

Nouveau ! Découvrez le nouveau site de l'ALEPEF
www.alepéf.net

Documentation à télécharger - Evénements - Annuaire des magasins - Nouveautés - etc.

DÉCOUVERTE

Librairie Certitude de Mulhouse

Jean-Pierre Bezin

Frédéric DECK, président des Amis de Certitude et lui-même bénévole à la Librairie Certitude de Mulhouse répond aux questions de l'ALEPEF.

Comment est née la librairie Biblique Certitude ?

En 1970, Daniel Roman, pasteur de l'Église Évangélique Méthodiste de Metz, encourage deux missionnaires anglaises dans leur vocation à distribuer de la littérature chrétienne. Daniel Osswald lui succède et donne un cadre pour l'ouverture d'une petite librairie. Grâce à un don important, un stock de livres peut être acheté et le Centre d'Information Chrétienne est né.

En 1981, l'Église fait appel à Jean-Daniel Linsig pour pendre en charge à temps plein cette librairie. Deux ans plus tard la SARL Librairie Biblique Certitude est créée; trois églises méthodistes et l'association Bethesda en sont les actionnaires. Plusieurs librairies du même nom sont ouvertes à Anduze, Colmar, Mulhouse, Sélestat et plus récemment en 1998, à Munster. C'est actuellement Pierre Patient de Metz qui gère la SARL.

L'association Les amis de Certitude, créée sous le pastorat de D. Osswald, compte environ 150 membres et a pour objectif principal de faire connaître et diffuser la Parole de Dieu par le livre, le témoignage etc. C'est à ses membres qu'est confié le rôle de bénévoles au sein des Librairies Certitude.

Qu'est ce qui fait la particularité de votre librairie ?

Poussez la porte de notre librairie et appréciez le savoir-faire de nos bénévoles. La chaleur de leur accueil et leur dévouement vous permettront d'avoir un temps de partage, puis parmi nos 2000 articles en rayons vous trouverez la réponse à vos besoins.

La Parole de Dieu occupe ici une place privilégiée; nous vous proposons un grand choix de bibles, de la version de poche à l'édition de luxe, en passant par la bible d'étude et autres portions des Écritures. A côté de cela, nous proposons un grand choix d'ouvrages divers: romans, biographies, études bibliques ,etc. Le rayon multimédia vous fera découvrir un large éventail de CD, DVD, VHS, jeux et films. Sans oublier la sélection de plus de 400 cartes illustrées pour toutes les circonstances.

Quelles sont les développements et vos défis aujourd'hui ?

Depuis environ deux ans, la Librairie Biblique Certitude de Mulhouse connaît un nouvel essor. Cela est dû en partie, et malheureusement, à la fermeture de La Maison de l'Évangile. Notre confrère Pierre Nussbaumer, qui en était le responsable et avec qui nous travaillions en étroite collaboration, nous a gentiment confié sa clientèle. Nous le remercions vivement pour la confiance qu'il nous a témoignée et comptons fidèlement sur le Seigneur pour nous soutenir dans ce nouveau défi. Il y a trois ans, nous avons eu la joie d'accueillir Élisabeth Saurel comme responsable à temps partiel de notre magasin. Nous devons dire que sa venue a redonné une impulsion à notre équipe de 12 bénévoles qui avons tous le même souci de servir le Seigneur, chacun avec les dons qu'il a reçus.

Librairie Certitude de Mulhouse

22, rue Schlumberger • 68200 MULHOUSE
Tél. : 03 89 32 17 34 • Fax : 03 89 42 22 85
E-mail : certmul@aol.com

Heures d'ouverture : du mardi au samedi de 9h à 12h et 14h30 à 18h30 – Fermé le lundi
Les adresses de nos librairies sur le site
www.certitude.fr

La journée de l'ALEPEF

Réservez dès à présent la journée du lundi 24 Avril 2006.

Au programme : ateliers, tables rondes, intervenants extérieurs, repas, partages informels, Assemblée Générale de l'association. Une occasion unique de rencontrer tous les acteurs de l'édition et de la distribution en France, et de partager ses questions et ses projets.

Cette rencontre se déroulera à Paris, le 24 avril de 9h30 à 18h00.

Informations à venir sur le site alepéf.net

BRÈVES

Étude Logistique et Économique de l'approvisionnement des librairies Évangéliques.

Analyse du marché du livre évangélique en France.
L'ALEPEF recherche deux bénévoles motivés pour aider les libraires et éditeurs évangéliques en France sur deux sujets (éventuellement sujets de stages d'école ou d'université) :

- 1- Étude des différentes solutions logistiques utilisées aujourd'hui ainsi que la possibilité d'en réduire les coûts par une meilleure coordination entre les éditeurs protestants .
- 2- Étude de marché des librairies chrétiennes en France, pour avoir des données statistiques, mieux connaître les magasins et cerner les attentes des clients.

Nous comptons sur de telles études pour mieux comprendre la situation économique des librairies évangéliques et montrer des voies d'amélioration permettant d'assurer une plus grande pérennité des librairies chrétiennes en France.

Il faut une expérience en logistique (pour la première étude), et dans l'analyse économique. Il faut aussi être disposé à passer du temps des éditeurs et des libraires.

Pour tout renseignement : Jean-Pierre Bezin
www.maisonbible.net/jpb/

Rappel Agenda :

- ▶ Le Salon du Livre de Francfort se tiendra du 19 au 23 octobre 2005
- ▶ Le Centre Évangélique de Lognes se tiendra du 20 au 22 novembre 2005

Festival International de la bande dessinée d'Angoulême du 26 au 29 janvier 2006

La Ligue pour la Lecture de la Bible présentera un nouvel album : "Accepter l'autre dans sa différence" de Bénédicte Fady. Cette jeune peintre professionnelle (originaire d'Aspach-le-Haut-68) a développé, au terme de ses études, l'objet de sa passion durant 4 ans à l'école Emile-Cohl à Lyon, spécialisée en dessin animé, BD, illustration et infographisme. C'est sur ces dernières expressions que s'est porté le choix de cette jeune femme, aujourd'hui âgée de 24 ans, réservée de prime abord mais qui se transforme dès qu'elle manipule sa plume imaginative et audacieuse sans arrogance. Une histoire en une vingtaine de dessins qui fouillent sa thématique « accepter l'autre dans sa différence ». Une forme de BD où chaque image est un récit complet avec des bulles qui font mouche. Parution janvier 2006.

Une première en Europe

Du 8 au 10 mars 2006 se tiendra à Amsterdam le premier "Marketsquare" version européenne. Durant 3 jours, cette manifestation d'ampleur rassemblera éditeurs, libraires et autres partenaires du commerce chrétien en Europe. Cette convention permettra de

- ▶ Se former, s'informer, se connaître
- ▶ Faciliter la négociation des droits d'éditions et de commercialisations
- ▶ Donner une dynamique nouvelle au commerce chrétien en Europe

Pour plus de renseignement : www.ctaintl.com
rubrique Marketsquare Europe / jp@ctaintl.com



LES CLIENTS

Ah ces clients !

La bonne santé d'une librairie tient essentiellement à la manière dont le libraire sera amené à satisfaire les désirs de sa clientèle.

CONNAÎTRE SES CLIENTS

Pour bien satisfaire vos clients il faut les connaître un tant soit peu. Cela vous permettra d'éviter un de ces séismes majeurs sur l'échelle de Richter du mécontentement, généralement destructeur et terme d'image de la librairie. Cela vous permettra aussi d'adapter vos stocks et d'améliorer votre rentabilité.

La clientèle d'un magasin peut être classée de diverses manières. Je vous en propose deux (sachant qu'il y en a d'autres). Nous examinerons chacune de ces catégories de clients, essayerons de discerner les risques de frustration, et tirerons des enseignements pratiques sur la manière de gérer les stocks.

RÉPARTITION DES CLIENTS EN FONCTION DE LEUR SENSIBILITÉ À LA NOUVEAUTÉ

Face à la nouveauté on distingue 3 catégories de clients :

1°/ Les précurseurs

Ils sont véritablement à l'affût des nouveautés. Pour eux un article a de la valeur car il est nouveau. Ils sont résolument tournés vers l'avenir et facilement prêts à essayer. Ce sont typiquement des clients qui vont vous demander un livre avant même qu'il soit disponible, ou pire avant que vous ayez été informé de sa disponibilité.

Les précurseurs viennent tous en même temps dans un laps de temps assez court, et refusent généralement d'attendre. Soit ils iront chez le concurrent (libraire ou éditeur en direct) soit ils renonceront, leur intérêt étant remplacé par l'attrait de la nouveauté suivante.

La seule manière d'atténuer leur déception est de renchérir sur leur attente : *"cette nouveauté s'est vraiment bien vendue, j'ai été littéralement dévalisé. Mais j'en aurais à nouveau dans 2 jours. Voulez-vous que je vous en mette un exemplaire de côté ?"*

Une nouveauté n'aura aucun mal à atteindre les précurseurs. Le hic est qu'ils ne sont pas assez nombreux à eux seuls pour assurer le succès commercial du titre. Si donc la vente d'un titre s'arrête à ce stade c'est un échec commercial.

Pour satisfaire les précurseurs il faut avoir des stocks d'avance et faire ensuite une gestion de stock quasi quotidienne pour suivre l'évolution des ventes. La solution logique serait un gros achat de départ pour ne pas avoir des problèmes de disponibilité. Le hic c'est que si le relais avec les suiveurs ne se fait pas, votre stock risque de vous rester sur les bras. Et comme le phénomène est brutal, le risque est réel.

2°/ Les suiveurs

C'est le gros de la clientèle. Ils sont plus réfléchis et ne se décident qu'après avoir eu des informations sur l'article. Cela peut être une publicité, le conseil d'un ami, ou votre propre recommandation.

Jean-Daniel Linsig

Les suiveurs accepteront plus facilement que le livre soit momentanément non disponible, et comme leur achat procède généralement d'une certaine réflexion il ne vont pas s'en désintéresser de suite.

Vous atténuez leur déception en insistant sur le fait qu'ils sont fait le bon choix : *"C'est un excellent livre, beaucoup de personnes l'ont déjà acheté. Je me suis laissé surprendre mais... j'en aurais à nouveau la semaine prochaine. Voulez-vous que je vous prévienne quand il sera à nouveau disponible ?"*

Quand les suiveurs prennent le relais des précurseurs l'édition du livre est "sauvée". Cela se fera d'autant plus que l'on aura :

- ▶ Multiplié les informations sur le livre
- ▶ Rendu le livre visible (table de nouveautés)
- ▶ Que les précurseurs en auront parlé autour d'eux.

Les suiveurs heureusement n'arrivent pas tous en même temps. Les premiers suiveurs seront "amorçés" par la publicité et la visibilité, les suivants par un bouche à oreille positif.

La gestion de stock est assez facile. Il n'est pas nécessaire d'avoir beaucoup d'exemplaires, mais de les avoir en permanence autant que possible.

Quels que soient ses succès passés, un article qui n'intéresse pas ou plus les suiveurs ne doit plus être stocké.

3°/ Les retardataires

Leur occupation majeure est de ne pas se tromper. Ils n'achèteront le produit qu'après des sollicitations multiples et élogieuses. Par contre ils sont très fidèles et sont d'excellents prescripteurs (= ils vont fortement recommander leur choix aux autres).

Comme leur choix est le fait d'une longue élaboration, la charge affective qu'ils placent sur l'article en question est forte, et sa non disponibilité peut être très mal vécue.

Vous atténuez leur déception en insistant encore plus sur la valeur du livre : *"C'est vraiment le meilleur livre sur ce sujet. Parfois un seul client me prend tout mon stock. J'en ai déjà recommandé, combien d'exemplaire dois-je vous mettre de côté."*

Même si les retardataires sont nettement moins nombreux que les suiveurs, un livre qui retiendra leur intérêt est assuré de ventes suivies dans le temps. C'est le livre "rente de situation" qui pourra être réimprimé des années durant, et dont les ventes ne s'effriteront que très lentement.

Un livre qui n'intéresse pas les retardataires ne doit plus être stocké. La meilleure manière de se rendre compte que les retardataires ont remplacé les suiveurs ne se situe pas au niveau du nombre d'exemplaires vendus, mais du nombre d'exemplaires par client. Un client qui prendra plusieurs exemplaires (s'il ne gère pas un stand d'église) est un retardataire.

Un article intéressant les retardataires doit toujours être stocké, même si son style et sa couverture ont pris un peu d'âge. Par contre vous pouvez le ranger en bas de rayon sans problème.

(suite au prochain numéro)

LU - VU - ENTENDU

Denis Guillaume

Sondage

Selon un sondage "Le Monde des religions", 78% des français estiment que les religions sont un besoin essentiel pour l'homme, 41% pensent que la dimension spirituelle et religieuse est importante pour réussir sa vie personnelle, 26% disent s'intéresser plus qu'il y a une dizaine d'années aux questions spirituelles.

Cinéma : Faites connaître les ouvrages de C.S. Lewis

Après *Le Seigneur des anneaux*, la Nouvelle-Zélande nous promet une nouvelle saga de légende et nous transportera le 21 décembre prochain de la Terre du Milieu vers *Le Monde de Narnia*. Ce monde, assez peu connu des lecteurs français, est né en 1950 de la plume du Britannique C. S. Lewis. 85 millions d'exemplaires plus tard, vendus dans vingt-neuf langues à travers le monde, cette épopée fantastique s'impose comme la série littéraire la plus vendue après *Harry Potter*. Malgré ce succès, il a fallu attendre l'année 2003 pour qu'une adaptation cinématographique soit mise en chantier...

A paraître le 15 décembre aux éditions Raphaël : *Au cœur de Narnia* de Colin Duriez. Un nouveau C. S. Lewis : *Les quatre amour* paraîtra chez le même éditeur le 15 novembre.

Qu'est-ce qu'un librairie ?

D'après le SLF (syndicat de la librairie française), le métier de libraire qui dépasse celui de simple vendeur, répond à 3 critères : la présence dans l'acte de vente d'une *personne formée* ; la variété de l'offre de *livres de fonds* choisis pour leurs qualités et leur importance ; la participation à l'*animation culturelle* d'une cité. Ces critères peuvent être adaptés aux librairies protestantes et/ou évangéliques : Une personne compétente, capable de conseiller le client (attention à la formation du personnel), la présence en rayon d'ouvrages à faible rotation (théologie par exemple) et le développement, en plus de l'acte de vente, d'animation autour de livre chrétien.

Marché du livre

Sur l'ensemble du 1er semestre, le marché du livre a reculé de 1,5% en euros courants. En juin, les ventes ont régressées de 7% à 9% (en comparaison avec juin 2004) de manière identique dans les différents circuits de distribution sauf la vente de livres "club" via les soldeurs et les grands magasins qui elle, a reculé de 15%. Seules, semble-t-il, les grandes surfaces culturelles connaissent une hausse de 1% sur le premier semestre. Quelle est la situation des librairies protestantes ?

Une idée à creuser

Maxi-Livres installe des distributeurs automatiques de livres à 2 euros. 25 titres de la collection maxi-poche sont ainsi proposés. Ils envisagent, à terme, l'installation de 500 machines disposées dans les lieux de passage : gares, hôpitaux, universités... A l'heure actuelle, 30 à 40 livres par jour sont vendus par appareil. La Bible à tarif réduit conviendrait bien à ce type de vente. Avis aux éditeurs !