



LES LIBRAIRIES CAFÉS

LA LIBRAIRIE
AUTREMENT

GUIDE PRATIQUE

SOMMAIRE

Édito • Introduction • Méthodologie • Librairies-café ou café-librairies ? • Librairie de neuf ou d'occasion ? • En guise de préambule

PHOTOGRAPHIE GLOBALE DU MARCHÉ DES LIBRAIRIES-CAFÉS 8

Répartition des librairies-café en France • Les clients des librairies-café • Les libraires-café : le pour et le contre

INTÉGRER DANS SA LIBRAIRIE UN ESPACE CAFÉ-RESTAURATION 11

Choisir son modèle • Se former • Conventions collectives • Encadrement légal • Encadrement commercial • Encadrement fiscal et social • Site, blog et plateforme d'achat

UN PEU DE MARKETING 18

Pourquoi développer une offre de café/restauration ? • Fidéliser sa clientèle • Scénographie du lieu : comment faire vivre et animer ses espaces de vente ? • Politique tarifaire

LES CLÉS D'UNE BONNE GESTION DE L'ACTIVITÉ CAFÉ-RESTAURATION 22

Modalités d'achat • Rythme des achats et gestion physique des stocks • Personnel nécessaire

ÉCONOMIE DU MODÈLE ÉTUDES DE CAS 26

Distinguer sa comptabilité • Travailler à partir de la marge • Modélisation • Outil de simulation • Fixer le prix de revente des produits de restauration • L'activité épicerie et l'utilisation de coefficients

NOTES 33

RESSOURCES 34

FOCUS

1. PATISSERIE FRAÎCHE OU SÈCHE ? 12
2. PETITE RESTAURATION 13
3. RESTAURATION ET DÉBIT DE BOISSONS 14
4. PERMIS D'EXPLOITATION VENTE D'ALCOOLS 14
5. HYGIÈNE ALIMENTAIRE 15
6. CONSERVER SON LOGICIEL DE GESTION ? 16
7. DIFFÉRENTES TVA 17
8. AMÉNAGEMENT HYGIÈNE ET SÉCURITÉ 21
9. GROSSISTES 22
10. DÉLAIS DE PAIEMENT 22
11. INVENTAIRE SYNTHÉTIQUE DES BESOINS PRÉALABLES 25

ÉDITO

Soucieux de renforcer leur attractivité, élargir et fidéliser leur clientèle, améliorer leur marge, certains libraires éprouvent le besoin de diversifier leur offre. Afin de leur apporter des pistes de réflexion concrètes, l'Agence régionale du Livre Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur se propose de développer une collection de guides pratiques, dont l'objectif est de présenter atouts et contraintes des produits ou services à même d'apporter cette diversification. L'approche se veut tant informative qu'économique.

Les solutions sont multiples. Le déploiement d'une activité de café-restauration constitue le deuxième opus de ces guides pratiques.

INTRODUCTION

Durant le 19^è siècle, les « salons de lecture » qui se développent sont considérés comme des concurrents directs des « libraires-diffuseurs » - terminologie donnée à l'époque aux libraires. Constitués de larges espaces ouverts, de tables et de chaises, ces salons accueillent les lecteurs avides de nouveautés qui viennent écouter les auteurs donner lecture de leurs textes ; ils proposent également des boissons et parfois une petite restauration. Lieux de culture et d'échanges ouverts à toutes les bourses, ils disparaissent progressivement à la fin de la Grande Guerre.

Ce modèle de lieu culturel, d'échanges et de commerces mêlés, réapparaît en 1993 à Guimaëc, en Bretagne. Deux anciens éditeurs s'associent et créent le « Caplan&Co », un café-librairie-galerie

d'art, atypique de fait, idéalement placé et qui devient vite une référence. Progressivement ce concept s'étend partout en France, avec plus ou moins de succès ; on dénombre aujourd'hui un peu plus d'une centaine de ces lieux.

La librairie-café s'est installée dans les villes, au cœur des campagnes, elle s'est nichée sur une île, au détour d'une route de montagne ou encore sur les côtes. Protéiforme, elle s'est adaptée à tous les contextes géographiques et économiques et répond aujourd'hui à un désir exprimé par les clients des librairies indépendantes : interviewés dans le cadre d'une étude réalisée par l'Obsoco en juin 2013, 84 % d'entre eux jugent en effet pertinent la proposition d'un café/espace de restauration au sein de leur librairie¹.

Pour autant selon cette même étude, la librairie-café indépendante n'échappe pas – comme l'ensemble des librairies –

à l'érosion des ventes, liée notamment à la concurrence des grandes surfaces spécialisées culturelles (GSS), des grandes surfaces alimentaires (GSA) et d'internet.

Ainsi selon une étude menée par GFK², la part de marché des librairies indépendantes (hors e-commerce) est tombée de 51 % en 2007 à 47 % en 2016, alors que les 10,7 millions d'acheteurs de livres sur internet en 2015 sont passés à 11,3 millions en 2016, soit une augmentation significative des achats effectués en ligne.

Pour défendre leur valeur ajoutée, les commerces de livres doivent se réinventer en permanence, diversifier leurs espaces et leurs propositions afin de renforcer leur singularité et leur attractivité.

Mais que peut-on appeler librairie-café ? Pourquoi ouvrir un tel lieu ? Comment le mettre en place ? Quelles sont les règles juridiques qui s'y appliquent ? Quelles formations suivre ? Avec quel personnel ? Une librairie-café est-elle rentable ?...

Que votre projet soit abouti ou que vous commenciez seulement à y réfléchir, ce guide vise à faciliter vos démarches.

MÉTHODOLOGIE

L'Agence a confié la préparation de ce guide à Gaëlle Pairel, coordinatrice de l'association des Cafés-Librairies de Bretagne, et à Michel Ollendorff, consultant librairie au cabinet l'Esperluette ; elle en a assuré l'organisation d'ensemble et le suivi éditorial.

Une enquête de terrain a été menée auprès d'une trentaine de librairies-café d'avril 2017 à septembre 2017 – en Bretagne, en Provence-Alpes-Côte d'Azur, Bourgogne et Alsace – laissant apparaître une très grande diversité de ces commerces, enregistrés sous des codes NAF relevant soit de la restauration, soit de la librairie. Les rédacteurs de ce guide se sont donc livrés à une étude de terrain et ont condensé les informations recueillies auprès de ces lieux atypiques afin de proposer un outil non pas exhaustif, mais éclairant.

LIBRAIRIES-CAFÉS OU CAFÉS-LIBRAIRIES ?

De ces deux terminologies, « café-librairie » est la plus utilisée pour désigner des librairies indépendantes associées à un espace café ou salon de thé. Ce guide se destinant aux acteurs du livre, nous privilégierons cependant le terme de « librairie-café ».

Par extension, l'appellation librairie-café désigne les librairies disposant d'une activité café, salon de thé, petite restauration, restauration rapide, épicerie...

Une librairie-café développe deux activités simultanément. Il ne s'agit pas seulement de proposer une machine à café dans un coin de la librairie.

Les créateurs de librairies-cafés interrogés dans le cadre de ce guide en appellent tous aux notions d'accueil et de temps, propices aux échanges. Dans un monde où tout va vite et où les rapports humains se dématérialisent, cette pause, entre nourritures gustatives et littéraires, favorise la communication et la détente.

En outre, l'espace café permet d'accueillir les événements organisés par ces lieux hybrides qui se définissent comme des acteurs culturels de leur territoire.

Le travail des libraires s'en trouve impacté, puisqu'il cumule plusieurs activités chronophages, obligeant à une organisation spécifique.

LIBRAIRIES DE NEUF OU D'OCCASION ?

Les études de cas proposées reposent principalement sur l'analyse de librairies-cafés travaillant le livre neuf. Certaines travaillent également un fonds d'occasion³ mais il n'est majoritaire que pour deux des librairies enquêtées (l'une à Avignon, l'autre à Bécherel).

EN GUISE DE PRÉAMBULE

Que votre projet concerne le développement d'un espace café dans une librairie existante ou une création, il est nécessaire de se poser quelques questions en amont.

Quelles sont les motivations qui prévalent à la création d'une librairie-café ? S'agit-il de :

- diversifier l'activité afin de dynamiser son commerce ?
- répondre à une attente clientèle du territoire ?
- ouvrir un lieu de convivialité à forte valeur ajoutée ?
- développer un commerce à forte marge ajoutée ?
- réaliser un rêve alliant nourritures littéraires et gustatives ?

Comment mettre en œuvre ce projet ? La réflexion s'articulera autour des points suivants :

- la définition du projet commercial – axe éditorial de la librairie et nature du lieu de convivialité,
- l'intégration du projet à l'architecture du lieu,
- l'investissement nécessaire à l'aménagement de la structure,

- le personnel : être seul(e), s'associer et/ou recruter,
- la formation,
- la capacité de mener de front deux activités intenses,
- le respect de la législation propre à chaque activité.

Existe-t-il des aides pour accompagner le financement de ces projets ?

- Le Conseil régional Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, en partenariat avec le CNL et la Drac Paca, propose une aide au développement de la pluriactivité en librairie, dont l'activité café-restauration.
- Les organismes nationaux spécialisés (CNL, Adelc, Ifcic) adaptent leurs aides en fonction de la nature du projet et, entre autres, du poids représenté par l'activité livre dans le chiffre d'affaires et dans l'offre globale.
- Pour les aides dédiées aux entreprises en phase de création (plateformes d'initiatives locales, aides nationales et régionales), se rapprocher des Chambres de commerce.

Ce guide pratique présente les étapes allant de la réflexion à la mise en œuvre du projet.

PHOTOGRAPHIE GLOBALE

DU MARCHÉ DES LIBRAIRIES-CAFÉS

RÉPARTITION DES LIBRAIRIES-CAFÉS EN FRANCE

Depuis le début des années 2000, les librairies-café se sont multipliées en France : 110 librairies-café ont été comptabilisées dans le cadre de la rédaction de ce guide, parmi lesquelles 31 ont été interrogées, soit environ 30 % des librairies-café recensées sur l'ensemble du territoire.

(Données recueillies auprès des structures régionales pour le livre en France)

RÉGION	NOMBRE	%
Bretagne	25	23 %
Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur	18	16 %
Île-de-France*	15	14 %
Nouvelle-Aquitaine	10	9 %
Occitanie	10	9 %
Auvergne-Rhône-Alpes	8	7 %
Normandie	5	5 %
Bourgogne-Franche-Comté	5	5 %
Hauts-de-France	5	5 %
Pays-de-Loire*	5	5 %
Centre-Val-de-Loire	2	2 %
Grand-Est	2	2 %
TOTAL	110	100 %

* Données Internet



La spécificité bretonne est notable. Plus de 25 structures recensées dans cette région, dont 17 sont réunies au sein de la Fédération des Cafés-librairies de Bretagne⁴, seule fédération de cette nature.

Cette vision conviviale du commerce du livre s'est propagée. On compte aujourd'hui 18 librairies-café en Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, 15 en Île-de-France, 10 en Nouvelle-Aquitaine et en Auvergne-Rhône-Alpes, principalement implantées dans des villes petites ou moyennes, des lieux touristiques ou

exceptionnels. Dans les grandes villes elles se développent plus lentement et se situent pour la plupart à proximité de bassins d'entreprises tertiaires ou dans des quartiers dits « bourgeois ».

- Sur le panel étudié de 31 librairies, une grande majorité appartient aux catégories D [CA total < 300 000 €] et C [CA total < à 1 000 000 €].
- Pour environ 90 % des librairies-café, qu'elles soient généralistes ou spécialisées, l'activité principale est réalisée avec le livre : de 55 % à 95 % du chiffre d'affaires global.
- Pour à peine 10 % des librairies-café, le chiffre d'affaires café-restauration est supérieur au chiffre d'affaires livre : moins de 55 % à 90 % du CA global.

Aucune autre donnée économique n'est disponible au plan national.

La grande diversité des points de vente et des produits travaillés, ainsi que la différence entre les modes de comptabilité adoptés – par exemple postes de « vente de marchandises » ou « d'achat de marchandises », amalgamés et non dissociés par niveaux de TVA – ne permettent pas de donner une vision économique précise du poids de chacune des activités.

Les grandes données [CA moyen, marge commerciale par nature de produits, rotation des stocks, etc.] ne peuvent donc pas être restituées.

C'est pourquoi ce guide se développe à partir d'études de cas : grâce aux données recueillies in situ, à partir des logiciels de gestion interne et de l'expérience propre des libraires.

LES CLIENTS DES LIBRAIRIES-CAFÉS

La typologie des clients est très hétérogène. On y croise le public de la librairie indépendante⁵ (les économes, les décroissants, les impulsifs, les prudents, etc.), les amateurs d'espaces singuliers, les locaux et les touristes. On y vient seul ou en famille, que l'on soit jeune et adulte, homme ou femme, afin de découvrir les livres et/ou de faire une pause. Plusieurs gérants témoignent que les femmes et les personnes seules fréquentent facilement ces endroits atypiques, le café associé à des livres se révélant pour elles accueillant et accessible.

De fait, la pluralité des propositions induit une diversité des publics plus large que dans une librairie traditionnelle. Il est plus aisé de s'y approprier un espace au gré des envies et centres d'intérêts :

- boire un café/un verre,
- manger seul(e), en famille, entre amis,
- découvrir et/ou acheter/commander un livre,
- regarder une exposition,
- participer à un atelier,
- assister à une rencontre d'auteur,
- se prêter à une rando-lecture...

Bien souvent, le soin apporté à l'originalité du lieu, à l'accueil, au conseil, à l'animation culturelle (un événement par semaine en moyenne : exposition, rencontre d'auteur, lecture, atelier...), à la nourriture et aux boissons proposées, expliquent ce succès.

- Côté livres, la prescription du/des libraires est importante et la visibilité de l'offre essentielle.

- Côté café-restauration, les circuits courts et le choix de produits locaux – voire bios – permettent de valoriser le terroir et de jouer sur cette proximité ; point très apprécié des clients.

L'attractivité est renforcée par ce temps un peu particulier offert à l'échange et à la pause.

Selon l'étude Obsoco[®] : *« On retrouve, parmi les personnes qui participent [aux animations en librairie], un score moyen de consommation responsable et de soutien au commerce*

indépendant sensiblement plus élevé que la moyenne ». Or, les librairies-café privilégient un développement durable et responsable. L'interaction avec leur environnement est forte.

Ouverts à l'année, les librairies-café nouent un dialogue permanent avec leurs clients et leurs partenaires : acteurs de la chaîne du livre, fournisseurs, associations, établissements scolaires, réseaux de lecture publique... Ce dialogue fait évoluer les propositions et participe de la pérennité des structures.

LES LIBRAIRIES-CAFÉS : LE POUR ET LE CONTRE

ANALYSE SWOT	POSITIF	NÉGATIF
INTERNE	<ul style="list-style-type: none"> • Commerce à forte valeur ajoutée • Diversification des activités • Développement du chiffre d'affaires • Produits à forte marge ajoutée • Logiciel commun à tous les produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Démultiplication d'activités chronophages qu'il est parfois complexe de mener de front • Répondre aux nombreuses compétences requises • Savoir déléguer mais rester responsable du lieu et des propositions littéraires et culinaires • Fatigue liée au surmenage et à la tension, surtout pour les créateurs/créatrices seul(e)s
EXTERNE	<ul style="list-style-type: none"> • Typologie de librairie désormais reconnue par la profession • Ancrage territorial fort : partenaires locaux... • Existence d'une Fédération des Cafés-librairies de Bretagne depuis 10 ans : partage d'expériences, stages... 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence • Respect des cadres légaux et de l'ensemble des contraintes juridiques • Démultiplication des fournisseurs et des taux de TVA

INTÉGRER DANS SA LIBRAIRIE

UN ESPACE CAFÉ-RESTAURATION

CHOISIR SON MODÈLE

Le concept de librairie-café recouvre une multitude de propositions, tant pour ce qui concerne le livre que l'activité de café-restauration, et la singularité de chaque lieu offre une diversité qui échappe à tout formatage.

LA LIBRAIRIE PEUT ÊTRE	LE CAFÉ PEUT ÊTRE
<ul style="list-style-type: none"> • Généraliste • Généraliste avec une spécialisation • Spécialisée • Un commerce de livres anciens et d'occasion 	<ul style="list-style-type: none"> • Un café • Un salon de thé • Un bar • Un espace de petite restauration • Un restaurant

Sur les 31 librairies-café étudiées dans le cadre de ce guide :

- 18 librairies sont généralistes [58 %] ; certaines développent toutefois une spécialisation en jeunesse, cinéma, voyage, poésie ou littérature étrangère...
- 11 librairies se sont créées autour d'une spécialité [35 %] : Renaissance et Révolution, langues étrangères [27 % des spécialisées dont une travaillant majoritairement l'occasion], découverte des arts, bande-dessinée [36 % des spécialisées], jeunesse.
- 1 librairie est un commerce de livres anciens et d'occasion [3 %].
- 1 est une librairie d'éditeur [3 %].

SE FORMER

Si la nature de ces métiers diffère, ils en appellent à des compétences communes :

- prévoir et anticiper,
- acheter et gérer un stock,
- préparer son offre : assortiment de livres, boissons, plats ; préparation de l'espace en fonction du flux attendu...
- résister à la fatigue, notamment physique (manipuler des charges lourdes est chose courante en librairie et en restauration, se démultiplier entre l'espace librairie et restauration),
- accueillir et satisfaire la demande, le besoin ; avoir le sens du commerce,
- développer une activité rentable à forte valeur ajoutée.

Sur l'ensemble des lieux visités, le parcours des responsables des librairies-café est très divers. Plusieurs ont suivi une formation initiale ou continue en librairie, d'autres ont appris « sur le tas » en suivant des formations spécifiques et obligatoires (cf. Focus 4 et 5).

Aucun ne vient du milieu de la restauration. L'une était boulangère, la plupart sont issus de milieux culturels (librairie, édition, cinéma indépendant, musique, journalisme), d'autres étaient enseignants, électriciens,

trader, membres d'associations humanitaires, médecins ou infirmiers.

Les métiers de libraire, de serveur et de cuisinier – à l'exception des pâtisseries – peuvent s'apprendre en pratiquant et ne nécessitent pas de diplôme obligatoire. Cependant ces métiers sont complexes et exigeants, aussi est-il conseillé de suivre un cursus adapté⁵. Des formations - initiales et continues - permettent de gagner en savoir-faire, en compétences et en efficacité, ... et en viabilité de l'entreprise :

Pour la librairie (liste non-exhaustive) :

- CAP employé de vente spécialisé option librairie (Le Mans, Ploufragan, Montreuil, Paris, Toulouse, Bordeaux)
- Brevet Professionnel Librairie (INFL Paris, Villefranche-sur-Saône), IUT Métiers du livre (Aix-en-Provence, Bordeaux, Grenoble, Paris ...)
- Licence info-comm Parcours librairie (Laval)
- Licence professionnelle Métiers du livre et de la librairie (Aix-en-Provence, Bordeaux, Mulhouse, Toulouse, INFL Paris)
- Master pro Ingénierie du livre en commercialisation numérique (Paris 10), etc.

Côté cuisine et service, lycées professionnels hôteliers et écoles de cuisine se trouvent partout sur le territoire national et à l'étranger. La plupart proposent :

- CAP : cuisine, agent polyvalent de restauration
- MC (mention complémentaire) : cuisinier en dessert ou art de la cuisine allégée
- CS (certificat de spécialisation) : restauration collective, etc.
- Bac professionnel : cuisine, sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration

- Brevet professionnel : arts de la cuisine
- BTS : hôtellerie restauration, options art culinaire, arts de la table et du service, etc.

À défaut, un stage prolongé dans une librairie-café permet d'appréhender la multi-activité dans toute sa complexité.

D'autres formations sont obligatoires : Permis d'exploitation ; Hygiène et sécurité alimentaire (cf. Focus 4 et 5).

FOCUS 1 PATISserie FRAÎCHE OU SÈCHE ?

▲ **Le métier de pâtissier est réglementé : s'il y a vente de pâtisserie fraîche, il y a alors obligation de passer le CAP pâtissier.**

Quelques exemples de pâtisseries fraîches : sablés, génoise, baba au rhum, cake, gâteau au yaourt, ganache chocolat, crème au beurre...

▲ **Pour plus d'information :**
www.hygiene-securite-alimentaire.fr

CONVENTIONS COLLECTIVES

La convention collective qui régit l'activité d'une entreprise relève de l'activité principale déclarée (code NAF) et définit les règles particulières du droit du travail applicable à un secteur (recrutement, période d'essai, contrat de travail, congés, salaire, classification, licenciement...).

Les librairies disposent de leur propre convention collective nationale [téléchargeable sur le site du Syndicat de la Librairie française – SLF]⁷.

FOCUS 2

PETITE RESTAURATION

▲ **Juridiquement, il n'existe pas de définition pour la terminologie « petite restauration » ; elle est de fait en opposition à la restauration. Le code NAF 56.10C désigne la restauration de type rapide. Dans les librairies-café visitées, il s'agit de tarterie/saladerie et d'une proposition de plats cuisinés sur place.**

▲ **À noter que le fait de pouvoir vendre de l'alcool ne dépend pas du code NAF de la structure mais de la nature de la Licence d'exploitation [cf. Focus 3].**

Pour les autres codes NAF inventoriés :

- Le 47.62Z relève de la Convention collective Commerces de détail de papeterie, loisirs créatifs, fournitures scolaires, fournitures de bureau, de bureautique et d'informatique, de matériel, machines et mobilier de bureau ;
- Les 56.30Z et 56.10A dépendent de la Convention collective nationale des Hôtels, Cafés Restaurants (HCR).

Chaque convention relève de sa propre branche et de ses spécificités. Si en restauration il est question d'emplois précaires ou adaptables (selon la demande et l'activité du lieu) et d'horaires à rallonge le week-end, ce n'est pas le cas en librairie. Y sont également déclinés les congés, les jours de récupération... de nombreux points diffèrent d'une convention à l'autre.

Les librairies-café relèvent majoritairement de la convention librairie, nettement moins flexible que la convention restauration !

ENCADREMENT LÉGAL

Quel code NAF pour les librairies-café ?

L'hétérogénéité de ces commerces et de la trajectoire de leurs créateurs se retrouve dans les terminologies et codes NAF :

- la majorité est enregistrée sous le code 47.61Z qui désigne le « commerce de détail de livres en magasin spécialisé » ;
- d'autres sont classés en 47.19B « autres commerces de détail en magasin non spécialisé » ;
- mais on trouve également :
 - des 56.30Z « débit de boisson »,
 - des 56.10A « restaurant traditionnel »,
 - des 47.62Z « commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé »,
 - ou bien encore des 56.10C « restauration de type rapide ».

Cette nomenclature révèle l'impossibilité d'isoler un modèle, même si la majorité des établissements a pour activité principale le commerce de livre.

Dans des proportions variables, on y trouve encore à la vente jeux, jouets, papeterie, carterie, CD, DVD... ce qui achève de brouiller les pistes.

Le bail commercial circonscrit l'activité

Le bail doit préciser la nature des activités qui peuvent être développées dans l'espace commercial, et autoriser explicitement le déploiement des propositions faites à la clientèle. L'activité du locataire est en effet prévue dans le contrat et ne peut être modifiée sans l'accord du bailleur.

Un libraire qui souhaite créer un espace café-restauration doit vérifier que le contrat de location le lui permet.

De la même façon, il est fortement conseillé de faire appel à un notaire pour avis et signature de toute convention locative de nature commerciale.

FOCUS 3 RESTAURATION ET DÉBIT DE BOISSONS

CRÉATION, LICENCE, HORAIRES D'OUVERTURE

- ▶ La création d'un restaurant et débit de boisson⁹ doit être déclarée auprès de la mairie concernée.
- ▶ L'exploitant d'un établissement (débit de boissons ou restaurant) distribuant des boissons alcoolisées doit obligatoirement :
 - être titulaire d'une licence⁹.
 - afficher l'interdiction de vendre ou d'offrir de l'alcool à un mineur.
 - afficher visiblement à l'entrée les horaires d'ouverture auxquels l'établissement est soumis.
- ▶ Depuis janvier 2016, la licence I n'existe plus, la licence II a fusionné avec la licence III (certains alcools peuvent être servis pendant un repas), la licence IV concerne les restaurants et débits de boisson qui peuvent proposer à la vente tout type d'alcool, quel'qu'en soit le degré.
- ▶ Horaires d'ouverture : se renseigner à la préfecture pour savoir la législation en vigueur dans son département.

La nature des activités développées par chaque établissement oblige au respect de règles d'hygiène et de sécurité spécifiques. Ainsi le responsable d'une librairie qui souhaite développer un salon de thé, une petite restauration ou la vente d'alcool à titre principal ou accessoire, doit-il obligatoirement suivre les formations :

- Permis d'exploitation (si vente d'alcools)
- Normes d'hygiène alimentaire.

FOCUS 4

PERMIS D'EXPLOITATION VENTE D'ALCOOLS

FORMATION 3 JOURS - 20H

▶ Le Code de la Santé publique stipule que toute personne ayant l'intention d'ouvrir un établissement qui vend des boissons alcoolisées, à titre principal ou accessoire, doit suivre une formation qui génère l'obtention d'un permis d'exploitation valable 10 ans.

À l'issue de cette période, la participation à une formation de mise à jour des connaissances – 6 heures – permet de prolonger la validité du permis d'exploitation pour une nouvelle période de dix ans.

▶ Cette formation obligatoire est applicable depuis le 2 avril 2007 pour les débits de boissons et depuis le 2 avril 2009 pour les restaurants. Les centres de formation doivent être agréés par le Ministère de l'intérieur.

Sécurité et accessibilité

Tout établissement recevant du public – ERP – est soumis à des règles de sécurité et d'accessibilité, variables selon l'une des cinq catégories à laquelle cet établissement est rattaché.

Les catégories ERP sont déterminées en fonction de la capacité d'accueil du bâtiment, y compris le nombre de salariés (seuils consultables sur le site du service public¹⁰).

Librairies et librairies-café relèvent le plus souvent de la 5^{ème} catégorie ERP, laquelle correspond aux établissements accueillant moins de 300 personnes.

FOCUS 5

HYGIÈNE ALIMENTAIRE

FORMATION 2 JOURS - 14H

► Depuis le 1^{er} octobre 2012, en conformité avec l'article L233-4 du Code rural et de la Pêche maritime, tous les établissements de restauration commerciale ou associative doivent justifier d'une personne ayant suivi la formation obligatoire en hygiène.

Cette obligation concerne la restauration traditionnelle, les cafétérias et autres libres-services, la restauration de type rapide et les établissements suivants, quel que soit le code NAF : structures mobiles ou provisoires (camion-pizza, kiosque de plage), salons de thé, traiteurs proposant une restauration sur place, associations préparant régulièrement des repas...

Elles sont délivrées par les Chambres des métiers et de l'artisanat, les Chambres de commerce et d'industrie, les organismes de formation dédiés à la restauration.

► Pour tout savoir sur les règles d'hygiène et de sécurité en restauration : www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F32189

Le classement ERP d'un établissement est validé par une commission de sécurité, à partir des informations transmises par l'exploitant dans le dossier de sécurité déposé en mairie.

Tabac

Le code de santé publique interdit de fumer dans les lieux collectifs, dont les cafés et les restaurants. Depuis 2008, une signalisation rappelant le principe d'interdiction de fumer doit être apposée aux entrées des bâtiments

ainsi qu'à l'intérieur, dans des endroits visibles et de manière apparente.

Toilettes

Des toilettes à disposition de la clientèle sont obligatoires (règlement européen CE 852/2004) et doivent répondre à la loi sur l'accessibilité dite *Loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées* du 11 février 2005. Une personne en fauteuil roulant doit pouvoir y faire demi-tour sans rencontrer d'obstacles.

Il existe cependant des motifs de dérogation à cette accessibilité :

- impossibilité technique,
- contraintes liées à la conservation du patrimoine,
- disproportion manifeste entre la mise en accessibilité et son coût, ses effets sur l'usage du bâtiment et de ses abords [ou la viabilité de l'exploitation de l'établissement].

Affichages divers

- Tout commerce se doit d'afficher les prix TTC, à l'extérieur et à l'intérieur pour les cafés et restaurants.
- Les moyens de paiement acceptés (carte bleue, chèque-restaurant...), doivent également être mentionnés sur la porte d'entrée.
- Les débits de boissons alcoolisées sont tenus d'étaler un minimum de dix boissons sans alcool représentant un large choix parmi les jus de fruits, sodas, eau naturelle ou gazéifiée...

Par ailleurs, doivent être affichés à l'entrée :

- les signes de sécurité,
- le plan de l'établissement et d'orientation simplifié,
- les avis de contrôles de sécurité,
- le numéro d'appel des sapeurs pompiers.

Côté personnel

Certaines entreprises ont obligation de nourriture envers leurs employés, notamment lorsqu'elles rentrent dans le champ d'application de la convention collective nationale des hôtels, cafés, restaurants (HCR) du 30 avril 1997.

Par ailleurs si le personnel a une tenue professionnelle imposée, l'employeur a obligation de la fournir et de prendre en charge son entretien. Un vestiaire sera mis à la disposition du personnel.

Encadrement des prix

La loi Lang régit le métier de libraire : le commerce du livre neuf obéit à la loi du prix unique du livre du 10 août 1981, dite Loi Lang¹¹, complétée par la loi sur le prix du livre numérique¹² du 26 mai 2011. L'activité de café-restauration quant à elle n'est soumise à aucun encadrement du prix de vente au consommateur.

ENCADREMENT COMMERCIAL

Les conditions générales de vente comprennent :

- les conditions de vente entre fournisseurs et prestataires,
- le barème des remises,
- les conditions de règlement.

En librairie

Avant l'ouverture d'une librairie-café, le responsable doit créer des comptes auprès des principaux éditeurs, diffuseurs et distributeurs et/ou d'un grossiste. Ces comptes obéissent à des Conditions générales de vente¹³ [CGV] qui précisent les relations commerciales entre le fournisseur¹⁴ et ses clients [les libraires] sur un territoire précis et sur une période déterminée.

Le libraire :

- ne contrevient pas à la loi sur le prix unique du livre,
- respecte les dates de mise en vente des ouvrages,
- accorde ou non à sa clientèle une remise sur le prix public TTC de 5 % maximum,
- accepte la commande à l'unité,
- se plie aux conditions légales de solde des ouvrages.

En café-restauration

Le responsable doit également ouvrir des comptes auprès de ses fournisseurs et négocier le montant de la remise accordée, ainsi que le coût et le rythme des livraisons.

Les conditions générales de vente à la clientèle concernent :

- la communication et le respect des tarifs,
- le respect de la législation liée à la vente d'alcool,
- les offres ponctuelles : happy hour, repas avec proposition de spectacles ou animations payantes...
- les conditions de réservation et d'annulation.

FOCUS 6 CONSERVER SON LOGICIEL DE GESTION ?

▲ Les logiciels courants de gestion en librairie gèrent déjà sans difficulté les produits à 10 ou 20 % de TVA ; pas de problème particulier, donc, pour y intégrer les TVA café et boissons. Il est conseillé de mettre en place de nouveaux codes spécifiques pour thé, café... à partir d'un code à barre générique rattaché à ce type de produit.

ENCADREMENT FISCAL ET SOCIAL

- L'activité de café-restauration est soumise à de multiples taux de TVA, qui diffèrent par ailleurs de la TVA sur le livre.
- Le niveau d'imposition sur les sociétés dépend du niveau des bénéfices ou pertes de la structure.
- Les prélèvements sociaux portant sur les salaires dépendent des négociations de branche et des taux fixés par l'État (les principales différences entre les deux conventions portant sur les taux de cotisation chômage et AGS).

SITE, BLOG ET PLATEFORME D'ACHAT

Les librairies-café ont un mode de fonctionnement similaire à celui d'une librairie traditionnelle en termes d'outils numériques : sites internet, blogs et réseaux sociaux. Certains offrent la possibilité de commander en ligne via les plateformes de libraires.

FOCUS 7 DIFFÉRENTES TVA

► Pour la librairie :

- La TVA est de 5,5 % sur les livres.
- Les jeux, les jouets, la papeterie, la carterie, les CD et DVD ont une TVA de 20 %.
- La presse bénéficie d'une TVA réduite à 2,10 % [revues, journaux...].

► Pour le café-restauration :

- Les repas servis et consommés sur place sont soumis à une TVA de 10 %.
- La vente à emporter bénéficie d'une TVA de 5,5 %.
- Les boissons non alcoolisées ont une TVA de 5,5 %, les alcools de 20 %.

UN PEU DE

MARKETING

POURQUOI DÉVELOPPER UNE OFFRE DE CAFÉ-RESTAURATION ?

Si les motivations avancées pour justifier le développement de l'offre café-restauration sont en priorité d'ordre qualitatif, il s'avère que l'impact économique est réel lorsque ce service est développé.

Pendant bien accueillir en librairie et en café demande un investissement temporel, matériel, financier et humain. L'été par exemple, plusieurs librairies-café recrutent du personnel supplémentaire en raison d'un afflux de clientèle : une à cinq personnes selon la taille de la structure qui peut comprendre un service à l'extérieur.

Si l'activité café-restauration est suffisamment importante, l'impact sur la marge brute globale sera effectif (cf. Études de cas p. 26 et suiv.).

Ainsi, L'Autre Rive à Berrien (Finistère) dégage une marge moyenne de 52,1 % (73,32 % pour le bar ; 65,56 % pour le restaurant et 34,5 % en librairie). À l'inverse, au Bel Aujourd'hui à Tréguier (Côtes d'Armor), l'épicerie et le salon de thé ne génèrent que 5 % du CA et ne dégagent qu'une marge de 42,37 %, équivalente à celle des produits de papeterie ou des jouets qui atteignent

43,80 % de marge. Ici l'impact de la partie café-restauration est moindre car les produits ne sont pas préparés sur place mais sous-traités à des tiers, et ce en dépit d'un temps de travail hebdomadaire estimé à 25 heures. La dimension qualitative du salon de thé prime ici sur le bénéfice économique immédiat.

À Livres In Room à Saint-Pol-de-Léon (Finistère), autre librairie labellisée LIR, le salon de thé génère 5 % du CA, soit 47 000 € par an, et mobilise une personne l'été pour accueillir les vacanciers. Hormis les boissons, aucune préparation n'est réalisée sur place, la librairie commandant tartes et gâteaux auprès de fournisseurs locaux et bios. La marge dégagée au salon de thé et en épicerie est faible mais les gérants misent avant tout sur la qualité de l'accueil et la valeur ajoutée apportée par cette proposition gourmande.

L'aspect qualitatif est toujours complexe à évaluer, mais il est évident que l'ambiance singulière de ces lieux atypiques invite les clients à revenir et participe de leur fidélisation, au même titre que la qualité de l'assortiment livres et de la nourriture.

FIDÉLISER SA CLIENTÈLE

Avec des produits issus de circuits courts

Les librairies-café créent du lien, du sens, du bien-être, du temps disponible à la réflexion et la découverte. Ils aiment promouvoir leur territoire et sont souvent référencés comme étant de bonnes adresses et des endroits à visiter.

Proposer des produits goûtés issus de l'agriculture biologique, raisonnée et durable, est une volonté très marquée. Cette intention rejoint là encore les attentes d'une clientèle de plus en plus soucieuse de qualité. D'après les derniers chiffres du baromètre l'agence BIO/CSA¹⁵ parus en janvier 2017, 81 % des Français souhaitent manger bio dans les restaurants traditionnels et 68 % en restauration rapide.

Dans les librairies-café, les plats (tartes, cakes, salades, gâteaux, desserts) sont le plus souvent fabriqués sur place et les réalisations autant d'invitations à découvrir une région.

Par ailleurs, certains lieux complètent ou créent leur carte en se fournissant auprès de fabricants de proximité, mais cela induit souvent des prix d'achat plus élevés – donc une marge moindre – et des prix de vente également plus élevés. Thés, cafés, jus de fruit et boissons alcoolisées sont issus de productions locales ou de petits producteurs, locaux eux aussi. Local est alors synonyme d'exigence, de qualité et d'originalité. À une époque où les paysages et les propositions s'uniformisent, ce sont des choix à partir desquels l'échange se tisse. Les librairies-café contribuent à valoriser et à partager l'originalité de leur territoire.

Les intérêts sont multiples et se rejoignent souvent :

LIBRAIRIES-CAFÉS	CLIENTÈLE
Vendre autrement des produits choisis, tout en restant un commerce qui doit trouver son seuil de rentabilité.	Retrouver des liens et des nourritures littéraires et incarnées.
FOURNISSEURS	PARTENAIRES
Trouver des réseaux de distribution qui valorisent leurs produits. Nouer des liens commerciaux durables et profitables aux deux parties.	Lieux de rencontre entre artistes, auteurs, experts... et clients. Un bouillonnement des idées et des échanges qui favorise une action littéraire et culturelle dynamique, inscrite dans la réalité d'un territoire, dans les aspirations des habitants et des visiteurs occasionnels.

Valoriser la fidélité

Lorsqu'elle est proposée, la carte de fidélité ne se pratique qu'en librairie et selon des modalités variables. Les 5 % de remise accordée (maximum légal) ne portent que sur les achats de livres. Rappelons que les logiciels permettent de gérer tous les produits à la vente et leur TVA respective.

L'obtention de cette réduction fonctionne sur l'un ou l'autre de ces critères :

- l'acquisition d'une carte de fidélité,
- l'application de la remise à partir d'un seuil prédéfini d'achats cumulés,
- la fréquence des achats sur une durée déterminée (10 achats/an)...

La fidélité peut également être récompensée par l'offre d'un livre gratuit (à condition qu'il s'agisse bien d'un livre qui ne peut être vendu ou qui fasse l'objet d'une promotion éditeur), ou de petits cadeaux (sac, marque-page...), ou encore par des rencontres privilégiées avec les auteurs et artistes invités, des tarifs préférentiels négociés auprès de partenaires (cinéma indépendant, théâtre...)

En raison du faible niveau de marge sur le livre, certains libraires font le choix de ne plus proposer de carte de fidélité ; ils offrent en revanche un café ou un thé. L'activité café-restauration peut donc participer de ce volet commercial, avec des boissons, goûters ou repas, offerts en fonction du montant des achats effectués.

Les pistes d'amélioration de la carte de fidélité sont nombreuses et les librairies-café peuvent jouer et communiquer sur la diversité des offres.

SCÉNOGRAPHIE DU LIEU : COMMENT FAIRE VIVRE ET ANIMER SES ESPACES DE VENTE ?

La librairie-café est souvent incarnée par un comptoir autour duquel l'esprit du lieu se décline. Espace de rencontres et d'échanges, il permet aussi de valoriser l'offre de livres (les nouveautés, le livre du « chef »...) et de restauration. Selon la taille de la structure, ce comptoir peut cumuler les fonctions d'accueil, de stockage, de préparation et d'envoi des commandes culinaires ainsi que de paiement.

En l'absence de cuisine ou de laboratoire

séparés, le comptoir comprend aussi un plan de travail servant à préparer et envoyer les plats et les boissons chaudes et froides. Le comptoir est certes un élément pratique, esthétique et stratégique de la librairie-café, mais avant de s'y accouder, le client doit être invité à entrer dans le lieu.

À l'extérieur

Une signalétique informe de la nature originale de la librairie. Enseigne, vitrophanie et panneaux extérieurs sont autant d'outils de communication à décliner. Tables et chaises peuvent être installées devant l'entrée, voire une terrasse. Certains communiquent sur le menu du jour, la formule goûter, l'événement culturel à venir pour aiguïser la curiosité des passants.

À l'intérieur

Comptoir, étagères et tables de livres, tables gourmandes, chaises et fauteuil, intérieur cosy.

La surface commerciale

Elle est très variable selon les librairies-café : de 60 à 250 m² (hors terrasse et jardin). Que les deux activités se déploient dans le même espace ou dans des salles différenciées, elles doivent cohabiter en pleine autonomie : accessibilité permanente des livres d'une part et des tables du café d'autre part.

L'aménagement

Selon les goûts et le budget, il incarnera l'esprit du lieu qui doit favoriser la déambulation, la pause, l'envie de découvrir et d'expérimenter.

Le mobilier répond aux exigences des deux activités :

- être modulable et mobile, particulièrement si l'espace est exigü,

- être confortable et adapté à la clientèle et à l'activité du moment,
- permettre un aménagement approprié pour la jeunesse : coin dédié, tapis de lecture, cabane à lire...

Par ailleurs, si la structure est petite et manque de rangement, le mobilier peut se transformer en réserve : meubles librairie, étagères à double fond, bancs et banquettes avec espace de rangement intégré...

L'ambiance lumineuse invitera à la lecture dans une ambiance chaleureuse, elle peut être différenciée selon les espaces.

Pour le personnel, veiller à ce que :

- l'agencement soit ergonomique afin d'optimiser les déplacements,
- le lieu de confection des plats et des boissons soit proche des réserves et des tables à servir,
- le mobilier soit facile à déplacer (si jardin ou terrasse), certains équipements devant être mis en place chaque matin et rangés chaque soir.

POLITIQUE TARIFAIRE

La plupart des lieux établissent leurs prix en fonction de la concurrence et du coût des matières premières. Mais la volonté affichée est de pratiquer des prix accessibles à toutes les bourses, tout en préservant la qualité.

FOCUS 8 AMÉNAGEMENT HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

- ▲ **Les tables de travail et de préparation sont en inox pour répondre aux normes d'hygiène et faciliter le nettoyage. Sous le comptoir, les frigidaires et les placards permettent de stocker les matières premières et les boissons.**
- ▲ **Le respect de la législation oblige notamment à séparer les zones sales (plonge, poubelles, légumerie, etc.) des zones propres (élaboration et stockage).**

LES CLÉS D'UNE BONNE GESTION

DE L'ACTIVITÉ CAFÉ-RESTAURATION

MODALITÉS D'ACHAT

Avant l'ouverture et tout au long de l'activité, les librairies-café sélectionnent leurs fournisseurs avec qui ils tissent des liens commerciaux souvent durables.

Les fournisseurs peuvent être des :

- producteurs – éleveurs et agriculteurs locaux,
- grossistes traditionnels, généralistes ou spécialisés,
- grossistes en libre service.

Le choix s'opère sur des critères de :

- qualité des produits,
- coût,
- origine bio et/ou raisonnée,
- proximité des lieux de production,
- disponibilité des produits.

L'approvisionnement est :

- régulier – quotidien/ hebdomadaire - ou occasionnel,
- précédé ou non d'une commande,
- fait l'objet d'une livraison ou génère un déplacement sur place.

Le délai de paiement varie selon :

- les conditions générales de ventes,
- la longévité de la relation commerciale,
- la régularité des achats.

Il est effectué sur présentation d'une facture :

- à 30 jours fin de mois,
- au comptant pour les matières premières : légumes, viandes, condiments à transformer.

FOCUS 9 GROSSISTES

▲ Hors circuits courts et durables, il existe des grossistes spécialisés ou généralistes pour professionnels auprès de qui l'approvisionnement en boissons, alimentaire et équipement peut s'effectuer : France Boissons, Métro, Pomona, Promocash, Transgourmet, Brake, France frais etc. Avec échéances immédiates ou à 30 jours fin de mois.

FOCUS 10 DÉLAIS DE PAIEMENT

▲ Dans le cadre de la loi de modernisation de l'économie (LME), le délai fixé entre les parties pour régler les sommes dues est limité à 45 jours fin de mois ou 60 jours à compter de la date d'émission de la facture – article 21 de la loi n°2008-776 du 4 août 2008 – qui modifie l'article L. 441-6 du Code du commerce.

▲ Le 18 décembre 2008, un accord dérogatoire¹⁶ est signé afin de permettre aux librairies de bénéficier d'un allongement de l'échéance. En effet, la moyenne du délai de paiement est estimée à 63 jours¹⁷.

RYTHME DES ACHATS ET GESTION PHYSIQUE DES STOCKS

Comme en librairie, la gestion physique des stocks est primordiale pour la bonne santé économique de la structure.

Gérer les stocks, c'est notamment :

- choisir les produits à cuisiner et/ou à vendre en épicerie,
- planifier les boissons et menus à la carte en fonction des produits de saison. Les menus se composent aussi en fonction du coût des matières premières : faire bon et bio avec des produits accessibles pour un taux de transformation intéressant,
- anticiper les commandes et les achats afin d'éviter une rupture,
- estimer la fréquentation moyenne du lieu selon la saisonnalité, le contexte, la météo.

« Bien acheter » est le maître mot pour répondre à la demande sans perdre les aliments. Or l'affluence de la clientèle n'est pas toujours mesurable, surtout au démarrage d'une activité.

Le rythme des achats dépend de :

- la fraîcheur des produits et de leur périsseabilité,
- la fréquentation du lieu,
- la saisonnalité,
- la capacité de stockage : réserves, placards...
- du coût des transports.

Les boissons sont soumises à une date de péremption variable ; la bonne conservation des breuvages lactés et à base de fruits frais, dès lors qu'ils ont été ouverts, demande une attention particulière.

Pour les plats, la qualité et la périsseabilité des produits sont soumises à une réglementation européenne stricte¹⁹.

La bonne adéquation entre les commandes et les ventes atteste d'une bonne gestion et permet de dégager la meilleure marge brute.

PERSONNEL NÉCESSAIRE

Les lieux visités pour la réalisation de ce guide valident la nécessité de recruter si l'on souhaite créer un espace de convivialité durable avec une offre satisfaisante : choix des produits et diversité des formules.

La librairie-café cumulant plusieurs activités chronophages qui appellent des compétences variées, il est préférable d'être à plusieurs. Beaucoup de structures comptent deux associé(e)s, ce qui permet de mettre en place un café / salon de thé / petite restauration (avec un nombre de tables et un choix à la carte limité) et une organisation du lieu qui simplifie le partage de la multiplication des tâches.

Évaluer les besoins pour constituer son équipe

Pour un service quotidien de 30 personnes, prévoir entre 3 à 6 heures de préparation en cuisine selon la complexité de la carte à mettre en œuvre.

Un développement significatif de la partie café-restauration - notamment du salé - amène à embaucher du personnel, lequel sera dédié à cette activité ou polyvalent, selon la nature des lieux, les attentes du responsable, l'évaluation du temps de travail et des compétences de la personne recrutée.

Le recrutement

Il faut définir les profils des postes à créer selon :

- les objectifs à atteindre (développement du CA, augmentation de la clientèle, durée...)
- les moyens financiers de la structure.

La rémunération et les conditions de travail diffèrent selon les conventions collectives. Le chiffre d'affaires généré par la création d'un emploi devra a minima couvrir son coût global : rémunération + charges. Il semblerait que pour la partie

café-restauration il faille compter 1 ETP pour un CA avoisinant 75 000 € de CA, contre 150 000 € environ en librairie.

Selon une étude publiée par l'ArL Paca¹⁹, le ratio masse salariale/CA est :

- de 20 % pour les librairies de catégorie A et B,
- de 17 % pour les librairies de catégorie C,
- de seulement 12 % pour les structures de catégorie D. Pour ces dernières, le salaire du responsable est souvent la variable d'ajustement d'une trésorerie tendue.

L'ACTIVITÉ PRINCIPALE EST EN LIBRAIRIE	L'ACTIVITÉ PRINCIPALE EST EN CAFÉ-RESTAURATION
<p>Le personnel est constitué de libraires polyvalents qui servent aussi au salon de thé. Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Au Bel Aujourd'hui, les 3,5 ETP sont libraires. Le temps de travail en salon de thé est évalué à 25h/semaine. • À Livres In Room, le responsable recrute un serveur. Le salon de thé mobilise 1 ETP l'été. 	<p>Soit le responsable cuisine lui-même et recrute souvent un serveur complémentaire ; il reste responsable de la librairie. Soit le responsable est libraire et recrute serveurs et cuisinier.</p> <ul style="list-style-type: none"> • À La Dame Blanche, un cuisinier et une serveuse sont embauchés à l'année. Le surcroît d'activité estivale génère le recrutement d'1 ETP ponctuel. Le responsable de la structure, s'il n'est pas cuisinier, reste décideur sur la qualité des produits et le budget accordé aux achats. <p><i>À noter : un responsable de librairie-café doit pouvoir assurer la partie restauration si le cuisinier quitte la structure. La crédibilité, la longévité et la marge commerciale en dépendent.</i></p>
L'ACTIVITÉ EST ÉGALEMENT RÉPARTIE ENTRE LIBRAIRIE ET CAFÉ-RESTAURATION	L'ACTIVITÉ PRINCIPALE EST EN LIBRAIRIE ET LA PROPOSITION CAFÉ EST PEU DÉVELOPPÉE
<p>Le personnel se répartit essentiellement sur la cuisine et le service. Le responsable est en librairie mais orchestre la partie café-restauration.</p> <ul style="list-style-type: none"> • À L'Autre Rive, l'un des gérants est particulièrement en charge de la librairie (soit 1 ETP). Le personnel (de 2,25 à 3,25 ETP selon la saison) est dédié au service restauration mais il est susceptible de conseiller un livre. 	<p>Si le chiffre d'affaires en café-restauration est anecdotique, cela révèle le peu de temps disponible à la croissance de cette activité.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour l'un des lieux étudiés, le CA 2016 pour le café est de 1 380 € soit 0,76% du CA global. <p>Il faut alors réfléchir à la pertinence de l'offre et aux moyens dédiés à son essor.</p>

FOCUS 11

**INVENTAIRE SYNTHÉTIQUE
DES BESOINS PRÉALABLES****STOCKER, PRÉPARER, TRIER ET NETTOYER**

- Une réserve pour les matières premières alimentaires et les boissons,
- Et/ou des espaces de rangement : placards, étagères et tiroirs,
- Un ou plusieurs frigidaires avec partie congélation,
- Un plan de travail en inox,
- Un four professionnel électrique

CUIRE ET RÉCHAUFFER

- Un four micro-onde,
- Une hotte aspirante,
- Des robots,
- Des ustensiles et matériel de cuisine [couteaux, plats, saladier, essoreuse à salade...],
- Un espace pour stocker la vaisselle sale,
- Une machine à laver la vaisselle professionnelle,
- Du linge : torchons, maniques...
- Une ou plusieurs poubelles éloignées des endroits de préparation, d'envoi et de dégustation.

PROPOSER ET SERVIR

- Vaisselle : assiettes, couverts, verres, tasses, théières & filtres, pots à lait, sucriers...,
- Un percolateur : souvent en location [l'abonnement mensuel - 75 €/mois - inclut entretien et maintenance],

- Une chocolatière : le lait chocolaté est fourni par le fournisseur de café,
- Une pompe à bière et à limonade,
- Une vitrine ou cloche(s) où s'exposent gâteaux, pâtisseries et plats salés.
- Thés, café, boissons chocolatées, sirops, sucres doivent être placés sur des étagères proches des services correspondants.
- Boissons fraîches stockées en quantité suffisante.

ACCUEILLIR, INFORMER ET NOURRIR

- Afficher les informations légales [cf p. 15]. Pour les lieux servant de l'alcool, l'étalage de consommations sans alcool est obligatoire. Il doit être visible, séparé de l'exposition des autres boissons, proposer au moins un échantillon de chaque catégorie des produits suivants :
 - jus de fruits ou de légumes,
 - jus de fruits gazéifiés,
 - sodas,
 - limonades,
 - sirops,
 - eaux ordinaires gazéifiées artificiellement ou non,
 - eaux minérales gazeuses ou non.
- Afficher les menus et les tarifs – tableaux extérieurs et sur les murs/ cartes,
- Susciter l'envie en communiquant sur la qualité des produits, leur originalité, le «fait maison».

ÉCONOMIE DU MODÈLE

ÉTUDES DE CAS

Du point de vue de la gestion, les deux activités ne s'appréhendent pas de la même façon.

En librairie : des marges faibles, une rotation exigeante qui demande une bonne maîtrise du métier, une trésorerie suffisante à prévoir du fait de cette rotation.

En café-restauration : des marges importantes possibles, une activité chronophage, un potentiel surplus de convivialité et de confort pour le client.

Si les deux activités s'avèrent complémentaires au sens de la rentabilité économique, elles engendrent des contraintes spécifiques et l'organisation comptable requiert une rigueur certaine. Cette exigence comptable et la répartition variable de ces activités au sein de chaque structure rendent impossible d'isoler un modèle. Nous appuierons donc nos projections sur des études de cas.

DISTINGUER SA COMPTABILITÉ

Une des difficultés rencontrée par les librairies-café visitées résulte souvent d'une organisation comptable inadaptée. La partie café-restauration est en effet mélangée à la partie librairie et on trouve des achats à 20 % de marge qui peuvent aussi bien correspondre à des CD ou de la

papeterie, qu'à des achats d'alcools. Il est plus judicieux de séparer les achats liés à l'activité café-restauration et de les imputer en « production », et ce d'autant plus que certains d'entre eux peuvent être soumis à une TVA 5,5 % - comme le livre - et devenir une source de confusion supplémentaire. La question de l'organisation comptable est à prendre très sérieusement en compte.

Exemple 1

Les libraires offrent un café à leurs clients pour créer une convivialité supplémentaire. Ils proposent de cette façon une alternative à la carte de fidélité et valorisent la marge librairie... Cependant les contrôles de marges de l'activité café deviennent impossibles à réaliser.

Exemple 2 (L'Autre Rive à Berrien)

Les libraires développent une activité bar et restauration importante (CA supérieur à celui de la librairie). Les marges sont bien ventilées : ainsi le bar ressort à 84 %, la restauration à 66 % et la librairie à 34 %. Ce libraire emploie 3,5 ETP avec un CA librairie à 120 K€ (un ratio très différent de la moyenne nationale qui se situe à 1 ETP pour 150 K€ de CA).

TRAVAILLER À PARTIR DE LA MARGE

Partons une nouvelle fois d'un exemple.

Un restaurateur fait 3 800 repas/an ; le panier moyen est de 28 €/repas ; son CA est de 106 400 €.

En saison trois personnes travaillent (un couple plus un employé). Hors saison le couple travaille seul.

Le restaurateur dispose de 36 places en salle et de 24 places en terrasse. Son loyer est faible.

Sa marge est de 76 608 €, soit 72 % de son CA.

Ce niveau de marge équivaut à un CA librairie de 232 145 €, en prenant une marge moyenne de 33 %, et ne permet de rémunérer que 1,5 ETP.

On ne peut donc pas raisonner en chiffres d'affaires, il faut raisonner en marge déagée.

MODÉLISATION

Essayons de ramener ces éléments à l'activité d'une librairie, compte tenu du ratio national de 1 ETP librairie pour 150 000 € de CA.

Encore une fois, nous partirons d'une étude de cas.

Cas 1

Un libraire seul réalise 150 000 € de CA et dégage une marge de 32 %, soit 48 000 €.

Cas 2

Le même libraire intègre une activité de café-restauration. À partir de quel volume de CA en café et en librairie atteindra-t-il le même niveau de marge ?

Au regard des visites effectuées auprès de plusieurs restaurateurs et des librairies-café, on peut évaluer les marges boissons et restauration à 70 %. Ainsi, le libraire devra réaliser 70 000 € de CA livre et 40 000 € de CA en café-restauration, soit 110 000 € au total, pour atteindre, voire dépasser, le niveau de marge du cas 1 (et atteindre ici 50 400 €).

Ces deux cas montrent qu'un libraire travaillant seul et souhaitant intégrer une activité de café-restauration, pourra difficilement dépasser un plafond de 110 000 € de CA.

Cas 3

Deux libraires réalisent 300 000 € de CA avec une marge de 35 % (105 000 €). L'intégration d'une offre café-restauration permettra de conserver le même niveau de marge en réalisant 140 000 € de CA livre et 80 000 € de CA café-restauration.

L'étude de ces trois cas s'appuie sur le maintien du niveau de marge et évalue le CA à réaliser pour permettre ce maintien. Si la surface dédiée à la vente de livre reste la même, il n'y a aucune raison pour que le CA livre soit modifié par l'intégration d'une offre de café-restauration. Ainsi, à CA livre constant, la marge d'une librairie-café augmentera positivement. En revanche, il semble improbable de maintenir son CA livre et de développer une telle activité sans renfort en personnel.

OUTIL DE SIMULATION

À partir des cas étudiés précédemment, nous avons pu construire un simulateur qui permet de mesurer l'évolution et le gain de CA en fonction du poids de chacune des activités : librairie, café et restauration.

Le tableau présenté ci-après est une extraction du calculateur en ligne sur le site de l'Agence.

Ce tableau est interactif : il permet de modifier les marges et d'anticiper la répartition du CA, en fonction de vos objectifs de ventes et de la ventilation boisson/restauration. Seules les cases en rouge sont modifiables.

Attention toutefois ! Cet outil ne permet que de mesurer et de confirmer l'impact positif de ces activités sur la marge. Il ne dit pas combien il faut vendre de boissons, de sandwiches ou de plats chauds.

ETP	CA LIBRAIRIE	MARGE	CA « CAFÉ »*	RÉPARTITION DES VENTES « CAFÉ »			CA TOTAL LIB. + « CAFÉ »	MARGE TOTALE
				BOISSON	RESTAURATION	MARGE TOTALE « CAFÉ »		
		32 %						
	10 000 €	3 200 €	Répartition >	60 %	40 %		30 000 €	13 400 €
	20 000 €	6 400 €	Marge >	70 %	70 %	70 %	50 000 €	23 600 €
	30 000 €	9 600 €	10 000 €	4 200 €	2 800 €	7 000 €	70 000 €	33 800 €
	40 000 €	12 800 €	20 000 €	8 400 €	5 600 €	14 000 €	110 000 €	50 400 €
	50 000 €	16 000 €	30 000 €	12 600 €	8 400 €	21 000 €	140 000 €	63 800 €
	60 000 €	19 200 €	40 000 €	16 800 €	11 200 €	28 000 €	170 000 €	77 200 €
	70 000 €	22 400 €	50 000 €	21 000 €	14 000 €	35 000 €	200 000 €	90 600 €
	80 000 €	25 600 €	60 000 €	25 200 €	16 800 €	42 000 €	220 000 €	100 800 €
	90 000 €	28 800 €	70 000 €	29 400 €	19 600 €	49 000 €	250 000 €	114 200 €
	100 000 €	32 000 €	80 000 €	33 600 €	22 400 €	56 000 €	280 000 €	127 600 €
	110 000 €	35 200 €	90 000 €	37 800 €	25 200 €	63 000 €		
	120 000 €	38 400 €	100 000 €	42 000 €	28 000 €	70 000 €		
	130 000 €	41 600 €						
	140 000 €	44 800 €						
1	150 000 €	48 000 €						
	160 000 €	51 200 €						
	170 000 €	54 400 €						
	180 000 €	57 600 €						
	190 000 €	60 800 €						
	200 000 €	64 000 €						

* Dans ce tableau, « CAFÉ » désigne l'activité café-restauration.

Comment lire le tableau ?

À partir d'un CA librairie réalisé et de la marge correspondante (sur une base moyenne de 32 %) :

- se reporter aux dernières colonnes CA TOTAL LIB.+ « CAFÉ » et MARGE TOTALE
- pour retrouver le niveau de marge le plus proche
- et évaluer la répartition entre les deux activités librairie et café-restauration.

Nous avons donc construit un deuxième calculateur, qui redistribue les marges attendues en deux segments : boissons et restauration.

Ce calculateur permet :

- de distinguer la part prévisionnelle dédiée aux boissons chaudes ou froides et de répartir l'activité restauration en trois segments : gâteau/tarterie, sandwich/salade, plat du jour ;
- de définir la proportion de chacune de ces activités et le prix de vente moyen unitaire.

Pour l'utiliser, il suffit :

- d'adapter les cellules en rouge aux prévisions et prix de vente, et le cas échéant le nombre de jours travaillés dans l'année (300 dans l'exemple) ;

- de repérer ensuite le niveau de « CA café » obtenu dans le premier tableau (par exemple 40 000 € dans le cas 2).

Le simulateur donne alors le nombre de boissons chaudes et froides, le nombre de tartes, salades et plats que le libraire devra vendre dans l'année et par jour ouvré pour atteindre ses objectifs (dans l'exemple, il faut vendre chaque jour : 14 boissons chaudes à 2,00 €, 8 boissons froides à 3,50 €, 5 parts de gâteaux à 2,50 €, 2 salades à 5,00 € et 1 plat à 12 €.

Ces données ne sont que théoriques et ne se veulent pas anxiogènes. Les objectifs à atteindre relèvent bien plus de la saisonnalité propre à chaque activité et à chaque lieu.

Pour utiliser les tableaux interactifs, [cliquez ici](#) (version en ligne).

JOURS
DE CA

300

	BOISSONS				RESTAURATION					
	CHAUDES		FROIDES		PART GÂTEAU		SANDW./SALADE		PLAT SIMPLE	
Répartition	50 %		50 %		30 %		25 %		45 %	
Prix unitaire	2 €		3,50 €		2,50 €		5,00 €		12 €	
CA CAFÉ	Nombre ventes	par jour	Nombre ventes	par jour	Nombre ventes	par jour	Nombre ventes	par jour	Nombre ventes	par jour
10 000 €	1 050	4	600	2	336	1	140	0	105	0
20 000 €	2 100	7	1 200	4	672	2	280	1	210	1
30 000 €	3 150	11	1 800	6	1 008	3	420	1	315	1
40 000 €	4 200	14	2 400	8	1 344	5	560	2	420	1
50 000 €	5 250	18	3 000	10	1 680	6	700	2	525	2
60 000 €	6 300	21	3 600	12	2 016	7	840	3	630	2
70 000 €	7 350	25	4 200	14	2 352	8	980	3	735	2
80 000 €	8 400	28	4 800	16	2 688	9	1 120	4	840	3

FIXER LE PRIX DE REVENTE DES PRODUITS DE RESTAURATION

Qu'est-ce qu'un bon prix ?

- Il assure la pérennité de l'activité : les prix pratiqués dans les activités de café-restauration ne sont pas encadrés par la loi ; en librairie, seules la papeterie, l'occasion, ou la solde permettent d'ajuster un prix de vente.
- Il répond aux objectifs : accueil, qualité et accessibilité des tarifs.
- Il est cohérent avec la concurrence.
- Il est reconnu par les clients.

Exemple d'un gâteau au chocolat confectionné sur place

- Les achats sont réalisés :
- en grande surface et en magasin bio de la même ville, pour comparaison,
 - dans une gamme de prix moyenne dans les deux cas.

Coût total marchandise :

- en grande distribution = 4,01 €
- en magasin bio = 7,03 €.

Calcul de la marge (TVA 10 %, restauration sur place)
pour la vente de 8 parts de ce gâteau : à 2 € ; à 2,50 € ;
à 3 € et pour le bio à 3,50 €.

GÂTEAU AU CHOCOLAT NON-BIO					
SUPERMARCHÉ		PRIX	RECETTE	COÛT GÂTEAU	
Chocolat	200 g.	1,94 €	200 g.	1,94 €	
Beurre	250 g.	1,35 €	150 g.	0,81 €	
Farine	1 kg	0,93 €	80 g.	0,07 €	
Sucre	1 kg	1,35 €	125 g.	0,17 €	
Œufs	6 gros	1,52 €	4	1,01 €	
			TOTAL HT	4,01 €	
VENTE	1 PART	8 PARTS	CA HT	MARGE	EN %
	2 €	16 €	14,55 €	10,54 €	72,5 %
	2,50 €	20 €	18,18 €	14,18 €	78,0 %
	3 €	24 €	21,82 €	17,81 €	81,6 %

GÂTEAU AU CHOCOLAT BIO					
MAGASIN BIO		PRIX	RECETTE	COÛT GÂTEAU	
Chocolat	200 g.	2,91 €	200 g.	2,91 €	
Beurre	250 g.	2,40 €	150 g.	1,44 €	
Farine	1 kg	2,26 €	80 g.	0,18 €	
Sucre	1 kg	4,49 €	125 g.	0,56 €	
Œufs	6 gros	2,91 €	4	1,94 €	
			TOTAL HT	7,03 €	
VENTE	1 PART	8 PARTS	CA HT	MARGE	EN %
	2 €	16 €	14,55 €	7,51 €	51,7 %
	2,50 €	20 €	18,18 €	11,15 €	61,3 %
	3 €	24 €	21,82 €	14,79 €	67,8 %
	3,50 €	28 €	21,82 €	18,42 €	72,4 %

La marge est toujours supérieure à 70 % en non-bio, et n'atteint ce seuil en bio que lorsque la part est vendue 3,50 €.

Le même type de tableau peut être réalisé pour une assiette en restauration rapide, avec l'achat de charcuteries, fromages etc., en bio et non-bio.

La comparaison des prix relève des politiques d'achat, et la volonté du bio et du local prédomine dans de nombreux cas.

En café-restauration, il convient de s'exercer à la fixation des prix puis de vérifier leur cohérence par rapport au marché. Et la plupart du temps en effet, ceux-ci sont définis par rapport à la concurrence.

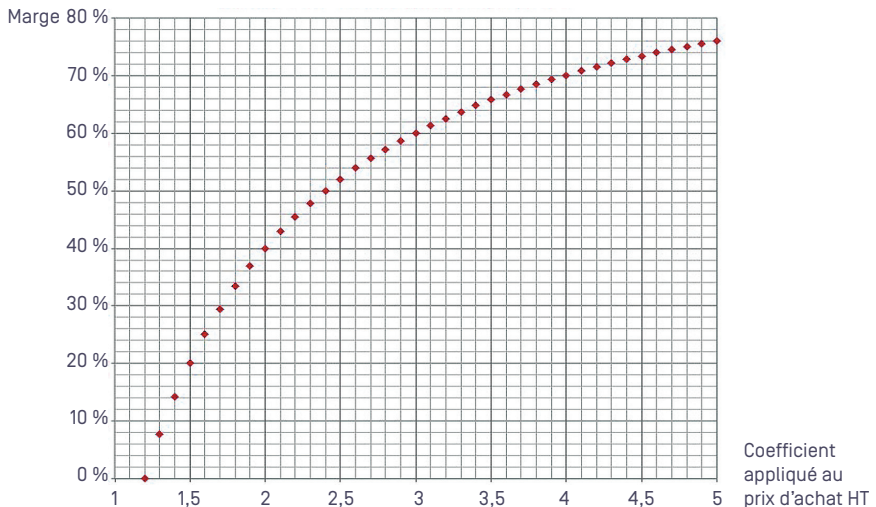
ACTIVITÉ ÉPICERIE ET UTILISATION DE COEFFICIENTS

En épicerie également, il faut définir les marges en fonction de ses besoins. On utilise pour cela un coefficient multiplicateur, lequel donne directement un prix de vente TTC pour un prix d'achat HT. Selon le graphique ci-dessous on lira directement quel coefficient utiliser pour la marge souhaitée.

Ainsi, une marge de 45 % induit d'appliquer un coefficient de 2,2. Pour un achat de 1 € HT, on définira donc le prix de vente à 2,20 € TTC, soit 1,83 € HT, et une marge de 0,83 € qui rapportée à 1,83 € HT donne bien une marge de 45,27 %. Etc.

La politique de prix à mener est une orientation importante à donner à son activité. Elle s'applique à toute l'épicerie : miel, bière, eaux, etc.

Coefficient et pourcentage de marge correspondant



L'analyse couplée du modèle économique des activités de café-restauration et de librairie apparaît plus rentable que le modèle de la librairie seule. C'est une évidence au niveau de la marge, mais cette diversification nécessite un investissement humain et économique important tant en termes de personnel que d'aménagement, de fixation des prix, de positionnement vis-à-vis de sa clientèle.

Le modèle améliore certes la marge, mais en même temps pèse davantage sur les charges externes et le poste achats. Développer une librairie-café

implique une rotation des stocks plus importante et réduit les délais de paiement des fournisseurs. Sans distinction comptable, le libraire perdra de la lisibilité sur son cycle de financement. Il est donc recommandé pour bien gérer cette activité, de réussir à dissocier comptablement les différents produits travaillés, tant en terme de négociations commerciales que de gestion du cycle de trésorerie.

NOTES

1. www.syndicat-librairie.fr/images/documents/rapport_d_finitif_l_obsoco.pdf, p. 85-86. Présentée à la profession lors des Rencontres nationales de la Librairie (Bordeaux, 2013), cette étude est disponible sur le site du SLF.
2. www.lesrencontresnationalesdelibrairie.fr/wp-content/uploads/2017/06/RNL_Pleniere-1_CfK_25062017.pdf. Étude présentée lors des Rencontres nationales de la Librairie (La Rochelle, 2017)
3. Guide pratique : *Le livre d'occasion en librairie*, publication de l'ArL Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2016
4. www.lafederationdescafeslibrairiesbretagne.fr
5. www.syndicat-librairie.fr/images/documents/rapport_d_finitif_l_obsoco.pdf
6. www.syndicat-librairie.fr/images/documents/rapport_d_finitif_l_obsoco.pdf (p.78)
7. www.syndicat-librairie.fr/la_convention_collective_nationale_de_la_librairie
8. www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/R15902
9. www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F22379
10. www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F32351
11. www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068716&dateTexte=20090602
12. www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000024082056
13. Source SLF : www.syndicat-librairie.fr/les_conditions_generales_de_vente
14. Les grossistes en livres – ouverts aux seuls professionnels – ne sont pas concernés par le protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie : www.syndicat-librairie.fr/images/documents/protocole_uc_26_juin_2008.pdf
15. www.agencebio.org
16. www.syndicat-librairie.fr/images/documents/accord_d_rogatoire_definitif_signe.pdf
17. www.syndicat-librairie.fr/accord_derogatoire_sur_les_delais_de_paiement
18. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2002R0178:20080325:FR:PDF>
19. Catégories A = librairies de 2 millions € de CA et + ; catégories B = 1 à 2 millions € de CA ; catégories C = 300 000 à 1 million € de CA ; catégorie D = moins de 300 000 € de CA. www.syndicat-librairie.fr/ratios_de_gestion_ratios_d_exploitation

RESSOURCES

Agence régionale du Livre Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur

www.livre-paca.org

Fédération des cafés-librairies de Bretagne

www.lafederationdescafes-librairiesbretagne.fr

INSEE Nomenclature d'activités française

www.insee.fr

Les clients de la librairie indépendante, mieux les connaître pour mieux les fidéliser, Obsoco [Observatoire Société et Consommation], étude commandée par le Syndicat de la Librairie française, juin 2013.

Les Rencontres nationales de la Librairie

www.lesrencontresnationalesdelalibrairie.fr/wp-content/uploads/2017/06/RNL_Pléniaire-1_GfK_25062017.pdf

ONISEP

www.onisep.fr

Service public

www.service-public.fr

Syndicat de la Librairie française

www.syndicat-librairie.fr

Syndicat national de l'Édition

www.sne.fr

REMERCIEMENTS AUX LIBRAIRES

En Bretagne

- La Cabane à Lire [Bruz - 35]
- Le Bel Aujourd'hui [Tréguier - 22]
- Livres In Room [St-Pol-de-Léon - 29]
- L'Autre Rive [Berrien - 29]
- Lectures vagabondes [Liffré - 35]
- Le Petit Bazar Breton [Bécherel - 35]
- La Dame Blanche [Port-Louis - 56]

En Provence-Alpes-Côte d'Azur

- Au coin des mots passants [Gap - 05]
- BD Fugue Café [Nice - 06]
- Comic strips café [Antibes - 06]
- Expression [Châteauneuf-Grasse - 06]
- Les indociles [Nice - 06]
- Book in Bar [Aix-en-Provence - 13]
- Histoire de l'œil [Marseille - 13]
- La salle des machines [Marseille - 13]
- Le Cercle des Arts [Aix-en-Provence - 13]
- Les deux arbres [La Ciotat - 13]
- Lumière d'Août [Marseille - 13]
- Le Carré des mots [Toulon - 83]
- La Soupe de l'Espace [Hyères - 83]
- Camili Books&Tea [Avignon - 84]
- Feuille des vignes [Sainte-Cécile-Les-Vignes - 84]

Et aussi

- Sauts & gambades [Dieulefit - 26]
- Mille Feuilles [Altkirch - 68]



Le guide pratique *Les Librairies-café*s est une publication téléchargeable sur le site www.livre-paca.org.

© Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2018
8/10, rue des Allumettes
13090 Aix-en-Provence Cedex 2

Tél. 04 42 91 65 20

Mél : contact@livre-paca.org

Contact : Olivier Pennaneac'h

Création graphique : [Audrey Voydeville](#)

MEMBRES FONDATEURS



L'Agence régionale du Livre Paca est accueillie par la Municipalité d'Aix-en-Provence au sein de la Cité du Livre.



L'Agence est membre de la Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture.

