

- II<sup>e</sup> partie : Étude qualitative -  
**3.2.3. Synthèses régionales :**  
**Enquête CRLBN (Basse-Normandie)**

## SOMMAIRE

<b>1. Introduction</b>	<b>II-74</b>
<b>2. Les caractéristiques des marchés étudiés</b>	<b>II-74</b>
2.1. La préparation du marché	II-74
2.2. La conscience des enjeux de la librairie indépendante au niveau des acteurs décisionnaires	II-74
2.3. Les besoins des bibliothécaires et le budget	II-74
2.4. L'information diffusée de la part des collectivités concernant les marchés	II-75
2.5. L'accès des libraires à l'information	II-76
2.6. Les caractéristiques des marchés	II-76
2.7. Les différentes stratégies des libraires face aux marchés	II-78
<b>3. Les préconisations</b>	<b>II-82</b>
<b>4. Conclusion</b>	<b>II-83</b>

### **Fiche technique**

L'enquête en région Basse-Normandie a été conduite de septembre 2009 à novembre 2009 sous la direction de Laurent Delabougliose et Valérie Schmitt.

Les entretiens ont été menés par Valérie Schmitt, qui a également rédigé le rapport de synthèse.

## **1. Introduction**

La région faisant l'objet de cette étude compte trois départements, dont un essentiellement rural, sur lesquels sont répartis 86 points de vente de livres : librairies indépendantes, maisons de la presse, ainsi que des GSS (une Fnac et sept espaces culturels Leclerc).

Le département A, qui comprend une grande agglomération, rassemble à lui seul près de la moitié des points de vente du livre de la région (47,7 %). Cette région possède également une université ayant des antennes réparties sur le territoire.

En l'absence d'un état des lieux exhaustif des marchés publics du livre passés sur cette région, nous avons veillé, dans le cadre de cette étude, à constituer un corpus représentatif de l'ensemble des structures. Quatre marchés ont été retenus : une bibliothèque départementale (BDP), une bibliothèque principale d'agglomération, une médiathèque d'une petite commune et le service commun de documentation (SCD) de l'université de la région. Deux départements sur les trois sont représentés dans ce corpus, des difficultés nous ont amenés à renoncer à couvrir l'ensemble du territoire.

La méthode repose sur la conduite d'entretiens différenciés pour chacun des acteurs en présence (libraires, bibliothécaires et responsables des services achats), basés sur une grille d'entretien commune à l'ensemble des régions participant à l'enquête, soit sous la forme d'entretiens individuels ou collectifs. Il est intéressant de noter que dans trois études sur quatre les entretiens ont été conjoints (bibliothèques et services achat) à la demande des acteurs. Nous avons interrogé sept libraires (cinq en région et deux hors région étant attributaires de lots sur les marchés étudiés).

Si la plupart des acteurs rencontrés se sont déclarés favorables à la loi de 2003, qu'ils soient bibliothécaires ou libraires, la Sofia reste, à leurs yeux, difficile à appréhender et le plafonnement des rabais à 9 % provoque parfois des effets inattendus comme nous le verrons plus loin. Les bibliothécaires comme les collectivités sont conscients du statut particulier du livre dans le cadre des marchés publics. Mais une fois ce postulat posé, ils s'accordent à souligner les difficultés qu'ils ont à composer avec ce « produit culturel pas comme les autres » et à favoriser les libraires locaux qui sont plus que de simples fournisseurs, le tout en conformité avec le Code des marchés. Ces acteurs mettent ainsi en place des stratégies réfléchies et élaborées qui aboutissent (plus ou moins) aux effets escomptés.

## **2. Les caractéristiques des marchés étudiés**

### **2.1. La préparation du marché**

Les procédures les plus fréquentes sont le MAO pour trois des marchés étudiés et le MAPA pour le quatrième. Elles résultent d'un travail conjoint entre les services des collectivités et les bibliothécaires. Les bibliothécaires ainsi que les responsables des achats connaissent la procédure et le Code des marchés. Au sein des collectivités, il y a fréquemment une ou deux personnes dédiées aux marchés publics.

La rédaction des critères est assurée par les bibliothécaires qui rencontrent ensuite le service achats pour la mise en conformité juridique du cahier des charges. Les échanges entre les deux services sont fréquents et jugés satisfaisants par les acteurs.

L'analyse des offres relève de la bibliothèque qui préconise le choix du ou des fournisseurs via son rapport de présentation.

## **2.2. La conscience des enjeux de la librairie indépendante au niveau des acteurs décisionnaires**

Tous les acteurs ont conscience des enjeux de la librairie indépendante mais cela se traduit à des degrés variables dans la rédaction et la passation des marchés. Ainsi, nous constatons un grand écart entre une volonté claire, affirmée par certains élus et bibliothécaires, de favoriser les fournisseurs locaux à l'aide de critères objectifs et légaux, et à l'inverse un relatif pragmatisme de la part d'autres acteurs quant à l'implantation géographique de leurs fournisseurs.

Par exemple, suite à la perte de plusieurs lots par la librairie généraliste de la ville lors de l'attribution du marché en 2007, et après une entrevue du libraire avec la BDP, s'est opérée une certaine prise de conscience au sein de la collectivité. Sans entrer dans une démarche tendant à favoriser trop directement les acteurs locaux, celle-ci a mis en avant d'autres critères plus techniques pour départager les candidats (la pondération concernant le délai de livraison a baissé de 30 % à 10 % entre les marchés 2007 et 2010). Pour soutenir son argumentation, le libraire a joint à son dossier un schéma sur la distribution du livre expliquant pourquoi un concurrent ne peut matériellement pas livrer ses ouvrages en 48 heures. Pour la BDP, « *Il est inconcevable qu'un fournisseur ait tous les lots. Il est normal de fractionner les lots pour répondre aux demandes spécifiques. On peut affiner les critères de proximité (consultation sur place) mais d'autres librairies éloignées proposent le défraiement des bibliothécaires.* »

## **2.3. Les besoins des bibliothécaires et le budget**

Les besoins sont évalués en fonction des budgets alloués et des demandes spécifiques des différents secteurs de la bibliothèque. De fortes craintes sont apparues : dans la petite commune étudiée, le budget est en baisse de 17 000 € depuis trois ans. Le Service commun de documentation voit également son budget diminuer depuis trois ans, ses responsables qualifiant leur politique d'acquisition de « *saupoudrage* ». Ils tirent la sonnette d'alarme face à la baisse de la part des livres dans le budget d'acquisition au profit des abonnements électroniques. La BDP accuse une légère baisse de ses budgets acquisition entre 2007 et 2008. Seule la bibliothèque principale d'agglomération voit son budget augmenter d'environ 2 % tous les ans.

## **2.4. L'information diffusée de la part des collectivités concernant les marchés**

L'obligation légale minimale est strictement respectée : BOAMP et JOUE. « *juste le strict minimum* », comme le souligne une personne d'un service des marchés. Peu de publications dans la presse régionale, essentiellement sur le site internet de la municipalité. Les frais de publicité sont partout revus à la baisse. Peu de presse locale, pour des raisons de coûts, même si certains reconnaissent que cela permettrait à des libraires de la région de candidater (voir le cas de la BDP qui a des fournisseurs appartenant à des départements limitrophes). Autre exemple : dans la petite commune étudiée, la publicité a été volontairement restreinte au bassin économique de proximité, en choisissant un support de presse locale complété par un avis sur internet consultable sur toute la France et au-delà.

On peut considérer que les libraires sont informés tacitement par la date de reconduction du marché, quand ils ont eu des lots.

« *Il serait indécent de les avertir directement* » estime un responsable des marchés publics, « *ils doivent se tenir informés, c'est la moindre des choses !* »

### **2.5. L'accès des libraires à l'information**

Peu de libraires exercent une veille informationnelle, par manque de temps. Seules les grandes librairies disposant d'un effectif de salariés important ont les moyens de dédier une personne à la question des marchés publics. Une seule des librairies rencontrées a fait appel à un prestataire externe exerçant une veille exhaustive sur tous les marchés du livre en France. Les libraires consultent peu le *Bulletin officiel* des marchés. Dans deux cas, l'information leur vient directement (voir officieusement) de la collectivité en cas de reconduction.

### **2.6. Les caractéristiques des marchés**

#### ***Le rabais avant la loi de 2003***

La principale bibliothèque d'une agglomération bénéficiait de rabais allant jusqu'à 27 % pour les livres adultes et 25 % pour les livres jeunesse. Les librairies indépendantes attributaires du marché étudié pratiquaient alors de 15 % à 20 % de rabais. La principale librairie, attributaire du marché de la BDP, pratiquait un rabais de 20 %, de même que sa concurrente hors région. Les autres libraires interrogés n'étaient pas en exercice à cette date.

#### ***Le choix des critères et l'allotissement***

Tous les marchés étudiés sont allotés, pour des raisons techniques (de trois à dix lots) et se déclinent par thématique (fiction adultes, jeunesse, documentaire, BD pour les plus courants). En dépit d'un allotissement spécialisé, on constate une certaine concentration des lots aux mains de quelques fournisseurs, pour la plupart librairies généralistes (par exemple, le lot BD attribué à la librairie généraliste de l'agglomération, et non aux petites librairies spécialisées). Toutefois, dans la rédaction des critères, la volonté des collectivités de favoriser les acteurs locaux selon des critères techniques et objectifs apparaît clairement. L'allotissement est le fruit d'une stratégie de faire coller les besoins des bibliothèques à la spécificité du tissu économique local. Mais paradoxalement, l'effet recherché n'est pas toujours obtenu.

Exemples :

- dans la petite commune étudiée, le marché a été alloté pour des raisons techniques et pour travailler avec les fournisseurs locaux. Ainsi, le lot BD a été créé pour travailler avec l'unique librairie indépendante spécialisée de la ville ;
- la bibliothèque de l'agglomération a sorti le lot BD du lot « livres pour adultes » afin de favoriser les libraires spécialisés (mais aucun d'entre eux n'a répondu à l'appel d'offres et c'est finalement un libraire généraliste qui a emporté le lot) ;
- la BDP a réparti son marché sur dix lots pour des raisons techniques, par exemple en isolant le lot « fonds documentaire local » car il était attribué à un libraire hors région, avec une certaine inadéquation de son fonds par rapport aux attentes. Ce lot est fait « *pour permettre à de petites librairies de répondre, pour ouvrir les portes des marchés publics aux petits fournisseurs* ».

***Les prestations demandées***

Elles sont variables, de même que la pondération, car elles ont pour fonction (délicate) de départager les candidats soumissionnaires dans le cadre du plafonnement des rabais à 9 %. Elles s'ajustent donc aux besoins et à la volonté finale des collectivités et des bibliothèques : invitations d'auteurs, offices nouveautés jeunesse, consultation sur place, présentation thématique des ouvrages, recherches bibliographiques, collaboration dans le domaine de l'animation dans le cadre de rencontres littéraires et de salons, commandes rapides, informations bibliographiques, livraison (avec le cas particulier du SCD demandant que le fournisseur soit en mesure de livrer les antennes de l'université).

***La pondération***

Le prix n'est plus un critère déterminant, tous les candidats offrant le même rabais. Pourtant sa pondération varie fortement d'un marché à l'autre : la petite commune le pondère à 10 %, la grande agglomération à 25 %. Étonnamment, la BDP n'avait pas mentionné de critères de prix dans un marché antérieur, jugeant qu'il n'était pas indispensable. Elle l'a réintégré récemment après une offre peu avantageuse d'un libraire (rabais inférieur à 9 %) lors de ce marché. Dans le marché 2010 (attribué en 2009), la pondération, que l'on peut estimer excessive, est de 40 %. Le SCD pondère ce critère à 30 %, logiquement puisque que cela concerne le lot « manuels scolaires ».

***Les délais***

La pondération est de 35 % pour l'agglomération. Là aussi, la BDP ajuste ses critères en tenant compte de ses expériences antérieures, la pondération passant de 30 % lors du marché 2007 à 10 % en 2010. Le SCD pondère à 30 %.

Ce critère des délais, et surtout sa pondération, est un sujet de polémique. Selon un libraire, les délais sont des critères d'attribution « mensongers ». Il cite l'exemple d'une grande structure hors région affirmant livrer en 48 heures. Or c'est matériellement impossible. Critère d'autant plus contesté que le libraire témoigne que lors d'une livraison d'un complément de commande, les précédents cartons ne sont toujours pas ouverts. Il en déduit que les bibliothécaires n'étaient pas si pressés de recevoir les ouvrages. Il dénonce l'impatience des commanditaires, qui est encore plus forte, dit-il, quand les fournisseurs sont locaux.

Après l'envoi à la BDP par le libraire d'un schéma analysant le circuit du livre et démontrant l'impossibilité matérielle pour un concurrent de respecter des délais de 48 heures, ce critère a été revu à la baisse lors du dernier marché, et le libraire a pu récupérer des lots qui lui avaient échappés à cause du critère de délai lors de la précédente attribution.

***La valeur technique***

Souvent fortement pondérée, elle va permettre au libraire de mettre en avant son savoir-faire, de « se vendre » aux collectivités. La pondération va de 40 % pour la bibliothèque d'agglomération à 70 % lors du premier marché 2007 de la BDP puis à 50 % en 2010.

La valeur technique se décline de façon différente, avec des sous-critères eux-mêmes pondérés en interne selon les besoins des bibliothèques.

Exemple de pondération au SCD : suivi des commandes 15 %, commandes permanentes 10 %, informations bibliographiques 7,5 %, livraison 7,5 % (prenant en compte la capacité à livrer sur toutes les antennes du SCD de la région).

La dimension « partenariat culturel » du marché de la médiathèque de la petite commune est intéressant. L'animation culturelle est pondérée à 25 %. L'accent est mis sur la collaboration culturelle avec les libraires, la vente et les dédicaces étant censées, selon les élus, avantager

les fournisseurs locaux. Or, par un effet contraire, le partenariat culturel a été ressenti comme une contrainte trop forte, d'un point de vue financier, par le libraire spécialisé jeunesse, pourtant partenaire depuis plusieurs années. Celui-ci ne s'est pas engagé sur le partenariat culturel et le lot lui a échappé au profit d'une grande librairie hors région qui se dit prête à assumer une présence sur les salons <sup>75</sup>.

Au sein de la principale bibliothèque d'agglomération, les lots ont été repartis de façon technique afin que les libraires spécialisés puissent répondre (notamment en séparant le lot BD) et le fonds minimum de titres jeunesse est établi en fonction du nombre de titres de la principale librairie jeunesse de la ville au moment de la consultation. Une grande importance est également accordée à la visite sur place de la bibliothécaire, dans un souci de privilégier par ce biais les locaux.

La BDP met en place des critères d'adéquation du fonds par rapport au domaine concerné (pourcentage de titres concernant le lot par rapport au fonds total, nombre de volumes par titre, nombre de nouveautés, nombre de documents au m<sup>2</sup>, offices commentés, animations).

Le nombre de titres déclaré au moment de la candidature au marché pose problème. Le nombre de références a joué en faveur du concurrent de la principale librairie généraliste locale de la BDP. Or, comme le précise le libraire, seul un expert-comptable peut vérifier au moment de l'inventaire le nombre de références disponibles, et celui-ci peut varier selon le moment où on le déclare (entre l'inventaire et la période des fêtes par exemple). Le libraire peut donc répondre ce qu'il veut quand il soumissionne à un marché.

Le critère environnemental n'apparaît dans aucun des cas étudiés, mais tout le monde s'interroge sur sa pertinence : « *Cela favoriserait les locaux mais nuirait à l'égalité des concurrents et pourrait être un critère discriminant* » dans le cadre européen où toute librairie de l'Union européenne doit pouvoir candidater dans les mêmes conditions et avec la même accessibilité.

## **2.7. Les différentes stratégies des libraires face aux marchés**

### ***La sélection des offres et le périmètre d'action***

Les libraires sélectionnent évidemment les appels d'offres selon les lots, qui correspondent ou non à leur spécificité, et les montants. Cependant, les contraintes logistiques rentrent aussi en ligne de compte. Ainsi la principale librairie généraliste de l'agglomération ne répond pas à des marchés hors région pour des raisons de logistique ; les collectivités les plus éloignées avec qui elle travaille sont à 15 km. Le libraire hors région et attributaire de lots sur le marché de la BDP répond à tous les marchés de son département d'implantation, sa candidature au marché de la BDP du département voisin étant la seule exception.

La librairie généraliste de la petite commune, attributaire du lot adultes de la médiathèque, répond sur un rayon de 10 km ; la librairie spécialisée BD de cette même commune répond jusqu'à 30 km.

<sup>75</sup> En 2004, des grossistes avaient candidaté mais avaient été écartés car ils ne s'engageaient pas sur l'animation. Ce critère a donc été réutilisé par la médiathèque, pensant que l'effet produit serait le même.

La librairie spécialisée jeunesse de l'agglomération ne répond pas en dehors du département : « *Le critère le plus important pour soumissionner à un marché est ma capacité à l'exécuter ensuite.* » Les collectivités avec lesquelles elle travaille se situent dans un rayon de 40 km. La principale librairie généraliste du département, attributaire de lots de la BDP, répond à tous les marchés de la commune et à ceux des communes limitrophes, mais ne répond pas aux marchés hors région.

Seule une grande librairie hors région, attributaire du lot jeunesse du marché de la petite commune, a un prestataire externe exerçant une veille informationnelle exhaustive sur toute la France.

### ***La part des collectivités dans le chiffre d'affaire des libraires interrogés***

Elle est très variable :

- 25 % à 30 % du CA pour la librairie généraliste de l'agglomération, jusqu'à 45 % pour la librairie spécialisée jeunesse de l'agglomération, entre 16 % et 18 % pour la librairie du département de la BDP, alors que son concurrent hors région affiche 25 % du CA, 10 % pour la petite librairie généraliste de la petite commune, 5 % pour la librairie BD de cette même commune, 20 % pour la grande librairie hors région.
- En moyenne, la part des ventes aux collectivités est de 21%. Les libraires sont conscients qu'une trop forte dépendance vis-à-vis des collectivités est dangereuse car il n'y a pas de garantie de conserver les marchés à long terme et les petites librairies spécialisées redoutent plus les effets négatifs en cas de perte de marchés qu'il n'apprécient les bénéfices qu'ils peuvent en tirer.

### ***Les effets en cas de perte ou d'attribution d'un marché***

La librairie jeunesse de l'agglomération a perdu le marché de la BDP de son département l'année de sa reprise (pour un jour de retard dans la remise du dossier), soit une perte de 18 % du CA. La librairie généraliste du département de la BDP a perdu des lots lors du marché 2006, ce qui a entraîné une baisse de 0,5 % de son taux de remise chez les éditeurs.

Plus qu'une perte de chiffre d'affaires, c'est l'impact sur l'effectif en personnel qui inquiète les librairies généralistes ayant un nombre important de salariés. La perte d'un marché important peut rapidement menacer deux ou trois emplois.

### ***La spécificité du libraire reconnue***

Les relations de longue durée entre les partenaires et l'aspect humain jouent un rôle important dans plusieurs des cas étudiés. Le rôle prescripteur du libraire est mis en avant dans l'attribution des marchés, notamment au profit de la librairie spécialisée BD de la petite commune, par rapport à la grande librairie hors région qui candidait sur tous les lots. D'autres libraires ont le réel sentiment que le plafonnement des rabais leur est favorable et que leur savoir-faire est reconnu par rapport aux grossistes car « *on n'est pas que des marchands !* ». Chez tous les acteurs, les relations sont qualifiées de cordiales.

### ***L'attribution***

Le SCD est satisfait, estimant que les critères ont avantagé « *les vrais libraires* » (le libraire généraliste de l'agglomération où se situe l'université a obtenu deux lots sur cinq). Selon le SCD, il n'est pas judicieux d'attribuer tous les lots au fournisseur local car c'est « *dangereux* » financièrement pour le libraire en cas de non reconduction du marché.

Dans la petite commune, l'attribution du lot jeunesse à une grande librairie hors région a été une surprise pour les élus et le personnel de la médiathèque. En fait, d'un point de vue qualitatif, tous les lots auraient pu aller à la grande librairie hors région, mais la librairie généraliste locale a remporté le lot adultes grâce au critère du délai de livraison (24 heures si les ouvrages sont en stock). Concernant le lot BD, les trois concurrents présentaient des prestations similaires. Il a été remporté par la librairie locale spécialisée pour des raisons qualitatives et parce qu'elle s'engageait sur l'animation depuis plusieurs années.

La BDP juge l'attribution de son marché globalement satisfaisant, même si la distance avec un fournisseur hors région est un problème.

Du point de vue de la bibliothèque d'agglomération, les libraires locaux ont remporté les marchés, donc la volonté sous-jacente de favoriser les entreprises locales, tout en mettant en avant le savoir-faire du libraire, a été remplie, mais de manière imparfaite, pointant l'absence de candidatures des librairies spécialisées sur le lot BD. Nous avons rencontré par la suite plusieurs libraires spécialisés qui n'ont pas soumissionné au marché en leur demandant pourquoi. Ils dénoncent la lourdeur de la procédure, le danger à s'engager dans un marché qu'on ne pourrait exécuter ensuite, faute de moyens logistiques, et au final un résultat peu rentable à leurs yeux : le montant des lots spécialisés n'étant pas assez élevé et le rabais consenti global (9 % + 6 % à la Sofia) dégageant une marge relativement faible.

### ***La part des libraires locaux dans les marchés étudiés***

Sur l'ensemble des vingt-deux lots considérés, onze vont aux fournisseurs locaux, soit une attribution de 50 % des lots aux libraires locaux, et 50 % aux libraires hors région, cette répartition n'étant pas égale dans tous les marchés étudiés : de 100 % des lots attribués à des fournisseurs locaux à 40 % selon les marchés.

Une rapide estimation de la valeur financière des lots qui ont été remportés hors région sur les marchés étudiés s'élève à près de 322 000 €.

### ***La typologie des fournisseurs sur les marchés étudiés***

On constate la part prédominante de la librairie indépendante qu'elle soit en région ou hors région.

Ainsi, la librairie généraliste en région représente la plus forte part (41 % des fournisseurs) et la librairie spécialisée en région (9 %), contre 18 % pour la librairie généraliste hors région et 14 % pour la librairie spécialisée hors région.

Parmi les autres fournisseurs, il y a un grossiste attributaire d'un lot, un éditeur spécialisé et un libraire étranger (sur un lot livres étrangers) soit 4,5 % des fournisseurs chacun. Il y a eu peu de grossistes candidats sur certains lots (deux répertoriés sur l'ensemble des lots) mais ils ont été écartés par la note technique. On note enfin l'incursion des TGL (très grandes librairies) qui représentent également 4,5 % des fournisseurs.



### *Le plan d'accompagnement du CNL dans les bibliothèques*

Afin d'aider les bibliothèques à mieux supporter le renchérissement de leurs acquisitions induit par le plafonnement des rabais introduit par la loi de 2003, le ministère de la Culture a mis en place via le Centre national du livre un plan d'accompagnement qui a été diversement utilisé par les collectivités étudiées. Les deux exemples qui suivent montrent que l'utilisation ou non de ce plan a pu entraîner des conséquences radicalement opposées pour les bibliothèques et que la perception de l'impact de la loi s'en trouve naturellement affectée.

- Pour la bibliothèque de l'agglomération, le plan d'accompagnement du CNL a permis le passage en douceur d'un rabais de 27 % à 9 %. Pour acheter le même volume de livres, l'État a apporté la première année 24 300 € afin de compenser la baisse des rabais accordés. Les années suivantes, l'agglomération a remis les budgets adéquats en fonction des nouveaux taux de rabais.
- À l'opposé, dans la petite commune, le plafonnement des rabais a eu un effet néfaste pour la médiathèque qui n'a pas bénéficié de ce plan d'accompagnement, (la présentation de la circulaire du CNL n'a pas été soumise au Conseil municipal, suite à une décision interne des instances administratives). Les rabais sont passés de 20 % à 9 % et cela a eu des conséquences au niveau de l'organisation. Ainsi, le prêt gratuit pour les moins de 18 ans est devenu payant, le budget devant être réajusté par le prêt payant. Or, les recettes du prêt n'ont par la suite jamais été réaffectées à l'acquisition et le budget a baissé de 17 % en trois ans.

#### *Commentaires de libraires*

« 9 % de rabais et 6 % Sofia, c'est le maximum que l'on puisse faire » souligne un libraire. En effet, pour les très grandes structures, le taux de 15 % a eu des effets positifs et leur a permis d'investir dans des stratégies de développement offensives, au détriment des librairies de taille moyenne ou des libraires spécialisés. Ainsi l'exemple d'un libraire spécialisé BD qui n'a pas répondu au marché de l'agglomération et ne répond à aucun appel d'offres : « Les 15 % de remise favorisent les grosses structures qui ont une personne dédiée et pour eux c'est rentable. » Ce libraire estime ne pas pouvoir être concurrentiel dans ce système, faute de temps et de moyens. Il n'a aucun marché public à l'heure actuelle. Il n'a pas eu connaissance des marchés et ne candidatera pas sur le prochain marché, la procédure étant trop lourde à ses yeux.

#### *Commentaires des bibliothécaires et des responsables des services achats concernant la législation actuelle*

« Pourquoi ne pas sortir le livre du Code des marchés ? » s'interroge une responsable du service achats. « Car, si dans les marchés publics, le critère prix joue un rôle important, pour le livre, ce n'est pas le cas. Soit on a une activité spécifique hors champ du Code des marchés, réglementée de façon spécifique, soit on n'impose pas un plafonnement des rabais ».

Le manque de réponses aux marchés de la part des libraires de l'agglomération provoque des réactions : « *Pourquoi une telle frilosité ?* » Le sentiment de la responsable de la commande publique de l'agglomération est que « *Le marché public est une grosse bête qui fait peur aux libraires, ils ont peur de s'engager dans une procédure qu'ils ne maîtrisent pas. Les prestations rebutent, mais c'est l'aspect qualitatif le plus intéressant puisqu'il permet de départager les concurrents, car tout le monde pratique la même remise !* ». « *Il est normal de mettre les libraires en concurrence, mais ce Code n'est pas pratique dans le cadre de la loi Lang et du rabais plafonné, il faut y mettre des critères affinés* » souligne une personne d'un service achats.

### **3. Les préconisations**

Il apparaît au fil des différents entretiens que certaines pistes pourraient être explorées.

- Le « groupement momentané d'entreprises » pourrait être une piste à favoriser. En effet si certains critères peuvent être rédhibitoires (par exemple le nombre de références) pour une seule librairie surtout spécialisée (exemple du lot BD), plusieurs petites librairies spécialisées pourraient se regrouper pour répondre à une consultation (notamment si un nombre de titres minimal est exigé).

Sur d'autres types de marchés, il y a des groupements car plusieurs cœurs de métiers se déclinent au cours de la prestation. Dans le cas des libraires, il est difficile d'avoir une clé de répartition entre les membres du groupement, sauf s'ils s'organisent entre eux avant de répondre.

Le responsable de la BDP avait incité les libraires à candidater en groupement momentané, il trouvait cela pertinent pour les petites librairies spécialisées, mais cela ne s'est pas fait.

- Autres réflexions issues des entretiens avec les différents acteurs :
  - fournir un cadre à l'achat public de livres numériques (de plus en plus de lots mélangent livres papier et livres numériques) avec la notion du respect de la chaîne du livre (un livre numérique « doit » être fourni par un libraire) et catégoriser les fournisseurs (avec éventuellement un système de pondération) pour bien identifier le fournisseur du contenu numérique ;
  - fixer la date d'inventaire comme date déclarative de référence pour le nombre de titres (quand on inclut un nombre de références minimum comme critère), car un libraire annonce le nombre de références le plus avantageux pour lui et cette déclaration peut faire basculer un marché, alors que seule la date d'inventaire est vérifiable par un expert-comptable ;
  - définir le manuel scolaire au niveau universitaire. En effet, certains ouvrages sont utilisés dans l'enseignement universitaire mais ne bénéficient pas d'une liberté de rabais comme pour les autres manuels scolaires, d'où une perte du pouvoir d'achat des services

de documentation. Il y a donc des interrogations quant à une possible harmonisation au sujet de ces manuels, ou, au moins, un débat sur la question. Le SCD interrogé aimerait pouvoir acheter des ouvrages non scolaires, mais correspondant au programme des étudiants, au tarif scolaire ;

- pondérer faiblement le critère de délai de livraison qui n'est pas le plus pertinent pour départager des offres qualitatives, ni le plus fiable ;
- mieux informer les libraires et les bibliothécaires sur la Sofia ;
- déterminer clairement à l'avenir quel pourrait être le poids du label LIR dans l'attribution des marchés.

#### **4. Conclusion**

On constate une méconnaissance du Code des marchés publics chez les petits libraires, généralistes ou spécialisés, par manque de temps et d'information, et une réticence générale à s'engager dans une procédure lourde qu'ils craignent de ne pas contrôler. Les libraires devraient pouvoir bénéficier de formations adaptées pour répondre aux marchés.

Le périmètre d'intervention des libraires apparaît aussi limité, faute de moyens et de personnel suffisants. Le cas de la BDP illustre aussi l'attractivité pour une librairie hors région dont la zone de chalandise s'étend au-delà de sa région administrative, d'où une « fuite » des marchés régionaux au détriment du principal libraire local. Par contre, aucun libraire de la région, notamment de l'agglomération voisine n'a soumissionné au marché de la BDP sur les dix dernières années, pour les raisons invoquées plus haut. En effet, aucune librairie spécialisée de l'agglomération ne soumissionne au lot BD et jeunesse (la BDP travaille avec un libraire BD hors région, alors qu'il y a trois librairies BD dans l'agglomération et une librairie spécialisée jeunesse).

Le nombre de candidatures pour chaque marché est relativement faible, pour les raisons invoquées précédemment (manque de temps, d'information, de personnel et de logistique). C'est regrettable, d'autant qu'il existe une volonté certaine de la part des collectivités et des bibliothèques de favoriser les fournisseurs locaux tout en maintenant des critères qualitatifs objectifs et conformes à la loi, malgré les difficultés pour les bibliothécaires et les responsables des services achats d'intégrer ce souhait et de le mettre en adéquation avec le Code des marchés.

**La spécificité du livre pose des problèmes aux acteurs décisionnaires pour rédiger les critères sur des bases autres que le prix, et pour départager les candidats soumissionnaires. Malgré la prise de conscience, de la part des acteurs décisionnaires, des enjeux et des difficultés de la librairie indépendante de proximité, l'attribution de certains marchés réserve quelques surprises, notamment l'intrusion, de plus en plus fréquente, de grandes librairies hors région sur de petits marchés locaux. Outre cette concurrence extérieure, qui ne peut que s'accroître dans les années à venir, le poids de certaines grandes librairies généralistes locales déstabilise l'équilibre économique local en candidatant et en se voyant attribuer des lots pour lesquels d'autres librairies spécialisées, de plus petite taille, auraient pu soumissionner.**

