

DÉCOUVERTE

Les Librairies Bibliques d'Amiens et Abbeville

Jean-Pierre Bezin

Les débuts il y a plus de 20 ans

Les deux Librairies Bibliques d'Abbeville et d'Amiens dans le département de la Somme ont été mises en place par un couple missionnaire venu de Suisse, Daniel et Esther LIECHTI, arrivé en 1982 à Abbeville dans un premier temps, puis à Amiens en 1992.

Très motivés pour aider un petit noyau de chrétiens « évangéliques » ils ont rapidement démarré le travail missionnaire avec ce merveilleux outil que représente une librairie biblique conçue comme un « magasin professionnel » ouvert à tout public.

En 1983, le magasin d'Abbeville présente un espace convivial, agréable, proposant des ouvrages chrétiens et un rayon « Bible » particulièrement mis en valeur. On y trouve également un rayon de musique chrétienne et un rayon de cartes bien achalandé.

En novembre 1986, une deuxième librairie biblique ouvre à Amiens (à 45km d'Abbeville) d'abord dans un modeste local situé près du Centre ville puis en 1991 dans de nouveaux locaux plus vastes, au rez-de-chaussée d'un immeuble très bien situé dans la zone commerçante des Halles. Elle acquiert le magasin grâce au soutien financier d'amis suisses (dons et prêt) et d'autres dons venant de chrétiens français.

Le premier étage de ce même immeuble est occupé par l'Eglise Protestante Evangélique d'Amiens Centre, également propriétaire (en voie de l'être) de sa salle.

Le commerce équitable pour élargir l'accueil

En 2001, les deux librairies ont élargi leur gamme avec les produits du Commerce Equitable. Avant cette date, elles ne proposaient que des dépôts-ventes de ces produits en période de Noël. Les librairies se sont maintenant engagées dans un vrai partenariat avec l'Association Artisanat SEL.

Avec le rayon du Commerce Equitable, une clientèle très variée entre dans le magasin. Les bénévoles cherchent à établir des contacts personnels avec ces personnes et de bonnes discussions peuvent alors s'engager. Des livres bien présentés peuvent aussi interpeller la clientèle.

Avancer avec le soutien de tous...

Les Librairies restent au service des chrétiens, bien que trop peu nombreux en Picardie (Somme, Aisne, Oise) : on compte 0.1 à 0.2 Eglises pour 10 000 habitants en 2004 dans le département de la Somme...

Les différentes Eglises de l'Alliance Evangélique soutiennent fidèlement dans la prière cette œuvre et les bénévoles engagés dans cette activité sont issus de plusieurs de ces Eglises.

Bien situées (au centre ville à Amiens) elles sont de par leur existence un témoignage chrétien et le grand public n'y est pas insensible. Nous soignons tout particulièrement la présentation renouvelée de nos vitrines qui attirent le regard ainsi que l'accueil de ceux qui franchissent la porte.

... et ensemble aller plus loin !

A partir de ces librairies, notre équipe a aussi souhaité participer à plusieurs manifestations extérieures : Journée des Associations organisée par la ville pour faire connaître au public la vie associative, Marchés de Noël dans les villages avoisinants, stands du commerce équitable dans des écoles et lycées, et cette année participation à une manifestation culturelle qui a connu un grand succès. Nous avons maintenant une place reconnue dans la ville.

L'activité commerce équitable constitue un très bon support pour faire connaître les librairies bibliques et concrétise un engagement visible au service des pauvres. Nous pensons, par le livre chrétien comme par le Commerce Equitable, poursuivre notre objectif : faire connaître l'amour de Dieu.

Les coordonnées de nos Librairies Bibliques

- 48 Chaussée du Bois – 80100 ABBEVILLE
Tel. 03 22 31 26 82
- 3 Rue des Chaudronniers – 80000 AMIENS
Tel. 03 22 92 36 12 – Fax 03 22 91 68 83
- Statut juridique : Association loi 1901
- Renseignements sur le site Internet :

www.ecclesia-en-somme.com

BRÈVES

Assemblée Générale de l'Alepéf

Lundi 24 avril 2006, se tiendra la première Assemblée Générale sous le sigle de l'Alepéf. Cette journée, outre les formalités administratives, nous permettra de nous retrouver pour échanger nos expériences, nos attentes et de bénéficier d'une séance de formation. Vous trouverez plus de détails sur l'invitation ci-jointe.

A SUIVRE...

Dans le cadre des travaux menés par la Commission Usages Commerciaux, le SLF (Syndicat de la Librairie Française), le SNE (Syndicat National de l'Edition) et le Ministère de la Culture et de la Communication (Direction du Livre et de la Lecture – Centre National du Livre) réalisent de concert une étude sur l'économie et l'avenir de la librairie indépendante.

Son objectif est d'établir une photographie des librairies, petites, moyennes et grandes en intégrant une triple approche, commerciale, financière et de gestion. De plus, cette étude analysera, dans le détail, les critères qualitatifs spécifiques à la librairie (masse salariale et qualifications). Elle permettra à l'interprofession de trouver des solutions pour améliorer l'économie globale du livre. Cette étude s'appuiera sur une enquête, auprès de 300 librairies, confiée à la société Ipsos et sera complétée par une série d'entretiens approfondis auprès d'un échantillon restreint et par une enquête auprès des principaux distributeurs de livres.

Les premières conclusions sont attendues au cours du premier trimestre 2006 :

www.sne.fr/2_actuallite/communiqués_interventions.htm

LA SBF S'OFFRE UN LIFTING

Pour offrir à un public encore plus large les richesses toujours actuelles que recèlent ces textes hors du commun, la Société Biblique Française crée une marque commerciale à consonance plus contemporaine : *Bibli'O*.

Sous ce nouveau label, *Bibli'O* témoigne d'un engagement renouvelé de la part de l'équipe éditoriale et commerciale :

- Publier les textes de la Bible en recherchant la présentation la mieux adaptée à chaque public.
- Concevoir des outils modernes, utilisant toutes les ressources des sciences bibliques, des sciences humaines et de la technologie.
- Considérer que tout lecteur est capable de comprendre et d'interpréter la Bible par lui-même, et lui proposer des produits favorisant une lecture intelligente et respectueuse des textes.
- Faire dialoguer la Bible avec la culture : histoire des religions, littérature, arts...

Bibli'O est donc appelé à devenir une référence dans le domaine de l'édition biblique, un label de qualité, de rigueur scientifique et de neutralité confessionnelle. Pour que chacun y trouve du sens...

RAPPEL

Une première en Europe. Du 8 au 10 mars 2006 le premier "Marketsquare" version européenne. 3 jours pour se former, s'informer, se connaître, donner une dynamique nouvelle à l'édition.

Pour plus de renseignement : www.ctaintl.com
rubrique *Marketsquare Europe*

Retrouvez toutes les infos
et d'autres encore sur :
www.alepéf.net
RUBRIQUE ACTUALITÉ



LES CLIENTS (SUITE DE L'ARTICLE « AH, CES CLIENTS ! » PARU DANS LA LETTRE N°5)

REPARTITION DES CLIENTS EN FONCTION DE LA PRECISION DE LEUR BESOIN

Dans ce domaine, on peut également définir 3 catégories de clients. La même personne, selon son besoin, pourra appartenir tour à tour aux différentes catégories. Il pourra même, en une seule visite de votre librairie, manifester les trois types de besoins que nous allons définir. Raison de plus pour savoir y répondre.

1°/ Un besoin précis pour lequel le client a fait son choix

Ces clients demanderont un titre précis et pas un autre. Vous aurez du mal à leur proposer un titre de substitution (sauf si l'article est épuisé).

En ce qui concerne l'échelle de Richter de leurs frustrations

- Le niveau 1 sera atteint si l'article n'est pas disponible
- Le niveau 2 sera atteint si l'article n'est pas disponible et le délai de réapprovisionnement est long
- Le niveau 3 sera atteint si l'article n'est pas disponible et le libraire ne peut pas le commander
- Le niveau 4 sera atteint si l'article n'est pas disponible et le libraire ignore totalement son existence.

Cela dit le degré de frustration dépend aussi de la nature de l'article. Le client sait généralement que tout ne peut pas être disponible sur stock. Mais selon la nature de l'article, il acceptera cette situation plus ou moins facilement. Il ne comprendra pas si vous êtes en rupture de stocks de Bibles gros caractères, mais admettra sans doute que vous n'avez pas en magasin la dogmatique de Karl Barth.

Il est donc vital d'identifier clairement les articles dont l'absence est jugée inadmissible par ces clients. Il faut les stocker et veiller à ne pas être en rupture. Si vous gérez votre stock en fonction des ventes passées, il faudra être plus « coulant » avec ces articles, en acceptant une rotation plus faible que votre standard. Il en va de l'image de marque de votre magasin.

2°/ Un besoin précis pour lequel le client n'a pas fait son choix

Ces clients demandent un livre sur un sujet précis, ou destiné à une personne précise. Mais, soit par ignorance, soit par indécision, ils ne savent pas précisément quel titre répondra à leur besoin. Ils sont beaucoup plus sensibles aux conseils. Éventuellement ils prendront le risque pour un titre, mais accepteront facilement d'être orienté autrement.

L'essentiel pour eux est que :

- Vous ayez un choix minimum dans la catégorie concernée
- Vous sachiez bien les conseiller.

En ce qui concerne l'échelle de Richter des frustrations

- Le niveau 1 sera atteint si vous les envoyez vers le rayon (avec un geste vague c'est là-bas)
- Le niveau 2 sera atteint si votre rayon est tellement mal rangé qu'il ne trouvera pas la famille d'articles recherchée

Jean-Daniel Linsig

- Le niveau 3 sera atteint si, revenant vers vous avec plusieurs titres dans les mains, vous ne serez pas en mesure de l'aider à choisir.

En fait il est relativement simple de satisfaire ce type de clientèle :

- Accompagnez la personne au rayon concerné
- Au rayon dites-lui simplement : « Voici les livres sur ce sujet. Regardez-les et si vous avez besoin d'un conseil n'hésitez pas à me demander. » Si la personne veut choisir toute seule, elle ne saisira pas votre perche. Si elle a besoin d'un conseil, elle vous appellera (de suite ou plus tard).

Pour donner des conseils judicieux *il n'est pas nécessaire d'avoir tout lu*, mais de bien connaître deux ou trois titres de chaque catégorie et de pouvoir en parler. Mieux vaut avoir lu deux titres dans 25 catégories de livres que les 50 titres existant sur un sujet.

Soyez honnêtes. Il n'est pas gênant de dire à un client qui sollicite votre avis que vous n'avez pas lu le ou les livres qu'il a choisis, si vous êtes en mesure d'en conseiller un autre. Et s'il vous faut retourner au rayon pour le chercher et lui montrer, n'hésitez pas.

Là aussi il y a une manière de gérer vos stocks pour satisfaire cette catégorie de clients.

Stockez plus largement les deux ou trois titres de chaque catégorie que vous allez recommander. Si une catégorie est assez pauvre (certains sujets ne suscitent guère les élans de plume des auteurs chrétiens) vous serez amenés à conserver des titres à rotation lente.

Les commentaires bibliques en sont l'illustration parfaite. Leur vente est faible, mais il n'est pas pensable de ne pas avoir en stock le seul et unique commentaire qui existe sur tel ou tel livre de l'Ancien Testament. Par contre personne ne vous fera grief de ne pas avoir les 50 livres qui parlent de la prière.

3°/ Pas de besoin précis

Ces clients viennent pour flâner et leurs achats seront essentiellement des achats d'impulsion. Ils achèteront ce qu'ils voient. Leur volume d'achat sera d'autant plus significatif que le choix sera grand et les articles présentés de façon agréable. Ce sont aussi eux qui seront sensibles aux promotions et efforts publicitaires de toute nature.

Visiter les boutiques est une source de plaisir pour ces clients. Il faut leur donner envie de revenir. Ce sont ces clients qui « sauveront » la librairie, car une VPC, même dynamique, n'égalera pas une belle librairie où l'on peut toucher et sentir le livre.

Offrez-leur vos services, mais dès que vous aurez compris qu'ils ne recherchent rien de précis, laissez-les tranquille. Un plaisir aussi intense ne se partage pas...

En terme de gestion de stocks, il faudra accepter d'avoir certains produits qui se vendront peu afin d'implanter cette image de richesse et de variété chez les « clients flâneurs ». Ces articles seront présents, non pour eux-mêmes, mais en tant que « déclencheurs » d'autres ventes.

La gestion de stocks ne se fait plus au niveau des titres mais de la famille d'articles.

(suite au prochain numéro)

LU – VU – ENTENDU

Denis Guillaume

Le février du livre religieux

Une quinzaine d'éditeurs et une centaine de libraires s'associent pour faire de février le mois phare du livre religieux. Cette année du 4 février au 4 mars.

C. S. Lewis

Le monde de Narnia (Gallimard) réunissant les 7 chroniques de Narnia de C. S. Lewis atteint un tirage de 200 000 exemplaires. L'ensemble des produits dérivés du film atteint les 380 000 exemplaires tirés.

Créations

En 2005, comme en 2004, une vingtaine de nouvelles maisons d'édition a été créée en France. L'Allemand Bertelsman devient le deuxième distributeur de livres en France. Il vient de racheter les réseaux Privat et Alsatia, soit une cinquantaine de magasins.

Un salon Gospel

Le 1^{er} Salon du Gospel se tiendra à Paris les 15 et 16 avril 2006 à l'Espace Saint-Martin - Paris, à deux pas de Châtelet Les Halles.

Conférences, exposition de stands et concerts seront au programme de ces deux journées placées sous le signe de la musique, de la convivialité et du partage. Cette manifestation, qui est une première en France, tant par son concept que par sa forme, réunira de nombreux exposants qui y présenteront leurs produits et services.

www.salondugospel.com

www.alepef.net

Quelques dates pour 2006

- 17-22 mars : 26e salon du livre de Paris, Porte de Versailles : www.salondulivreparis.com
- 23 avril : Journée mondiale du livre et du droit d'auteur, Unesco : www.unesco.org
- 13-15 octobre : Lire en fête : www.lire-en-fete.culture.fr
- 4-8 octobre : Foire internationale du livre, Frankfurt : www.frankfurt-book-fair.com

ISBN

A compter du 1^{er} janvier 2007, les ISBN, qui comptent actuellement 10 chiffres, passent à 13 chiffres. On fera précéder l'ISBN du préfixe « 978 » et on recalculera la clé de contrôle. L'ISBN à 13 chiffres sera identique à l'EAN-13 servant à la génération du code à barres et figurant sous celui-ci.

Le préfixe « 979 » sera introduit quand les segments ISBN existants seront épuisés. Une conversion rapide et efficace des ISBN à 10 chiffres est d'ores et déjà possible via le convertisseur disponible sur la page Web de l'Agence Internationale de l'ISBN : www.isbn-international.org. Dès que possible en 2006, l'AFNIL recommande aux éditeurs d'indiquer en page de copyright des ouvrages à la fois l'ISBN à 10 chiffres et l'ISBN à 13 chiffres, et de procéder de la même manière pour l'annonce des titres dans leurs programmes de parution. Les éditeurs et libraires doivent vérifier au plus tôt tous les systèmes en vigueur – manuels ou électroniques – et s'assurer que ces systèmes sont conformes aux évolutions en cours.

Pout tout renseignement : www.afnil.org

Secrétariat ALEPEF

c/o Librairie 7ici • 48, rue de Lille • 75007 Paris • Tél : 01 42 61 57 77 • Fax : 01 42 61 26 58

Compte postal : CCP 1177384 N Lyon

Président : Jean-Luc Cosnard • Secrétaire : Denis Guillaume • Trésorier : Jean-Daniel Linsig

Site ALEPEF

www.alepef.net



L'ALEPEF est membre de :