le cas de la détermination du service de nouveautés par l'intermédiaire d'un diffuseur, les quantités et les catégories sont précisées par 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.

### **Article 3 - Office à façon (Commande de nouveautés)**

Pour tenir compte au plus près de la réalité commerciale du point de vente, ce service, défini d'un commun accord entre l'éditeur ou son représentant et le libraire, permet à ce dernier de passer une commande négociée avec l'éditeur ou son représentant, portant sur un ou plusieurs titres et sur des quantités pour chaque titre de la mise en vente. Cet accord est concrétisé au moyen de documents commerciaux (bons de commande, bulletins d'information, télétransmission...) ou suivant toute autre procédure.

### **Article 4 - Office lié à une parution exceptionnelle**

Le libraire accepte que l'éditeur lui envoie, en sus des quantités prévues par la grille, des ouvrages dont la parution nécessite une mise en place exceptionnelle.

Le choix des titres et la détermination des quantités sont effectués par l'éditeur.

Si ces ouvrages font partie d'une mise en vente spéciale, alors ils voyageront franco à l'aller, et au retour s'ils font l'objet d'une expédition isolée.

Une procédure appropriée sera mise en place pour faciliter les opérations de retour.

## **C - MODALITÉS DE FONCTIONNEMENT DU SERVICE DES NOUVEAUTÉS**

### **Article 5 - Inscription au service des nouveautés par envoi d'office**

Le service des nouveautés par envoi d'office fait obligatoirement l'objet d'un contrat écrit en double exemplaire entre un éditeur/diffuseur et un libraire.

Ce contrat doit préciser :

- Le nom de l'éditeur et/ou du diffuseur
- Le type de service de nouveautés par envoi d'office (voir B ci-dessus) ;
- Les catégories de livres auxquelles ce service s'applique
- Les conditions de retour

Les livres faisant l'objet d'un office doivent être dotés d'un code à barre et d'un prix conformément à la loi.

### **Article 6 - Obligations réciproques**

Le contrat est conclu jusqu'à résiliation ou renégociation.

Le libraire ne peut refuser un envoi de nouveautés conforme au contrat.

L'éditeur, ou diffuseur, doit limiter son envoi aux ouvrages mentionnés dans le contrat, en respectant les quantités prévues pour chaque catégorie et dans la même remise.

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.

En cas d'intervention d'un nouveau diffuseur : les libraires doivent être informés de la modification de la liste des éditeurs diffusés au minimum trois mois et demi avant le premier envoi de nouveautés, la grille et les conditions générales de vente relatives à chaque catégorie d'ouvrages doivent être communiquées aux libraires. Cette information doit provenir à la fois :

- De l'éditeur,
- De l'ancien diffuseur, s'il est en état de la fournir,
- Du nouveau diffuseur.

Sauf refus du libraire signifié au nouveau diffuseur un mois avant le premier envoi de nouveautés par le nouveau diffuseur, la grille et les conditions du nouveau diffuseur pour les ouvrages de même genre et même classe de tirage sont appliquées.

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...

### **Article 7 - Modification du service des nouveautés**

À tout moment, le libraire peut corriger la grille ou les grilles et les renvoyer ainsi rectifiées à l'éditeur ou au diffuseur. Celui-ci aura un mois, pour, éventuellement, notifier son désaccord.

À défaut, le contrat fait l'objet d'une tacite reconduction.

### **Article 8 - Résiliation**

Le contrat peut être résilié à tout moment par l'une ou l'autre des parties avec un préavis de deux mois. Cette résiliation peut être suivie d'une renégociation et a une influence directe sur la remise accordée.

Le contrat est résilié de plein droit dès notification par le libraire de la cession ou de la cessation de son commerce de librairie.

En cas de cession, de nouvelles négociations seront engagées pour permettre une continuité de l'activité.

### **Article 9 - 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.

### **Article 10 - Expédition et réception des nouveautés**

Les nouveautés sont envoyées à temps pour que les lecteurs les trouvent en place chez le libraire, lors du lancement des campagnes de promotion.

### **Article 11 - Retours**

Les nouveautés envoyées dans le service de nouveautés comportent un droit de retour intégral, dans des limites de temps fixées par l'éditeur ou le diffuseur. Les conditions générales de vente de l'éditeur/diffuseur définiront précisément la durée du délai de garde des nouveautés mises à l'office. Le respect minimum de ce délai de garde fait partie des critères qualitatifs définissant la composition de la remise. Les retours faits par le libraire sont accompagnés d'un document mentionnant son numéro de compte, le contenu de chacun des colis (titres et quantités) et le type de retour (retour de nouveautés, vente avec faculté de retour, autorisation commerciale exceptionnelle...). Les livres ne doivent pas être disloqués ni souillés. Ils ne doivent pas être marqués ni étiquetés. 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, celui-ci en indique le motif au libraire. Les autres modalités de retour sont traitées dans une deuxième phase de la négociation.

## **II. LES REMISES**

### **Article 12 - 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 des critères quantitatifs ;
- D'une remise additionnelle attribuée selon des critères qualitatifs.

La remise additionnelle maximale pouvant être attribuée au libraire au titre des critères qualitatifs est supérieure à la remise additionnelle maximale pouvant être attribuée au titre des critères quantitatifs.

### **Article 13 - Les critères qualitatifs**

Les parties soussignées conviennent de reconnaître un **caractère qualitatif** aux **critères** suivants :

1. Stock du libraire composé au moins pour moitié de titres de fonds, tous éditeurs réunis.

Sont considérés comme titres de fonds, les ouvrages brochés ou « au format de poche », dont la parution remonte à un an au moins.

2. Présence, chez le libraire, d'un nombre de titres d'ouvrages du fonds, brochés ou au format de poche de l'éditeur considéré au moins égal à un certain pourcentage du nombre de titres de fonds figurant au catalogue de cet éditeur.  
Ce pourcentage minimal est fixé par l'éditeur ou par le diffuseur.
3. Existence d'un personnel en contact direct avec le public et ayant reçu une formation de libraire interne ou externe.  
La qualité de l'équipe de vente intègre tout ce qui renforce le conseil au public : lecture des nouveautés, connaissance des catalogues, « coups de cœur », bulletins rédigés, vitrines ...
4. Réception par le libraire, ou son représentant qualifié et pourvu d'un pouvoir décisionnaire, si possible sur rendez-vous, des représentants de l'éditeur ou du diffuseur. Ce rendez-vous doit permettre, après présentation et argumentation, une décision sur les achats.
5. Utilisation par le libraire d'outils bibliographiques sous forme papier, de CD rom ou de base de données.
6. Utilisation de moyens informatisés de transmission des commandes, via Dilicom ou via des moyens propres aux différents distributeurs.
7. Participation, par le libraire, à des campagnes nationales ou locales de promotion de livres, ou organisation par lui de séances d'animation.
8. Acceptation par le libraire d'un des services de nouveautés tel qu'ils sont définis par le présent accord et notamment respect du délai de garde pour les ventes mises à l'office selon les conditions générales de vente de l'éditeur/diffuseur.

#### **Article 14**

Pour l'établissement de leurs conditions de vente, les éditeurs ou diffuseurs ont le choix entre les **huit critères** figurant à l'article 13.  
Ils doivent toutefois en retenir au moins **la moitié**.

#### **Article 15**

À l'exception de la remise de base, les remises accordées selon d'autres critères que ceux de l'article 13 sont réputées quantitatives, sauf si la commission de suivi instituée au IV ci-dessous en décide autrement.

#### **Article 16**

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

### **III . AUTRES DISPOSITIONS**

#### **Article 17 - 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 le libraire a une faculté de retour sur les ouvrages concernés.

## **Article 18 - 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 directe aux diverses collectivités (bibliothèques, comités d'entreprises, municipalités, entreprises, etc.).

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

## **IV. COMMISSION DE SUIVI**

### **Article 19**

La Commission de suivi est une commission paritaire, éditeurs-libraires, qui a pour objet d'examiner la bonne application du présent protocole et d'étudier toutes les questions relatives à l'amélioration de la chaîne du livre.

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

## **V . ENTRÉE EN VIGUEUR**

### **Article 20**

Le présent protocole entrera en vigueur lors de la modification des conditions commerciales de chaque éditeur ou diffuseur.

A Paris, le 19 mars 2001

Hubert FONTAINE

Président de la Fédération Française  
Syndicale de la Librairie

Serge EYROLLES

Président du Syndicat  
National de l'Édition

Jean-Marie SEVESTRE

Président du Syndicat de la  
Librairie Française