

AVANT-PROPOS

À la suite de la fusion des Régions et des structures régionales du livre, le besoin d'une étude approfondie de la filière Livre en Nouvelle-Aquitaine s'est imposé. En effet, les dernières études étaient partielles aussi bien en termes de territoires qu'en termes de métiers de la filière, en outre elles dataient de plusieurs années.

Par sa taille, par la présence d'un écosystème très développé et de nombreux talents, la Nouvelle-Aquitaine est une région remarquable dans le secteur du livre. Il a semblé nécessaire et stratégique pour l'ensemble des partenaires professionnels et institutionnels qu'ALCA coordonne quatre études distinctes pour couvrir la totalité de la chaîne du livre :

- Les autrices et les auteurs
- L'économie du livre : édition, librairie, diffusion-distribution
- Les manifestations littéraires
- Imprimerie édition : des opportunités écoresponsables

Ces études ont été menées de manière collaborative et participative. L'état des lieux ainsi établi permet aux institutions et aux professionnels d'appréhender plus finement les enjeux du livre et leurs évolutions.

C'est aussi un outil précieux pour les partenaires de politiques publiques de soutien et d'accompagnement de la filière : la Région Nouvelle-Aquitaine, la Drac Nouvelle-Aquitaine et le Centre national du Livre.

Il s'agit maintenant d'identifier collectivement les possibilités de réponses aux besoins et aux recommandations qui ont été identifiés au cours de ces études.

Étude Économie du livre
ALCA Nouvelle-Aquitaine

Synthèse de l'étude sur les librairies

ALCA Nouvelle-Aquitaine a décidé de lancer une vaste étude de l'économie du livre en région. Celle-ci comporte une enquête auprès des trois acteurs suivants de la chaîne du livre : les éditeurs, les libraires et les diffuseurs-distributeurs.

Cette enquête a été réalisée par l'Asfored-Edinovo, avec l'appui du cabinet Katalyse.

L'enquête a été scindée en deux parties :

- ◆ Une enquête qualitative conduite auprès d'un panel représentatif de 10 éditeurs et 10 libraires indépendants menée sous forme d'entretiens.
- ◆ Une enquête quantitative qui a permis la collecte de données et d'indicateurs clés, menée sous forme de questionnaire en ligne auprès de tous les acteurs économiques du livre qualifiés de la région.

La synthèse ci-après repose sur les résultats obtenus à travers :

- ◆ Les entretiens avec les 10 libraires de la région sélectionnés par ALCA.
- ◆ Un entretien avec LINA — association des Libraires Indépendants de Nouvelle-Aquitaine,
- ◆ L'étude quantitative adressée à 197 libraires. 54 réponses ont été obtenues, soit un taux de réponse de 25,4 %. Nous avons pu conserver 49 réponses exploitables.

Le panel des répondants présente les caractéristiques suivantes :

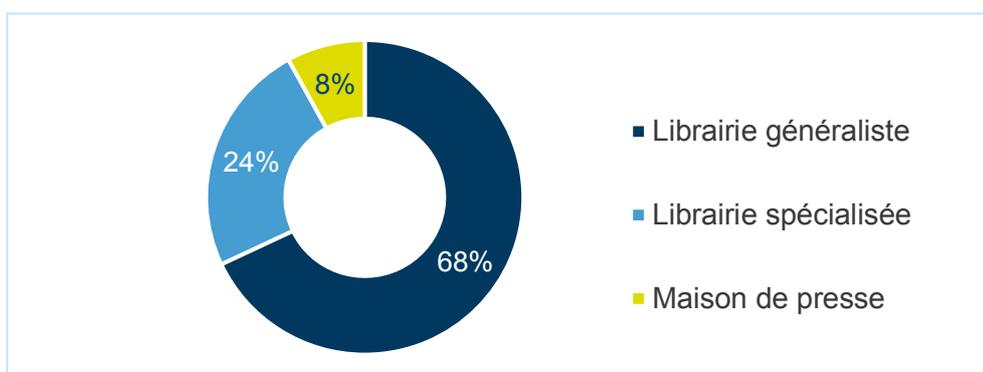
- ◆ **Tous les départements de la région sont représentés** dans le panel des répondants.
- ◆ **80 % des répondants sont des sociétés de droit privé** : on constate cependant la présence de 4 sociétés coopératives, dont 3 sont implantées en Corrèze.
- ◆ **34 % des répondants sont des librairies spécialisées** : cela correspond à la proportion de librairies spécialisées à l'échelle de la région.
- ◆ **La surface moyenne de vente totale des librairies est de 125 m²** : 101 m² sont consacrés au livre, soit en moyenne 81 % de la surface de vente totale.
- ◆ **La surface moyenne consacrée au stockage est de 33 m².**

Note : Les citations mises en évidence sont issues des conclusions des entretiens menés lors de l'enquête qualitative.

La typologie des librairies

Le panel des répondants compte 24 % de librairies spécialisées

Le panel des répondants se répartit en 68 % de librairies généralistes et 24 % de librairies spécialisées. On retrouve peu ou prou cette même répartition dans le baromètre FILL publié en 2020 (sur la base de données de 2017) puisqu'il présentait 26 % de librairies spécialisées.



Répartition des librairies par catégorie — 49 répondants

Les 11 librairies spécialisées du panel comptent 7 librairies de bande dessinée, 2 librairies jeunesse, 1 librairie religieuse et 1 librairie spécialisée en nature/santé/environnement. 73 % des librairies spécialisées du panel de répondants ont été créées à partir de 2000.

À noter :

Parmi les librairies généralistes, la région compte 35 librairies que l'on pourrait qualifier d'hybrides : 25 librairies disposant d'un espace café ou salon de thé, 5 librairies itinérantes, 3 librairies-jeux, 1 librairie espace d'exposition et 1 librairie occasion et brocante. 15 de ces 35 librairies alternatives ont été créées il y a moins de 5 ans.

33 % des librairies ayant répondu sont labellisées

Pour 88 % d'entre elles, il s'agit du label LIR. C'est 29 % du panel total (le baromètre FILL indiquant 39 %).

Au 1^{er} janvier 2022, le ministère de la Culture déclarait 475 établissements labellisés LIR (Librairie indépendante de référence) et LR (Librairie de référence); la région Nouvelle-

Aquitaine en compte 47 (dont 5 librairies spécialisées jeunesse et 6 librairies spécialisées bande dessinée), soit 22 % des librairies indépendantes.

94 % des librairies sont implantées sur un seul site

On recense 3 librairies avec une seconde implantation parmi les répondants. Pour deux librairies, la deuxième implantation est spécialisée : en jeunesse pour l'un et au « vivre autrement » (pratique) et au livre d'occasion pour le second.

Le chiffre d'affaires

Un CA « livre » moyen de 449 k€ sur le dernier exercice clôturé (2021-2022)

Le tableau ci-dessous reprend les chiffres d'affaires moyens de l'activité livre des librairies.

Catégorie	CA moyen en k€	2021-2022	2020-2021	2019-2020	2018-2019
B	(1 - 2 M€)	1 647	1 374	1 249	1 181
C	(600 k€ — 1 M€)	533	523	446	430
	600 k€ — 1 M€	728	727	633	564
	300 k€ — 600 k€	416	422	353	329
D	(< 300 k€)	181	198	167	156
	150 k€ — 300 k€	239	224	193	185
	< 150 k€	104	115	98	69
	Toutes catégories	449	447	399	401

Note : Les libraires n'ont pas forcément communiqué leurs chiffres d'affaires pour chacun des exercices.

Le CA livre moyen de 449 k€ est deux fois plus faible que celui relevé par le baromètre de la FILL. Cet important écart s'explique par l'absence de données de chiffres d'affaires pour la catégorie A et la présence uniquement de 2 librairies pour la catégorie B. Les catégories de chiffres d'affaires les plus basses (C et D) sont donc surreprésentées. À l'exception d'une librairie spécialisée qui appartient à la catégorie B (de 1 à 2 M€ de CA), toutes les librairies spécialisées du panel font partie des catégories C et D.

Une librairie n'a pas communiqué son chiffre d'affaires, mais on constate qu'elle est placée en catégorie A grâce aux informations communiquées.

Le CA livre moyen des librairies spécialisées est de 578 k€ (2021-2022). Il est 29% au-dessus du CA moyen toutes librairies confondues. Le CA livre moyen des librairies généralistes est de 406 k€, soit 10% en dessous du CA moyen toutes librairies confondues.

Les librairies affichent un rendement moyen au m² de 4 528 €

Ce chiffre d'affaires au m² est conforme aux données présentées dans le baromètre FILL (4 323 €). Cet indicateur montre également que globalement plus le chiffre d'affaires d'une librairie est important, plus le rendement au m² est élevé.

Des ventes en BD surreprésentées en raison de la présence de 2 importantes librairies BD dans le panel

SEGMENT	TOUTES LIBRAIRIES	LIBRAIRIES GÉNÉRALISTES	LIBRAIRIES SPÉCIALISÉES	LIBRAIRIES 1 ^{ER} NIVEAU PANEL GFK
Littérature/poésie	19 %	33 %	1 %	32 %
Sciences humaines et sociales	6 %	11 %		11 %
Jeunesse	20 %	21 %	18 %	17 %
Bande dessinée	43 %	14 %	79 %	18 %
Pratique	4 %	7 %	2 %	9 %
Scolaire/parascolaire	3 %	5 %		4 %
Autres	4 %	9 %		9 %

Répartition des ventes de livres des librairies par rayon — 31 réponses exploitables — CA cumulé : 11 M€



Les libraires souhaitent adapter davantage l'offre en librairie aux besoins spécifiques des clients de la zone de chalandise :

- ♦ Adaptation nécessitant dans certains cas le renforcement de la formation des libraires à certains segments littéraires ou genres peu maîtrisés.
- ♦ Enjeu de l'analyse des ventes passées via l'intégration d'un outil de CRM et la collecte de données.

Le hors livre représente 12 % du CA des librairies

Les recettes hors livre représentent 13 % du CA des librairies généralistes et 6 % du CA des librairies spécialisés.

L'activité commerciale

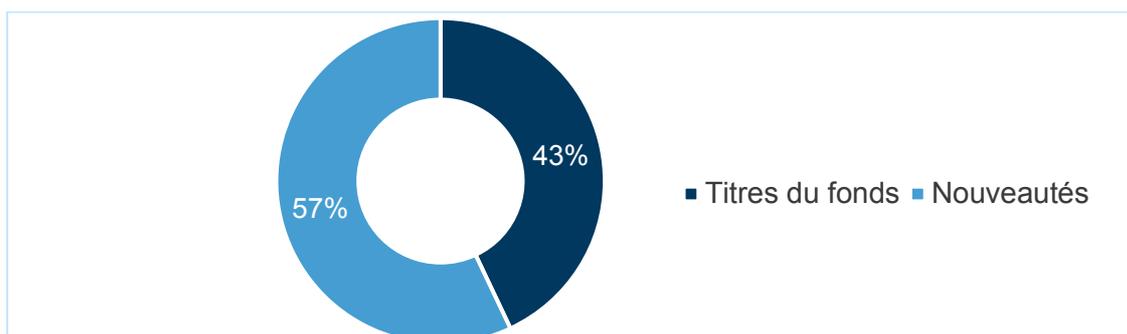
L'essentiel des ventes de livres est réalisé auprès des particuliers (79 %)

À titre de comparaison, l'étude conduite par l'Arald en 2016 (région Rhône-Alpes — données 2014) affichait une répartition ventes au comptant et ventes à terme 81 %/16 % donc proche de la Nouvelle-Aquitaine.

71 % des librairies déclarent réaliser une partie de leur chiffre d'affaires en vente à terme, ce qui démontre une implication importante de la librairie indépendante régionale dans les marchés et auprès des collectivités locales. Sur cette population, un quart des librairies réalisent au moins 30 % de leurs recettes via les ventes à terme.

Les nouveautés représentent la majeure partie des ventes en librairie (57 %)

Ce taux montre la dépendance des libraires à la nouveauté. Pour des problématiques de stock et de trésorerie, certains libraires ont tendance à réduire le fonds sur leur surface de vente.



Répartition des ventes de livres entre les titres du fonds et les nouveautés — 32 répondants
— CA cumulé : 12,4 M€

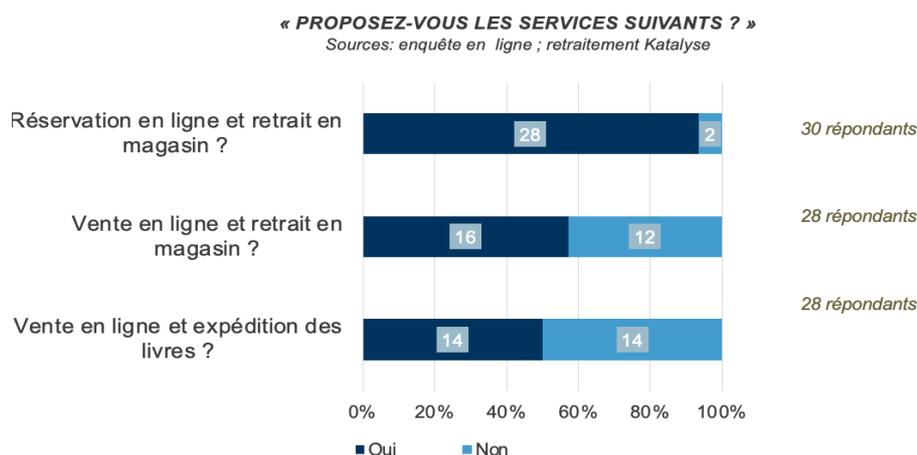
La vente en ligne (gérée en propre ou via des plateformes e-commerce) est désormais une pratique adoptée par une majorité de libraires

84 % des libraires ont recours à des plateformes de vente en ligne mutualisées (type réseau de libraires partenaires) et 36 % des librairies ont un site Internet marchand en propre. Le poids de la vente en ligne dans le chiffre d'affaires 2021 des libraires interrogés (qui proposent ce type de service) est de 4 %.

Les librairies proposent 3 types de services :

- ◆ La réservation en ligne et le retrait en magasin, proposés par la quasi-totalité des répondants (93 %).
- ◆ La vente en ligne et du retrait en magasin, proposés par 57 % des librairies.

♦ La vente en ligne et l'expédition des livres, proposés par la moitié des librairies. Le baromètre FILL, qui s'appuyait sur des données de 2017, montrait que seuls 44 % des librairies proposent un service de réservation ou de commande en ligne avec expédition ou retrait en magasin. La période de pandémie a incité les librairies à une véritable bascule pérenne vers ces nouveaux services.



Les services proposés par les librairies

La situation financière

Près d'une librairie sur deux perçoit des subventions publiques régulières (hors contexte COVID)

Les organismes financeurs les plus fréquemment cités sont la Région, la DRAC, le CNL.

Le taux d'endettement moyen des établissements est de 25 %



Les libraires du panel qualitatif mettent en avant l'utilisation d'outils informatiques de gestion peu ou non calibrés pour le suivi régulier des performances de l'entreprise et la projection à court/moyen terme. Il peut aussi s'agir d'un manque de connaissance/maîtrise de ces applicatifs.

Les frais de transport représentent un poids moyen de 5,7 % dans les charges des librairies

Les loyers représentent moins de 5 % du chiffre d'affaires des librairies pour la grande majorité des librairies (67 %)

On note cependant que les loyers pèsent plus de 5 % pour 33 % des librairies.

On ne peut pas faire de corrélation entre le poids du loyer dans le chiffre d'affaires et la taille de la ville d'implantation. Toutefois, on constate quand même que les librairies ayant les poids les plus forts sont plutôt implantées dans des préfectures ou sous-préfectures.



Les libraires interviewés soulignent un modèle économique fragile notamment en raison des loyers qui pèsent toujours davantage dans les coûts fixes, en particulier au sein des secteurs touristiques de la région.

L'emploi dans les librairies

L'effectif total moyen d'une librairie est de 3 ETP (Équivalent Temps Plein)

47 % de dirigeants déclarent toucher un salaire inférieur au SMIC

Presque la moitié des dirigeants ne peuvent pas vivre de leur activité avec l'équivalent d'un SMIC. Seuls 2 dirigeants ont affirmé se verser un revenu équivalent ou supérieur à 2 fois le SMIC (44 répondants).

La masse salariale pèse plus de 10 % dans les charges de leur structure pour plus de la moitié des librairies (55 %)



Les libraires expliquent qu'ils sont confrontés à de nombreuses activités/tâches « surmobilisatrices » de temps et de ressources humaines (travail de sélection des livres, temps consacré à la vente, animation culturelle, etc.).

La gestion logistique des librairies

30 % des librairies ont au moins 10 000 titres dans leur assortiment

88 % des librairies ayant répondu travaillent avec des distributeurs régionaux



Les libraires indiquent avoir mis en place d'une double approche :

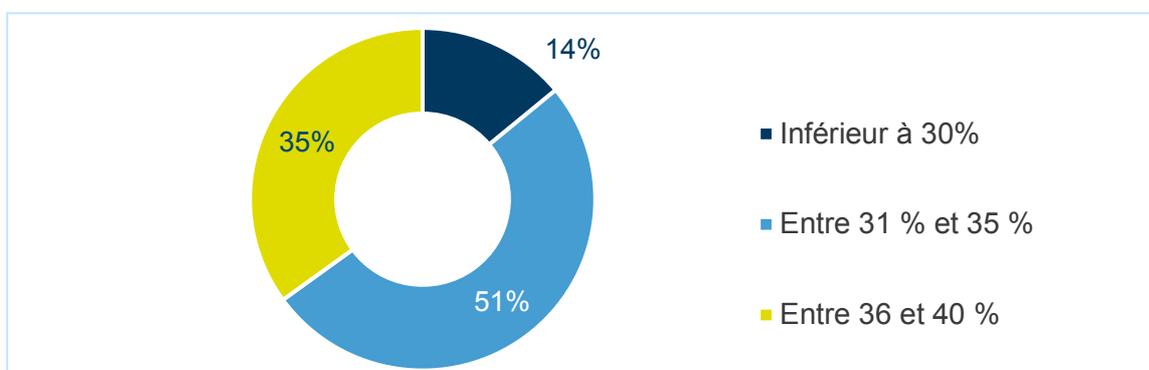
- ♦ D'une part, des relations développées à la fois avec les principaux diffuseurs/distributeurs nationaux,
- ♦ D'autre part, un contact direct avec des maisons d'édition de petite taille notamment régionales.

Cette double approche se justifie par la volonté de commercialiser des ouvrages à forte notoriété permettant d'être attractif et de toucher largement la population locale, mais aussi par le souhait de mettre en lumière des ouvrages de qualité à moindre notoriété (mission d'éveil à la diversité littéraire).

De fait, le temps accordé aux représentants est souvent jugé conséquent et pourrait être optimisé.

60 % des librairies déclarent obtenir une remise d'au moins 36 % auprès de leur premier diffuseur

23 % des libraires affirment obtenir une remise d'au moins 40 % auprès de leur premier diffuseur.



Taux de remise moyen — 37 répondants

3 libraires sur 4 bénéficient un délai moyen de règlement auprès de leurs distributeurs de 60 jours

78 % des librairies ne sont plus inscrites à des grilles de nouveautés

Ce chiffre montre l'évolution des pratiques concernant la commande des nouveautés. Les librairies souhaitent de plus en plus maîtriser leurs achats de nouveautés. Elles sont mieux équipées informatiquement pour réaliser leurs commandes, et montrent une volonté de ne veulent plus subir les quantités imposées par les diffuseurs.

Les librairies déclarent vouloir être indépendantes dans leurs choix, pouvoir choisir leur assortiment et préférer le contact avec les représentants.

En moyenne, les libraires passent plus de la moitié (57 %) de leurs commandes des nouveautés via les visites des représentants dans leurs librairies

La prise de commandes de nouveautés est provoquée par la visite du représentant qui est chargé de défendre chaque ouvrage à partir des fiches argumentaires fournies par les éditeurs, ce qui montre le rôle indispensable du représentant.

À ce jour, peu de diffuseurs laissent la possibilité de passer des commandes d'office sur leur site Internet ; ils préfèrent maîtriser la collecte des notés. Les libraires non visités ont la possibilité d'être inscrits à des grilles de nouveautés ou de passer leurs commandes en réassort une fois le titre mis en vente.



Mode de passage des commandes de nouveautés — 32 répondants

Un taux moyen de retour global des librairies de 14 %

Ce taux moyen se situe nettement en dessous de la moyenne nationale qui est supérieure à 20 %.

Ce taux de retour a été stable au cours des 3 dernières années pour une majorité relative de librairies (42 %). Il a augmenté pour 35 % des librairies. Après une chute du taux de retour en 2020 (moins de nouveautés, moins de mises en place...), le taux de retour a retrouvé son niveau habituel.

La librairie indépendante a structurellement un taux de retour moins élevé que les autres circuits comme la grande distribution et les enseignes culturelles de par sa maîtrise des achats et sa connaissance de sa zone de chalandise.

Le rayon qui génère le plus de retours est le rayon littérature/poésie pour 71 % des librairies généralistes.

Les rayons qui génèrent le moins de retours sont les rayons jeunesse pour 37 % des librairies (82 % librairies généralistes — 18 % librairies spécialisées) et bande dessinée pour 33 % des librairies (60 % librairies généralistes — 40 % librairies spécialisées).

Les libraires sensibles aux enjeux environnementaux



Nous percevons chez les libraires interviewés une sensibilité accrue aux enjeux environnementaux avec en point de mire deux axes :

- ♦ La réduction des déchets et de l'usage de plastique.
- ♦ La baisse du taux de retour ; des retours qui génèrent des flux physiques conséquents et des pilons.

Pour répondre à ce deuxième axe, les libraires se trouvent face à un enjeu de gestion plus fine de leurs approvisionnements. C'est un équilibre complexe à trouver entre :

- ♦ D'une part, la massification pour augmenter la marge et diminuer le risque d'allongement des délais d'approvisionnement face à la pénurie de papier à venir.
- ♦ D'autre part, le risque d'augmenter les retours et l'impact négatif sur l'environnement.

Les actions de promotion et de communication

La quasi-totalité des répondants, 94 %, affirme mener des opérations commerciales proposées par les diffuseurs

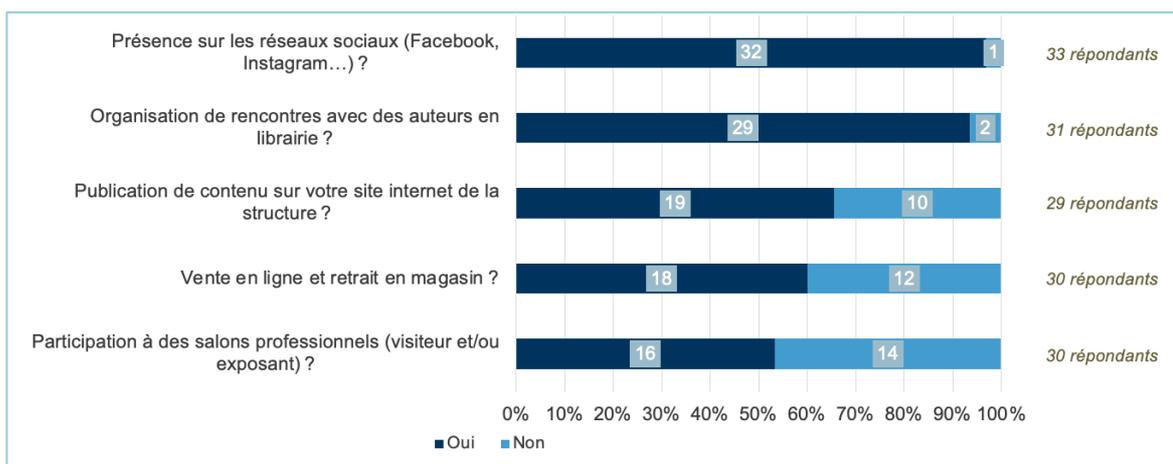
85 % des librairies développent leurs propres programmes d'animation

Ce taux élevé marque le fort dynamisme de la librairie indépendante. Que l'on parle des opérations diffuseurs ou de celles à l'initiative des libraires, on constate que la littérature arrive naturellement en tête, mais que les rayons jeunesse et bande dessinée sont devenus incontournables. Cela montre que les libraires ont bien compris le potentiel de ces deux marchés et l'importance d'attirer un nouveau type de clientèle.

48 % des librairies ont mis en place un programme de fidélité avec leurs clients

Dans la majorité des cas, les libraires actionnent plusieurs outils pour assurer la promotion et la communication de leur point de vente

Avec les réseaux sociaux, les rencontres auteurs représentent l'outil le plus actionné par les librairies. Ce sont les salons qui remportent le moins de citations. L'organisation demande des ressources financières et humaines importantes aux libraires et le retour sur investissement n'est pas toujours garanti.



Outils mobilisés pour la promotion/communication



En général, les libraires affirment disposer de moyens réduits, à la fois aux niveaux financiers et ressources humaines, à la promotion et à la communication.

60 % des librairies diffusent des newsletters à leurs clients

Dans 61 % des cas, celle-ci est diffusée mensuellement.

2/3 des librairies publient du contenu sur leur site Internet

Pour 26 % d'entre elles, elles le font au moins une fois par semaine.

97 % des librairies affirment leur présence sur les réseaux sociaux

L'animation de ces réseaux est très chronophage. C'est pourquoi bien souvent le libraire est présent, mais son implication et son impact sont limités.

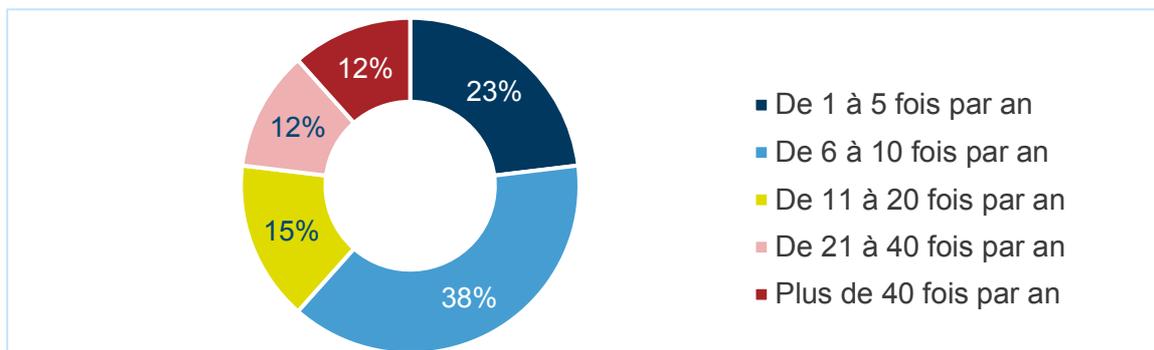


Les libraires sont conscients de leur nécessité de renforcer leurs compétences en matière de gestion, d'animation des réseaux sociaux (ex. : fréquence et heure de publication optimale, format des publications, ciblage, méthode d'animation des communautés...) et de création de contenu adéquat.

47 % des librairies participent à des salons professionnels (en tant que visiteurs et/ou exposants)

94 % des librairies accueillent des auteurs en librairie

Près de 40 % des librairies organisent plus de 10 rencontres par an.



Fréquence des rencontres auteurs organisées en librairie — 26 répondants

82 % des librairies participent à des événements locaux ou régionaux autour de la lecture

Cela n'est plus à démontrer, la librairie indépendante s'implique énormément au niveau local. 67 % des libraires participent de 1 à 5 fois par an à des événements locaux ou régionaux autour de la lecture.



On constate à travers nos échanges avec les libraires un haut niveau d'interaction avec l'écosystème culturel local, de par l'action directe et indirecte des librairies en matière d'animation et médiation culturelles :

- ♦ En librairie : rencontres, ateliers, conférences...
- ♦ Au sein des établissements scolaires, établissements culturels et autres infrastructures publiques « pour amener la culture là où elle n'est pas ou peu » (ex. : ruralité, milieu carcéral...).

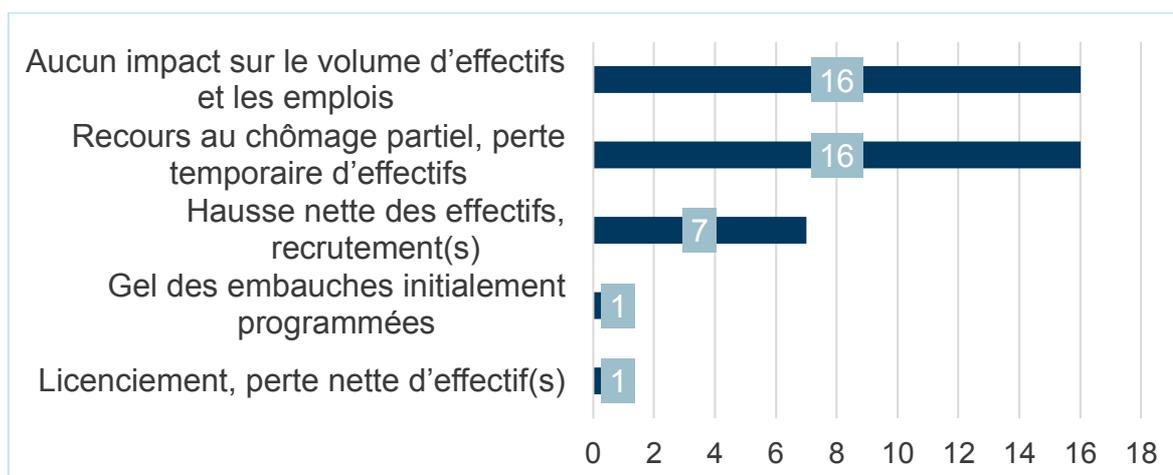
Les libraires soulignent que ces actions culturelles sont réalisées « bénévolement » sans rémunération directe associée et s'ajoutent à la charge habituelle de travail des équipes.

Le métier et le rôle de la librairie (notamment au sein des communes rurales) s'orientent de plus en plus vers une fonction de tiers lieu fédérateur intégrant espaces et temps de convivialité ainsi que le développement d'une programmation culturelle.

L'impact de la crise COVID sur l'activité des libraires

Des résultats partagés sur l'impact de la crise sanitaire

44% des répondants déclarent n'avoir subi aucun impact sur les effectifs et les emplois et, également, 44% ont eu recours au chômage partiel ou à la perte temporaire d'effectifs.



Impact(s) de la crise COVID sur l'emploi — 41 répondants

78 % des librairies ayant perçu des aides de l'État pour amortir l'impact de la crise

Parmi ces soutiens 35 % ont eu recours au PGE, 14 % ont fait appel aux aides du CNL et 17 % ont bénéficié du fonds de solidarité.



Certains libraires expliquent avoir souscrit un PGE en début de crise dans un souci de leur assurer une bonne trésorerie même si celui-ci n'a finalement pas forcément été utilisé.

95 % des librairies ayant répondu ont mis en place un service de « click & collect » dans le contexte des restrictions sanitaires

Si l'on considère que les non-réponses signifient l'absence de mise en place de service « click & collect », le taux est ramené à 71 % et reste donc très élevé. Il montre à quel point la crise sanitaire a eu un véritable impact sur la proposition de nouveaux services à la clientèle et a convaincu de nombreux libraires.

49 % des libraires qui ont mis en place ce service continuent à le proposer à leur clientèle.

En moyenne, 7,8 % du chiffre d'affaires est réalisé via le click & collect



La grande majorité des libraires interrogés soulignent un impact globalement très positif sur le chiffre d'affaires (augmentation des ventes, captation de nouveaux publics) pendant la pandémie ; la lecture étant l'une des rares activités culturelles accessibles durant la crise.

Pour autant, les entreprises ont été mises à rude épreuve, notamment en raison de la difficulté à gérer l'afflux de commandes, de la mise en place du click & collect, etc.

Les liens interprofessionnels

45 % des répondants appartiennent à un groupement et/ou à un réseau

- ◆ Dans le panel des répondants, nous identifions 5 librairies GLBD — Groupement des librairies de bande dessinée (réseau Canal BD). La région compte 14 librairies Canal BD. Le panel compte 36 % des librairies GLBD de la région.
- ◆ On compte 3 librairies appartenant à l'ALSJ — Association des Librairies Spécialisées Jeunesse (réseau Sorcières). Au niveau de la région, on dénombre 6 librairies Sorcières. Le panel représente donc 50 % des librairies de l'ALSJ.
- ◆ On compte 1 seule librairie Ensemble parmi les répondants, soit 25 %, car la région compte 4 librairies Ensemble.
- ◆ On compte 1 seule librairie Initiales parmi les répondants, soit 20 %, car la région compte 5 librairies Initiales.

88 % des librairies affirment être membres de réseaux ou syndicats professionnels

Toutes les libraires du panel qui appartiennent à un réseau et/ou à un syndicat professionnel à l'exception d'une seule sont adhérentes à LINA. Au niveau régional, ce taux est de 2 sur 3, l'association déclarant 127 librairies adhérentes. 69 % des libraires sont adhérentes au SLF (Syndicat de la Librairie française).

54 % des librairies participent à des rencontres interprofessionnelles



Les librairies sont très ancrées dans leur territoire, en premier lieu via :

- ◆ Les interactions avec les pouvoirs publics par la réponse à des appels d'offres locaux (notamment pour des prestations ou actions communes avec les collèges/lycées et bibliothèques/médiathèques).
- ◆ L'appartenance à des réseaux, syndicats et associations rassemblant la profession à l'échelle locale et régionale.
- ◆ Les liens tissés avec la population locale.

L'état d'esprit des libraires

L'optimisme est de mise chez les libraires

72 % des libraires se disent optimistes en ce qui concerne l'avenir. 28 % se disent avoir du mal à se projeter ou pressentir des difficultés à venir, ce qui ne les empêche pas d'envisager des projets à court ou moyen termes.

Dans les 2 à 3 années à venir, les libraires souhaitent optimiser leur surface de vente et développer l'animation de leur point de vente. Les projets envisagés les plus évoqués sont :

- ◆ L'amélioration de la surface de vente pour 52 %. Celle-ci peut passer par un agrandissement, un déménagement, la rénovation et le réagencement du magasin.

- ◆ Le développement des animations et de la communication auprès de la clientèle dans 37 % des cas.
- ◆ La pérennisation ou le développement de l'emploi pour 19 % des librairies.

Les principaux défis cités par les professionnels

- ◆ Les marchés publics.
- ◆ La communication et la mise en réseau.
- ◆ La formation.



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**



**PRÉFÈTE
DE LA RÉGION
NOUVELLE-AQUITAINE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

a'sfored
edir^ovo

**ALCA
NOUVELLE-AQUITAINE**
+33 (0)5 47 50 10 00
www.alca-nouvelle-aquitaine.fr



AGENCE LIVRE
CINÉMA & AUDIOVISUEL
EN NOUVELLE-AQUITAINE

• Site de Bordeaux :
MÉCA
5, parvis Corto-Maltese
CS 81 993
33088 Bordeaux Cedex

• Site de Limoges :
24, rue Donzelot
87000 Limoges

• Site de Poitiers :
62, rue Jean-Jaurès
86000 Poitiers

• Site d'Angoulême :
Maison alsacienne
2, rue de la Charente
16000 Angoulême