



Iti'livres

Librairie fixe et itinérante

Une librairie fixe et itinérante pour la lecture accessible sur le campus
Portes des Alpes et ses alentours



1

ÉTUDE DE MARCHÉ

Résultats d'enquête, concurrents et place de marché

78%

Des personnes interrogées préfèrent acheter des livres d'occasion

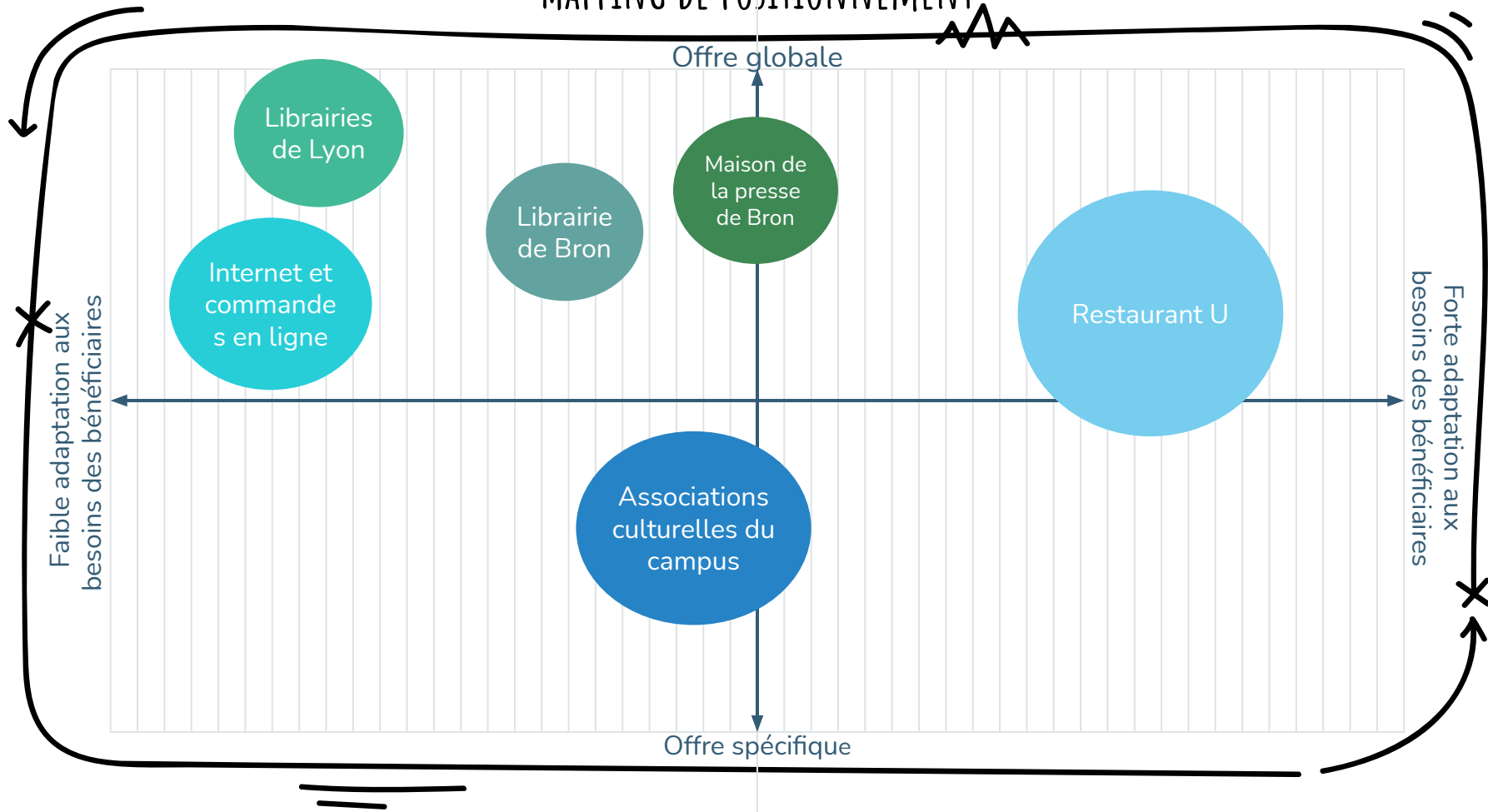
87%

Trouvent que des ateliers variés et un espace café sont des activités attrayantes et complémentaires à la librairie

100%

Sont sensibles aux problématiques d'éducation pour tous.tes

MAPPING DE POSITIONNEMENT



LA PLACE D'ITI' LIVRES SUR LE MARCHÉ

FORCES

Offres qui s'adaptent
Principe du "aller-vers"
Animations associatives

S

W

FAIBLESSES

Peu d'espace de stockage
Activité peu génératrice
Echec de la précédente
librairie

O

T

Demande de l'université
Richesse des partenariats
possibles et territoire
engagé

Local

OPPORTUNITES

Saisonnalité du campus et
de la vie étudiante

Marché du livre en baisse

MENACES





2

PROPOSITION DE VALEUR

Offres de services, Business Plan et gestion
des achats

FOCUS SUR LA LIBRAIRIE PHYSIQUE DU CAMPUS



UN CONCEPT AUX ACTIVITÉS À LUCRATIVITÉ LIMITÉE SUR DEUX TEMPORALITÉS

	Vente de livres	<ul style="list-style-type: none">• Neuf• D'occasions (5€/kg)	Sur 9 mois
	Vente de boissons et gourmandises	<ul style="list-style-type: none">• Boissons froides et chaudes• Pâtisseries	Sur 9 mois
	Activités associatives	<ul style="list-style-type: none">• Pour nos adérents :<ul style="list-style-type: none">• Ateliers, clubs de lectures,, etc.• Pour toutes et tous :<ul style="list-style-type: none">• Rencontres avec des auteurs, dédicaces, concours, etc.	Sur 11 mois



FOCUS SUR LA LIBRAIRIE ITINÉRANTE (TRUCK'ILIVRES)

UN CONCEPT NON-LUCRATIF PRÉSENT TOUTE L'ANNÉE



C'est quoi Truck'ilivres ?

Un camion conduit par l'équipe d'ilivres pour amener la culture au plus près de la jeunesse dans les quartiers de Bron.

Qui est concerné ?

Les enfants, les adolescents, leurs familles et leurs amis !

C'est quand ?

Toute l'année ! On n'arrête pas la culture.

Le Truck'ilivres sera présent les samedis lors des marchés de Bron et pendant les vacances scolaires directement dans les quartiers.



PROPOSITION DE VALEUR DE LA LIBRAIRIE ITINÉRANTE



Notre + : Renforcement du lien social directement dans les quartiers, moment d'échange et de partage entre les jeunes et leurs familles (mise à disposition de chaises, couvertures sols, etc.),



Notre service :



Service d'accès à la lecture pour les enfants et adolescents des quartiers de Bron, ateliers de lecture

Nos solutions :



"Principe du aller-vers" => venue de la librairie dans les quartiers où vivent les bénéficiaires, si achat prix symboliques de 1€





3

COMMUNICATION ET PARTENARIATS

Promotion, moyens de communication,
création de partenariats

PROMOUVOIR ET COMMUNIQUER NOS OFFRES

- X Essentiel pour la visibilité et l'image de la librairie
- X Campagne de communication (sur les réseaux, sur le campus, dans les associations, dans l'espace public)
- X Une newsletters éditée pour informer les étudiants et l'ensemble des salariés du campus sur la librairie
- X Création d'un profil sur les réseaux sociaux (Instagram/Facebook)
- X Communication transparente



CRÉATION DE PARTENARIATS

- x Partenariat avec des boulangeries locales
- x Maisons d'éditions
- x Partenariat avec des librairies de proximités
- x Partenariat avec des associations culturelles et de quartiers



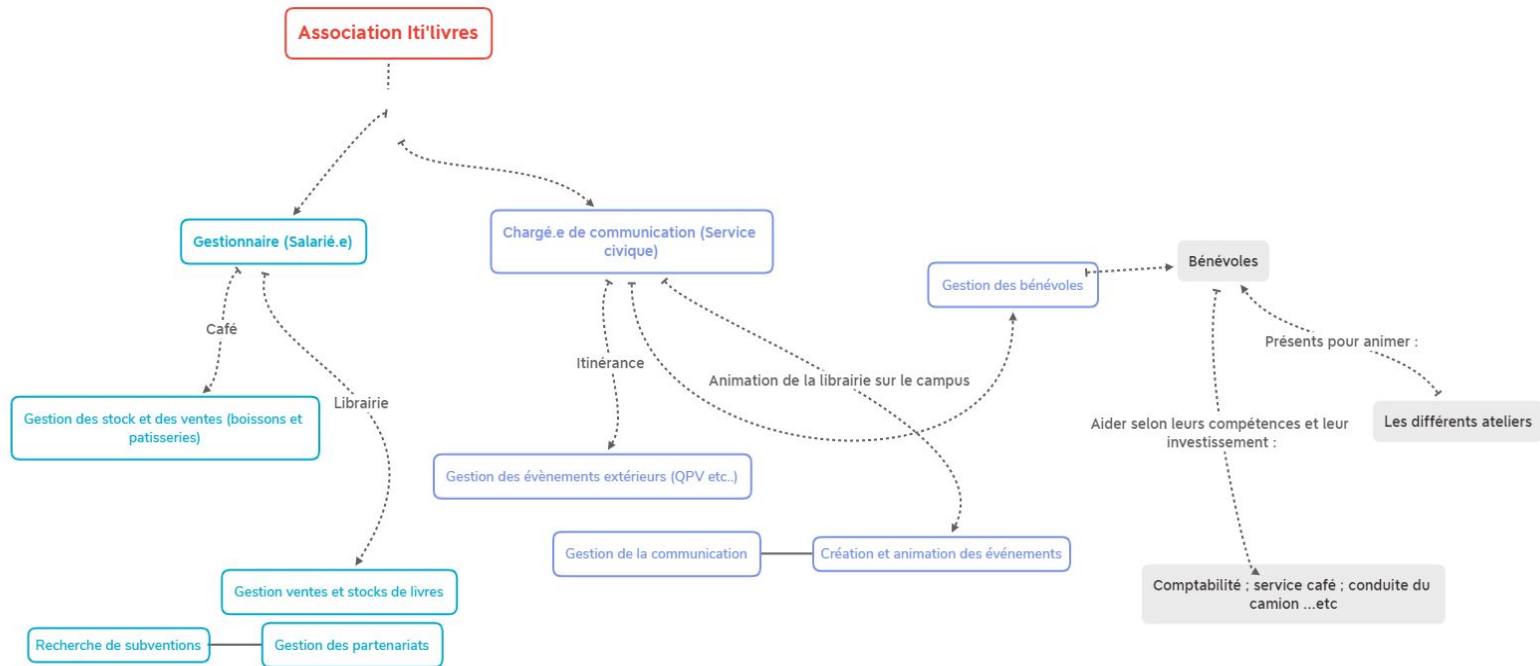


4

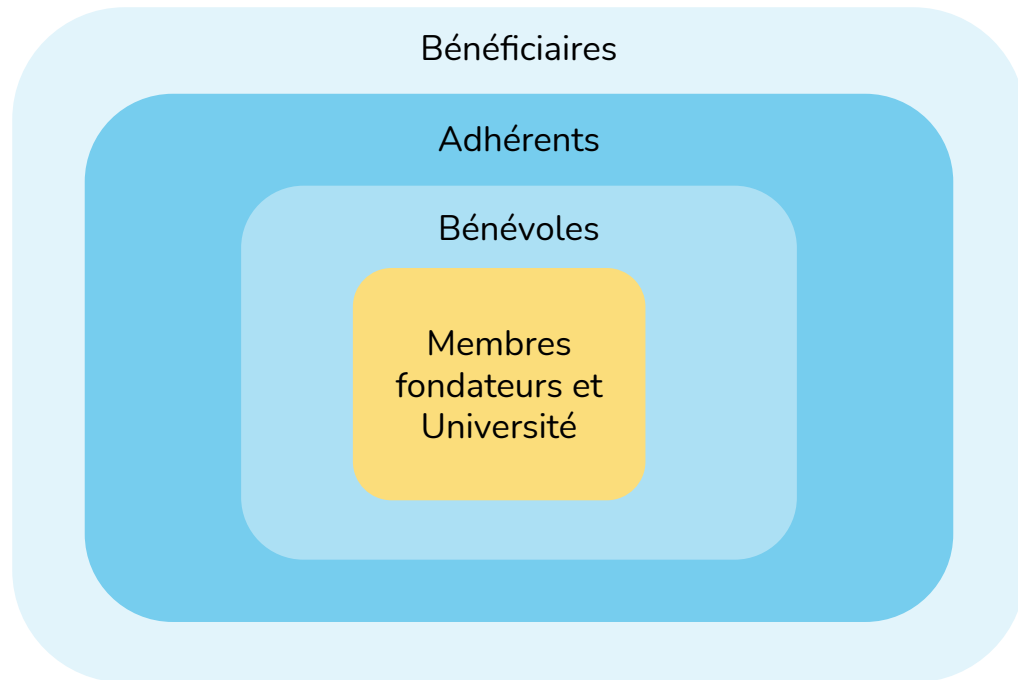
COMMENT ON S'ORGANISE ?

Gouvernance

ORGANIGRAMME



CERCLE D'ENGAGEMENT POUR ITI' LIVRES

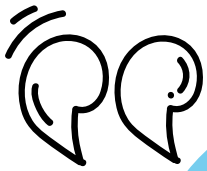




5

LE PROJET EN CHIFFRES

Revenus et dépenses



SPÉCIFICITÉ FINANCIÈRE DE NO



Une campagne de Crowdfunding pour le financement du van (15 000€)



Des demandes de subventions Région, Métropole et Ville (60 000€)



Un appel aux dons de livres et dépôts de boîtes de collectes dans les associations partenaires



Dépenses réduites (uniquement achat livres neufs, van et matériels divers (étagères, décorations, etc.) (-78 000€)

STRUCTURATION FINANCIÈRE DE L'ASSOCIATION

Les revenus

- x Vente de livres neufs et d'occasion (80% du CA)
- x Vente de boissons/biscuits (15%)
- x Adhésions (5%)



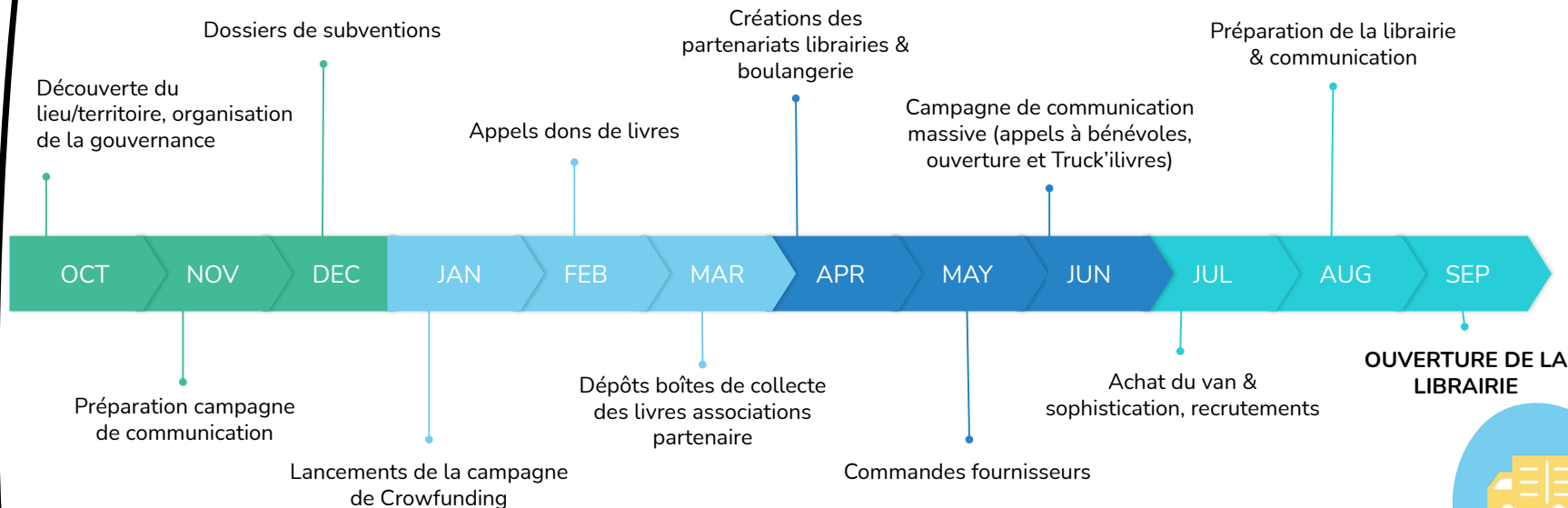
L'été et plus particulièrement au mois d'août peu de recettes mais peu de dépenses

Les dépenses

- x Charges fixes dont salaires (25% des dépenses)
- x Achat livres neufs et d'occasions (60%)
- x Achat boissons et pâtisseries (10%)
- x Achat de matériels divers (5%)



LANCEMENT DU PROJET : TIMELINE NO



MERCI!

Est-ce que vous avez
des questions?

- x Olivia Freydier
- x Mathilde Rabet
- x Caroline Pepin

