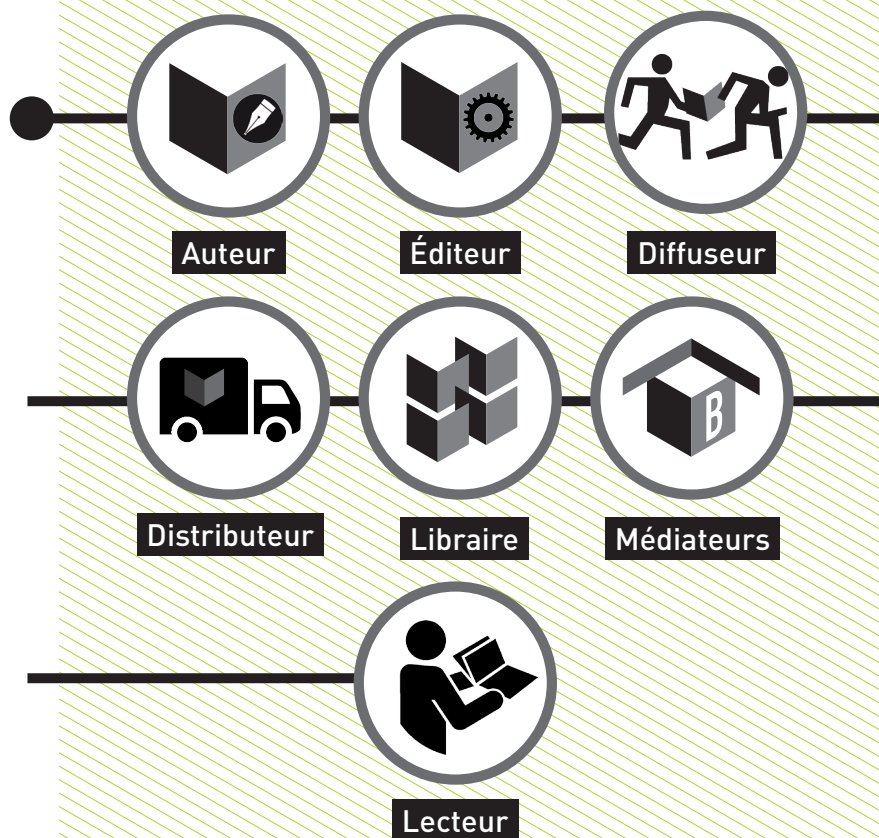




# LES MARCHÉS PUBLICS DE LIVRES EN BIBLIOTHÈQUES UNIVERSITAIRES

## ENJEUX

### La chaîne du livre



## FICHE PRATIQUE BU – SERVICE DES MARCHÉS PUBLICS

ENJEUX. p.1 → p.3 DU CÔTÉ DES BU et DES SERVICES DES MARCHÉS PUBLICS. p.4 → p.6

### PRIX UNIQUE DU LIVRE : UNE CONTRAINTE QUI FAIT SENS

C'est la loi fondamentale du secteur : votée le 10 août 1981, elle oblige l'éditeur à fixer (et à indiquer sur la couverture) un prix public pour chaque livre édité (ou importé), qui sera le même, quel que soit le point de vente. Un rabais de 5% est autorisé pour le client final, à condition qu'il n'en soit pas fait publicité hors du lieu de vente. Seuls les livres scolaires sont hors champ d'application de la loi.

Parce qu'elle substitue à la seule concurrence par les prix la concurrence sur les services rendus aux lecteurs, cette loi favorise le maintien d'un réseau dense de points de vente, permettant *in fine* l'accès au marché pour les éditeurs, quelle que soit leur taille. Dans le même esprit, cette loi a été complétée le par la loi du 8 juillet 2014 qui interdit la gratuité des frais de port et limite la possibilité de rabais de 5% en cas d'envoi à domicile.

La loi sur le prix du livre numérique a été votée en 2011. Adaptant la loi de 1981 à l'univers numérique, elle impose désormais à l'éditeur de fixer un prix de vente pour toute offre de « livre numérique », défini au sens de la loi comme un livre « à la fois commercialisé sous sa forme numérique et publié sous forme imprimée ou qui est, par son contenu et sa composition, susceptible d'être imprimé, à l'exception des éléments accessoires propres à l'édition numérique. » Les détaillants, quel que soit leur lieu physique d'implantation, doivent respecter ce prix lorsqu'ils vendent des titres à des acheteurs situés en France.

Les deux lois permettent à l'éditeur de modifier le prix de vente au public quand il le souhaite ou de conduire des opérations de promotion (souscriptions, prix de lancement, ventes à prime, solde...) : mais l'éditeur (ou importateur) est tenu de proposer ces opérations simultanément et dans les mêmes conditions à tous les revendeurs.

## Une marge sur les ventes aux bibliothèques réduite de 15 et non de 9 %

La loi du 18 juin 2003 relative à la rémunération du droit de prêt en bibliothèque a modifié la loi du 10 août 1981 en plafonnant les rabais accordés aux bibliothèques de prêt par leurs fournisseurs à 9% maximum. Les organismes prêtant au public et soumis à cette loi sont donc tenus de ne pas accepter de rabais supérieur à 9%, y compris pour l'acquisition de livres étrangers importés. Elle oblige les-dits fournisseurs (dont l'éditeur en cas de vente directe) à reverser 6% du prix de vente public des ouvrages achetés par des bibliothécaires à une société de perception gérée de façon paritaire par les auteurs et les éditeurs.

Le fournisseur laisse donc bien 15 % de marge et non pas seulement 9 %.

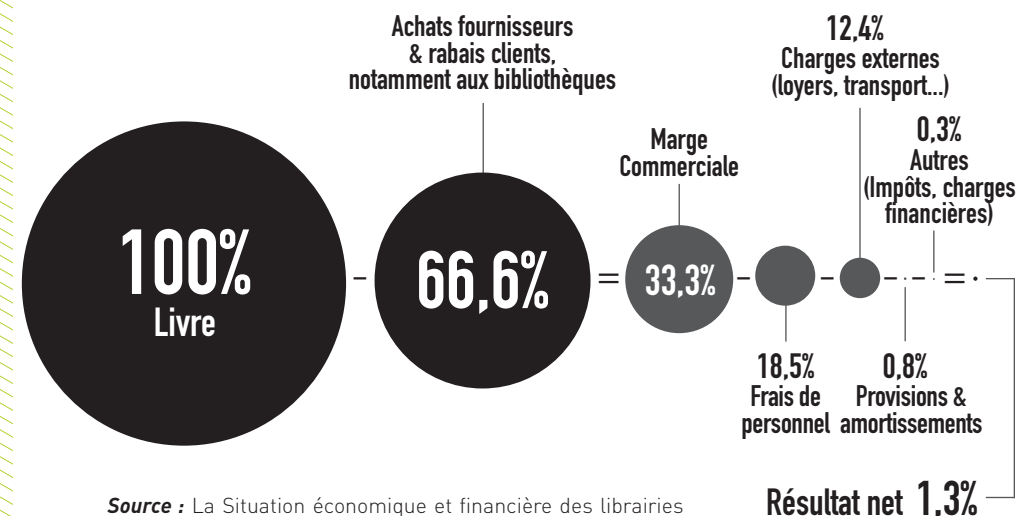
La Sofia gère ce fonds, également abondé par l'État sur la base du nombre d'inscrits dans les bibliothèques de prêt. Cette loi répond à plusieurs objectifs :

- Renforcer l'esprit de la loi sur le prix unique du livre : dans le cadre des marchés publics, la concurrence porte sur la qualité des services plus que sur la remise offerte.
- Appliquer la directive européenne de 1992 relative à la location et au prêt de livres, qui introduit un régime de licence légale. L'auteur abandonne son droit d'accorder ou non le prêt de ses œuvres, en échange d'une rémunération. La Sofia reverse ainsi une rémunération aux éditeurs et auteurs calculée sur la base du nombre d'exemplaires de leurs livres achetés par les bibliothèques.
- Améliorer les conditions sociales des auteurs, traducteurs et illustrateurs : ce dispositif permet de financer leur régime de retraite complémentaire.
- Consolider l'action des bibliothèques pour la lecture publique en ne faisant pas porter le paiement du droit de prêt sur les usagers mais sur les collectivités, les établissements et l'État. En effet, les collectivités et les établissements en payant plus cher pour les livres acquis pour leurs bibliothèques (remise de 9 % au lieu de 15 % en moyenne avant l'entrée en application de la loi) payent en réalité ces 6 % qui sont reversés à la Sofia.

## Le critère « prix »

Les fournisseurs s'étant généralement alignés sur le rabais maximal autorisé par la loi, ce critère n'est que rarement discriminant et mérite donc un faible coefficient. Les libraires doivent se permettre d'évoquer avec les BU les difficultés éventuelles rencontrées avec certains fournisseurs, au cours du marché. Les BU pourraient travailler à définir une liste d'éditeurs ou secteurs à très faible remise (les moins rentables pour les libraires), sur lesquels elles pourraient accepter des rabais plus faibles que les 9%.

## La librairie : le commerce de détail le moins rentable



Source : La Situation économique et financière des librairies indépendantes, Xerfi pour le ministère de la Culture et de la Communication et le Syndicat de la librairie française, 2013 - chiffres constatés pour les librairies dont le chiffre d'affaires est compris entre 300 000 € et 1 million d'€ sur les résultats 2011.

## L'impact des rabais octroyés aux bibliothèques

Stricto sensu, la vente d'un livre à une bibliothèque au prix remisé est peu rentable (sur une remise fournisseur standard de 36%, il ne reste effectivement que 19%, ce qui ne permet pas toujours de couvrir les frais). Néanmoins, la part du chiffre d'affaires réalisé en bibliothèque permet d'augmenter les volumes d'achat, donc de mieux négocier avec les distributeurs et les transporteurs, pour finalement améliorer la rentabilité globale. Mais le libraire doit être très vigilant à ne pas dépasser une certaine proportion de marchés publics pour ne pas mettre en danger sa rentabilité.

## LE TRANSPORT DU LIVRE

Chaque éditeur a le monopole de son catalogue et en organise la distribution soit en la confiant à un prestataire (distributeur), soit en l'assumant en interne (notamment dans le cas de la petite édition). La particularité de la commercialisation du livre en France tient à son caractère centralisé et monopolistique : 5 distributeurs, principalement implantés en région parisienne, représentent à eux seuls la majeure partie du marché. Chaque point de vente est dépendant de la rapidité de traitement des commandes par le distributeur puis des délais de livraison du transporteur. L'organisation actuelle du transport du livre en France (géré principalement par la [Cllil](#)) a fortement aplani la question des délais, et aujourd'hui, rares sont les points de vente qui ne peuvent tenir les délais le plus souvent demandés dans les marchés publics. En outre, des systèmes d'expédition d'urgence ont été mis en place par les distributeurs (24h), moyennant un coût de livraison supplémentaire.

Fixer les délais comme critère de sélection paraît donc moins pertinent aujourd'hui, en revanche, interroger les candidats sur leur capacité à proposer des délais différenciés en fonction de l'urgence et de la nature de la commande, répond à une réalité de fonctionnement dans l'exécution du marché.

## LE STOCK

### Le poids du stock pour un libraire

Garder des livres de fonds a un coût : le stock représente chez les plus gros libraires l'équivalent de 2 mois de chiffre d'affaires, 3,5 mois chez les plus petits. Malgré un rapport de force commercial avec les distributeurs la plupart du temps en sa défaveur, le libraire doit garder la main sur ses achats afin d'équilibrer la présence de livres de fonds qui font la valeur de son assortiment tout en permettant la présentation des nouveautés : il est obligé de retourner beaucoup d'ouvrages invendus afin de faire de la place en magasin, passant des commandes pour les ouvrages non présents. La loi Lang impose de commander gratuitement toute référence que le revendeur n'aurait pas en stock.

### Le critère « Fonds disponible »

Connaître le nombre de livres disponibles en magasin permet de donner une idée de la surface et de l'amplitude commerciale du fournisseur mais ne préjuge en rien de sa capacité à fournir dans de bonnes conditions les titres demandés par la bibliothèque. La contrainte d'espace (il n'est possible pour aucun point de vente, même pourvu d'immenses entrepôts, de stocker les 673 500 références disponibles en France en 2013) et la rapidité de livraison des commandes rendent ce critère moins pertinent aujourd'hui. En revanche, on peut vérifier que les candidats travaillent régulièrement avec un certain nombre d'éditeurs spécialisés. Par exemple en leur proposant de cocher dans une liste d'une trentaine d'éditeurs ceux chez qui les fournisseurs ont déjà des comptes ouverts.

## Les nouveautés de la semaine : il faudrait...

6 1/2  
91



bibliothèques pour contenir les nouveautés d'une seule semaine de production en France, soit :

tables pour les mettre à plat



## LES BASES DE DONNÉES

### Les bases de données du livre aujourd'hui

L'outil de base permettant de connaître la disponibilité et les données techniques d'un titre est une base de données interprofessionnelles : le Fichier exhaustif du livre (FEL), géré par la société Dilicom. Chaque distributeur (ou éditeur) renseigne quotidiennement les données. Les outils de gestion des libraires y puisent chaque jour les informations nécessaires à la prise de commande et à l'analyse de l'activité. Cette base contient les informations essentielles mais ne peut servir à une recherche bibliographique. D'autres bases de données publiques (BnF) ou privées (Electre) se sont donc constituées au fil des années, développant des services complémentaires comme les argumentaires détaillés. Certaines sont accessibles gratuitement pour des recherches à travers les magasins en ligne (Amazon, Fnac...), mais l'accès à la totalité des fonctionnalités des bases professionnelles, notamment la récupération de données pour le pré-catalogage (Électre, Decitre, Erasmus) est un service normalement payant.

L'Abes, créée en 1994, gère plusieurs catalogues collectifs (documents, périodiques, thèses, archives...) pour les établissements de l'enseignement supérieur et de la recherche. Le [Sudoc](#) regroupe plus de 10 millions de notices et permet de les importer dans les catalogues des BU.

Les BU utilisent les bases de données alimentées par les distributeurs pour constituer leurs paniers de commande, importer les notices temporaires dans leur catalogue, éviter les doublons d'achats entre composantes et générer les bons de commandes. Une fois le livre entré dans les collections, sa fiche temporaire est remplacée par celle du Sudoc, parfois enrichie (récupération de vignettes de couverture...). S'il est important que la BU ait accès à une base de données commerciale pour réaliser ses paniers de commande, en revanche ce service constitue un autre type de besoin que la fourniture de livres. »

# DU CÔTÉ DES BU ET DES SERVICES DES MARCHÉS PUBLICS

**S**i les marchés publics de fournitures de livres sont généralement peu techniques, en revanche, l'une de leurs caractéristiques réside dans la difficulté à départager des offres quasi identiques (même rabais, même fonds, même délai).

*Le service attendu requiert peu de contacts avec les fournisseurs et pourrait sembler détaché des problématiques locales. En réalité, le choix du fournisseur peut avoir des conséquences territoriales immédiates à la fois en termes économiques et culturels.*

*Les marchés de fourniture de livres engagent bien l'université dans une politique culturelle territoriale.*

## LES POINTS DE VIGILANCE DU MARCHÉ

### Le marché du livre est un marché de fourniture et non de service

**A**u-delà de la fourniture de livres, objet du marché public, l'acheteur peut juger les offres des candidats en fonction des services associés. Mais il faut mesurer l'étendue et la nature des services demandés. Tout service qui ne serait pas lié directement à la fourniture de livre devrait faire l'objet d'une contrepartie financière, parce qu'il s'agit d'un autre type de prestation et parce qu'il engendre une charge importante à assumer pour le fournisseur, alors même que les marges liées aux marchés publics de livres sont très faibles.

Ainsi les modalités de livraison, de commande ou encore le conseil en matière de nouveautés ou de recherche bibliographique, sont directement liés à la fourniture de livres alors que les prestations de formation, d'animation, d'équipement d'ouvrages, de fourniture de notices peuvent en être détachables. Dans ce cas, il s'agit d'un marché mixte associant à la fois de la fourniture et de la prestation de service. Pourtant il est encore fréquent de rencontrer des marchés de fourniture de livres dans lesquels un nombre important de services sont exigés et jugés sans qu'aucune rétribution ne soit envisagée.

### Le choix des critères de sélection et leur pondération

**C**ertaines universités choisissent de pondérer fortement les éléments qui, au regard de la prestation demandée, paraissent les plus concrets (par exemple le prix, les délais de livraison) tandis que d'autres s'attachent à pondérer fortement des critères plus qualitatifs comme l'information bibliographique ou les compétences professionnelles mises à disposition.

Il est très important, au stade de l'analyse des offres, que l'acheteur vérifie le caractère opérationnel des critères et de la pondération choisis pour départager les offres et qu'il en tire les leçons pour le prochain marché. Lorsqu'un critère amène des réponses identiques, c'est sans doute qu'il n'a pas été suffisamment adapté au regard des pratiques du métier (par exemple aujourd'hui, le critère des délais moyens de livraison n'est plus suffisamment différenciant). De la même façon, un critère dominant lieu à des réponses évasives de la part de l'ensemble des candidats a sans doute manqué de précision dans sa rédaction.

Au-delà de la confiance et de la bonne entente entre services, il s'agit donc de mener un travail toujours plus pointu entre BU et Services des marchés publics, afin de tirer les leçons des marchés précédents et de comprendre les réponses inadéquates des candidats.



En ce sens, le Vade-mecum de l'achat public des livres <sup>[1]</sup> pointe clairement les critères sensibles et peut aider dans ce travail de relecture critique.

## Faciliter la compréhension des attentes et le jugement des offres

Le jugement des offres doit absolument se limiter aux éléments retenus comme critères de sélection. La rédaction d'un cadre de réponse technique composé de rubriques correspondant précisément aux différents critères de sélection du marché et employant exactement le même vocabulaire est fortement recommandé. Les libraires n'étant pas forcément formés à la réponse aux marchés publics, la cohérence entre cadre de réponse et critères de sélection facilite la compréhension des attentes de l'acheteur et, pour ce dernier, le travail d'analyse des offres.

Là encore, ce travail de mise en cohérence ne peut passer que par une concertation poussée entre Services des marchés publics et BU.

[1]. *L'achat public de livres, Vade-mecum à l'usage des bibliothèques de l'État, des collectivités et de leurs établissements*, nouvelle édition août 2011, mise à jour janvier 2012.

## NÉCESSITÉ DE REVENIR AU BESOIN RÉEL

### Des moyens humains qui passent souvent au second plan

Tous les libraires ne peuvent pas soumissionner aux marchés publics de livres universitaires, compte tenu de leurs spécificités. Certains, tout à fait aptes à fournir les ouvrages demandés, sont néanmoins défavorisés parce que les critères de sélection valorisent souvent plus fortement les moyens techniques que les moyens humains mis à disposition.

Ainsi par exemple, la rubrique « Contact et moyens mis à disposition » devrait permettre de juger la compétence, le parcours, l'expérience et la pertinence du choix du libraire dévolu à la réalisation du lot, plus que le nombre de personnes mises à disposition.

Il en va de même avec le critère « Moyens bibliographiques mis en œuvre » : cherche-t-on à juger le cœur de métier de libraire, la pluralité des sources d'information, la capacité de sélection, de synthèse du libraire ou la performance d'un outil automatisé ? La façon de rédiger le cadre de réponse favorisera ou non la mise en avant des compétences humaines.

## La réponse à un besoin existant et réel

Il est primordial que les conditions du marché et les critères de jugement portent sur des éléments qui répondent à un besoin réel constaté, comme le souligne l'article 1 du Code des Marchés Publics : « Les marchés publics sont des contrats conclus à titre onéreux pour répondre à leur besoin en matière de travaux, de fournitures et de service ».

La difficulté de départager les offres ne doit pas justifier le recours à des critères de jugement qui permettent uniquement de « faire la différence ».

Ainsi, il arrive parfois que le cadre de réponse interroge le candidat sur sa capacité à fournir les notices bibliographiques, bien que l'université ait l'habitude de les récupérer par le SUDOC ou Électre. Ou encore qu'il soit demandé de pouvoir suivre les commandes en ligne, alors que l'université reste obligée de valider les commandes par papier.

Le besoin exprimé doit en principe être mis en œuvre lors de l'exécution du marché.

## Éviter la surenchère des réponses et obtenir des informations utiles pour le marché

La structuration du cadre de réponse, sa cohérence avec les critères de sélection des offres et plus généralement les attentes de l'acheteur en termes de réponse, le choix et la pondération des critères de sélection sont décisifs pour éviter la surenchère des réponses. Le recours à des critères uniquement quantitatifs favorise *de facto* cette surenchère.

Par exemple, proposer le critère du délai sans qu'aucune précision ne soit apportée revient à récompenser les réponses proposant le délai le plus court, parfois au détriment de la vérité. En revanche, demander des précisions sur les délais en fonction du pays d'origine du livre, de sa présence ou non en stock ou encore de l'urgence de la commande, permet d'obtenir des réponses plus réalistes et plus proches du besoin.

De la même façon, le critère de disponibilité du fonds n'est plus légitime en tant que tel <sup>[2]</sup>. En revanche, connaître par exemple les éditeurs avec lesquels le candidat n'est pas en compte et pourquoi, apporte au à la BU un élément qui sera bien plus utile.

Il s'agit bien de cibler l'information, qui doit être à la fois utile à la bonne exécution du marché, qui doit pouvoir déjouer les réponses stéréotypées et permettre de départager les réponses.

[2]. Cf. p.3 « Le critère "Fonds disponible" »

## POUR ALLER PLUS LOIN

### Le maintien d'une offre territoriale suffisante : un enjeu pour toute la communauté universitaire

**F**ace à des offres quasi identiques, la différence peut aussi se faire sur les conséquences indirectes du choix :

- la pluralité des fournisseurs : la concentration progressive des fournisseurs défavorise à terme les bibliothèques (la façon dont le marché de la documentation numérique s'est construit illustre ce danger) ;
- le maintien d'une offre qualitative de livres sur le territoire, au bénéfice de toute la communauté universitaire : les points de vente ne maintiennent en magasin leurs rayons universitaires que s'ils sont rentables. Ils ne sont rentables que s'ils ont des marchés. Les enseignants, les étudiants et, au-delà, toute la population, a besoin de continuer à trouver des ouvrages partout (et pas seulement sur internet) ;
- le rôle de l'université dans l'économie locale : des postes en librairie sont directement liés à l'obtention des marchés.



**LES MARCHÉS PUBLICS DE LIVRES  
EN BIBLIOTHÈQUES UNIVERSITAIRES**



**Fiches pratiques**, réalisées à l'issue d'une étude de cas de plusieurs marchés publics de fournitures de livre menée auprès des Universités de Caen, Toulouse 1 et Nantes, par Julie Chettouh & Mathilde Rimaud, pour le compte de la Fédération interrégionale du Livre et de la lecture, avec le soutien du Service du livre et de la lecture, DGMIC, ministère de la Culture et de la Communication. Octobre 2014.

**Remerciements** aux auteures ; aux membres du comité de pilotage du projet animé par la Fill : Delphine Le Bras et Florence Le Pichon de Livre de Lecture en Bretagne, Yanik Vacher du CRL Midi-Pyrénées, Valérie Schmitt et Laurent Delabouglise du CRL Basse-Normandie, Éléonore Clavreul et Hervé Renard, Service du livre et de la lecture, DGMIC, MCC ; à Marie Lissart de la BU de Limoges ; aux nombreux professionnels qui ont accepté de s'entretenir sur ces marchés de fournitures de livre en BU (représentants des SCD et services des marchés des universités de Caen, Nantes et Toulouse, libraires concernés par ces marchés) ; ainsi qu'aux relecteurs attentifs de la Fill.

**Conception // réalisation graphique** : Guillaume Mény