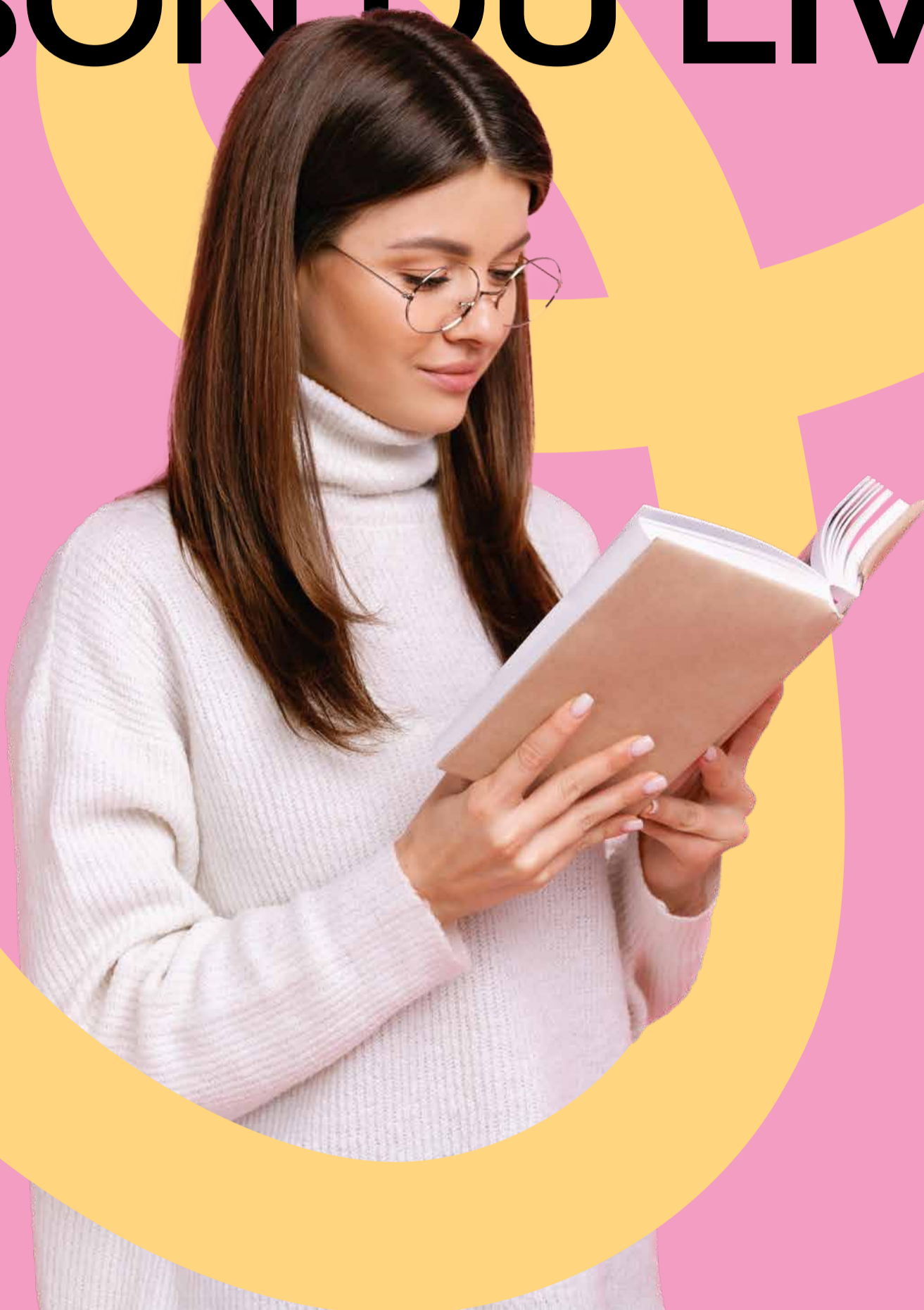


JOURNAL DU BON DU LIVRE



Sommaire

Editorial

Page 2

Le plus important en quelques mots

Page 3

Nous vous facilitons la vie

Page 4

Cinq ans – cinq millions

Page 6

Connu, apprécié et utile

Page 7

L'histoire avance toujours

Page 8

Nous sommes là pour vous

Page 10

Et pour finir

Page 12



À qui appartient le Bon suisse du livre ? La réponse est claire : à vous, les libraires !

Page 4



Le Bon suisse du livre fait peau neuve et suscite l'enthousiasme.

Page 8

BONJOUR



Chères, chers libraires,
chères, chers ami-e-s du livre,

Nous tenons nos engagements ! En septembre dernier, à l'occasion de la première AG depuis 20 ans, nous vous avons annoncé la couleur et informé de nos projets. «5 millions en 5 ans», tel était le slogan accrocheur qui a déclenché l'enthousiasme d'un côté et la consternation de l'autre. La discussion a du coup été très animée et la majorité nous a accordé sa confiance. Nous nous en sommes réjouis et avons prêté entière attention à toutes les remarques.

Depuis, nous n'avons pas chômé. Notre expert en marketing Pius Bucher a élaboré, avec son équipe, une stratégie commerciale complète. Ateliers, évaluations et présentations se sont succédés, toujours accompagnés du regard critique du conseil d'administration et de nos chers lieutenants du bureau. Et toujours avec le regard romanesque (non, pas avec le regard romantique, cela serait une autre histoire). Bref, nous sommes ravis ...

Nous sommes ravis de la nouvelle identité visuelle du Bon suisse du livre – un look frais et contemporain qui reflète notre amour pour le monde des livres.

Avec ce journal nous vous informons de nos projets. Maintenant, nous allons laisser l'argent travailler pour vous. Le Bon du livre a dorénavant un nouvel habit, une stratégie et un plan. Et nous lançons notre campagne simultanément dans toutes les régions du pays.

La première phase est une campagne régionale d'annonces qui vise votre clientèle là où vous êtes. Elle est simultanément présente sur tous les canaux numériques, de différentes manières selon le groupe cible.

Nous n'avons qu'un seul but : faire en sorte que les lecteurs achètent des Bons du livre et les utilisent dans vos librairies ou en ligne. Nous voulons être plus connus. Aujourd'hui, à peine 10% de la population nous connaît. C'est ce que nous avons fait mesurer, et cela doit changer.

Vous faites ce que vous faites avec une grande passion. Et cela se transmet. Car si nous écoutons bien les jeunes BookTokers, nous entendons et ressentons surtout la passion pour les livres. C'est très encourageant ! Et nous voulons vous soutenir dans votre passion pour les livres. Allons-y tous ensemble.

András Németh,
Président du conseil d'administration
de la coopérative du Bon suisse du livre

Impressum

Éditeur
Bon suisse du livre
Case postale, 6370 Stans

Rédaction
Christian Hug, Pius Bucher
Loïc von Matt

Texte
Christian Hug

Collaborations pour ce numéro
András Németh
Martin von Matt

Concept, mise en page
Von Vorteil GmbH
Ulmenstrasse 15, 6003 Lucerne

Correction
Agi Flury, Anne Dürr
Prisca Wirz

Traduction
Francesca Baranzini
Véronique de la Motte

Photos
© avec les photographes

Imprimerie
Gisler 1843 AG, Altdorf

Polices
Telka, PT Serif

Papier
Prolight, Offset opak 60g/m²,
certifié FSC

Tirage
2500 exemplaires

Imprimé en Suisse
© 2024 Bon suisse du livre

Online
bondulivre.ch

**Suivez-nous sur
les médias sociaux**
#bondulivre

LE PLUS IMPORTANT EN QUELQUES MOTS

Summa summarum



Cette année, le Bon suisse du livre fête déjà son soixantième anniversaire.

Personne ne peut dire combien de bons ont été imprimés au cours de toutes ces décennies, les archives ayant brûlé il y a 25 ans. Cependant, rien qu'au cours des dix dernières

années, environ 2'800'000 bons papier ont été imprimés pour une valeur de 40 millions de francs. Depuis 2020, le bon existe aussi sous forme électronique ce qui fait 45'000 e-cards et 2 millions de francs supplémentaires. Tout cela fait au total une jolie somme cumulée de 42 millions de francs.

Sans risque mais avantages gratuits



Acheter des Bons suisse du livre ne signifie rien d'autre que payer des livres à l'avance.

Jusqu'à ce que les bons soient encaissés, il incombe à la coopérative du Bon suisse du livre de gérer cet argent. Elle le fait en investissant cet argent dans des obligations et des actions et ce de manière extrêmement éthique et conservatrice : rien dans l'armement, rien dans le pétrole,

pas de spéculation. Seuls sept pour cent du volume des placements sont des actions et cela uniquement dans des entreprises suisses avec une évaluation triple A, le reste étant des obligations à long terme. Ce n'est pas avec cela que l'on fait de gros bénéfices, mais les intérêts et les dividendes financent toutes les activités du Bon du livre pour les libraires et pour le bureau administratif.

Papiers-valeurs



Un Bon suisse du livre n'est pas seulement un morceau de papier coloré, mais une sorte de billet de banque avec de nombreuses caractéristiques de sécurité intégrées.

Code-barres et numéro de bon, c'est encore assez simple. Mais si vous ne savez pas ce que sont la guilloche, les

fautes d'orthographe dans la grille typographique CMYK, la microtypographie, la numérotation multiple, l'iridium et les ultraviolets : félicitations, vous n'avez encore jamais contrefait de monnaie. En Suisse, il n'existe que trois imprimeries qui ont la capacité et qui sont autorisées à imprimer des billets de banque, ce sont des imprimeries de très haute sécurité.

Voyage dans le temps



Combien de temps y a-t-il entre l'achat d'un Bon du livre et celui d'un livre ? En moyenne, un an et demi.

Un calcul approximatif du bureau a donné les résultats suivants : 20% de tous les bons sont utilisés dans les 12 mois, 50% dans les deux ans et 20% dans les trois ans. Les 10% restants se perdent

quelque part dans la nuit des temps. Le plus vieux bon jamais encaissé a été remboursé il y a un mois ; il datait de 1972.

Commençons par le plus important : à qui appartient le Bon suisse du livre ?

NOUS VOUS FACILITONS LA VIE

D'un côté, l'histoire du Bon suisse du livre est une aventure faite de recherches et de découvertes. De l'autre, c'est aussi une belle histoire de réussite. Il est évident que le Bon suisse du livre appartient uniquement aux libraires et se met entièrement à leur service.

C'était un jour de Noël, au début des années 1920. Le publiciste anglais Harold Raymond, après avoir déballé tous ses cadeaux, fut stupéfait : il en compta 119 dont trois seulement étaient des livres. Un «no-go» britannique. Une enquête auprès de ceux lui ayant offert un cadeau a révélé que certains auraient voulu le faire, mais n'avaient pas su quel livre offrir. L'hésitation était plus forte que le courage. «Je ne sais pas pourquoi cette crainte existe pour les livres, mais pas pour les cigares ou les boîtes à poudre», s'est dit Raymond, avant de développer une idée intéressante : un bon spécifique pour les livres ! On l'offre, et la personne qui le reçoit peut ensuite choisir elle-même le livre qui correspond à ses goûts personnels.

Une bonne idée et même si le «book token» n'a été mis sur le marché qu'en 1932, ce sont donc les Britanniques qui ont inventé le «book tok».

Le «book token» est longtemps resté un phénomène exclusivement insulaire. Ce ne sont que des années plus tard que l'Unesco a compris à quel point l'idée était géniale : «Action bons de livre» a été lancée en 1948. C'était une sorte de mesure de reconstruction internationale en matière de politique de l'éducation après la Seconde Guerre mondiale. Cette action a permis de faciliter l'acquisition de matériel d'étude venant d'autres pays.

Ce n'est qu'au début des années soixante que Wolfgang Vogel, un libraire entreprenant de Winterthur, a découvert le book token lors d'un voyage en Angleterre. De retour chez lui, il a donné l'impulsion initiale pour le modèle suisse, et c'est pour la période de Noël 1964 que l'association suisse des libraires et éditeurs a finalement lancé le Bon suisse du livre. Sa gestion a été confiée au service de la SWB, Schweizerische Werbestelle für das Buch, à Gossau.

À ce stade, deux chemins s'ouvrent et une constatation.

Commençons par ce qui est important : le Bon du livre appartient aux libraires. D'un point de vue juridique, il s'agit d'une sorte de règle de trois : le capital appartient à la coopérative du Bon suisse du livre dont les coopérateurs sont exclusivement des librairies qui elles-mêmes appartiennent à des libraires. Ce qui signifie que tout ce que fait le Bon du livre est décidé par les libraires et se fait dans leurs intérêts.

Le premier chemin commence à la librairie von Matt dans la belle ville de Stans : c'est là que Martin, âgé de cinq ans, donne pour la première fois un coup de main à son père Josef.

Il emballe avec enthousiasme, dans de jolis paquets cadeaux aux boucles ravissantes, les premiers Bons du livre. Bien des années plus tard, ce même Martin deviendra le gérant de la coopérative.

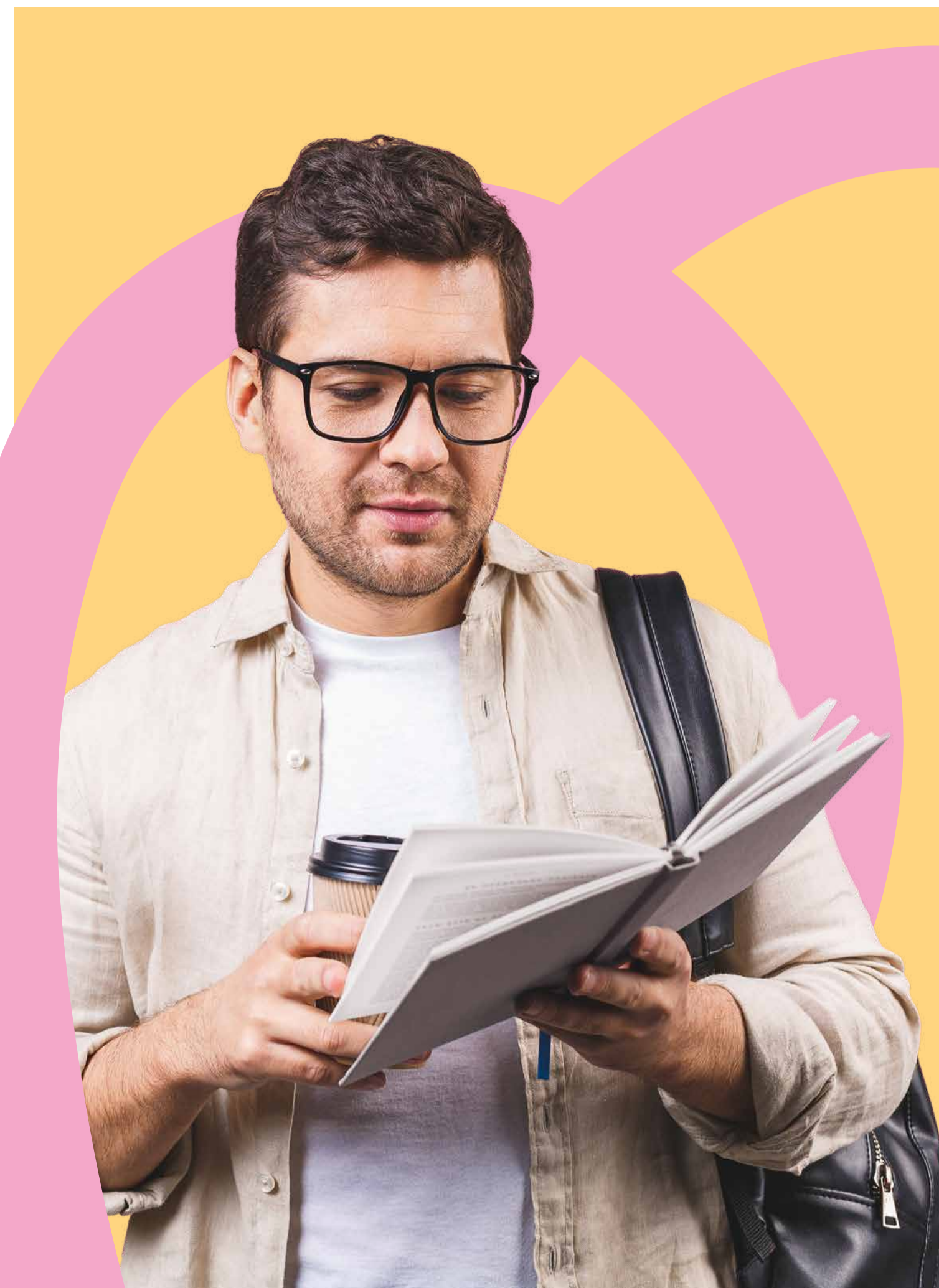
Le deuxième chemin commence ainsi : le Bon suisse du livre se révèle être une idée géniale. Dès 1969, la barre des 100 000 francs de chiffre d'affaires est franchie. Sept ans plus tard, il dépasse pour la première fois le million. Au sein de l'Office suisse de publicité pour le livre, on confie toutes les affaires liées au bon à la secrétaire Gaby Tölderer : remboursements, comptabilité et suivi des clients.

Madame Tölderer installe le bureau du bon dans l'appartement annexe de sa maison à Neuhausen am Rheinfall. De nouveaux collaborateurs, rendus nécessaires par l'augmentation constante des ventes, ont également leur lieu de travail à Neuhausen. Et Gaby Tölderer est dorénavant Madame Bon du livre.

Les décennies suivantes, nous les passons en accéléré : l'Office suisse de publicité pour le livre (Schweizerischen Werbestelle für das Buch) devient le Schweizer Buchwerbung Information puis Pro Libro et enfin la coopérative du Bon suisse du livre. Parallèlement, l'association suisse des libraires et éditeurs est devenue, après toutes sortes de détours, la Schweizer Buchhandels- und Verlags-Verband SBVV. Ses homologues ASDEL qui deviendra Livresuisse en Romandie et Alesi au Tessin rejoignent le Bon du livre avec succès : en 2009, la somme de tous les bons vendus s'élève à plus de 9 millions de francs.

Gaby Tölderer se retire, revient et prend finalement sa retraite en 2011. C'est le moment où Martin von Matt reprend le bureau du Bon suisse du livre et l'installe à Stans. C'est la croisée des chemins. Sous l'égide du président du conseil d'administration, le bon électronique est introduit en 2020, également pour les fêtes de fin d'année : c'était le premier pas vers l'avenir numérique.

Martin von Matt approche de l'âge de la retraite, mais son enthousiasme pour le bon est toujours le même. Il nous dit : «Nous facilitons la vie des libraires en faisant vraiment tout ce qui est en rapport avec le Bon du livre. Les libraires n'ont plus qu'à emballer les bons». Puis un sourire passe sur son visage : «Nous sommes le bureau le plus sympathique du monde» !



**TOUT IRA BIEN, MIEUX,
ENCORE MIEUX**

LE TOURNANT

Le Bon suisse du livre se réinvente. Et pas qu'un peu ! Il y met aussi le prix. De fait, tout ce qui va suivre sera toujours uniquement pour le bien de toutes les librairies.

Suivez le fil rouge.

L'argent : du Bon du livre vers le commerce du livre

CINQ ANS – CINQ MILLIONS



Le nouveau Bon du livre électronique, tel qu'il sera mis en circulation à partir du printemps 2025.

Le Bon suisse du livre se prépare pour l'avenir et investit au total cinq millions de francs pour lui-même et pour l'avenir florissant des librairies. D'où vient cet argent ? A quoi sera-t-il affecté dans les années à venir ?

En fait, le calcul est simple : les clients qui achètent un bon du livre paient un livre à l'avance. Comme pour une banque, cet argent est déposé auprès de la coopérative du Bon suisse du livre jusqu'à ce que quelqu'un utilise ce bon. La valeur correspondante au bon est alors remboursée à la librairie.

Or, comme pour tous les coupons et bons d'achat, il arrive que certains de nos bons ne soient pas encaissés parce que les bénéficiaires l'égarent, l'oublient, le perdent ou l'abiment. Le bon est certes perdu pour les bénéficiaires, mais l'argent reste sur le compte de la coopérative.

Le Bon suisse du livre fête cette année son soixantième anniversaire, c'est donc une coquette somme qu'il a accu-

mulée au fil de toutes ces années. Jusque-là, tout est clair.

Dans l'intervalle, le conseil d'administration a procédé à une coupe supplémentaire au niveau comptable : lors de sa création, la durée de validité du bon était illimitée, en 1987 elle a été limitée à 10 ans puis réduite à cinq ans en 2012.

Bien que le bureau du Bon suisse du livre à Stans soit très arrangeant et rembourse en principe chaque bon, aussi ancien soit-il, la réduction de la durée de validité a, d'un point de vue comptable, fortement augmenté la somme des bons non utilisés. Les comptables appellent cela les « fonds libres ».

Cette étape a assuré à la coopérative la base financière nécessaire pour faire le grand

pas en avant afin que le Bon du livre se réinvente. Et cela, dans tous les domaines possibles et imaginables. Pour ce grand tournant, la coopérative du Bon suisse du livre investit cinq millions de francs – répartis sur cinq ans, c'est-à-dire un million de francs par an pendant cinq ans. Ensuite, nous déciderons des prochains pas.

Il est évident que tout cet argent sera dépensé comme il en a été convenu, cela est inscrit dans les statuts de la coopérative. L'article 2, indique que «Les fonds libres doivent être utilisés exclusivement pour la promotion de la branche du livre (par exemple pour la formation et la formation continue, la promotion de la lecture et la publicité)».

Le montant total de cinq millions de francs ainsi que la

vision de l'investissement de ces millions au profit de la branche du livre ont été approuvés et acceptés par les membres de la coopérative lors de l'assemblée générale extraordinaire du 4 septembre 2023 à Berne.

Il est évident que tout cet argent sera dépensé comme il en a été convenu.

Depuis, les têtes du bureau et du conseil d'administration fument pour développer de nouvelles idées. Le bon se réinvente tout en assurant l'avenir florissant des librairies.

Le plan : exploiter les supports existants et en créer de nouveaux

CONNU, APPRÉCIÉ ET UTILE

La décision est prise, l'argent est accordé, le Change Manager réinvente la marque Bon suisse du livre. Trois grandes directives définissent les points forts de l'évolution du Bon du livre à partir de maintenant. L'objectif : gagner de nombreux nouveaux fans.

Bien sûr, le conseil d'administration avait réfléchi à ce tournant de nombreux mois avant l'assemblée générale extraordinaire et avait même commandé une enquête de rue. Finalement, un atelier a été organisé, sous la direction du responsable du développement de la stratégie Pius Bucher, avec les membres du conseil d'administration afin de discuter et de définir les idées, les possibilités, les chances et les perspectives. Ils ont pris, ce jour-là, trois décisions de principe sur la base desquelles toutes les actions futures du Bon du livre devront être orientées :

- Augmenter la notoriété du Bon du livre
- Développer de nouveaux marchés cibles
- Renforcer le soutien aux librairies

Après l'approbation par l'assemblée générale extraordinaire des cinq millions pour le grand tournant du Bon suisse du livre, l'élaboration et la planification ont enfin pu commencer. Nous lui avons donné le nom de Vision 28. La gestion du changement sera du ressort de Pius Bucher.

Ce qui est réjouissant dans Vision 28, c'est la volonté de faire du Bon suisse du livre une marque emblématique et exceptionnelle dans le fabuleux monde du livre. Pour ce faire, tous les moyens de communication actuels doivent être utilisés : des médias sociaux à la presse écrite, aux campagnes régionales et exceptionnelles telles que les visites personnelles dans les librairies et les concours, en passant par d'autres possibilités numériques comme les mailings directs, la newsletter, le propre site web et Google Ads.

Par de nouveaux marchés cibles nous entendons, entre autres, les grandes entreprises qui peuvent utiliser le bon comme cadeau pour leurs clients et leurs collaborateurs. Ou les communes. Ou bien ... ou bien ... les possibilités sont ici presque illimitées. Elles n'ont simplement pas encore été exploitées. C'est ce que nous voulons changer maintenant.

Dans l'avenir, le Bon du livre veut soutenir le commerce du livre et son système de formation avec encore plus d'argent. Par exemple en soutenant la révision de la formation initiale dans des librairies et les actions régionales de certaines librairies. Et tout particulièrement, en soutenant les idées originales des libraires.

Conclusion : tout ce que la coopérative du Bon suisse du livre entreprend profite au commerce du livre. Plus le bon sera connu et reconnu, plus le commerce du livre en profitera. C'est aussi simple que cela.

Afin que le Bon suisse du livre soit plus présent en tant que marque autonome et reconnaissable, il se dote d'une nouvelle image et d'un nouveau logo.

Pas le temps de regarder la caméra, car les idées fusent : les représentants du conseil d'administration et du bureau pendant l'atelier à Zurich en juin dernier.

Les trois valeurs de base

Valeur stable : on peut compter sur nous en toutes circonstances.

Soutien : nous aidons les librairies dans la mesure de notre possible.

Culture : nous sommes la culture et nous jetons des ponts entre les cultures.



Tout est dans la boîte – il y a même une photo de groupe.



La ligne : une nouvelle identité visuelle

L'HISTOIRE AVANCE TOUJOURS

Le Bon suisse du livre se dote d'une nouvelle identité visuelle et d'un nouveau logo, on pourrait même dire d'un nouveau Corporate Design et d'une nouvelle Corporate Identity. L'élément porteur est le fil rouge qui tient l'Histoire et les histoires.

Peu importe qu'elle soit racontée dans un livre, au théâtre, au cinéma ou à la table des habitués, une histoire ne devient une bonne histoire que si elle décrit une évolution. Elle doit nous surprendre à tel endroit, nous attrister à tel autre et nous rendre heureux à la fin. Ou nous agacer ou bien nous bercer, l'essentiel est qu'une intrigue se soit développée et qu'elle nous mène au bouquet final. C'est ce qu'on appelle le fil rouge depuis que Goethe l'a désigné ainsi dans ses « Affinités électives ». Dans le domaine publicitaire, on parle aujourd'hui de storytelling.

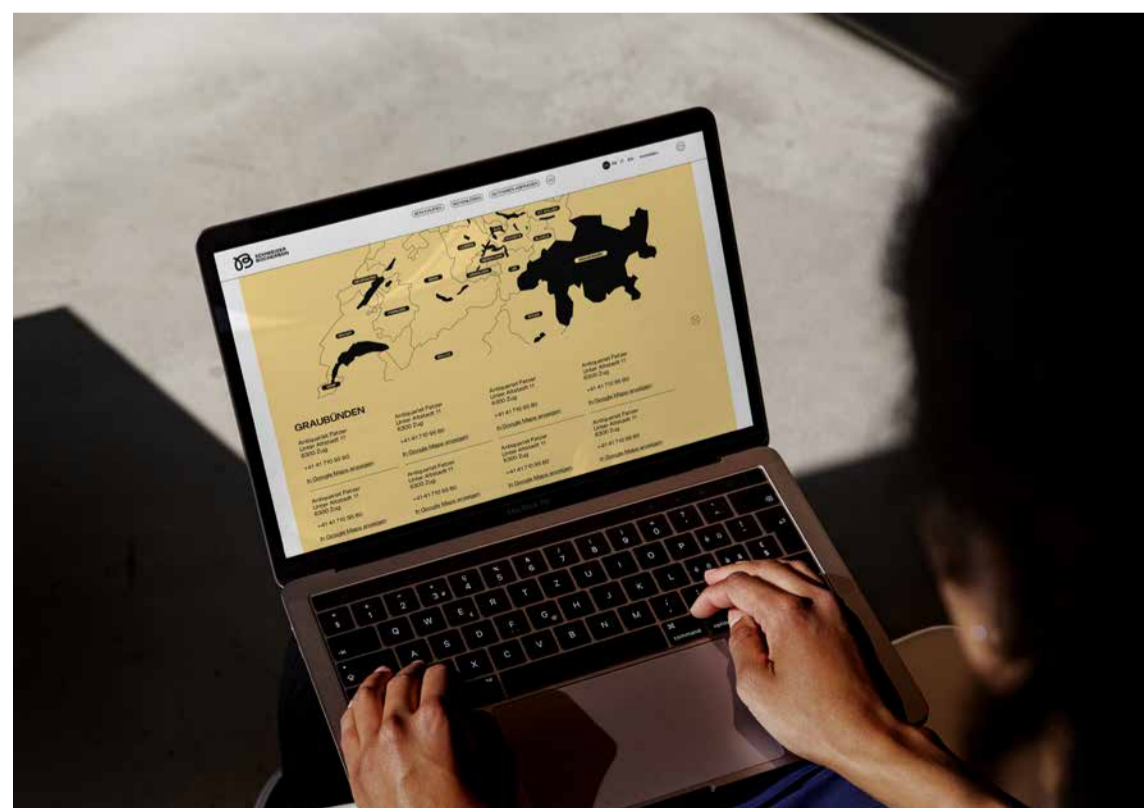
Les lectrices et les lecteurs savent de quoi il s'agit. En effet, qu'il s'agisse d'un roman, d'un guide, d'un livre scientifique ou d'un livre de cuisine, c'est le fil conducteur qui nous donne envie de tourner les pages.

**C'est aussi simple que cela.
C'est clair et varié.**

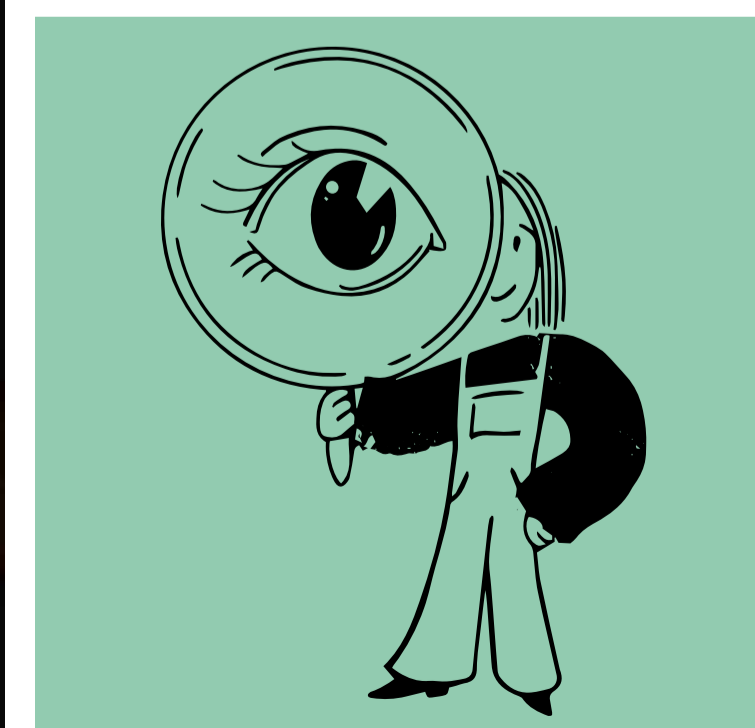
C'est précisément l'idée de départ de la nouvelle identité visuelle du Bon suisse du livre. Le fil rouge, symbole d'une bonne histoire, n'est pas simplement rouge mais évolue dans un monde de couleurs soigneusement élaboré, dans des tons clairs et agréables de vert, de rouge et de jaune. On peut jouer avec elles lors de la conception d'images, d'annonces, de tags et de posts. Les publicitaires aiment parler ici d'univers d'images. Et bien sûr, dans chaque variante, une valeur de reconnaissance claire se distingue : le Bon suisse du livre est le bon pour la prochaine histoire préférée.

Le fil rouge, vert, jaune constitue également le nouveau logo du Bon suisse du livre, il peut parfois être noir : le fil forme un B, comme pour Schweizer Bücherbon, Bon suisse du livre, Buono svizzero del Libro et aussi Bon svizzer dal cudesch. Cela marche même pour Swiss Book Voucher.

Il en résulte une identité visuelle polyvalente qui fonctionne de manière dynamique.



L'idée de la «storyline» a été reprise de manière abstraite à toutes les étapes.



**BON SUISSE
DU LIVRE**

**SCHWEIZER
BÜCHERBON**

**BON SVIZZER
DAL CUDESCH**

**BUONO SVIZZERO
DEL LIBRO**

**SWISS BOOK
VOUCHER**

Sponsoring: nous soutenons le commerce du livre

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS



Beaucoup de personnalités, encore plus de passionnés et tout pour la littérature : le festival Le Livre sur les quais à Morges est l'un des événements soutenus par le Bon du livre.

Nos statuts stipulent que nous devons soutenir les événements et les actions autour du livre et de la librairie. Nous sommes très heureux de promouvoir le plaisir de lire. Mais de temps en temps, il faut l'avouer, c'est un casse-tête.

Depuis 2021, un petit festival littéraire raffiné existe dans le Valposchiavo, tout au fond de la Suisse. Il s'appelle Lettere dalla Svizzera alla Valposchiavo, a lieu dans l'enclave de langue italienne située dans les Grisons. Il s'agit d'un festival en langue italienne consacré à la création littéraire, des femmes et des hommes de lettres suisses, dans les quatre langues nationales. C'est formidable ! C'est pourquoi nous sponsorisons le Lettere dalla Svizzera alla Valposchiavo avec une contribution de 2500 francs. Pour cet événement, c'est une belle contribution au budget global.

Prenons un exemple à l'autre bout de l'échelle : chaque année, le Bon suisse du livre soutient le concours du Prix suisse du livre. Lors d'une grande cérémonie de gala, Christian Haller est récompensé pour «Sich lichtende Nebel» (2023) ou Kim de l'Horizon pour son «Hêtre pourpre» (2022). C'est un grand événement dans tous les médias suisses, tout le monde discute à nouveau de tout et de rien et de littérature en général. Nous estimons que cet impact sur la littérature suisse est aussi important que le soutien discret aux quatre langues nationales dans la pointe des

Grisons parce que nous aimons les petites choses et ne craignons pas les grandes. C'est pourquoi le Bon suisse du livre soutient chaque année le livre de l'année avec un sponsoring de 15'000 francs.

Parce que nous aimons les petites choses et ne craignons pas les grandes.

Voilà pour les deux extrêmes de l'échelle du sponsoring. Mais nous allons encore

plus loin. Par exemple, dans le cas de la librairie Münster-gass dans la ville de Berne. En 2023, comme chaque année, elle a publié son propre bulletin d'information, «Bücherlese» et cette fois-ci, nous avons pris en charge tous les frais d'impression du mini-journal. Avec 700 francs, c'était un petit budget pour le Bon du livre, mais une grande contribution pour la librairie de la Münster-gass.

On le comprend donc aisément : parler de sponsoring est une affaire complexe, voire compliquée. Il y a tant d'as-

pects à prendre en compte et nous devons aboutir à un équilibre à tous les niveaux : com-

ment tenir compte des quatre régions et des langues nationales ? quel argent apporte quel bénéfice et quel est le bénéfice pour le Bon du livre ? où se situent les limites du possible et où cela n'a-t-il plus guère de sens ? les grands sont-ils toujours plus importants que les petits ? et ce qui suscite toujours des discussions et pas seulement chez nous : y a-t-il une justice dans le sponsoring ? si oui, à quoi ressemble-t-elle ?

En fin de compte, ça ne se passe pas tout à fait comme cela car les frontières entre les domaines sont floues. Ainsi, en Suisse romande, nous nous engageons dans le soutien aux programmes de formation, comme celui de Livre-suisse pour les libraires qui souhaitent ouvrir leur propre librairie. Nous y avons contribué l'année dernière avec un montant de 6000 francs, soit plus de la moitié du budget total de la formation qui est de 10'000 francs. Ou encore le

festival convivial de Morges – Le Livre sur les quais – qui accueille pendant trois jours près de 40'000 visiteurs ; 16'000 livres sont achetés sur

Verità à Ascona avec 2500 francs. Tous ces chiffres et tous ces soutiens se réfèrent à l'année 2023. Et la liste est bien plus longue !

nous voulons par exemple dissocier plus clairement le soutien à la formation et à la formation continue du sponsoring événementiel. Nous

sans la moindre équivoque dans nos statuts. C'est pourquoi nous souhaitons à l'avenir donner plus d'importance aux sponsorings qui profitent directement au commerce du livre».

Ce qui continuera certainement à être pris en compte, c'est le soutien aux actions uniques et spécifiques. Par exemple l'enquête menée l'année dernière, par la SBVV en collaboration avec Livre-suisse et Alesi, sur la situation économique et sociale des librairies indépendantes en Suisse. La dernière enquête de ce type remontait à plus de dix ans, il était donc urgent de dresser un nouvel état des lieux. Nous avons pris en charge 13'000 francs sur un total de 15'000 francs.

Il cite par exemple le soutien au Chinderbuechlade de la ville de Berne qui a fêté son 50e anniversaire en 2023 avec toute une série d'actions individuelles. Le Bon suisse du livre a soutenu le Chinderbuechlade d'une part avec un montant de 1500 francs et d'autre part avec des bons pour une valeur de 1000 francs en guise de récompenses pour les jeux concours.

Les résultats de cette enquête sont d'ailleurs encourageants : la situation n'est certes pas plus simple, mais les libraires sont optimistes. C'est pareil pour le Bon du livre, cependant, grâce à l'argent qui a été accordé et avec lequel nous travaillons maintenant, beaucoup de choses sont en train de s'améliorer. Nous restons à l'écoute.

Comment tenir compte des quatre régions et des langues nationales ? quel argent apporte quel bénéfice et quel est le bénéfice pour le Bon du Livre ?

les rives du lac Léman ; nous soutenons cette action à hauteur de 5000 francs. Au Tessin, nous soutenons la Casa della Letteratura per la Svizzera italiana à Lugano avec 3000 francs et le festival de littérature Eventi letterari Monte

Dans le cadre du Grand Tournant et du programme cinq millions en cinq ans, dont vous avez déjà beaucoup entendu parler dans ce journal, nous allons également, au Bon du livre, repenser et affiner notre sponsoring :

allons également réexaminer et rééquilibrer les répartitions décrites plus haut entre les différentes régions du pays ainsi qu'entre les grandes et les petites manifestations.

Loïc von Matt, directeur du Bon suisse du livre à Stans, parle de l'évolution future du sponsoring : «L'une de nos fonctions est de soutenir le commerce du livre, c'est écrit

«Grâce à ce sponsoring à deux volets, le Chinderbuechlade peut organiser des actions dans le cadre de son jubilé et les bons se transforment en monnaie sonnante et trébuchante au profit des libraires», précise Loïc von Matt.



Le Bon suisse du livre sponsorise, soutient et recherche des collaborations avec des événements et des institutions dans les quatre régions linguistiques du pays. Par exemple (en partant du bas dans le sens des aiguilles d'une montre) «Zürich liest», la «Casa della letteratura per la Svizzera Italiana» et «Lettere dalla Svizzera alla Valposchiavo».



ET POUR FINIR



UN BON JOUET ? Lüthy Balmer Stocker à Glatt nous envoie les deux tiers d'un bon de 50 francs en pièces détachées : Yumi, le chien d'une cliente a mâchonné ce bon et nous a demandé si nous pouvions faire quelque chose ... Bien sûr nous le pouvons : nous avons envoyé un nouveau bon avec nos meilleures salutations et quelques croquettes pour Yumi. Lara la propriétaire nous répond avec une photo de Yumi et une carte : «Merci, Bon suisse du livre !» Voilà notre philosophie..



AVENTURES, ANNONCES, HISTOIRES DE RÉUSSITES ET INFORMATIONS, C'EST TOUJOURS À LA FIN DU MOIS.

**Abonnez-vous à notre newsletter.
Il suffit de scanner le code QR.**

Vous allez adorer !

