



situation
de la librairie
dans quelques
pays européens

MAI 2005

02

Les Cahiers du Syndicat de la Librairie Française
numéro 2
mai 2005

Directeur de la publication: Christian Thorel
Rédacteur en chef: Jacques Bonnet
Secrétaire de rédaction: Noémi Rivet

Conception graphique et mise en pages:
Petits Papiers (Toulouse)
Achévé d'imprimer sur les presses
de l'Imprimerie 34 (Toulouse)
en mai 2005.

Une publication du SLF
27, rue Bourgon
75013 Paris

ISBN en cours

© SLF, 2005.

Sommaire

mai 2005

n° 2

- | | |
|--|---------------------------|
| 4 <i>Éditorial</i> | jacques bonnet |
| 5 <i>Notes sur la situation de la librairie en Italie</i> | renzo ginepro |
| 11 <i>La librairie hongroise depuis le changement de régime</i> | zoltan lengyel |
| 18 <i>Vendre des livres en République fédérale d'Allemagne</i> | klaus-w. bramann |
| 26 <i>La librairie polonaise entre dans le XXI^e siècle</i> | czeslaw apiecionek |
| 33 <i>Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004</i> | frank fishwick |
| 45 <i>Panorama de la librairie espagnole</i> | michèle chevallier |
| 54 <i>Des librairies du Sud</i> | jean-marie ozanne |
| 59 <i>Librairies indépendantes et développement durable du livre</i> | benoît bougerol |

L est bien connu que franchir ses frontières ne sert pas seulement à découvrir de nouveaux paysages et des mœurs forcément étranges, mais permet de regarder autrement son propre pays et donc d'accroître ses chances de le mieux comprendre. C'est un peu le double intérêt escompté des articles ici rassemblés, sur la situation de la librairie en Italie, Hongrie, Allemagne, Pologne, Espagne et au Royaume-Uni. Ils sont l'occasion de découvrir les spécificités du commerce du livre dans des traditions et des conditions socio-économiques parfois fort éloignées des nôtres : la Pologne et la Hongrie qui, il y a 15 ans, ne connaissaient qu'édition et librairies d'État, ont depuis subi une véritable révolution économique ; l'Italie et l'Espagne sont confrontées au phénomène des livres distribués avec les journaux et les magazines ; et le Royaume-Uni subit les conséquences paradoxales d'un prix du livre totalement libre. À côté de cela, on retrouve des éléments communs à la situation française – frais spécifiques de la librairie, concurrence des chaînes et de la vente en ligne, diminution du nombre des « grands lecteurs », changement de comportement des consommateurs etc. – que Benoît Bougerol a intégrés à sa synthèse, et pertinemment commentés. Enfin, Jean-Marie Ozanne nous rappelle avec ses « choses vues » dans des régions où se procurer un livre n'est pas chose facile, qu'il existe aussi une autre réalité de la librairie.

Si je devais personnellement distinguer un seul élément de réflexion des nombreuses informations que nous procurent ces différentes approches, ce serait l'immense difficulté qu'il y a dans l'étude du commerce du livre à dépasser le quantitatif des statistiques. L'importance de la qualité de la production éditoriale pour la survie de la librairie indépendante est pourtant indéniable, mais difficile à aborder. Dans son article sur le Royaume-Uni, Frank Fishwick nous dit que, depuis la disparition du prix unique en 1995, « la valeur totale des dépenses de consommation de livres a augmenté de 68 % ». On sait aussi qu'au Royaume-Uni, de 1998 à 2003, la part de marché de la librairie indépendante est passée de 19,9 % à 12,8 %. On peut donc légitimement s'interroger sur la nature des livres dont la « consommation » a augmenté. Les chaînes de librairies et les supermarchés – qui à eux deux ont, dans la même période, augmenté leur part de 7 % – sont plus réputés vendre des best-sellers à prix cassés que de la poésie et des sciences humaines à prix normal. Et lorsque l'auteur conclut sur l'espoir que dans la décennie à venir, il y aura encore de « bons livres à vendre », cela ressemble fort à un vœu pieux.

Il faudra bien parvenir un jour à trouver le moyen de distinguer ce que les catégories statistiques confondent allègrement : le livre de cuisine illustré et la monographie sur Bronzino faisant date, les mémoires d'une chanteuse éphémère et le récit d'un témoin du drame cambodgien, le roman « écrit » par une présentatrice du journal télévisé ou un homme public et le fruit d'années de travail d'un écrivain indispensable. Pour pouvoir appréhender la situation réelle de l'édition et de la librairie, et leur devenir, il faudra bien un jour dépasser l'approche quantitative, indispensable mais dangereusement incomplète.

jacques bonnet

Ce cahier n'aurait pu être réalisé sans l'aide d'un certain nombre de personnes. Que soient donc sincèrement remerciés Jean-Guy Boin et Catherine Fel du Bief, Vera Michalski de Buchet-Chastel, Françoise Dubruille de l'European Booksellers Federation, Giorgio Pinotti des éditions Adelphi et Adam Biro des éditions du même nom.

Notes sur la situation de la librairie en Italie

Le succès récent, et extraordinaire, de la vente jumelée de romans, de grands classiques, de livres d'art, d'ouvrages encyclopédiques ou de guides touristiques prestigieux avec les grands quotidiens italiens (le plus souvent des livres de qualité, choisis avec soin, bien imprimés et présentés dans d'élégants coffrets ou avec des jaquettes de bon goût) a donné lieu à des discussions et a provoqué des désaccords destinés à durer encore longtemps, entre

RENZO GINEPRO
Directeur commercial
des éditions Adelphi, Milan.

En fait, on se trouve confronté à une initiative qui a développé le marché à moyen terme, mais qui a privé les canaux de vente traditionnels de ressources importantes. Cela a aussi obligé tous les acteurs du secteur à se souvenir de deux chiffres le plus souvent ignorés, ou tout au moins méconnus : en Italie, il y a environ 35 000 vendeurs de journaux et seulement 1 500 commerces pouvant vraiment être qualifiés de *librairies*. Ajoutons à cela que la superficie moyenne des librairies italiennes est encore aujourd'hui d'environ 100 mètres carrés.

Même si le secteur est quantitativement relativement exigu, et très déséquilibré sur le plan de la répartition géographique (le Sud a peu de points de ventes proportionnellement à la population), il n'est pas immobile et a subi dans la dernière décennie, et particulièrement depuis 2000, des secousses et des transformations que l'on peut résumer ainsi :

- croissance intensive des chaînes de magasins appartenant à des maisons et à des grands groupes d'édition ;
- réorganisation et agrandissement des librairies traditionnelles.

–faillites, fermetures et reconversions en franchisés de nombreux points de vente, surtout de petites surfaces et périphériques, mais aussi de surfaces moyennes, centrales et de tradition plus ancienne.

La chaîne la plus importante est indiscutablement **Feltrinelli**. Les librairies, voulues et imaginées par Giangiacomo Feltrinelli, sont nées dans les années soixante en étroite connexion avec l'esprit novateur de la maison d'édition. Dès l'origine très marquées politiquement, ces librairies furent des lieux de références pour les mouvements de jeunes, les militants politiques et syndicalistes et les étudiants des universités de masse; elles étaient en libre service – une nouveauté absolue en Italie – avec un assortiment important et ouvert sur la petite édition. Elles s'implantèrent à Rome, Milan, Florence, Bologne, Gênes, Parme, Pise et Padoue, et ont favorisé la formation d'une génération de libraires de qualité, compétents, passionnés et animés d'un fort esprit maison. Au cours des années quatre-vingt, la chaîne a développé, toujours avec la philosophie initiale, un programme de nouvelles ouvertures et d'agrandissement des espaces existants.

Au milieu des années quatre-vingt-dix, le groupe a acquis les magasins de musique Ricordi, et, dans les années 2000, a entamé l'intégration des deux commerces – la musique et les livres – avec l'ouverture de *mégastores* à Milan, Rome, Naples et Bari, auxquels deux autres, au moins, doivent venir se rajouter dans les cinq prochaines années. Sur la même formule, mais de plus petite taille, des sortes de mini-*mégastores* se sont ouverts dans des villes de province du Nord. En complément de ce virage expansionniste, sous l'influence d'un nouveau *management* ne venant pas de la librairie, le groupe Feltrinelli a repris, en 2002, les librairies Rizzoli, présentes dans plusieurs centres historiques urbains et dans une vingtaine de centres commerciaux du Centre et du Nord.

Aujourd'hui, la chaîne possède 87 magasins et sa part de marché dépasse les 20%. Elle est destinée à s'accroître, puisque dans les cinq prochaines années est prévue l'implantation de *mégastores* dans les principales gares ferroviaires italiennes et dans des centres commerciaux.

Mondadori, le plus important groupe éditorial italien – depuis le début des années quatre-vingt-dix dans les mains fermes de la famille Berlusconi – est présent dans le commerce de la librairie depuis la fin des années soixante-dix, selon des formules changeantes, et, durant les dix dernières années, s'est développé sur deux modes radicalement différents. D'un côté, de grandes surfaces de ventes ont été implantées dans les centres historiques des grandes villes habituelles, les plus récentes se caractérisant par la formule de *multicenter* (l'électronique et la musique s'ajoutant aux livres), de l'autre, on a assisté à la promotion et à la construction d'un vaste réseau de librairies en *franchising* sur tout le territoire (plus présentes dans le Sud), surtout en province, de moyenne dimension, avec un assortiment et une gestion des stocks extrêmement centralisés. Les gérants des magasins n'ont, en général, aucune expérience professionnelle du secteur. En 2003 et 2004, par ailleurs, s'est intensifiée l'intégration à la chaîne, de librairies «historiques» de province, ayant perdu leur indépendance à cause de difficultés financières ou ayant été attirées par les garanties et les simplifications administratives offertes

par l'organisation de la chaîne. Aujourd'hui, Mondadori compte 12 points de vente – librairies ou *multicenters* – et Mondadori Franchising regroupe 145 magasins sous son enseigne.

Giunti al punto: 85 points de vente de petites dimensions. La marque du groupe éditorial florentin – dont les points forts sont la production scolaire destinée à l'école obligatoire, l'édition pour la jeunesse et la coédition de livres illustrés – s'est substituée en 2003 à celle de Demetra. Celle-ci était une expérience originale de libraire-éditeur née dans le nord-est à la fin des années quatre-vingt, dont la caractéristique était l'installation de points de vente dans les centres commerciaux naissants, et la proposition d'assortiments de manuels, de livres pour adolescents et de livres de poche le plus souvent édités par elle-même.

La **Fnac** a débarqué en Italie en 2000, et, en quatre ans, a ouvert 5 points de vente: Milan, Gênes, Turin, Vérone et Naples; il n'y a pas d'autres ouvertures prévues à court terme. La formule est bien connue du public français. Jusqu'à aujourd'hui, les rayons librairie de la chaîne ne semblent pas avoir modifié de manière significative le marché des villes où l'enseigne s'est installée.

MELbookstore regroupe 5 librairies à Rome, Florence, Ferrare, Bologne et Padoue. La chaîne est née du partenariat de Messagerie Libri, le leader de la distribution du livre en Italie et de Libraccio, une chaîne de librairies spécialisée dans le commerce du livre scolaire d'occasion. Les librairies MEL sont de spacieux espaces de ventes qui, à côté des nouveautés, offrent une sélection de livres en fin de commercialisation provenant des stocks d'éditeurs.

Pour être complet, il faut aussi rappeler les précurseurs des implantations de chaînes que furent, à la fin des années soixante, les librairies des ordres religieux catholiques. Les Salésiens (avec les librairies **Elledici**), les Pauliniens et les sœurs de Saint-Paul (les librairies **San Paolo** et **Paoline**) sont présents sur tout le territoire, avec environ 90 librairies.

Les orientations des chaînes, au-delà de leur spécificité, s'alignent sur les standards internationaux: espaces vastes et agréables, luminosité, signalétique claire et immédiate des livres présentés (grâce à l'ordre alphabétique par auteurs dans la plupart des secteurs), consultation et assistance des vendeurs réduites au minimum, recours incessant à des offres de promotions, temporaires et réservées aux clients

fidèles, calendrier serré d'événements, plus ou moins attrayants suivant la notoriété des personnes conviées, destinés à répandre l'idée que le point de vente est un lieu de référence absolu de la rencontre culturelle¹.

Du côté des rapports avec les éditeurs, les chaînes – pour le moment surtout Feltrinelli et la Fnac – tendent à imposer des règles qui bouleversent les usages: à l'organisation périphérique des achats et de la gestion de l'assortiment, aux liens de confiance entre la direction des librairies et les représentants des maisons d'édition, on préfère la centralisation des accords, des négociations et des commandes de nouveautés. De là le danger certain d'un important nivellement de la qualité et de la variété de l'offre, en raison de la recherche obsessionnelle de « marges » lucratives, au risque de décourager une demande qui s'obstine encore à se ramifier et se révèle rétive aux injonctions du *marketing global*.

Rappelons par ailleurs qu'un accord de septembre 2001 entre les éditeurs (AEI), les libraires (ALI), les bibliothèques (ABI), la grande distribution et les associations de consommateurs, a permis une remise de 15% à l'acheteur sur le prix de vente conseillé par l'éditeur. Cet accord valable pour un an a été prorogé à deux reprises, avant de devenir définitif en décembre 2004. Il favorise bien entendu les chaînes, la grande distribution, et les ventes par internet pour lesquelles il n'y a pas de limitation fixée de remise².

L'insistance sur la catégorie « chaînes » ne doit pas déformer la réalité. Ce qui, à mi-chemin de la décennie en cours, l'emporte nettement dans la librairie italienne c'est l'entreprise familiale, ou celle née d'une initiative d'entrepreneurs indépendants. C'est un territoire commercial où, à partir du milieu des années quatre-vingt, ont conflué les ressources financières des dynasties de libraires, accumulées dans les années de reconstruction et du *boom* des années soixante. Ces ressources étaient alors gérées par les enfants et les neveux des fondateurs, ayant souvent une formation universitaire accompagnée d'une conscience de l'urgence de la modernisation de la gestion. Par ailleurs, des protagonistes du renouveau des années soixante-dix aux années quatre-vingt-dix qui venaient, pour ainsi dire, « d'en bas », c'est-à-dire du monde de la solde, ont dans certains cas conçu et réalisé des projets ambitieux et intelligents. Historiquement, les libraires qui renoncèrent au marché du livre scolaire furent très peu nombreux; au contraire, les nouveaux libraires s'engagèrent de moins en moins dans ce secteur, devenu peu rémunérateur, et concentrèrent leurs investissements soit dans des rayons spécialisés soit dans la littérature générale de qualité. C'est un monde diversifié, où cohabitent des niveaux de professionnalisme très élevés et passionnés, et le dilettantisme le plus archaïque, à l'évidence incapable de constituer le moindre motif d'attraction pour n'importe quel lecteur exigeant.

Puisqu'on n'arrête pas de décrire les librairies comme les temples d'un rite exclusif risquant d'effrayer ceux qui ne pratiquent pas la *religion* du savoir, on a aujourd'hui tendance à ouvrir et à élargir la contenance des lieux de culte, pour qu'ils ne ressemblent plus à des temples. D'où l'extension d'un modèle *unique*, dans lequel les points de repère sont, je le répète: des mètres carrés, de la lumière, un accueil bienveillant, des avantages perceptibles en termes de fidélité intéressée, la

simplification de l'approche autonome du public du livre, le rapprochement des livres et de la technique commerciale du *temps libre* plus forts et moins absorbant (électronique, informatique, musique).

Il ne s'agit pas ici d'être méprisant pour un style d'offre qui a de grandes ressources financières et une capacité objective d'attraction pour les citadins-consommateurs peu enclins à considérer comme fondamental le plaisir de posséder et de lire des livres.

Il s'agit plutôt de s'interroger sur les résultats à long terme de la propagation dogmatique d'un modèle qui semble plus souvent donner l'impression au visiteur de nombreuses librairies de se trouver en présence d'une «copie» identique à celle déjà visitée sur une autre place de la même ville ou d'une autre.

Le trait distinctif d'une librairie doit continuer à être son *style*; sa personnalité réside dans la spécificité de son assortiment et la compétence professionnelle de son personnel, et non pas dans le fait que des gaines de parapluie soient mis à la disposition de la clientèle par temps de pluie.

Sortir de la polarisation entre vieux – c'est-à-dire poussiéreux, repoussant, chaotique – et nouveau – c'est-à-dire clair, attrayant, explicite –, reconnaître la nécessité persistante qu'autour et entre les livres s'activent des professionnels dont la première qualité soit la connaissance des catalogues des éditeurs, l'habitude de la lecture, et la capacité de percevoir les tendances et les changements de goûts comme de reposer les classiques de la littérature, de l'histoire et des sciences, sont les conditions *sine qua non* pour que ne se produise pas une réduction drastique de l'offre éditoriale et du nombre d'acteurs présents dans la structure du marché de la librairie. À moins que ne se produisent des contaminations capables d'atténuer le monolithisme du modèle unique.

Aucune librairie, à moins qu'elle ne soit spécialisée, ne pourra être gérée sans se soumettre au «tribunal» des indices de rotation. Avec la généralisation de l'informatique, les libraires italiens ont depuis des années les instruments adéquats pour mesurer la vitalité ou l'obsolescence de leur propre patrimoine de marchandises.

Mais l'expérience qu'éditeurs et lecteurs font de plus en plus est la difficulté d'accorder leurs exigences respec-

*Notes sur
la situation
de la librairie
en Italie*
renzo ginepro

1. Dans une récente interview donnée au *Corriere della Sera* (le 3 janvier 2005), Carlo Feltrinelli a déclaré qu'en 2004 sa chaîne avait organisé plus de 1 500 manifestations gratuites autour du livre, du disque ou de la vidéo domestique.

2. La confirmation de ces 15% de *discount* met l'Italie dans une situation de disparité avec les autres pays européens, où les limites de remise sont plus restrictives. Il reste à régler le sujet des promotions temporaires, qui intéressent particulièrement la grande distribution, laquelle cherche à obtenir des marges supérieures à la norme. L'abolition totale du prix conseillé et l'introduction du prix libre comme au Royaume Uni n'ont, en revanche, jamais été envisagées en Italie.

tives aux dimensions physiques et spatiales de la librairie. Je fais allusion au fait que la repérabilité des titres du catalogue n'appartenant pas, de prime abord, à la catégorie « rotations rapides » est souvent problématique, fatigante et vouée à l'échec malgré l'importante disponibilité de stocks chez l'éditeur. La librairie assigne désormais à la structure de distribution capable de réagir rapidement aux commandes des clients la tâche d'avoir des magasins bien réassortis.

Il semble que se profile une contradiction irrémédiable avec pour résultat un genre de librairie dont la vertu maximale sera la virtualité absolue de son propre assortiment: en ligne sont disponibles des centaines de milliers de titres, et les catalogues de tous les éditeurs peuvent s'y consulter tranquillement. Si en librairie ne se trouvent pas les volumes dont j'ai besoin, l'acte efficace de l'acquisition peut s'accomplir de chez moi, à chaque heure du jour ou de la nuit. Le monde de la librairie traditionnelle, qui tend à pointer le doigt vers le désordre quantitatif de la production de nouveautés éditoriales, est en réalité attiré de manière perverse par l'hypertrophie du « nouveau », dans l'attente spasmodique de titres capables de produire des volumes de ventes importants dans les délais les plus brefs. Le catalogue, dans sa complexité, représente un monde de valeurs admirables, mais désuètes, dont la vie est reléguée dans les entrepôts de l'éditeur.

C'est dans ce cadre de la librairie renonçant à sa propre vocation au profit du style de l'ennemi *par excellence*, la grande distribution, que s'ouvre le scénario des cinq prochaines années. Je fais référence à cette unité de temps parce que je crois que les cinq années à venir seront décisives pour le destin de l'organisation démocratique du marché du livre en Italie. Une prévalence destructrice des processus de concentration, non tempérée par la vie en commun avec des modèles certes modernes, mais en même temps plus ouverts aux logiques du service traditionnel, serait délétère et pourrait se révéler mortelle pour la survie de l'édition de recherche et de proposition.

Traduit de l'italien par Jacques Bonnet

La librairie hongroise depuis le changement de régime

**Les
changements
intervenues dans**

**la société hongroise depuis 1989 ont été
particulièrement sensibles dans le domaine
culturel où
se posent les questions déterminantes de la
langue**

ZOLTAN LENGYEL
Journaliste

Dans le secteur du livre et de l'édition, la transition fut particulièrement brutale, car prendre en compte les contraintes économiques ne fut pas simple. On peut parler d'un véritable bouleversement, dû à l'émergence de nouveaux acteurs – éditeurs locaux privés et étrangers, agents littéraires, mais aussi nouvelles institutions publiques –, qui a eu une influence sur le statut et la perception même du livre et sur la production littéraire; sans oublier les impératifs du marché qui sont venus modifier les rapports entre livres et lecteurs. Avant de nous pencher sur la situation de la librairie et du lectorat, jetons un coup d'œil sur l'évolution de l'édition et du rôle de l'État.

Mutation de l'édition

Les années qui ont suivi le changement de régime ont vu un brusque désengagement de l'État hongrois du secteur de l'édition. Au regard de l'évolution d'autres secteurs culturels, on peut estimer qu'une transition plus douce aurait peut-être été préférable. Mais, dans un domaine jusque-là basé sur la censure,

l'autocensure et le compromis entre les écrivains et le pouvoir, le maintien, même marginal, du rôle de l'État semblait difficile à défendre. Qui plus est, tout à leur désir de liberté et peu au fait des lois de l'économie de marché, les professionnels ont sans doute mal mesuré l'ampleur des contraintes qu'ils allaient devoir affronter. Cette conjonction a abouti, en un an à peine, à la disparition des anciennes structures. En effet, incapables de s'adapter aux nouveaux impératifs économiques, de nombreux éditeurs d'État ont alors mis la clé sous la porte. Ils n'avaient pour la plupart aucun bien propre et dépendaient entièrement des subventions publiques. Leur fonctionnement était en outre totalement inadapté au marché; ainsi, on a estimé que chez de tels éditeurs, la production d'un livre nécessitait un effectif dix fois supérieur à celui d'une maison privée. Pendant la même période, on a assisté à la multiplication de nouvelles maisons cherchant, pour l'essentiel, à tirer un profit immédiat de thèmes censurés sous le régime précédent.

Le vide laissé par l'affaiblissement de l'édition hongroise a encouragé des groupes étrangers, tels que les allemands Bertelsmann et Springer, à investir le marché local. Mais, en dépit de moyens considérables, ils ne sont pas parvenus à supplanter leurs concurrents hongrois. Plusieurs raisons expliquent cet échec relatif: le pouvoir d'achat très limité du lecteur hongrois, ses exigences en décalage avec les standards ouest-européens et des choix éditoriaux inadaptés. Ainsi, la production d'ouvrages consacrés aux loisirs s'est heurtée au désintérêt des lecteurs; par ailleurs, la bande dessinée, par exemple, ne fait pas partie des habitudes de lecture du Hongrois moyen. Cet exemple démontre que, dans le domaine de l'édition, l'application de «recettes marketing» ne suffit pas à s'adapter à des pratiques différentes de celles de l'Europe occidentale. Du côté hongrois, deux anciens éditeurs d'État spécialisés l'un dans la littérature étrangère (*Europa*), l'autre dans la littérature hongroise (*Magvet*) ont, semble-t-il, réussi leur privatisation. Ayant conservé son équipe et sa direction grâce au Programme des employés copropriétaires (*Munkavállalói Résztulajdonosi Program*), le premier a bénéficié de l'intérêt du lectorat hongrois pour les littératures étrangères. Quant au second, racheté par *Lira és Lant*, un groupe aux intérêts multiples (chaîne de librairies, distributeur, presse, imprimerie), il a enregistré des succès grâce à des auteurs comme Imre Kertész, prix Nobel de littérature 2002 (350 000 exemplaires vendus de *Être sans destin*). Parallèlement, plusieurs nouveaux éditeurs hongrois de moindre importance sont parvenus à émerger de la masse des 2 000 maisons créées après la transition (Osiris, Atlantisz, Jelenkor, Maecenas)¹.

Le rôle de l'État

À partir de 1995, considérant que les éditeurs hongrois étaient en mesure de voler de leurs propres ailes, la fondation privée de Georges Soros qui, depuis 1984, jouait le rôle d'un second ministère de la Culture, a suspendu son aide et s'est cantonnée à un système de dons de livres aux bibliothèques, lui-même interrompu

en 1998. La philosophie de la fondation n'était pas de maintenir la culture «sous perfusion», mais de contribuer à l'émergence d'acteurs locaux autonomes. Or l'édition connaît une croissance de 10% à 20% par an, même si certaines maisons d'édition n'ont pas survécu à ce désengagement, qui a affecté l'ensemble du secteur culturel. Parallèlement, on a assisté à l'augmentation de la part consacrée à l'édition dans les dépenses culturelles de l'État². Toutefois, deux autres organismes publics interviennent aussi dans le secteur du livre: le fonds consacré à l'édition de manuels et d'ouvrages universitaires, créé en 1995, est doté d'un budget annuel supérieur à un milliard de forints (soit environ 4 millions d'euros). Quant à la fondation du livre hongrois, mise en place en 1992, elle dispose d'une enveloppe limitée à un peu plus de 100 millions de forints (400 000 euros), notamment consacrés à promouvoir la diffusion de la littérature hongroise à l'étranger, dont les éditeurs et les distributeurs nationaux se préoccupent. De nombreux écrivains se tournent ainsi vers des agents littéraires étrangers, le plus souvent allemands, pour défendre leurs intérêts à l'étranger et même en Hongrie. La fondation du livre hongrois apporte aussi son soutien aux auteurs et éditeurs de langue hongroise vivant dans les États voisins. Certains jouent aujourd'hui un rôle de premier plan dans le paysage littéraire hongrois contemporain. La modestie des moyens engagés interdit cependant de voir dans l'action de la fondation un élément décisif de la politique en faveur des minorités hongroises d'Europe centre orientale. Considérés comme des commerçants, les libraires ne bénéficient d'aucune aide.

Tout cela est révélateur d'une situation paradoxale, où l'intervention de l'État est vivement souhaitée par des acteurs privés qui n'ont eu de cesse de s'affranchir de sa tutelle. Toutefois, pour ce qui est de l'édition, les doléances portent moins aujourd'hui sur les subventions directes que sur des aides indirectes: baisse de la TVA (5% depuis 2003) et augmentation du volume des achats effectués par les bibliothèques publiques.

Privatisation et création d'un réseau de librairies

Le réseau des librairies d'État fut, lui aussi, mis à mal par ces changements accélérés. Cette évolution s'est même

*La librairie
hongroise depuis
le changement
de régime*
zolan lengyel

1. En 2002, le chiffre d'affaires du secteur s'est élevé à 53,604 milliards de forints (214,4 millions d'euros), dont 92% ont été produits par 140 maisons d'édition, et 54,7% par seulement 13 éditeurs. Le nombre de titres édités a été de 10 207 et la production de 46,6 millions d'exemplaires, soit un tirage moyen de 4 600 exemplaires par titre. En comparaison, 7 629 titres avaient été publiés à 46,6 millions d'exemplaires en 1992, soit 10 600 exemplaires par titre.

2. Tombée à 0,9% en 1995, elle atteignait 1,4% en 1999. En 2000, le fonds national chargé de la distribution des subventions culturelles n'a consacré que 270 millions de forints (environ 1 million d'euros) à l'édition.

inscrite dans le paysage urbain. L'exemple le plus éloquent reste celui de la librairie Studium située à proximité de la faculté des lettres en centre-ville de Budapest qui était un des principaux pivots de la vie littéraire de la ville. Aujourd'hui elle appartient à la chaîne Libri et se consacre presque exclusivement au tourisme. Dans la capitale, d'un côté les librairies ont tendance à fermer, de l'autre les points de vente à la sauvette se multiplient.

Malgré les changements, quarante ans de communisme ont créé de mauvaises habitudes dans le domaine du commerce du livre. Un éditeur ne doit pas se contenter de produire des livres, il doit les faire parvenir à leur public, les mettre en place et les promouvoir à tous les stades de leur commercialisation. Quant au détaillant libraire, pour exercer le rôle culturel qu'il revendique à juste titre, il doit être un bon commerçant, un promoteur et non un répartiteur. Dans le régime précédent, les éditeurs, une fois autorisés à publier un titre, étaient assurés d'écouler leur production auprès des chaînes de librairies d'État. Ensuite, celles-ci, répartissaient tant bien que mal les livres ainsi achetés, ce qui fait qu'après 1989, on a retrouvé d'importants stocks d'invendus. De leur côté, les libraires se trouvaient dans la plupart des cas dans une situation d'insuffisance de l'offre qui les poussait à ne pas se poser trop de questions sur la composition de leur assortiment ou la promotion de leurs ventes. Le système s'est effondré, et on a vu apparaître, en grand nombre, des chaînes de librairies indépendantes qui ont remplacé l'*Állami Könyvterjesztő Vállalat* (Compagnie de distribution d'État) et *Mövelt Nép* (Peuple cultivé). Sur les ruines de ces deux sociétés de distribution d'État a été créée en 1991 la chaîne de Libri, le réseau de librairies le plus important de Hongrie, avec un chiffre d'affaires annuel de 6 milliards de forints (soit environ 24 millions d'euros), et en 1994 *Lira és Lant* (Lyre et Luth), qui dispose de 54 librairies en Hongrie, dont 12 à Budapest. Ces deux chaînes représentent 30% du marché qui, pour le reste, se répartit en petites sociétés de librairies indépendantes, parfois réunies en chaînes, surtout en province. En 1997, il y avait environ 500 librairies en Hongrie, le même nombre qu'en 1985, et il y en a aujourd'hui environ 700. Selon les dirigeants de ces sociétés, le secteur du livre en Hongrie a prouvé que «la culture et le marché ne sont pas ennemis». Néanmoins, la majorité des librairies se situent dans les plazas, ces énormes centres commerciaux de centre-ville, construites sur le modèle américain. D'où le changement de structure de la demande des consommateurs vers un goût plus «populaire» qui oppose actuellement les petites librairies aux grandes chaînes, notamment dans la diversité du choix de titres vendus, plus large chez les petits libraires qui travaillent avec différents distributeurs. Il faut ajouter que l'édition hongroise a échappé au débat entre la droite, et ses choix culturels centrés sur la spécificité de la culture nationale, et la gauche, plus soucieuse d'inscrire celle-ci dans un contexte multiculturel. Si la politique du livre n'a pas alimenté cette polémique, c'est sans doute en raison du statut si particulier dont jouissent la littérature et la langue en Hongrie. Le sentiment d'isolement linguistique est ancré dans les mentalités et renforce le consensus sur la nécessité de défendre la langue nationale, tant en Hongrie que dans les pays voisins.

Dépourvues d'expérience, généralement motivées par le désir de gagner de l'argent rapidement, plusieurs chaînes de librairies reçoivent les ouvrages des éditeurs en dépôt sans en connaître vraiment le contenu ou les caractéristiques. Elles les répartissent ensuite chez tous les détaillants qu'elles peuvent approvisionner. Le principal problème est qu'après cette mise en place initiale, effectuée dans des conditions peu rationnelles et probablement inférieures au potentiel du marché, les libraires ne ressentent que rarement la nécessité de réassortir. Une nouveauté chasse l'autre, et le fonds est oublié. Le stock résiduel dort chez le grossiste qui s'en préoccupe peu puisqu'il ne le paye que s'il le vend. L'éditeur, lui, satisfait de s'être débarrassé du stock livré par l'imprimeur, ne se préoccupe qu'épisodiquement de ce qui se passe chez le distributeur. De plus, du fait de l'explosion initiale des créations d'entreprises, il y a eu des faillites, des restructurations diverses qui n'ont pas manqué de se répercuter sur les finances des éditeurs. Cette situation, déjà dénoncée dans un rapport du début des années quatre-vingt-dix, perdure aujourd'hui, mais une prise de conscience est en train de se produire.

Du côté des éditeurs les plus importants, et bien entendu des filiales des sociétés étrangères, on a vite compris qu'il fallait développer des forces de vente propres ou du moins passer avec certaines chaînes de librairies des accords de coopération commerciale qui, moyennant une relative exclusivité ou plus simplement des conditions de vente plus généreuses, obligent ces chaînes de librairies à jouer un rôle actif dans la promotion des livres édités. La moyenne des remises est actuellement de 50%. La transition est délicate puisqu'elle mène nécessairement les éditeurs, soit à choisir des interlocuteurs privilégiés parmi les nombreuses chaînes de librairies, soit à les court-circuiter en créant des forces de vente qui prospectent directement les détaillants. Du côté des détaillants, on commence à sentir une évolution. Dans ces magasins, modernes et bien approvisionnés, l'assortiment n'est pas aussi diversifié qu'il devrait l'être, y sont privilégiés les livres de vente facile ou ceux provenant du groupe d'édition ou de distribution qui les ont financés. De plus, se sont créées des chaînes de livres soldés, qui, en raison même des déficiences du réseau traditionnel, trouvent facilement à s'approvisionner. Poussés par la nécessité, certains éditeurs soldent rapidement leurs invendus, et les

*La librairie
hongroise depuis
le changement
de régime*
zolan lengyel

magasins de solde sont à même d'offrir une production récente à des prix très bas. Dans un pays où le pouvoir d'achat est aussi faible que l'attraction pour les livres est forte, les dégâts causés dans l'esprit des consommateurs peuvent être considérables : pourquoi acheter – cher – les nouveautés dans les librairies traditionnelles, alors qu'on les retrouvera, parfois simultanément, dans les solderies ? On peut penser toutefois qu'un jour prochain la tentation de déclencher une guerre des prix s'emparera de certains détaillants. Il faudrait en fait instaurer un système de prix fixe qui certes ne réglerait pas tous les problèmes, mais permettrait au moins l'émergence progressive d'un réseau de détaillants qualifiés.

Lecteurs et écrivains en Hongrie

Une des clés de cette situation relativement dynamique semble bien être la spécificité du lectorat hongrois, que l'on peut estimer, en incluant les minorités des pays voisins et la diaspora, à environ 15 millions de locuteurs. Si l'on s'en tient au discours ambiant, le contexte paraît pourtant complexe : augmentation du prix du livre (multiplié par dix en dix ans), marché restreint, arrivée de nouveaux produits de consommation culturelle et modification des habitudes de lecture (en 2002, 27% des Hongrois de plus de 18 ans ont déclaré ne jamais lire). Il y a deux ans, les ménages hongrois ont consacré en moyenne 4,2% de leur budget à l'achat de livres (manuels scolaires exclus). Les chiffres globaux masquent en fait des pratiques de lecture et de rapports à la littérature fort différents d'un pays à l'autre. Les ventes remarquables, plus de 100 000 exemplaires, enregistrées pour des œuvres exigeantes, tels que les romans de Péter Esterházy (par exemple *Harmonia Caelestis*, publié chez Magvet), tempèrent le caractère quelque peu réducteur du discours sur le déclin de la lecture. En Hongrie, de tels tirages correspondent à de véritables best-sellers. Ceci illustre bien la persistance de l'aura de l'écrivain. Certes, le changement de système politique a retiré certains privilèges aux auteurs qui avaient fait preuve d'un enthousiasme excessif pour l'ancien régime³. Les auteurs continuent à intervenir dans le débat public, tantôt avec le crédit d'une autorité morale (déclarations d'Imre Kertész sur la Shoah, jusqu'alors absente de la conscience historique hongroise), tantôt pour fustiger les travers du pouvoir. L'auteur prend aussi parfois à son compte le travail de mémoire sur les zones d'ombre de l'histoire récente. C'est, entre autres, le cas de Péter Esterházy dont la suite d'*Harmonia Caelestis* repose entièrement sur les rapports rédigés par son propre père à l'intention de la police politique du régime socialiste. Force est de constater que la disparition de la censure n'a pas disqualifié pour autant certains procédés de transposition consistant à exprimer des prises de positions politiques sous une forme romanesque ou théâtrale, plutôt que par des essais ou des pamphlets.

46% de la population déclare ne jamais acheter de livres en raison de leur prix trop élevé et les éditeurs ne cessent de tirer la sonnette d'alarme. L'étroitesse du marché (le tirage moyen d'un livre est actuellement de 4 000 exemplaires) et le caractère incompressible des coûts de fabrication rendent les prix à l'unité

très élevés. Certains mécanismes de compensation se sont mis en place. Le réseau de librairies d'occasion qui assure au livre une seconde sinon une troisième vie est très dynamique. Quant aux bibliothèques publiques, elles ont bien du mal à relever le double défi que représentent la libéralisation du marché du livre et le bouleversement des techniques de stockage, de diffusion de l'information, sans oublier l'augmentation du prix du livre qui limite les acquisitions. Les frais d'acquisition ont suivi l'augmentation des prix. Limité à quelques exemplaires, le dépôt légal ne garantit plus le renouvellement des fonds. La mise en réseau et les prêts inter-bibliothèques se montrent incapables de compenser le tarissement de cette source. La multiplication des supports (CD, CD-ROM) constitue un nouveau poste de dépenses insuffisamment pris en compte dans la préparation des budgets. Mal engagée, faute de moyens, depuis la fin des années 1980, l'informatisation doit faire face à des coûts supplémentaires afin de rendre compatibles les divers systèmes en place. En 2000, le gouvernement de droite a toutefois débloqué des crédits exceptionnels (612 millions de forints, soit environ 3 millions d'euros) essentiellement au profit des bibliothèques communales et scolaires.

Mais le problème le plus aigu reste celui du personnel. Non seulement les effectifs ont été fortement réduits, mais la rémunération des bibliothécaires est d'un niveau particulièrement faible, et les horaires contraignants les empêchent de compenser ce manque à gagner par une activité annexe. L'augmentation du salaire minimum, fixé à 60 000 forints (240 euros) en 2004, s'est ainsi traduite par une vague de démissions de bibliothécaires gagnant beaucoup moins.

L'avenir de l'accès au livre pour le plus grand nombre apparaît donc très compromis, et les inégalités risquent encore de se creuser. Ces difficultés font bien sûr écho à celle du secteur de l'éducation, la faiblesse des rémunérations ayant abouti, pour certaines disciplines, à un nombre de postes vacants supérieur à l'effectif des candidats. Sans soutien extérieur, le gouvernement socialiste en place depuis 2002 aura bien du mal à inverser rapidement la tendance.

*La librairie
hongroise depuis
le changement
de régime*
zolan lengyel

3. Mais les avantages accordés en 1998 par le gouvernement socialiste à l'ensemble des titulaires du prix Kossuth, la distinction littéraire hongroise la plus importante, n'a pas suscité de protestations à caractère politique, et bien que la mesure ait aussi bénéficié à plusieurs thuriféraires du régime communiste. Par ailleurs, cette pension a été attribuée à tous les prix Kossuth comme une forme de compensation, en échange de la mise à disposition gratuite de certaines de leurs œuvres sur Internet.

Vendre des livres en République fédérale d'Allemagne

Dr KLAUS-W. BRAMANN

Chargé de cours en gestion
et économie du livre dans les écoles
spécialisées du commerce
du livre allemand.

**Le marché du livre
allemand a réalisé
en 2003, un chiffre
d'affaires d'environ
9 milliards d'euros au prix de vente
public. Ce montant se répartit sur
environ 5 000 librairies de détail,
quelques librairies de grande
surface,
le club Bertelsmann, des centaines
de fournisseurs par correspondance
et sur des milliers d'éditeurs**

D'un point de vue économique, le secteur d'activité « marché du livre » est plutôt un nain, mais du point de vue culturel, c'est un géant : car cette branche économique couvre les besoins professionnels et privés d'une importante partie de la population. Quelques chiffres le montrent : l'achat de livres et de brochures représente environ 3,2% du budget que les ménages allemands consacrent aux produits de loisirs. Ce qui place le livre derrière les vacances, sport/camping, automobile, radio/télévision, mais loin devant les jouets, théâtre/cinéma et film/photo. Dans l'échelle de préférence des occupations de loisir, « lire des livres » se range au huitième rang.

Mais la vie du marché du livre ne dépend pas du seul intérêt pour la lecture – c'est la raison d'être d'autres entreprises culturelles telles que les bibliothèques – mais prioritairement du commerce. Les statistiques offrent là aussi des chiffres éclairants. Ainsi, en Allemagne, environ 10% de la population achètent plus de 10 livres par an, ce sont les « grands-acheteurs » ; environ 30% acquièrent entre 3 et 9 livres et près de 50% n'achètent jamais de livres. Considérant la répartition du point de vue des sexes, on constate une évidente domi-

nante féminine: chez les acheteurs de livres, il y a de manière constante 10 % de femmes de plus que d'hommes.

Il convient peut-être de noter que la notion de libraire correspond toujours à notre usage linguistique, mais que la réalité de l'activité du libraire devrait plutôt se traduire par celle de marchand de média. Se consacrer exclusivement à la diffusion de mots imprimés dans des livres et des magazines fait déjà partie du passé. Au fur et à mesure que se développent la technique et la mise à disposition de l'utilisateur des équipements adéquats, l'offre des produits imprimés s'élargit par la force des choses à d'autres médias tels que livres enregistrés, CD, DVD, logiciels, etc.

L'édition allemande : 80 000 titres par an

Dans le répertoire de livres disponibles (*Verzeichnis lieferbarer Bücher*), plus de 16 000 entreprises et institutions annoncent leurs produits d'édition. Ce qui saute tout de suite aux yeux, c'est d'abord le nombre de petits éditeurs. Plus de 10 000 éditeurs annoncent moins de dix titres, tandis que seuls environ 200 proposent plus de 500 titres disponibles. La part de marché des cent éditeurs les plus importants se monte à plus de 82%. Ici apparaît une polarisation comparable à celle de la librairie de détail. Le chiffre d'affaires réalisé par la masse des petits éditeurs est bien inférieur à celui du petit nombre réalisant un chiffre de plusieurs centaines de millions d'euros. Cette disproportion explique pourquoi, ces derniers temps, les conjonctures de la branche en général, et des entreprises spécifiques en particulier, ont été très différenciées, aussi bien chez les éditeurs que chez les libraires. Mais restons-en encore un peu chez les éditeurs.

Selon une analyse de la revue professionnelle *Buchreport.magazin* (*Les cent plus grands éditeurs*, avril 2004), le secteur édition se répartit progressivement en géants et en nains: les dix premières maisons d'édition réalisent en moyenne un chiffre de 250 millions d'euros, alors que celles placées de la 91^e à 100^e ne font en moyenne que 8,8 millions d'euros, sans parler des 16 000 autres entreprises. Depuis des années, la fièvre des

*Vendre des livres
en République
fédérale
d'Allemagne*
klaus-w. bramann

fusions et l'internationalisation commandent les affaires. Sont venues s'y adjoindre, depuis peu, les sociétés d'investissement. Ce qui a pour conséquence un grand nombre de sous-marques (*imprints*) et de filiales, qui conservent en grande partie leur autonomie en politique d'édition. L'effet de synergie s'exprime essentiellement dans la diffusion/distribution.

Les grands éditeurs de littérature générale sont aujourd'hui : Random House, Bonnier Media Deutschland, une filiale du groupe d'édition suédois Bonnier, et le groupe Holtzbrinck. Dans le domaine de l'édition scolaire, trois maisons dominent le marché : Klett, Westermann et Cornelsen. L'interdépendance internationale est plus développée chez les éditeurs scientifiques et les éditeurs spécialisés. Parmi les 70 éditeurs du groupe Springer Science+Business Media, 44 seulement sont installés en Allemagne, et Vogel Medien, le numéro deux du secteur, coordonne 40 éditeurs dans 20 pays.

Que s'est-il passé en dehors de ces progressions spectaculaires et de ces fusions, et quels autres développements s'annoncent-ils ? Les problèmes classiques de l'édition perdurent : on recherche de nouveaux auteurs et de nouveaux thèmes ; en ce qui concerne les responsables éditoriaux, on essaie de passer par les collaborateurs externes ou temporaires pour colmater les brèches du savoir-faire ; afin de réduire les coûts de fabrication, on demande aux auteurs d'améliorer leurs connaissances en typographie ; des imprimeurs dans le monde entier produisent des livres pour les éditeurs allemands. L'*outsourcing* (l'externalisation) semble être le mot d'ordre du moment afin de ne pas surcharger le salariat interne, car les frais de personnel sont élevés. C'est ainsi que, à chaque fois que cela est possible, on utilise des *outside resources*. Globalement, cela semble fonctionner convenablement, car le nombre de titres continue d'augmenter.

En 2003, 80 971 titres ont été publiés, dont 76 % de premières impressions et 24 de nouvelles éditions. Dans le contexte international, l'Allemagne se place ainsi derrière la Chine et la Grande Bretagne¹.

Au vu de la quantité et de la variété des programmes de parutions, il y a quelques raisons d'être optimiste pour les années à venir. En outre, depuis le 1^{er} octobre 2002, l'Allemagne s'est dotée d'une loi sur le prix unique². Mais l'importante production de titres ne donne pas que des satisfactions. Les « surstocks » doivent également être consommés. Cela se pratique généralement par la voie de la librairie de détail et de la librairie par correspondance, à l'aide du *Modernes Antiquariat* (« récents livres anciens »), le seul groupe de marchandises qui, dans les statistiques des ventes en librairie d'assortiment, affiche un taux de croissance continu.

Grandes librairies et stations-services intellectuelles

Mais combien sont-elles, ces entreprises qui occupent le marché des médias, secteur situé entre commerce et culture, plaisir de la lecture et transmission

de l'information? Une statistique du Börsenverein (le syndicat allemand de l'édition et de la librairie) cite 7200 entreprises offrant leur service dans le secteur de la diffusion et de la vente de livres. À côté des 80 entreprises du marché intermédiaire, grossistes et diffuseurs travaillant au service des éditeurs, environ 5000 autres, en partie des détaillants filialisés, forment un étroit «réseau de stations service intellectuelles» – selon une formule de l'ancien chancelier fédéral Helmut Schmidt. La publication annuelle *Estimation des chiffres d'affaires des librairies pratiquant les prix de vente de détail* montre que la librairie de détail, avec une part du chiffre d'affaires de 56,5%, continue de représenter pour les éditeurs le partenaire principal de la diffusion du livre – même si le chiffre croissant des ventes – par les éditeurs ou les libraires en ligne – via internet commence à empiéter sur l'assortiment des détaillants.

Il devient de plus en plus difficile de trouver des réponses simples aux questions concernant la forme d'entreprise et de diffusion du livre dans le commerce de détail. Des librairies de détail pratiquent elles-mêmes la vente par correspondance, par l'envoi de catalogues et via internet, et des maisons de vente par correspondance, telle que *Weltbild plus* – commun aux maisons *Weltbild* et *Hugendubel* – le secteur de la librairie de détail, avec déjà 250 points de vente. Le marché est là où l'on atteint le client. Le plus bel exemple d'exploitation de tous les registres de la diffusion fut la vente de *Harry Potter* tome 5 en 2003³.

La polarisation croissante entre grand et petit agit dans la vente au détail de la même manière que dans le domaine de l'édition. Ici aussi, un nombre de librairies relativement restreint domine le marché. La brochure *Livre et librairie en chiffres* (édition 2004) publie une statistique de chiffres d'affaires selon laquelle 4502 librairies réalisent un volume en dessous d'un million d'euros. Ce qui les place en deçà de la limite que les conseils économiques du secteur considèrent comme économiquement saine. De l'autre côté de l'échelle se rangent les cent plus grandes librairies qui sont présentées chaque année dans le *buchreport.magazin*. Ces dernières ont réalisé en 2003 environ 35% du chiffre d'affaires global des détaillants et grandes surfaces. Les dix librairies

*Vendre des livres
en République
fédérale
d'Allemagne*
klaus-w. bramann

1. Environ 15% des titres relèvent des belles lettres et 9% de la littérature de jeunesse, bandes dessinées comprises. Le reste relève plus ou moins de la littérature pratique et spécialisée, et de la littérature scientifique. 7574 traductions en allemand sont parues, parmi lesquelles les traductions de l'anglais étaient comme toujours majoritaire avec 3732 titres (49,3%), suivie de 586 titres traduits du français.

2. Cette loi, qui a remplacé des accords commerciaux sur le prix fixe, n'a pas changé grand-chose à la situation. Sont soumis au prix unique tous les ouvrages neufs, les portées musicales et les produits cartographiques, mais pas les calendriers muraux et tous les nouveaux médias (électroniques), y compris les livres audibles.

3. Un brillant tour de force logistique réussi, puisque le premier jour de vente, on est parvenu à approvisionner tout le secteur traditionnel de détail, et aussi les grandes surfaces, les maisons de vente par correspondance et les marchés parallèles. Même dans la supérette du coin l'ouvrage s'est vendu «comme des petits pains».

les plus importantes représentent 15% du marché, et Thalia, la plus grande librairie, qui s'est assurée une position dominante par des rachats avisés, conservera encore longtemps sa première place (382,9 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2003), et représente à elle seule 5% du marché allemand. Bien entendu, en isolant ces cas, on peut se demander si une telle augmentation du chiffre d'affaires des librairies les plus importantes ne s'explique pas seulement par leur taille croissante, c'est-à-dire par les transformations de locaux ou l'adjonction de filiales.

Ainsi les librairies de taille moyenne (les *Grossflächenbuchhandlungen*) qui ont plus de 700 m² de surface, et celles de très grande taille, c'est-à-dire de plus de 2 500 m² (les *Buchkaufhäuser*) font désormais partie du paysage, ce qui n'empêche pas de s'interroger sur la rentabilité des mètres carrés occupés. En règle générale, ce sont les leaders locaux qui ont voulu assurer leur prédominance, par des transformations et des agrandissements de leurs points de vente ou par l'ouverture de nouveaux magasins, et qui ont ainsi influencé le changement de structures. Hugendubel (Munich) et Thalia (Hambourg) entretiennent désormais dans leur ville d'origine plusieurs grandes surfaces. Vingt ans après la naissance des librairies-grands magasins, les Éditions Stern (Düsseldorf) – qui faisaient partie des pionniers – ont changé de dimensions, avec une surface de vente de 8 000 m². Il n'est donc pas étonnant que cette librairie dispose du plus grand stock d'ouvrages d'Allemagne: 450 000 titres, ce qui dépasse le stock des grossistes.

Mais la surface de vente ne suffit pas, et la supposition facile selon laquelle les grands mangent les petits est aussi peu valable dans le commerce du livre que dans le domaine de l'édition. Il existe d'autres facteurs. Les entreprises qui réussissent respectent en règle générale une gestion stricte. Elles prennent en compte des dénominateurs économiques tels que la productivité du personnel et de la surface, mettent en relation directe les achats et les mouvements de stocks et essaient de réduire au maximum les tâches de gestion et de logistique. Mais les entreprises ayant une vision claire de leur clientèle ont également réussi. Elles ont prêté attention aux changements de comportement des acheteurs et ont adapté leur assortiment et leur surface de vente aux attentes et aux critères de valeur de leur(s) cible(s) commerciales(s). Les entreprises présentant un concept cohérent de marketing, et dont la vente de produits n'était pas l'unique préoccupation, ont aussi obtenu de bons résultats. C'est seulement l'interaction des différents aspects du marketing – tels que l'assortiment, la communication, le service rendu et la qualité du personnel – qui a permis un positionnement stratégique déterminant pour l'entreprise. C'est là que ses collaborateurs jouent un rôle particulier, car ils doivent soutenir de l'intérieur et animer la *corporate identity* de l'entreprise.

Venons-en à la vente de livres via internet qui a légèrement brouillé les statistiques des dernières années. En 2000, si seulement 2% des ventes de livres ont été réalisés en ligne, ce taux est monté à 5% en 2004. Un accroissement

de ces taux est possible dans le futur, mais il devrait être moins élevé que ces dernières années. Les spécialistes de la branche prédisent déjà la fin de ce développement rapide. Car de nombreuses statistiques montrent que le maximum des ventes par correspondance de certains produits est de 10%. Il faudrait donc pour qu'il en soit autrement que le comportement des acheteurs change fondamentalement. Précisons que ce ne sont pas les seules librairies en ligne, telle que Amazon, qui ont bénéficié du boom de ce secteur de la vente par correspondance. Les grossistes les plus importants, KNV et Lingenbrink, grâce à leurs plateformes communes *buchkatalog.de* et *libri.de*, donnent à de nombreuses librairies de détail la possibilité d'avoir une présence peu coûteuse sur internet. Celles-ci ne pratiquent donc pas la transaction directe avec le client, mais elles participent à l'offre commerciale. Dans ce contexte, *buchhandel.de*, qui fournit la version internet des *Livres disponibles*, joue un rôle central: il n'est pas lui-même commerçant. C'est un serveur spécifique qui propose – par sa présence sur le net et par sa fonction de « panier d'achat » – des offres compactes utilisées par de nombreux éditeurs et libraires.

Émergence du client multioptionnel

Le changement de comportement des acheteurs est indiscutable. Car le client classique, qui entretenait un lien très étroit avec son commerçant spécialisé, ne se rencontre généralement plus qu'en des lieux où la concurrence est absente. Aujourd'hui, les experts en marketing nomment le comportement des clients « multioptionnel ». Cela signifie que le client n'est plus une seule et même personne, mais qu'il peut avoir différentes attitudes d'acheteur, selon ses disponibilités d'argent et/ou ses envies d'achat; il est à la fois un consommateur et un acheteur d'articles de luxe, et utilise désormais des lieux d'achat diversifiés. Aujourd'hui, il prend un livre sur une pile de grande surface du type Thalia et Hugendubel, et demain, un livre de poche dans un point de vente d'une gare en allant au travail; le week-end, il achète un livre pour enfants dans une petite librairie qui le lui a recommandé, et en fin de journée,

quand tous les magasins sont fermés, il se procure un livre professionnel via internet. Et là, peu importe s'il l'achète directement auprès de l'éditeur, d'une librairie en ligne ou s'il le commande chez son libraire présent sur le web. Pas étonnant, donc, que le chiffre d'affaires de la librairie classique d'assortiment baisse d'année en année.

La « multioptionnalité » peut toutefois trouver son point culminant dans le renoncement. Le fait d'avoir, dans notre société d'abondance, toujours à notre disposition tout ce que l'on veut, le fait qu'une offre alternative existe pour pratiquement toute marchandise, facilitent cette « éthique du renoncement ». Moins un achat relève de la nécessité, plus son aspect émotionnel est important. Ce qui est nécessaire, ou ce que la clientèle concernée considère comme tel, peut être acquis relativement facilement et en dehors des heures de fermeture des magasins via internet. On y trouvera dans un avenir proche des librairies complètement équipées, présentant les couvertures des livres, les textes de quatrième de couverture et toute information complémentaire. Qui voudra alors continuer à aller voir son ou sa libraire spécialisé(e) ? En bref, tous ceux qui non seulement ont un intérêt pour les produits (utilité du produit), mais aussi ceux qui trouvent du plaisir et du goût dans l'acte de l'achat (utilité complémentaire). « Le shopping a pour une large part acquis le caractère d'une occupation de loisir et a perdu celui de la nécessité de répondre à un besoin », notait très justement un conseil en gestion.

Pour survivre dans ce marché, chaque libraire doit nécessairement penser et agir en fonction du marché et de la clientèle. Parallèlement, il est important pour lui d'affiner le profil de sa librairie dans la conscience des acheteurs, puisqu'il doit savoir pourquoi ces derniers, intéressés par les livres, les achètent chez lui plutôt que via internet ou chez un concurrent. Donc, même pour la librairie de détail, il s'agit de l'offre unique (USP = *Unique Selling Proposition*) et de l'interrogation : « Pourquoi est-il avantageux pour les clients de mon secteur de fréquenter ma librairie ? »

Terminons avec les nombreuses entreprises qui ne comptent pas parmi les premières parce qu'elles ne le souhaitent pas. Bien que le langage de la gestion d'entreprise ne leur soit pas étranger, ils n'en font pas une priorité. Il s'agit des nombreuses maisons indépendantes, à propos desquelles l'éditeur berlinois Klaus Wagenbach disait un jour : « Gérer avec succès une maison qui est continuellement au bord de la faillite demande beaucoup de travail et de tension nerveuse ». Sans créativité et sans disponibilité pour l'innovation, sans la découverte de tendances intéressantes qui ne soient pas adossées au portefeuille d'une plus grande gamme d'éditeurs, il est impossible de penser et de pratiquer la diversité de l'actuelle société multiculturelle. Et c'est exactement ce à quoi contribuent les indépendants : l'enrichissement de notre culture, en publiant de la littérature originale et spécifique, loin des grands courants et du flux culturel aérodynamique des médias de masse. Les indépendants de l'édition ont leur pendant dans la librairie de détail. Bien entendu, les plus grands éditeurs s'y retrouvent plus facilement, du fait de leur pouvoir

de diffusion/distribution qui permet à leurs représentants de s'assurer, grâce au grand nombre de titres et au niveau élevé des conditions de vente, d'importants linéaires de rayons. Mais, heureusement, il existe toujours les librairies qui présentent des titres spécialement sélectionnés, qui saluent les programmes originaux de certains éditeurs et savent recommander et vendre ces ouvrages. Parfois, on trouve aussi des niches de qualité dans les filiales des chaînes ou des grandes surfaces. Tant que les librairies de détail savent détailler et que les indépendants défendent bien leur position, eux aussi garderont un pion dans le jeu qui s'appelle le marché du livre.

Traduit de l'allemand par Angelika Engels

*Vendre des livres
en République
fédérale
d'Allemagne*
klaus-w. bramann

La librairie polonaise entre dans le XXI^e siècle

CZESLAW APIECIONEK

Durant la décennie qui a suivi le changement de régime politique de 1989, on a assisté à un développement important du marché du livre en Pologne. De nombreuses librairies se sont créées et les anciennes librairies d'État ont été reprises par leurs salariés. À la fin des années quatre-vingt-dix, on comptait plus

À la fin de l'année 2002, les librairies polonaises n'étaient plus qu'environ 2520, et l'année 2003 en a encore vu une trentaine disparaître. Selon le spécialiste Lukasz Golebiewski, la part de marché de la librairie a baissé de 10% en 2001-2002. Aujourd'hui, le marché de détail du livre se répartit ainsi: librairies, 41%; clubs et VPC, 29%; courtage, 16%; grandes surfaces, 9%; maisons de la presse et autres, 5%.

Fin 2004, on a constaté une augmentation des ventes, ce que la presse a interprété comme annonçant la fin de la crise. On estime que le chiffre d'affaires 2004, en prix de vente éditeurs, a dépassé les 2 milliards de zlotys (500 millions d'euros).

Quels sont les éléments permettant de prévoir des changements au niveau de la distribution du livre dans le commerce de détail?

Investissements étrangers

À la suite de l'entrée de la Pologne dans l'Union européenne, les investisseurs étrangers devraient s'intéresser davantage au marché du livre. Il faudrait que les

capitaux extérieurs déjà présents dans le secteur éditorial s'impliquent maintenant dans la vente en gros et au détail, et cela de manière plus importante que ce qui a déjà été réalisé dans le réseau Matras (Caresbac), ou auparavant dans Światowid S.A., aujourd'hui en faillite.

Il suffit d'observer les intentions du groupe Bertelsmann Media pour avoir la confirmation de cette tendance. Celui-ci, tout en développant sa société de distribution Arvato, compte accroître son réseau de librairies (12 actuellement). Le groupe a décidé d'investir dans ce secteur malgré son absence d'expérience dans le domaine en Allemagne même. Le projet d'ouverture d'une soixantaine de librairies sur tout le territoire polonais dépasse largement la stricte couverture des besoins des membres du *Klub świata Książki* (Club du Monde du livre) et a sûrement donné lieu à nombre d'études de marché préalables.

À l'heure actuelle, les projets de BauerWeltbild media Sp., le principal concurrent de Bertelsmann, ne sont pas connus, mais Weltbild, après sa fusion avec la société Hugendubel, mène avec succès sa politique de librairies en Allemagne. Après le succès du *Klub dla Ciebie* (Club pour toi), rival efficace de Bertelsmann sur le marché de la vente par correspondance, il est possible que Weltbild veuille développer le reste de ses activités en Pologne. Rappelons que le groupe possède déjà un réseau de librairies en Suisse et en Autriche.

De même, l'échec d'Extrapole ne devrait pas décourager les investissements français en Pologne. Depuis 1997, la société HDS Polska, qui appartient à Hachette, développe son réseau de vente au détail, en associant la distribution de la presse et des livres. Sur le site web de cette société, on peut lire en permanence l'annonce suivante : « Nous cherchons de nouveaux emplacements ».

Autre exemple : l'ouverture du mégastore Traffic, que l'on associe souvent et non sans hasard, à la Fnac. La taille de cette entreprise, la charte graphique, les informations sur les événements culturels à venir, tout indique les liens avec la Fnac et annonce la prochaine expansion des grands réseaux européens sur le marché polonais. La prospérité des chaînes de grande distribution françaises en Pologne permet d'envisager cette perspective de façon sérieuse.

On peut également s'attendre à ce que les chaînes anglaises de librairies se tournent bientôt vers le marché polonais, qui se caractérise par une demande croissante de supports éducatifs dans le domaine d'enseignement de l'anglais. Les éditeurs britanniques les plus importants ont tous des représentants en Pologne et l'offre littéraire est de plus en plus abondante. Le réseau EMPIK, tout comme Traffic, possède un rayon « langues étrangères », la chaîne Księgarnie Amerykańskie (Librairies américaines) marche très bien, et les achats en gros de livres de poche en Angleterre par le groupe Oleksiejuk devraient provoquer l'augmentation des ventes de livres anglophones en Pologne. Je reste persuadé que, dans les années qui viennent, un des importants réseaux britanniques (Watersstone ou WH Smith) profitera des opportunités du marché polonais.

Développement des chaînes de librairies polonaises

On connaît les projets de certaines sociétés polonaises actives dans le secteur. Matras par exemple a annoncé, lors de sa présentation officielle chez Prószyński, le développement de son réseau de vente au détail : 170 librairies ouvertes d'ici la fin 2007, qui devraient générer 70% du chiffre d'affaires prévu (200 millions de zlotys, c'est-à-dire 50 millions d'euros), tandis que le marché de gros assurerait les 30% restants. Les nouvelles implantations des librairies Matras se situent surtout dans des centres commerciaux. « Matras rêve d'entrer en bourse », a titré de manière significative une revue spécialisée, mais les désaccords entre actionnaires peuvent constituer un obstacle sérieux à cette démarche.

Quant à la chaîne EMPIK, elle commence, elle aussi, à installer ses points de vente dans des centres commerciaux. Son huitième magasin à Varsovie s'est récemment ouvert dans la galerie marchande Blue City. Ceci, associé à l'annonce de la fermeture du magasin EMPIK de Rzeszów, pourtant situé en centre-ville, laisse présager la politique de développement de son réseau.

Aujourd'hui, EMPIK possède 56 points de vente et l'offre de biens culturels la plus riche de Pologne. On y trouve non seulement de nouveaux *hits* et les best-sellers – et ceci souvent plusieurs semaines avant ses concurrents –, mais aussi un choix considérable de livres, de disques et de K7 ou DVD, de productions indépendantes et de qualité, s'adressant aux connaisseurs.

Les projets d'accroissement de l'offre de livres concernent aussi la société Kolporter, le second distributeur de presse de Pologne après Ruch, qui veut développer son réseau de maisons de la presse où la part des livres devient de plus en plus importante.

Le plan prévoit l'ouverture de 3000 points de vente avant la fin 2005, ce qui donne une idée du potentiel de cette société au remarquable développement. La bonne réalisation de ce projet peut être encouragée par la croissance des ventes de livres dans les maisons de la presse en Italie (jusqu'à 18% d'après l'*Associazione Italiana Editori*), et favorisée par le fait que certaines collections (Harlequin, Pol-Nordica, collection Agatha Christie chez Hachette) ne sont destinées qu'à ce canal de distribution.

Par ailleurs, des informations toutes récentes et assez surprenantes, concernent d'autres opérateurs économiques s'intéressant au développement des réseaux du commerce de détail du livre. La librairie virtuelle Merlin a annoncé ses projets d'ouverture de points de vente dans les grandes villes polonaises. Une des sociétés liées à l'homme d'affaires et éditeur, Janusz Palikot, est devenue actionnaire de deux sociétés commerciales du livre et prévoit déjà d'autres prises de participation. Mais ce sont les éditions Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne qui semblent être les investisseurs les plus importants : ils ont annoncé officiellement leur intention d'élargir leur réseau de vente au détail, et par le biais de la société Dom Książki Warszawa, d'encourager les libraires indépendants à signer des contrats de partenariat avec eux.

Quelques questions fondamentales

Avant la fin de l'année 2005, plusieurs questions fondamentales concernant la structure du marché du livre en Pologne, devraient s'éclaircir :

– la stabilisation, et même l'augmentation des parts de marché de la librairie dans la vente au détail du livre – qui, rappelons-le est de 41 % pour 2004 –, ce qui présuppose l'instauration d'une « loi Lang polonaise » et un gain de prestige de la profession ;

– une plus grande stabilité des ventes par clubs et par correspondance (30% de plus en 2004), des ventes en ligne et en grandes surfaces (+ 7%). Bien sûr cela ne devrait pas empêcher des changements de propriétaires dans le secteur, ni l'apparition de nouveaux acteurs économiques sur le marché (un concurrent de Merlin, par exemple) ;

– la stabilisation de la position dominante d'EMPIK au niveau des mégastores, sauf si, bien sûr, une concurrence apparaît sous forme de réseaux bénéficiant d'investissements étrangers et construisant des mégastores de plus de 1 000 m² de surface (par exemple, une chaîne commerciale développée à partir de Traffic) ;

– l'apparition d'un ou deux réseaux forts de librairies (dont un sans doute avec la participation de Bertelsmann), donc de la concurrence pour les librairies déjà existantes dans les villes de plus de 100 000 habitants ;

– l'unification des opérateurs économiques (par exemple, la fusion de certains magasins de la chaîne Dom

Książaki, mais aussi des librairies indépendantes), avec l'intention de passer des commandes communes;

–la tentative de la maison d'édition PWN d'agrandir sa structure de librairies, ou d'accroître son aide à d'autres entreprises, dans le but d'augmenter les ventes de livres scientifiques, tout au moins dans les villes universitaires les plus importantes;

–l'apparition de nouvelles librairies profitant de l'expérience de *Czuly barbarzyńca* (Tendre barbare), c'est-à-dire la vente de livres dans une ambiance de café littéraire, mais aussi de nombreuses librairies spécialisées (langues étrangères, livres pour enfants, livres de droit, etc.);

–les expériences de HDS, Kolporter – et peut-être de Ruch – montreront si la vente de livres peut constituer un supplément au commerce de la presse, ou bien un nouveau et attractif secteur de l'activité des sociétés de ce genre.

Difficultés de la librairie indépendante

À l'heure actuelle, il est certes plus facile de souligner les manques les plus flagrants du marché de la librairie en Pologne que de faire des suggestions bénéficiant des modèles ayant réussi, pour les prochaines réalisations.

De façon générale, les conditions du marché du livre en Pologne sont considérées comme très fragiles, et ce pour plusieurs raisons:

–le chiffre d'affaires du commerce de détail du livre décroît d'année en année (selon Lukasz Golebiewski, la part de marché, entre 1995 et 2004, est passée de 62,5% à 41%);

–la suppression des points de vente et la diminution du nombre d'emplois;

–la surface trop petite des points de vente (selon *Raport o księgarstwie*, de Joanna Walewska, la surface moyenne d'une librairie polonaise en 1999 ne dépassait pas les 50 m², ces chiffres n'ayant pas vraiment changé aujourd'hui), et la faiblesse de l'offre qui en découle;

–une trop faible compétitivité au niveau des prix par rapport aux autres canaux de distribution (grandes surfaces, VPC, vente en ligne);

–l'absence de trésorerie, qui entraîne une limitation des stocks;

–le manque de cadres bien formés et compétents, la faiblesse économique du secteur limitant les rémunérations;

–le manque d'outils de base – l'équipement informatique, par exemple – facilitant la communication avec les autres acteurs du secteur; ainsi que l'accès à une information convenable et crédible pour les clients.

On connaît les raisons de cet état de fait:

–marge des libraires insuffisante, couvrant à peine les salaires et les frais locatifs;

–baisse du chiffre d'affaires due à la chute de la lecture et à la crise économique de ces dernières années;

–faiblesse de la présence du livre dans les médias;

–manque de promotion des livres, moyens insuffisants consacrés à la publicité par les éditeurs et absence d'actions communes entreprises par les libraires dans ces domaines;

–préférence des éditeurs d'autres formes de vente que celles passant par les libraires;

–fourniture directe des bibliothèques par les éditeurs et les grossistes;

–capitaux insuffisants et difficultés pour obtenir des crédits bancaires.

Peut-on, malgré cette vision sombre de la situation, tenter de trouver des solutions efficaces pour le marché du livre au détail? Oui, certainement. L'existence dans les plus grands pays de l'Union européenne de nombreuses entreprises concurrentielles dans le commerce du livre au détail, ne peut que renforcer cet espoir. L'apparition des méga et gigastores aux États-Unis n'a pas éliminé les détaillants moins importants. La vitrine de la librairie reste toujours la meilleure forme de promotion du livre, et les librairies bien organisées et efficacement gérées trouveront toujours leur place au sein du marché.

Des raisons d'espérer

Mais l'année 2004 restera mémorable pour les libraires, et cela pour plusieurs raisons.

Le groupe des libraires les plus actifs a décidé de renforcer les structures de *Stowarzyszenie księgarzy polskich* (Association des libraires polonais) et participe activement aux travaux du conseil d'administration. Le but principal du SKP est de parvenir à l'instauration d'une loi sur le modèle de la loi Lang, régulant le fonctionnement du marché du livre en Pologne. Ce travail commun a déjà porté ses fruits. Des associations locales ont été créées, un règlement du grand Prix des libraires (*Wielka nagroda księgarzy*) a été établi, des accords concernant la promotion des titres et des éditeurs ont été signés, des achats groupés ont été initiés etc. La récupération par les libraires des ventes de manuels scolaires – et donc la suppression des ventes directes effectuées dans les écoles par les professeurs et les représentants des éditeurs – est considérée comme un des objectifs principaux du SKP.

Le succès spectaculaire du mégastore Traffic d'un côté, et de *Czuly barbarzyńca* de l'autre a montré aux libraires

le besoin urgent d'évoluer. L'ouverture à Poznań, en avril 2004, de la très moderne librairie Bookarest, dans le centre commercial à la mode Stary Browar (*La Vieille brasserie*), ou encore l'apparition d'une nouvelle librairie Bertelsmann, montre que le message a été entendu.

À mon avis, pour résister à la nouvelle concurrence, une librairie doit remplir certaines conditions. À savoir, selon leur importance:

- accès à l'intégralité de l'offre éditoriale;
- connaissance générale du marché éditorial de Pologne et de l'étranger;
- compétence du personnel et équipement des librairies en outils modernes d'informations aussi bien par le personnel que par le client;
- exposition moderne de l'offre;
- programmes de fidélité;
- bonne localisation des points de vente;
- action promotionnelle efficace;
- facilités de crédit permettant la réalisation de l'ensemble de ces principes dans de bonnes conditions.

Une librairie conçue selon ces principes pourra affronter sans problème les exigences du marché, être un partenaire pour les éditeurs – au niveau de l'échange des informations, de la vérification des tirages etc. – mais aussi pour les lecteurs.

De plus, tout en remplissant ses missions commerciales, une librairie de ce genre fonctionnerait comme une institution culturelle, s'ouvrirait aux auteurs, participerait à la promotion de la lecture, servirait de lieu d'échange d'informations; bref, deviendrait partie prenante de l'organisation démocratique de la société.

Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004

FRANK FISHWICK

Ex-maître d'études en économie
à Cranfield University et conseiller
de la Publishers Association

Les facteurs ayant affecté le commerce britannique du livre ces dernières années

Cinq facteurs principaux ont eu de l'influence sur le volume et la structure du commerce du livre au Royaume-Uni ces dernières années.

1) L'APPARITION D'UNE GRANDE QUANTITÉ DE NOUVEAUX PRODUITS DE LOISIR ET D'ÉDUCATION

La gamme de produits concurrençant le livre en tant que loisir et outil pédagogique s'est considérablement élargie ces vingt-cinq dernières années, particulièrement dans la dernière décennie. Dans le domaine des loisirs, il y a maintenant un choix beaucoup plus grand de programmes de télévisions et de radios, nous disposons de CD, K7, DVD, d'ordinateurs personnels avec des jeux vidéo, qui permettent en outre l'accès à internet et à son énorme quantité d'informations et de distractions. Même les téléphones mobiles avec leurs fonctions annexes toujours plus nombreuses, proposent de nouvelles possibilités de loisir. Dans l'éducation, soit à l'école soit dans l'enseignement supérieur, les médias électroniques offrent des solutions autres que le livre imprimé. Les libraires, dans cette nouvelle compétition, ont été aidés par l'établissement d'une TVA à 0% pour le livre, alors que celle des produits concurrents est à 17,5%. Le prix de la plupart de ces nouveaux produits a néanmoins progressivement baissé, cependant que celui du livre a de manière générale augmenté plus rapidement que l'inflation.

2) AUGMENTATION RAPIDE DES DÉPENSES DE CONSOMMATION, PARTICULIÈREMENT CELLES CONSACRÉES AUX LOISIRS ET AUX DIVERTISSEMENTS

Alors que le livre devait faire face à une nouvelle concurrence dans le domaine des dépenses de loisir, le montant de ces dépenses s'est accru à une vitesse inhabituelle depuis 1995. Les statistiques de l'*Office for National Statistics* (ONS) montrent une augmentation de presque 33% de la consommation générale entre 1995 et 2003, en tenant compte de l'inflation. Cela représente une augmentation annuelle moyenne de 3,6% sur une période de huit ans, ce qui est sans précédent. Les dépenses pour ce que l'ONS nomme «loisirs et culture» (c'est-à-dire les produits allant du matériel audiovisuel à la lecture, en passant par le sport, le jardinage et les parcs) ont eux augmenté de près de 39% ces huit dernières années, soit une progression d'environ 4,2% par an!

3) DANS L'ÉDUCATION SUPÉRIEURE

Les ventes de livres ont pu être affectées par le photocopiage, aussi bien que par la généralisation de matériels de diffusion électronique proposés par l'institution scolaire concernée ou disponibles sur internet. Cependant, la taille du marché en question s'est accrue: mesuré en «équivalents plein temps» (les temps partiels étant estimés à 0,5), le nombre d'étudiants dans les universités britanniques a augmenté de 42% entre 1994-1995 et 2002-2003.

4) SÉVÈRES RESTRICTIONS DES DÉPENSES PUBLIQUES DANS LES SERVICES DE L'ÉDUCATION ET LES BIBLIOTHÈQUES

Bien que les dépenses scolaires aient augmenté depuis 2001, celles consacrées à l'enseignement supérieur et aux bibliothèques ont baissé ces dernières années. À la fois dans les secteurs publics et privés, les dépenses des bibliothèques sont en déclin: pour l'année comptable 2002-2003 (la dernière dont les données soient disponibles), les bibliothèques publiques ont consacré 132 millions d'euros à l'achat de livres – à comparer avec les 157 millions dépensés en 1995-1996. Durant l'année académique 2002-2003, les bibliothèques universitaires ont dépensé 43 millions de livres sterling (61 millions d'euros) pour 41 millions de livres sterling en 1995-1996. Aucune de ces comparaisons ne tient compte de l'inflation¹.

5) ABANDON DU PRIX UNIQUE DU LIVRE (*NET BOOK AGREEMENT*)

Cet accord entre éditeurs a entraîné l'application presque générale d'un prix de vente public unique (*Resale Price Maintenance* ou RPM) pour tous les livres autres que ceux utilisés dans les écoles. Il a été suspendu par la *Publishers Association* en septembre 1995 et a été formellement abrogé par la *Restrictive Practices Court* en 1997. La conséquence de cette suppression a été une intense compétition des prix, particulièrement ceux des best-sellers. L'analyse que j'ai réalisée des prix de quarante best-sellers en décembre 2001 montre que la moyenne des prix de vente était de 23% inférieure au prix conseillé. Le discount sur cette catégorie

d'ouvrages se poursuit, et la vente en ligne via internet l'a étendu à d'autres types de livres.

L'augmentation des ventes de livres aux consommateurs

Il n'y a pas de statistiques concernant le chiffre d'affaires général de l'édition ou le nombre d'ouvrages vendus au Royaume-Uni. Il existe des données relatives aux dépenses générales des consommateurs et à celles des écoles et des bibliothèques, mais rien s'agissant des ventes à d'autres clients de sociétés privées ou publiques: écoles et bibliothèques privées, bibliothèques d'entreprise, départements de collectivités locales ou nationales. D'après les estimations effectuées par l'auteur de cet article à la demande de la *Publishers Association*, il semble vraisemblable que, pour 1999, on puisse estimer qu'environ 13% du marché total soient représentés par des catégories de ventes pour lesquelles aucune donnée n'est disponible.

On ne s'occupera ici que de la vente aux consommateurs. Le marché des bibliothèques, devenu complètement différent, sera évoqué séparément. La plus importante partie du secteur scolaire (environ 342,8 millions d'euros) est directement fournie par les éditeurs et les distributeurs qui contournent les libraires.

Suivant l'ONS², la valeur totale des dépenses de consommation de livres en 2003 était de 3,047 milliards de livres (environ 4,42 milliards d'euros), soit une progression de 68% sur le montant correspondant de 1995. Suivant les analyses de l'ONS, cette augmentation associe deux éléments équivalents: 29,6% d'augmentation en volume et en chiffre d'affaires. Pour mesurer la valeur réelle des recettes du commerce du livre venant des consommateurs, il peut être plus pertinent d'ajuster cette augmentation des dépenses de consommation à l'inflation générale. Dans le tableau n° 1 (voir p. 36), les données de l'ONS sont adaptées en fonction des prix réels de 2003 en appliquant l'indice des prix pour toutes les dépenses de consommation.

Ce même graphique montre qu'en 1995 la valeur réelle des dépenses de consommation de livres a baissé après le pic de 1994. La récession de la demande peut avoir été un des éléments de pression pour l'abandon du prix unique.

*Le commerce
du livre au
Royaume-Uni
en 2004*

frank fishwick

1. Données de la *Library and Information Statistics Unit* de l'université de Loughborough.

2. *Consumer Trends*, Quarter 2, 2004, Table 09C, disponible en ligne sur www.statistics.gov.uk

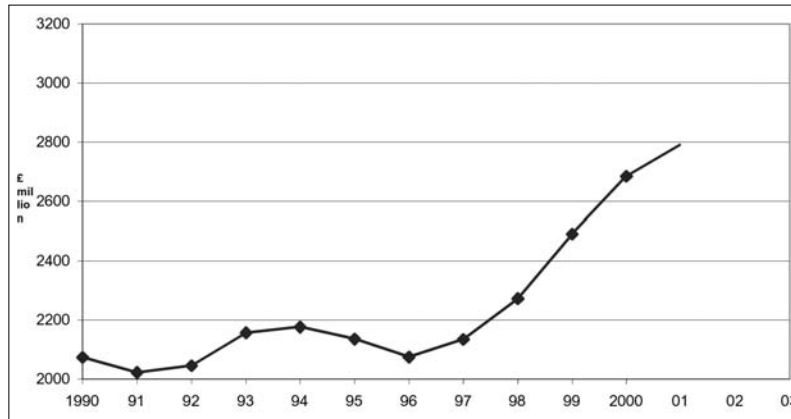


Tableau 1. Dépenses de consommation de livres en prix généraux de 2003.

Initialement, le discount était limité à l'une des principales chaînes de librairies et aux titres d'un petit nombre d'éditeurs qui s'étaient activement mobilisés pour la suppression du prix unique. L'incertitude provoquée par le nouveau régime des prix a probablement contribué à une chute de la quantité de titres attrayants publiés vers la fin de 1996 (une chute camouflée par les statistiques annuelles); ceci à son tour peut avoir découragé le consommateur d'acheter des livres. Ce cercle vicieux de l'offre réduite et de la baisse de la demande fut cassé par une reprise de la demande en 1997, lorsque le discount s'est répandu et qu'un plus grand nombre d'ouvrages a été proposé dans les supermarchés et autres points de vente non traditionnels.

La hausse des dépenses de consommation de livres fut ininterrompue de 1997 à 2003. Dans un marché où presque 40% des achats ont lieu durant le dernier trimestre, les chiffres des premiers mois de 2004 ne sont pas significatifs. De manière remarquable, les dépenses de livres représentent 3,64% des dépenses totales de loisir et de culture pour 2003, un taux légèrement plus élevé qu'en 1995 (3,55%), bien que cela soit en partie dû à une chute des prix de la concurrence électronique.

Quelle part de l'augmentation de la demande de livres peut être attribuée à la concurrence des prix entre détaillants et gros *discounters* (souvent 40% ou plus sur les best-sellers chez les plus importants d'entre eux)? Les chercheurs³ ont tendance à éviter de répondre à cette question. Il existe plusieurs raisons possibles:

- l'augmentation importante dans les dépenses de consommation de produits de loisir et de divertissement;
- l'offre plus grande de livres dans des points de vente non-traditionnels, un effet indirect de la disparition du prix unique;
- l'apparition d'ouvrages grand public telle que la série des Harry Potter et quelques titres à succès de livres de cuisine;
- la grande sensibilité aux prix élevés de groupes sociaux à faible revenu combinée à la faible sensibilité aux prix bon marché de consommateurs plus

riches, qui sont prêts à payer le prix de vente conseillé plus élevé pour les livres non « discountés ». L'analyse de dépenses par groupes de revenus dépasse les limites de cet article, mais tend à confirmer cet argument.

Les études sur lesquelles l'ONS se base pour estimer les dépenses de consommation ont entraîné la réalisation, chez environ 7000 ménages, d'un relevé des dépenses sur deux semaines consécutives dans l'année. Le compte rendu de cette enquête⁴ ne montre aucun changement significatif de la proportion de ménages achetant des livres dans la période de deux semaines où ils sont observés. Il apparaît que ceux qui auraient acheté quelques ouvrages aux conditions de 1995 en achètent plus maintenant.

Prix du livre à la consommation

Environ 50% de l'augmentation des dépenses de consommation du livre depuis 1995 sont attribués par l'ONS à l'augmentation du prix des livres. Il est difficile de trouver un index des prix satisfaisant, en partie parce que les livres ne sont pas un produit et qu'il n'y a pas deux titres, et même différentes éditions du même titre, qui soient identiques. Une autre difficulté provient de l'usage de prix « psychologiques »⁵.

L'index des prix utilisé par l'ONS⁶ pour évaluer le volume des dépenses de livres prétend mesurer celui des livres après discount, c'est-à-dire le prix effectivement payé par le consommateur. Puisque plus de la moitié des achats de livres se font à un prix « discounté », l'augmentation relevée par l'ONS implique une très forte augmentation du prix conseillé par l'éditeur. Entre 1995, lorsque le prix unique du livre fut supprimé, et 2003, le prix du livre payé par le consommateur a augmenté de 29,6% alors que le taux d'inflation général pour les biens et les services a été de 17,8%.

Entre 1990 et 1997, le prix des livres a suivi celui de l'inflation générale, mais le ralentissement de l'inflation générale depuis lors ne s'est pas reflété dans les prix payés pour les livres (cf. tableau 2, p. 38).

Nombre de titres

Dans le débat qui a précédé la suppression du prix unique, les deux partis s'accordaient sur le fait que sans celui-ci,

*Le commerce
du livre au
Royaume-Uni
en 2004*

frank fishwick

3. Par exemple, Fearnley J. et Feather J., The UK Bookselling trade without RPM, *Publishing Research Quarterly*, juillet 2002 et S. Davies et alii, *The Benefits of Competition*, DTI Economic Paper n°9, juillet 2004, disponibles sur www.dti.gov.uk/economics

4. *Family Spending*, disponible sur www.statistics.gov.uk

5. Par exemple, le prix conseillé d'un livre de poche grand public se situait en 1995 soit à 4,99 £, soit à 5,99 £, mais pas entre les deux. Le prix en 2004 est plutôt de 6,99 £ et 7,99 £, ce qui signifie que la plupart des prix ont augmenté de 33% ou de 40%.

6. Publié dans *Consumers Trends*, cf. note 2 ci-dessus.

7. Cf. Davies et alii (note 3), p. 42.

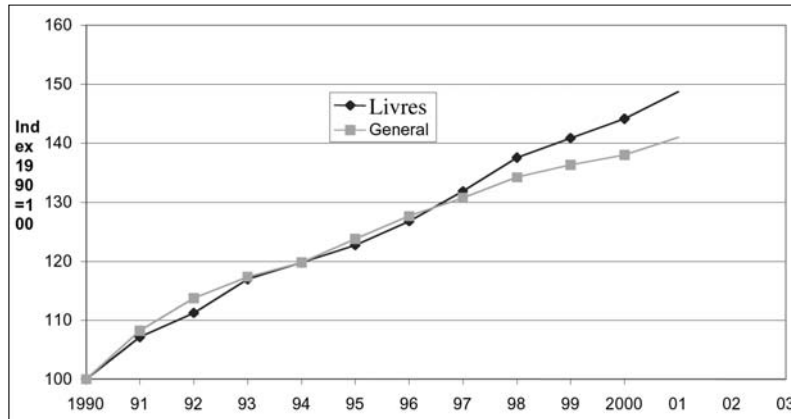


Tableau 2. Indices des prix.

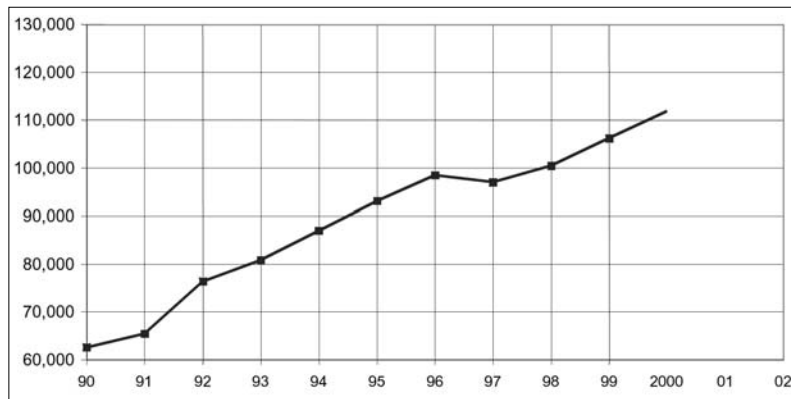


Tableau 3. Nombre de titres (excluant les livres scolaires).

moins de livres seraient publiés. Ceux qui souhaitent l'abolition soutenaient que la diminution de publications pourrait être utile, ceux qui le défendaient que l'encouragement à l'augmentation de titres serait une conséquence bénéfique à la culture. À l'exception d'une diminution en 1997, probablement en partie due à l'incertitude provoquée par le nouveau régime de prix, le nombre de titres publiés a continué à augmenter (cf. tableau 3, ci-dessus).

Cette augmentation peut, pour une part, être la conséquence du développement de secteurs annexes, particulièrement par l'attribution de l'ISBN à des *booklets* (fascicules) et à de courtes monographies universitaires. Un autre facteur est la baisse du coût initial de la production de livre (« coût du premier exemplaire »), due en partie à l'utilisation d'ordinateurs dans la saisie du texte. Il est difficile de savoir quel effet sur la quantité de titres aurait eu la préservation du prix unique. On peut juste constater que son abrogation n'a pas provoqué la baisse escomptée.

Les ouvrages scolaires sont exclus du tableau 3, en partie parce que, depuis dix ans, plus de 90% des livres scolaires ont été vendus directement par les éditeurs aux institutions elles-mêmes ou aux responsables des achats pour les écoles. Les livres scolaires recommandés par les autorités publiques sont achetés par ces autorités ou par les écoles elles-mêmes et non par les parents. Des fournisseurs spécialisés en livres scolaires sont utilisés comme intermédiaires, mais la rude compétition des prix empêche cette activité d'être rentable; les livres scolaires étaient déjà exemptés du système du prix unique. Les accords avec les écoles privées sont différents et les libraires généralistes vendent quelques livres scolaires lorsqu'un marché de «parents concernés» existe, mais il ne s'agit que d'une part infime du commerce général du livre.

La structure du commerce de livres

Bien que les données soient incomplètes, il est évident, étant donné la hausse des dépenses de livres, qu'il y a eu une augmentation de la quantité d'argent venant irriguer le commerce du livre. Comment cet afflux s'est-il réparti?

Un libraire de taille importante bénéficie d'avantages significatifs sur ses concurrents plus petits grâce à plusieurs facteurs:

- la possibilité de commander en plus large quantité et donc de payer moins cher pour le transport;
- la possibilité d'avoir un fonds plus important, donc d'attirer plus de flâneurs et d'éviter ainsi de «manquer des ventes» à des consommateurs qui ne trouvent pas ce qu'ils cherchent: les enquêtes ont montré que les achats d'impulsion peuvent dépasser 40% des ventes de livres;
- la possibilité de louer/acheter de meilleurs emplacements;
- la possibilité d'avoir des bénéfices à la marge, comme en ouvrant un salon de thé, en organisant des signatures d'auteurs ou des groupes de discussions littéraires.

Il y a aussi des avantages résultant d'un pouvoir plus grand de négociation, qui est prohibé par des lois anti-trust dans de nombreux pays comme les Etats-Unis, la France, l'Allemagne et quelques autres États européens. Un de ces avantages est la possibilité de s'assurer de plus importantes remises de la part des éditeurs, des distributeurs ou des grossistes. La plupart des éditeurs ou des distri-

	Indépendants (1-5 points de vente)	Groupes (5-9 succursales)	Groupes (10 succursales et plus)	Grossistes	Total Membres
Octobre 1995	1894	81	1358		3333
Mai 1996	1846	85	1349		3280
Avril 1997	1839	87	1355		3281
Juillet 1998	1798	83	1396		3277
Novembre 1999	1774	81	1382	20	3257
Décembre 2000	1714	74	1396	20	3204
Août 2001	1669	57	1397	18	3141
Décembre 2002	1613	67	1377	16	3073
Novembre 2003	1594	63	1352	16	3025

Tableau 4. Statistiques des membres de la Booksellers Association 1995-2003.

	1998	2003
Grandes chaînes	38,5	43,7
Autres librairies	19,9	12,8
Supermarchés	4	5,8
Autres points de vente	12,6	11
Clubs de livres et commandes par courriel	24,7	18,6
Libraires en ligne	0,3	8,1
Total	100	100

Tableau 5. Parts de marché par type de points de vente.

buteurs agissant pour eux n'assurent pas directement les commandes des libraires en deçà d'un certain seuil; c'est comme cela que les grossistes ont accru leurs parts de marché. Les marges sont confidentielles, mais des indices suggèrent que les groupes de détaillants les plus importants – soit les plus grosses chaînes de librairies ou les énormes enseignes de supermarchés achetant de grandes quantités d'une étroite catégorie d'ouvrages – peuvent obtenir des remises de 60% du prix de vente conseillé, alors qu'un indépendant n'obtiendra jamais plus de 40%. Des remises plus significatives consenties par des éditeurs signifient la possibilité, pour des grandes sociétés, d'offrir des remises au consommateur avec lesquelles ne peuvent pas rivaliser les plus petits détaillants, au risque de vendre à perte.

Un autre avantage qui reflète le pouvoir de négociation des plus puissants est la plus grande capacité de retourner les exemplaires invendus. Le problème des retours continue à troubler la profession mais il n'existe pas de données disponibles depuis 1999, alors que le taux de retour était d'environ 15%.

Les groupes les plus importants bénéficient d'une compétitivité supérieure qui se traduit par leur part croissante du marché et par la réduction du nombre de libraires indépendants de plus petite taille. Deux ensembles de données sur le sujet sont assez cohérents (cf. tableaux 4 et 5, ci-dessus).

Les «grandes chaînes» signalées dans le tableau 5 sont (par ordre alphabétique): Blackwell, Borders, Ottakars, Waterstone's et WH Smith. Les statistiques rapportées n'existent que depuis 1998. La croissance de ces cinq groupes s'est faite principalement au détriment des autres librairies, c'est-à-dire des chaînes moins

importantes ou des libraires indépendants. Dans le tableau 5, les parts de marché figurent en chiffre d'affaires. En volume, la part des supermarchés serait plus importante (8,4%), alors que celle des librairies en ligne ne serait que de 6,1%. Selon plusieurs articles récents parus dans le *Bookseller*, les ventes via internet se seraient substantiellement accrues en 2004 mais, pour le moment, nous ne disposons pas de chiffres précis sur le sujet⁸. Les clubs de livres ont perdu des parts de marché ces dernières années. Le choix plus important de livres dans d'autres points de vente et via internet peut avoir eu un effet négatif sur les clubs.

Rentabilité de la vente de livres et survie des indépendants

La plupart des principales chaînes de librairies restent bénéficiaires, bien qu'il soit difficile d'estimer précisément le profit de leur activité de ventes de livres, la plupart n'étant pas spécialisées. Un des facteurs contribuant à la capacité des libraires de réaliser des bénéfices tout en concédant d'importantes remises sur une grande partie de leur vente est la plus grande marge dont ils bénéficient de la part des éditeurs. Une indication du pouvoir de marché plus grand des libraires est fournie par la comparaison entre les prix de vente publics actuels (nets de remises) et les prix des producteurs, les deux calculés par l'ONS. Entre 1995 et 2000, le prix de détail a augmenté de 17,4% et le prix éditeur de 20,6%. Cependant qu'entre 2000 et 2003, le prix de détail a augmenté de 10,4% et celui des éditeurs de seulement 5%. En d'autres mots, les libraires, et notamment ceux effectuant les approvisionnements les plus importants, reçoivent une plus grande part des bénéfices.

Comment les libraires les plus petits peuvent-ils survivre? En 1995, quand le prix unique fut abandonné, on a prédit une diminution de leur nombre plus forte que ce que l'on peut constater fin 2003. Il y a plusieurs raisons à cela: –de nombreux indépendants, toujours membres de la *Booksellers Association*, se sont diversifiés dans d'autres activités; –l'arrivée de systèmes de gestion électroniques et une communication améliorée avec les services des grossistes ont permis de substantielles réductions de coûts et généralement une livraison à J+1 après réception de la commande. Cette amélioration du service leur a permis de rester compétitifs;

8. La filiale britannique d'Amazon domine ce marché; Waterstone's et Borders se sont retirées de la vente en ligne, leur site web retransmettant automatiquement les commandes à Amazon. Cf. *The Bookseller*, 2 décembre 2004.

–la fidélité du consommateur a résisté spécialement dans les zones les plus favorisées, où de nombreux consommateurs achètent d'autres ouvrages que des best-sellers et préfèrent soutenir le commerce local. Beaucoup de ces clients ne sont pas sensibles au prix, sont prêts à payer au tarif fort des ouvrages vendus au rabais par ailleurs, et acceptent les prix de vente publics conseillés plus élevés;

–même avec des remises plus faibles de leurs fournisseurs que celles obtenues par leurs concurrents plus importants, de petits libraires ont gagné quelques points de marge et ces pourcentages augmentés ont permis la baisse des prix de vente publics les plus élevés;

–finalement, on doit remarquer qu'il y a quelques libraires indépendants qui ne sont pas principalement motivés par le profit. Ils survivent mais tout juste.

Approvisionnement des bibliothèques

La vente aux bibliothèques publiques et universitaires a été durement affectée, ces dernières années, par deux tendances opposées. La première est un déclin du budget général d'acquisition de livres; la seconde est la forte compétition de prix, exacerbée par d'agressives politiques d'acquisition. Les librairies générales qui, il y a quinze ans, étaient actives dans ces secteurs du marché des bibliothèques en ont complètement disparu. Dans l'absolu, les dépenses d'acquisition des bibliothèques publiques sont en déclin depuis le pic de 1993-1994. En 2002-2003 (la dernière année pour laquelle les données sont disponibles), elles se situaient 17% en-dessous de ce pic, même avant correction de l'inflation. L'usage des bibliothèques privées a montré une tendance à la baisse et une plus grande part de leur budget est consacrée à d'autres produits que les livres.

Avec l'abandon du prix unique, qui s'appliquait aux achats des bibliothèques, nombre de responsables de bibliothèques publiques ont formé des centrales d'achat pour obtenir de meilleures conditions de leurs fournisseurs, lesquelles leur ont largement été concédées. Alors que le libraire généraliste accorde normalement des remises sur un nombre limité de titres, les fournisseurs des bibliothèques, forcés de se concurrencer, ont été amenés à accepter (habituellement) une remise brute de 50% sur tous les articles. Le résultat a été une continuelle guerre des prix, dans laquelle seuls les gros fournisseurs ont survécu, principalement grâce à un meilleur rendement et à une réduction des coûts.

Pour l'approvisionnement des bibliothèques universitaires, la situation est très comparable: baisse générale des budgets, particulièrement avec la substitution des médias électroniques, centrales d'achat puissantes et remises très substantielles. L'avenir du secteur est très incertain.

Quelques réflexions pour le futur

Sauf dans le secteur mouvementé de l'approvisionnement des bibliothèques, la vente de livres au Royaume-Uni s'est plutôt bien comportée dans les dernières années, peut-être de manière inattendue, étant donné la perturbation potentielle

due à l'abandon du prix unique (*Net Book Agreement*) et l'arrivée de nombreux produits de substitution. Puisqu'elle a survécu à cette période de bouleversement, peut-on parier maintenant sur la stabilité et une croissance solide?

Les problèmes que rencontrent les spécialistes de la fourniture des bibliothèques publiques ont été décrits ci-dessus. Il semble peu probable que les budgets d'acquisition de livres des bibliothèques publiques augmentent dans les cinq ou dix ans à venir. Les principaux habitués des bibliothèques britanniques sont les personnes les plus âgées; or, si le nombre des seniors est voué à s'accroître, ceux qui vont arriver dans ces zones d'âge ne sont pas de grands usagers des bibliothèques. Les budgets des bibliothèques ne sont donc pas une priorité pour les pouvoirs publics. Il est cependant difficile d'imaginer comment les fournisseurs des bibliothèques qui ont investi dans ce créneau du commerce du livre vont pouvoir mettre fin à la suicidaire compétition de prix dans laquelle ils se sont laissés entraîner.

Les spécialistes de la vente aux bibliothèques universitaires (c'est-à-dire toutes les institutions d'enseignement supérieur) vont aussi probablement devoir faire face à des problèmes allant croissant. Non seulement les institutions universitaires subissent de sévères restrictions budgétaires mais elles ont constitué des centrales d'achat pour obtenir des fournisseurs de livres des remises au moins égales à 50% de la marge brute des libraires. Des universités, dont quelques-unes des plus importantes, ont choisi d'acquérir autant que possible des livres électroniques, et par là de réduire le nombre d'exemplaires multiples et, dans la plupart des cas, de contourner le libraire traditionnel.

La substitution de matériel électronique comme support d'enseignement est un des facteurs menaçant la vente d'ouvrages universitaires en général. Ce secteur a déjà été affecté par le photocopillage et l'usage de photocopiés. Depuis quelque temps, les spécialistes de l'économie du livre, dont l'auteur de cet article, ont prédit la mort de la vente de livres sur les campus universitaires et des publications universitaires spécialisées ailleurs. Trois raisons à ce pessimisme: la disponibilité croissante d'un matériel de substitution de grande qualité disponible gratuitement via internet, la disponibilité à très bas prix des ouvrages les plus populaires chez des libraires en ligne et

enfin la baisse du pouvoir d'achat des étudiants, qui bientôt devront payer des droits d'inscription d'appoint (*top-up fees*) de plus de 3 000 £ par an. Pour l'année universitaire 2002-2003, ces craintes ne se sont pas réalisées : une étude montre que les étudiants considéraient toujours les livres comme le support le plus important pour leurs études et qu'ils se procuraient par internet seulement 3% des ouvrages qu'ils achetaient⁹. Cependant cette situation apparaît avoir changé depuis. Les problèmes rencontrés par Blackwell, l'un des principaux libraires de campus, avec l'électronique et le commerce sur internet, ont été soulignés par la presse¹⁰.

Un autre développement probable de ces prochaines années est celui du commerce via internet. Une limite peut être la difficulté à « flâner » et l'incertitude sur la livraison d'articles qui ne sont pas en stock chez le fournisseur en ligne. Si les acheteurs étaient exclusivement guidés par le prix et la commodité, on pourrait supposer que le marché des libraires en ligne dépasserait le niveau des 10%, si nous acceptons l'hypothèse d'une progression depuis 2003. Un livre de texte recommandé aux étudiants est un produit idéal pour l'achat via internet, mais le choix d'un livre devant être offert comme cadeau pour quelqu'un intéressé, par exemple, par l'histoire du bâtiment est différent. C'est seulement avec le temps que nous saurons si les vendeurs en ligne peuvent, par des prix attrayants sur une vaste gamme de titres, changer les habitudes de consommation du plus grand nombre d'acheteurs de livres.

En conclusion, on peut nourrir des inquiétudes pour certains secteurs du commerce de détail du livre au Royaume Uni, mais la branche qui a résisté aux turbulences de ces dix dernières années, semble plutôt devoir prospérer dans les dix prochaines années, à condition – et c'est capital – qu'il y ait de bons livres à vendre.

Traduit de l'anglais par Jacques Bonnet

*Le commerce
du livre au
Royaume-Uni
en 2004*

frank fishwick

9. Publishers Association CAPP Survey of Student Book Buying 2003, www.publishers.org.uk

10. *The Bookseller*, 25 novembre 2004.

Panorama de la librairie espagnole

La librairie espagnole connaît un profond mouvement de transformation, affectant la propre définition de ce commerce ainsi que les biens et les services qu'il propose.

MICHÈLE CHEVALLIER
Secrétaire générale de la CEGAL

Cette situation se manifeste clairement à travers la grande diversité des points de vente existant de nos jours en Espagne : espaces spécifiques dans les grandes surfaces, petites boutiques dans les quartiers périphériques des grandes et des petites villes, librairies avec un vaste fonds dans les centres des grandes agglomérations, librairies spécialisées, chaînes d'établissements, magasins qui proposent des livres en même temps que d'autres produits ou services culturels ou cadeaux à offrir, etc.

Cette rapide évolution du secteur de la librairie se produit dans le cadre des changements, en cours ces dernières années, au sein du commerce en général avec une rénovation significative de ses structures et de ses entreprises. Actuellement, on trouve des canaux ou des formes de commercialisation ayant de claires perspectives de croissance (centres commerciaux, chaînes, grands magasins). Les différents secteurs de commerce doivent donc constamment adapter leurs activités aux nouvelles nécessités et aux styles de vie des consommateurs qui, au fil du temps, modifient leurs habitudes d'achats.

Tout au long de cette présentation de la librairie espagnole, une série de données et de chiffres relatifs à la librairie comme au secteur du livre en général permettront de mieux comprendre quelle a été son évolution ces dernières années, sa situation présente, et ses défis pour l'avenir.

Pour mieux comprendre le secteur du livre en Espagne

LA DISTRIBUTION

—Une des caractéristiques de la distribution en Espagne est son atomisation :

-
- 12,4% des entreprises facturent plus de 18 millions d'euros par an,
 - 37,2% facturent entre 3 et 18 millions d'euros par an,
 - 50,4% facturent moins de 3 millions d'euros par an.
- Un petit nombre d'entreprises, 12,4%, établit 65,4% de la facturation totale. À l'autre extrême, 50,4% d'entreprises vendent seulement 7,3%.
- Les ventes se réalisent principalement à travers les librairies (54,2%) ou les chaînes de livres (17%).
- La marge moyenne de remise obtenue par les fournisseurs est de 41,8%, et celle qui est rétrocédée au détaillant est de 29,3%.
- 23,7 % facturent des services auxiliaires à leurs clients, en règle générale (55,2%) une somme fixe.
- Le nombre d'exemplaires vendus en 2003 (livres fournis moins les retours) a été de 142 millions, ce qui implique la nécessité de transporter 1,9 exemplaire pour vendre 1 exemplaire. Ce dernier point permet de noter l'un des problèmes de la librairie: le service des nouveautés (offices). Le libraire, en effet, passe une grande partie de sa journée à contrôler des bulletins de livraisons et des livres qu'il va tout de suite retourner sans les exposer. Il y a de fréquents décalages entre le type ou la quantité des livres envoyés par le service des nouveautés et les demandes ou les nécessités du libraire. De sorte que la librairie opère comme le magasin (entrepôt) des maisons d'éditions et des distributeurs en finançant ces entreprises. C'est un problème car, en raison de cette situation à laquelle s'ajoutent les fréquents retards de paiement par les institutions, le libraire se voit constamment contraint de recourir à des lignes de crédits qui, bien entendu, engendrent des frais financiers souvent élevés.

LE COMMERCE INTÉRIEUR DU LIVRE: PRINCIPALES DONNÉES (2003)

- Ventes sur le marché intérieur: 2,8 milliards d'euros,
 - 65 824 titres édités,
 - 278 066 millions exemplaires édités,
 - tirage moyen: 4 224 exemplaires par titre,
 - livre de texte non universitaire (manuels scolaires): 23,3% des éditions
 - la littérature: 22,7%,
 - les livres pour enfants et la jeunesse: 9,2%.
- l'Espagne a plusieurs langues officielles: le castillan – ou espagnol, langue officielle de l'État –, le catalan, le basque et le galicien, langues co-officielles dans trois des dix-neuf régions autonomes d'Espagne. 77,1 % des livres édités le sont en castillan, 15,8% en catalan, 2,3% en basque, 2,4% en galicien et 2,5% dans d'autres langues. Cette particularité de l'Espagne contribue à multiplier le nombre de titres édités, puisqu'un livre peut être publié à la fois dans plusieurs idiomes du territoire. Le phénomène est d'une importance particulière dans le tirage des manuels scolaires car une maison d'édition peut publier jusqu'à quatre versions d'un même livre de mathématiques, par exemple ; cet état de fait entraîne une aug-

mentation du prix des ouvrages et contribue à l'image négative des libraires dans les médias lors de chaque rentrée de septembre.

–La TVA sur le livre est actuellement de 4%.

STRUCTURE ET SITUATION DES LIBRAIRIES ESPAGNOLES

La première *Carte des librairies d'Espagne*, réalisée par CEGAL en 1999, a donné une estimation d'approximativement 30 000 points de ventes de livres dans le pays (librairies, kiosques, papeteries et autres commerces où se vendent – même de façon marginale – des livres).

La même étude a identifié 3 800 librairies au « sens strict », c'est-à-dire des commerces où le livre occupe une position très marquée dans les ventes :

– 176 « grandes librairies » (4,8% du total des librairies) ont des ventes annuelles de livres supérieures à 600 000 euros,

– 302 « moyennes-grandes librairies » avec des ventes annuelles de livres entre 300 000 et 600 000 euros,

– 596 « moyennes-petites librairies » avec des ventes annuelles de livres entre 150 000 et 300 000 euros,

– Les 898 librairies moyennes représentent 23,9% du total des librairies,

– 2 721 « petites librairies » (71,3% des librairies) ont des ventes annuelles de livres inférieures à 150 000 euros.

Selon la dernière étude de *Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España*, tout paraît indiquer qu'il y a une diminution du nombre de librairies moyennes en Espagne. La réalisation en 2005 d'une nouvelle *Carte des librairies en Espagne* nous permettra de vérifier cette tendance et d'autres, dégagées par des études partielles effectuées depuis la carte de 1999.

TYPOLOGIE DES PRINCIPAUX POINTS DE VENTE DE LIVRES

– Librairies indépendantes

- Générales ou spécialisées.

– Chaînes de librairies

• Verticales, qui dépendent de grands groupes comme, par exemple, Crisol (Grupo Prisa), Casa del Libro (Planeta), Fnac...

• Indépendantes : ces chaînes ont, d'habitude, moins de points de vente. À la différence des autres chaînes, leurs librairies ne sont pas toutes conçues sur un même modèle et ont parfois chacune leur spécialité. Il faut signaler que beaucoup de ces chaînes sont directement rattachées à des groupes religieux très présents et puissants dans le monde éditorial.

– Grands magasins (El Corte Inglés).

– Hypermarchés/Grandes surfaces (Carrefour, Alcampo, Eroski, Leclerc).

– Abacus : une coopérative¹ installée principalement dans les régions de Catalogne et du Levant qui dénature les usages et les coutumes du secteur car elle ne respecte pas l'application du prix unique dans les ventes à ses membres (concurrence déloyale).

La *Carte des librairies d'Espagne* rapporte aussi des données sur les ratios de ventes, la rotation des livres, les frais de personnel et de fonctionnement, le taux d'informatisation, l'endettement, les jours travaillés etc.

Position de la librairie dans le commerce intérieur

Dans le tableau suivant, on peut voir clairement quelle est la situation actuelle de la librairie en ce qui concerne les parts de marché et l'évolution ces dernières années par rapport à d'autres points de vente ou à un autre type de vente réalisé directement par les maisons d'éditions (comme la vente institutionnelle par exemple).

Années	1990	1999	2000	2001	2002	2003
Facturation en million d'euros	1 794,7	2 431	2 528,9	2 607	2 674,6	2 792,6
Circuits de vente	Parts de vente (en %)					
Librairies		32,4	33,3	36	38,6	36,8
Chaînes de librairies		10,5	11	11	11,7	14,7
Total librairies + chaînes²	31,7³	42,9	44,3	47	50,3	51,5
Grandes surfaces	9,2	7,6	8,1	6,8	5,5	4,9
Kiosques ⁴	6,0	8,5	8,6	8,3	6,7	5,7
Entreprises - Institutions	3,0	0,9	0,7	0,8	0,6	0,6
Bibliothèques	2,0	0,5	0,5	0,6	1,9	0,4
Autres maisons d'éditions	28	16,8	15	13,8	7,5	11,6
Porte-à-porte	6,0	5,4	4,0	2,6	2,3	2,2
Courrier aux particuliers	5,0	6,2	5,2	5,3	4,9	4,7
Clubs de livres	0	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4
Internet	0	1,8	4,7	7,1	9,2	8,2
Autres circuits	100	100	100	100	100	100

Sources : *Comercio interior del libro en España 2003 et années précédentes (Estudio Federación Gremios de Editores de España)* et CEGAL (*Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros*).

On peut observer que, depuis trois ans, la librairie dite «indépendante» s'est consolidée jusqu'à finir par devenir, avec les chaînes de librairies, le circuit de commercialisation le plus important pour les éditeurs en même temps que les chaînes de librairies⁵. Ce circuit qui représentait 31,7% des ventes totales en 1990 est passé à 51,5% en 2003. Cette donnée se voit confirmée par les études périodiques sur les habitudes de lecture réalisées par la FGEE et par les études sur le profil du secteur de la distribution de livres réalisées par FANDE (voir «La distribution», p. 45).

Au cours des dernières décennies, d'énormes changements se sont produits dans les circuits de vente: la vente directe de type porte-à-porte a baissé de façon significative, la vente directe des éditeurs par internet a commencé, les espaces de livres dans les grandes surfaces se sont développés, et on continue d'implanter des complexes commerciaux de type Fnac (installation de la première Fnac en 1993 à Madrid) avec une vaste offre de produits en relation avec la culture et d'importants espaces pour les livres.

LE CAS DES MANUELS SCOLAIRES

En 2003, les ventes réalisées en hypermarchés ont représenté 13,3%; ce chiffre a doublé depuis l'année 2000 (6,7%) en raison de l'effet de dérégulation du prix de ce segment de livres. En effet, malgré l'existence en Espagne d'une loi sur le livre qui établit un prix unique des livres (voir «Le prix unique», p. 50), le gouvernement Aznar a signé en juin 2000 un décret selon lequel les remises sont libéralisées sur les livres de texte d'enseignement obligatoire. Depuis lors, les hypermarchés offrent une remise de 25% sur ces livres, remises qu'ils utilisent comme publicité pour attirer et «capturer» une clientèle dont les achats d'autres produits (alimentation, matériel scolaire, vêtement, etc.) compenseront l'absence de bénéfices sur les manuels scolaires.

Ce fait a une grave incidence sur les librairies de la périphérie des grandes villes et des agglomérations de plus de 50 000 habitants.

D'autre part, plusieurs communautés autonomes ont commencé à instaurer un système de gratuité des manuels scolaires; il existe plusieurs modèles: le prêt, le chèque-

1. En 2004 Abacus a signé un accord avec Eroski pour créer une nouvelle chaîne de magasins de loisirs qui comprendront un département de librairie. On parle d'environ 200 magasins.

2. On commence à distinguer les données correspondantes aux librairies indépendantes et aux chaînes de librairies en 1999. Avant, on ne disposait que de données globales.

3. On ne recense pas dans cette ligne la vente de livres associés à la vente de presse. Ce pourcentage correspond principalement à la vente de fascicules à collectionner.

4. Dans leur majorité, les chaînes de librairies sont associées à CEGAL bien que dans ses statuts CEGAL ait pour objectif d'appuyer et de défendre la librairie indépendante.

5. La remise habituelle consentie par le distributeur au libraire pour les livres scolaires est de 25%. Pour les autres types de livres, la moyenne est de 30%.

livre. Celui qui convient le plus au secteur (aussi bien aux libraires qu'aux éditeurs) est le modèle du chèque-livre qui fonctionne depuis trois ans en Andalousie mais que les autorités de cette région remettent en question maintenant et veulent changer pour la formule du prêt. Diverses organisations de notre secteur, tant nationales qu'autonomes, ont présenté récemment des plaidoiries communes à propos du projet de décret sur ce thème, et tentent de freiner le processus en sollicitant le dialogue entre l'Administration et le secteur. Cette « bataille » avec les autorités d'Andalousie est très importante car le modèle appliqué dans cette région sera sûrement celui choisi ensuite par d'autres communautés autonomes dirigées par le PSOE (Parti socialiste ouvrier espagnol, actuellement au gouvernement). Le prêt est le modèle choisi par la Galice (Parti populaire). Depuis deux ans d'application et de progressive mise en route, on voit déjà apparaître de nombreux problèmes comme le retard de plusieurs mois du paiement des livres aux libraires par l'Administration, situation financièrement insupportable pour beaucoup de petites structures qui équilibrent leur exercice précisément par la vente de manuels scolaires.

Grande est la préoccupation en ce moment dans le secteur en général (le système du prêt affectera de façon importante l'édition) et en particulier chez les libraires.

– Le texte universitaire

- Les nouvelles formes d'édition en version numérique vendues en CD-ROM ou que l'on peut télécharger sur internet sont en augmentation. Ce fait ajouté à la photocopie de livres contribue à des pertes de marchés pour les librairies universitaires qui chaque fois vendent moins aux étudiants, aux particuliers et voient leurs ventes limitées aux bibliothèques avec toutes les incertitudes qui s'ensuivent : paiements tardifs, irrégularité des demandes.

LE PRIX UNIQUE

Le système a été appuyé depuis 1975, année de la dernière loi sur le livre, par tout le secteur, et par CEGAL en particulier, pour les mêmes raisons que celles avancées par les professionnels français. Actuellement, les remises autorisées au client final sont :

- 5 % (automatiquement appliqué par certaines chaînes et hypermarchés),
- 10 % pendant les foires du livre et la Journée du Livre (23 avril),
- 15 % dans la vente aux institutions.

En dépit de la réglementation existante – la loi de 1975, qui a connu beaucoup de dérogations partielles sous forme de décrets, règlements, etc. –, nous constatons un grand désordre dans le secteur et beaucoup de concurrence déloyale : ventes directes des éditeurs aux institutions avec des remises cachées supérieures à celles autorisées, ventes sans marges bénéficiaires dans les hypermarchés (manuels scolaires), et nombre d'autres exemples. Le secteur espère pouvoir participer à l'élaboration d'une nouvelle loi sur le livre qui permettra,

souhaitons-le, d'assainir la situation. Le gouvernement actuel est, apparemment, en faveur du prix unique, mais ne sait pas encore s'il proposera son application sans exceptions et pour tous les types de livres, y compris les manuels scolaires.

RÉFLEXIONS SUR L'ÉVOLUTION DES LIBRAIRIES

Selon les études réalisées par l'Observatoire de la librairie (carte des librairies, indicateurs statistiques), le livre est un produit cher à vendre parce qu'il requiert un personnel important comparé à d'autres activités de commerce.

De surcroît, en dépit du taux élevé d'introduction des technologies de l'information dans les librairies, tout indique qu'on ne pourra améliorer la productivité des librairies tant que l'on ne parviendra pas à la mise en œuvre des systèmes d'informations centralisés de l'ensemble du secteur livre (pour éviter que les libraires ne réalisent une même tâche – comme, par exemple, référencer un livre – dans de multiples établissements de façon répétitive). En effet, à l'exception de la base de données proposée par l'Agence nationale de l'ISBN qui réunit une information limitée, parfois mal actualisée par les éditeurs, il n'existe pas de base de données complète. Pour le moment, le secteur n'a pas réussi à s'unir dans le but de créer une source d'informations vraiment utile pour les distributeurs et les libraires. Il faut toutefois parler du projet SINLI de normalisation documentaire qui permet aux éditeurs, aux distributeurs et aux libraires d'échanger une série de documents commerciaux (bulletins de commandes et de retours, factures, informations sur les nouveautés) ainsi que les fiches des livres (limitées et encore trop souvent mal renseignées); malgré sa diffusion encore restreinte, SINLI offre à ses utilisateurs la possibilité de réaliser d'importantes diminutions des coûts.

D'autre part, le résultat économique de toute activité commerciale est en grande partie conditionnée par le ratio de rotation des stocks: la rotation des livres dans les librairies est deux à quatre fois moindre que celle qui existe dans d'autres secteurs du commerce. Cette situation reflète l'existence de coûts dérivés du maintien d'une offre culturelle diversifiée et plurielle: la grande quantité

de titres (les produits) qui peuvent ou doivent être emmagasinés dans les librairies (surtout celles que l'on qualifie «de fonds») limite les possibilités d'améliorer la rotation des stocks.

De plus, les effets de cette situation sont aggravés par le fait que la librairie a tendance à perdre des parts de marché dans les segments du commerce les plus rentables (en général de meilleure rotation) qui se commercialisent progressivement à travers d'autres circuits (comme, par exemple, les manuels scolaires ou les best-sellers).

LIVRES ET PRESSE

L'autre problème qui nous préoccupe est la vente de livres associée à la vente de journaux et de revues. Ce phénomène existe en Espagne depuis de nombreuses années déjà, mais il s'est développé à tel point que Fernando Valverde, Président de CEGAL, l'a comparé récemment à la vente illégale de copies pirates de CD et DVD sur les trottoirs des villes, une pratique appelée *Top Manta* en Espagne. Un des principaux problèmes engendrés par ce phénomène c'est la confusion qu'il provoque dans l'esprit du lecteur et de l'acheteur de livres : il ne comprend pas comment un livre qui se vend pour un euro avec un journal coûte six euros dans une librairie.

L'incidence réelle sur les ventes des librairies est difficile à déterminer, et jusqu'à aujourd'hui aucune étude sérieuse n'a été réalisée sur cette question. C'est une tâche en suspens qu'il conviendrait d'accomplir aussi bien en Espagne que dans d'autres pays européens où cette pratique existe également.

La majorité des livres achetés avec des journaux ne le sont pas pour être lu, mais pour constituer une collection qui «fasse bien» sur les étagères du salon, ou qui puisse servir aux enfants à l'école (normalement ils ne servent pas parce que les professeurs ont l'habitude d'utiliser une édition commentée réalisée spécialement pour les élèves).

Ces paris éditoriaux sur de nouveaux circuits mettent en péril la valeur de la chaîne de commercialisation, détériore l'image du livre comme produit culturel de qualité ainsi que celle du libraire (le public dans sa majorité croit que c'est lui qui décide le prix des livres).

LES DÉFIS

Pour résumer ce qui vient d'être exposé, il y a plusieurs points à propos desquels libraires et organisations du secteur doivent continuer à travailler pour consolider et fortifier les librairies :

- améliorer les outils de gestion ;
- continuer à moderniser les structures ;
- réorganiser le commerce du livre ;
- continuer à travailler avec le secteur pour améliorer les modes de fonctionnements ;

–contribuer à la promotion la lecture en cherchant une plus grande complicité avec les bibliothécaires et les professeurs;

–organiser la formation des libraires: ce dernier point est un travail en attente en Espagne. Actuellement, il n'existe pas de modules professionnels spécifiques et permanents pour préparer les futurs libraires. Les cours organisés s'adressent dans leur grande majorité à du personnel de librairie en activité et abordent des sujets plus généraux tels que l'informatique et l'attention au client, mais pas nécessairement selon la perspective spécifique de la librairie.

CEGAL pour sa part organise journées ou séminaires courts de formation sur des sujets ponctuels, ainsi que des échanges d'expériences entre professionnels de la librairie; elle prépare actuellement un rapport dont l'objectif est de proposer au ministère de l'Éducation la mise en place d'une formation pour libraires, sanctionnée par un diplôme national officiel.

Au vu des tâches à accomplir; et croyant malgré tout fermement à l'avenir de la librairie espagnole, nous terminerons en disant, comme les toréadors sur le point d'entrer dans l'arène: «Courage et au taureau!»

Traduit de l'espagnol par Pierre Boncenne

On pourrait en dire beaucoup plus sur la librairie espagnole, et certains points ici esquissés mériteraient une information plus détaillée. Nous invitons les personnes intéressées par l'obtention des études complètes réalisées aussi bien par l'Observatoire de la librairie que par la FGEE et FANDE à se mettre en contact avec CEGAL.

Pour plus d'information:

CEGAL, Santiago Rusiñol, 8, 28040 Madrid

Tél.: 00- 34 91 535 80 74

Fax: 00 - 34 91 553 12 73

www.libreros.org - www.clubkirico.com

asesora@libreros.org - cegal@libreros.org

Des librairies du Sud

JEAN-MARIE OZANNE

Librairie Folies d'encre - Montreuil
Membre du Directoire du SLF

À Michèle Capdequi

Brésil

Le jour où nous arrivons à Rio, le pape termine sa messe, une hallucinante marée humaine remonte le boulevard et nous mettons une bonne heure pour faire les 500 derniers mètres, à contre-courant. La chambre d'hôtel est contiguë à celle de Radio Vatican, qui commente bruyamment le départ de Jean-Paul II. La télévision montre des jeunes filles à peine vêtues, dansant très suggestivement autour de bouteilles de Coca. L'après-midi, dans une supérette, je vois la file, devant la caisse, qui chaloupe, en écoutant la radio commerciale locale chargée de couvrir le brouhaha.

L'inflation se calme. La Fnac s'installe.

Le lendemain, devant une vingtaine de libraires, j'évoque Lacan : un jeune se lève, et le cite dans le texte, en français. La visite de nombreuses librairies démontre une passion pour les « sciences humaines » à la française, à l'européenne, et l'on trouve souvent des ouvrages de diverses langues (anglais, bien sûr, mais aussi espagnol, allemand ou français) dans les rayons.

Quant aux deux grandes librairies entièrement francophones, l'une à Rio, l'autre à São Paulo, je suis ahuri devant le rayon de linguistique (un mur entier) ou celui de sociologie (un autre mur). L'idée même de retours est impensable au vu des coûts de transport, mais on sent une véritable politique d'assortiment.

Comment l'inventent-ils dans cet éloignement, le manque de contact, l'isolement ? Partout l'inquiétude de l'avenir. Et une passion...

Maroc

Près de l'université, un petit local, 500 à 800 titres, une jeune femme: sa librairie. Cette femme est courageuse. L'université est la scène de tous les intégrismes.

La nuit tombée, des étudiants lisent sous les réverbères.

Une heure avant l'ouverture de la bibliothèque, la queue se forme: ils sont déjà une vingtaine.

Dans une grande ville, Madame X nous reçoit dans son lieu de vente: beaucoup de livres de poches jaunis. Une grosse dame s'occupe de la caisse, deux garçons vaquent... elle commande, ils n'osent pas la regarder. La devanture a été refaite. C'est une belle librairie.

À la gare routière, des enfants de dix ou douze ans se couchent à l'arrière des autobus à l'arrêt mais moteur ronronnant: ils sniffent les gaz des pots d'échappements.

Il y a deux mois, le représentant de telle diffusion française est passé: il a négocié une grande opération avec la plus prestigieuse librairie du Maroc. L'échéance est à soixante jours, le transport en nécessite quarante. Le jour où la libraire met les livres en place, on trouve les mêmes au coin de la rue, accompagnés d'un rabais de 30%. À Paris, chez le diffuseur, personne n'est au courant.

Un libraire sait qu'il va faire faillite, mais nous parle de ses projets... une nouvelle librairie.

Ce petit monsieur est fier, sa librairie est pleine, il est au centre de l'espace encombré d'ouvrages parascolaires. Comme tous les autres, il exprime la singularité du métier: bien sûr, ici, le livre est souvent utilitaire, mais tout le monde sent la puissance de ce produit, perpétuel prototype à forte valeur symbolique. Ils sont fiers. Et inquiets. L'euro augmente. Pour la plupart des librairies, 40% de l'activité dépendent d'un seul fournisseur. Parisien.

Nous terminons la rencontre avec quelques libraires. L'une d'entre elles repart dans sa petite voiture pour rejoindre une bourgade à l'écart: elle se change, elle met le voile, pour ne pas être ennuyée, dit-elle.

Liban

Entre la grande chaîne du livre et ses nombreux magasins, et les quelques libraires indépendants, l'espace est confiné. On trouve tout, même les ouvrages de Roger Garaudy.

Entre les livres en arabe et ceux en anglais, (en américain devrait-on dire) l'espace de la francophonie se rétré-

cit. Le Liban est le pays où l'on sent ce recul. Là, comme ailleurs, l'État français a saupoudré, donnant rarement les moyens quand il fallait où il fallait.

J'assiste à la visite d'un représentant: j'ai honte pour lui et les maisons qu'il représente, c'est un mercenaire. Le libraire tient à ce lien, un des seuls, il est content.

Cette librairie connaît très bien les livres de jeunesse. Elle en parle longuement. Admirablement.

Le prix de vente du livre français est particulièrement raisonnable. Beaucoup plus raisonnable qu'en Suisse ou en Allemagne.

Haïti

Je rencontre tout de suite des auteurs. Dans ce confetti du bout du monde, il est facile de rencontrer des auteurs. Mais il est si difficile d'expliquer cet appétit culturel, cette appétence à l'intelligence. Pour l'ampleur du marché, les libraires se bousculent.

Le soir, dans un quartier un peu chic, la librairie va fermer le rideau de fer. Le garde réarme sa mitrailleuse. Le bruit me fait terriblement sursauter. Lorsqu'elle va à sa voiture, il reste derrière, à l'affût. Je suppose que c'est un professionnel.

Cette librairie du centre-ville est grande, 80, voire 100 m². Deux néons. Il y a peu d'électricité (deux heures par jour, maximum). Donc peu de lumière. La vitrine est sombre. Mais on devine le gardien. C'est lui qui doit être vu, en premier. Celui-là n'est pas armé d'un fusil. Ou cela ne se voit pas. Je ne pose pas la question.

La poésie se vend, un jeune libraire me raconte:

«Je dis le naufrage et la rage de mon île intranquille
Ma route et ma déroute
Ma fête et ma défaite
Mes mots et mes motifs
Ma part de culpabilité
Et mes effets divins aux éclats de mon âme.»

Il nous invite chez lui. Plusieurs jours ont passé avant que nous y allions. L'adresse nous semble imprécise. C'est à la campagne, au bout d'un chemin, à flanc d'un mont chauve, dont les seuls habitants nous semblent être quelques poules. En fait, dans une toute petite maison, notre libraire est là. Il y a juste un lit et une table basse, des bougies et des tableaux. Il n'y a pas d'électricité, ni de livres. C'est trop cher. Comment a-t-il pu apprendre le poème de Franckienne?

Bien sûr, la librairie par terre est omniprésente. La débrouillardise informelle se formalise. Entre les rêves de résistance à la Che, et le pragmatisme des réseaux chrétiens, Haïti chaloupe. La librairie n'a pas de bouée de sauvetage, mais quelle détermination!

Je découvre quelques chiffres viables: la marge brute est rarement supérieure à 30%, malgré la subvention française pour le transport (entre 20% et 40% au kilo selon le mode de transport). Étonnant, un diffuseur français vend au prix public TTC (le prix à l'export devant être HT). Celui-ci l'explique par

des frais supplémentaires liés au coût des relations avec l'étranger et à la faiblesse des quantités commandées. Les remises sont faibles, pourtant, les raisons de rémunérer la partie qualitative du travail de libraire ne semblent-elles pas aussi pertinentes que dans nos frontières?

Dans le car qui nous amène à l'aéroport, nous voyons trois carcasses de chevaux qui pourrissent, sur le bas-côté. Un enfant s'approche.

Mali

Depuis plusieurs années, le Salon Étonnants voyageurs fait escale au Mali. Depuis plusieurs années, la presse relaye l'événement avec enthousiasme, et je suis content pour Moussa Konaté, un ami. Les journaux évoquent les auteurs, les animateurs, le public, les bibliothèques, les restaurants, les paysages, la poussière, les sourires... pas les libraires. Même pas pour remarquer le faible nombre ou la fragilité de ces entreprises. Sans diffusion, à quoi sert un éditeur? N'est ce pas un problème majeur et récurrent dans le Sud, indépendamment de tout «afro-pessimisme» ou de tout «afro-optimisme»?

Tunisie

Un libraire organise un marché du livre. Une sorte de grande braderie, de solderie. Ses confrères se plaignent, il s'en moque. Dans son stock, se trouve une palette de dictionnaires, année 2001. Il avait eu, à cette date, une échéance à 180 jours et une remise de 40%. Il va les solder, 30% de rabais.

Dans un quartier chic, deux belles librairies s'épient. Le fonds est relativement important. Dans l'une, la libraire raconte sa lassitude, dans l'autre sa passion. Comme partout.

La base de données Electre est trop onéreuse. Les libraires se renseignent sur les sites commerciaux. Mais l'État tunisien bloque régulièrement l'accès à la Toile. Si jamais il venait à l'idée de quelques Tunisiens de commander le livre d'un opposant? Donc, les libraires ne disposent plus de bases de données.

Pendant le repas du midi, une jeune employée annonce son mariage: s'ensuit une vive discussion avec deux filles, sur le thème «accepter ou non le mariage traditionnel»... La jeune employée regrette d'avoir annoncé son mariage.

Je prends conscience de la difficulté d'être libraire dans un pays où la censure s'exerce au quotidien. *La religieuse* de Diderot est interdite. Juste à cause du titre.

Madagascar

Demain, il n'y aura peut-être plus aucune librairie à Madagascar.

Paris

Chaque année, le directeur du livre remet une médaille à un libraire étranger. Cela se passe au Centre national du livre (à l'Hôtel d'Avejan) pendant le salon du livre. En fin de matinée. Cette année-là, le directeur du Livre, Jean-Sébastien Dupuit, décore Madame Agnès Adjaho, de la librairie Notre-Dame (Cotonou, Bénin), et l'honore d'un éloquent discours. Elle répond en évoquant la responsabilité sociale du libraire, l'engagement professionnel, la conviction, la passion, les difficultés, les incertitudes mais surtout, sa farouche certitude que ce métier vaut un combat. Toute l'assemblée est bouleversée. Peut importe d'où nous venons, nous savons que le cœur de la librairie bat, ici, à cet instant présent. Nous avons « la foi ». Cette foi-là est moins lourde au nord qu'au sud. Je suis le seul libraire « français » présent.

Depuis, l'Association internationale des libraires francophones a été créée... Peu de libraires français sont adhérents. Mais cela va changer...

Les rencontres ici évoquées ont eu lieu à l'occasion de séminaires de formation organisés par le BIEF.

Courriel: aiff@wanadoo.fr

Tél.: 01 53 62 23 10

Libraires indépendantes et développement durable du livre

Ou la résistible « disquairisation »
d'un métier

BENOÎT BOUGEROL

Librairie Maison du Livre - Rodez
Vice-président du SLF

Le livre partout face aux mêmes questions

Le tour d'horizon permis par ces articles venus d'ailleurs renforce mes convictions quant au livre et à son marché. Partout, la figure du libraire est associée à un métier nécessaire mais déstabilisé, et son environnement connaît partout les mêmes bouleversements :

– une forte concentration éditoriale où les premiers éditeurs sont de plus en plus prépondérants, alors que de très nombreux autres de moindre importance vivent sur un créneau de plus en plus étroit;

– un développement des chaînes de grande distribution, avec des situations différentes dues à l'histoire ou à la loi, à côté d'un réseau fragile mais vivant de librairies indépendantes permettant un conseil et un choix de qualité;

– une chute du nombre de grands lecteurs accompagnée d'une augmentation du nombre d'acheteurs occasionnels, notamment pour les meilleures ventes qui touchent de plus en plus de monde. On constate aussi que les Français achètent moins de livres que leurs voisins;

– une production qui s'envole avec des tirages qui faiblissent, à côté des quelques titres qui réalisent des scores impressionnants : autant d'arbres cachant la forêt. Il faut cependant comparer ce qui est comparable : au Royaume-Uni, des fascicules de tout genre sont immatriculés comme livres et bénéficient de la TVA à 0%, en Allemagne de nombreuses brochures ont un ISBN, alors qu'en France il s'agirait souvent de suppléments de périodiques, avec une TVA de 2,1%, plus faible que celle du livre à 5,5%. Cette surproduction entraîne en Allemagne des « surstocks [qui] doivent être également consommés ». Cela se pratique à l'aide du *Modernes Antiquariat*, plus ou moins équivalent aux livres neufs à prix réduits en France.

Quand nous rencontrons d'autres libraires, ici comme au Brésil, le même constat s'impose : « *partout, l'inquiétude de l'avenir. Et une passion...* »

Un marché éclaté entre deux pratiques

Ceci illustre un mouvement de fond, avec l'émergence de deux pôles sur un marché éclaté du livre.

D'une part, l'accélération d'une logique où des best-sellers, en nombre restreint, toujours plus médiatisés, sont accessibles dans toutes les grandes surfaces, où l'achat d'impulsion prime. Ce modèle économique ressemble à s'y méprendre à celui de n'importe quel autre produit de masse, qu'il soit d'ailleurs en soi de qualité ou pas. C'est la médiatisation (de la notoriété à la publicité, en passant par le bouche à oreille du bon succès populaire) et la chalandise qui font vendre en lieu de place du conseil et du choix. « *D'où le changement de structure de la demande des consommateurs vers un goût plus "populaire" qui oppose actuellement les petites librairies aux grandes chaînes, notamment dans la diversité du choix des titres vendus, plus large chez les libraires* » (Hongrie).

D'autre part, une production croissante de titres dont le tirage moyen baisse, suivie par les libraires, dont l'image « marketing » est construite sur une offre large et raisonnée sans être obnubilés par la rotation rapide et le profit immédiat des chaînes. Il ne s'agit pas seulement du travail de quelques *libraires indépendants qui ne sont pas principalement motivés par le profit et qui survivent mais tout juste* (Royaume-Uni). En effet, c'est toute la librairie indépendante, avec de fortes disparités de taille et de fragilité, qui a bâti un vrai modèle économique basé sur la qualité du service et de l'assortiment. Ce pôle relève du développement durable et doit être accompagné, car les seules forces d'un marché dérégulé s'y opposent.

Si le premier pôle ne vit que des 100 ou 1 000 meilleures ventes, il faut rappeler que les dizaines de milliers des autres titres ne vivent que par la librairie. Je suppose que les grandes surfaces font un score impressionnant avec « le » titre n° 1 de 2004, et pourtant il faut bien que l'éditeur concerné puisse aussi publier et vendre d'autres livres. Sauf à connaître la crise des producteurs de disques, incapables économiquement de sortir autre chose que des succès formatés et attendus, agrémentés de quelques rares prises de risque offrant la possibilité de succès inattendus. L'avenir est-il annoncé par la situation inquiétante décrite par *Le Monde des livres* du 25 février dernier sous le titre : « *SOS lecture aux États-Unis ?* » Un éditeur new-yorkais y déclare en effet : « *les milieux de l'édition et du business présentent de plus en plus de convergences, et un nombre restreint de livres attire presque toute l'attention.* »

Le prix unique pour une librairie culturelle de qualité

Nous arrivons à la question fondamentale du prix du livre. Le cas du Royaume-Uni qui a abandonné en 1995 un accord de prix unique renforce notre conviction de la nécessité d'une régulation par un prix unique : « *[Au Royaume-Uni] entre 1995, lorsque le prix unique du livre fut supprimé, et 2003, le prix du livre payé par le*

consommateur a augmenté de 29,6%, alors que le taux d'inflation général pour les biens et les services a été de 17,8%.»

En France, contrairement à certains augures et sûrement grâce à la loi sur le prix unique qui a permis une bonne diffusion des livres les moins vendus (donc susceptibles de voir leur prix augmenter si la diffusion diminuait), les prix sont «*toujours très sages*» indique *Livres Hebdo* en publiant les indices suivants en février 2004: depuis 1998, l'indice général des prix progresse de 11% et celui des livres de 6%... *No comment!* Ainsi tombe l'argument qui oserait lier un prix libre à un prix bas, soit disant favorable à la culture et au consommateur.

Si la France bénéficie du régime de la loi du 10 août 1981 instaurant le prix unique du livre, complétée par celle du 18 juin 2003 plafonnant les remises aux collectivités, elle est pourtant loin d'être indemne des processus de concentration et de fragilisation du réseau des libraires indépendants. Cette fragilité des libraires ne sera combattue que par la qualité, mais une qualité reconnue et rémunérée par les éditeurs. Sinon ces derniers seront, comme dans le disque, les prochaines victimes de leurs propres clients de la grande distribution. Ce que le directeur commercial d'un grand éditeur interrogé par *Livres Hebdo* vient d'appeler la «dictature du taux d'écoulement» a déjà asséché le marché du disque, en commençant – souvenez-vous en – par réduire à néant le réseau des indépendants, leurs services, leurs choix, leurs conseils.

Les disquaires ont disparu face à la grande distribution qui initia une guerre des prix il y a près de trente ans. Dans un tout autre domaine, le maillage des stations essences a été réduit à néant pour quelques centimes d'économie dans les supermarchés, contribuant à la désertification rurale... Cette liberté appliquée au livre aurait fait disparaître bien des libraires et réduit les éditeurs à la merci de la puissance de quelques clients GSS et GSA.

Prix unique et développement durable du livre

La loi Lang existe depuis près de vingt-quatre ans. Elle reste la référence de nombreux libraires des pays voisins. «*Il faudrait en fait instaurer un système de prix fixe qui certes ne réglerait pas tous les problèmes, mais qui permettrait au moins l'émergence progressive d'un réseau de détaillants qualifiés*»

(Hongrie). La question du prix unique du livre est partout présente... Celle de la régulation de la concurrence sur les prix se pose partout: nous savons bien que les questions culturelles, l'accès au livre et à la lecture, la diversité de l'offre éditoriale, la liberté de la création, priment sur l'organisation du marché par les prix. Évidemment, un livre n'est pas substituable à un autre; en outre, le prix résulte d'un équilibre entre un prix psychologique (un roman de 300 pages coûte 20 euros) et un coût économique pour l'éditeur (500 exemplaires vendus de ce roman, c'est une lourde perte; 2000 exemplaires c'est un échec limité; 8000 exemplaires: ouf! et si on atteint les 100000 c'est le jackpot...), enfin le rôle du détaillant est d'autant plus important que les ventes sont faibles. En effet ce sont les libraires qui vont permettre de passer de 500 à 5000 exemplaires d'un titre; c'est ensuite le relais médiatique qui va permettre à la grande distribution d'utiliser l'effet achat d'impulsion grâce à son important flux de clientèle. Si le lancement médiatique, la notoriété de l'auteur ou du titre, ou encore la prescription ambiante précèdent et accompagnent la sortie du livre, nous entrons dans un schéma propre à la grande distribution, le conseil (donc les emplois) disparaissant au profit de la mise en avant. Et n'oublions pas que le libraire a besoin de ces ventes «faciles» pour équilibrer les charges induites par un stock diversifié et un personnel suffisamment qualifié, rémunéré et nombreux. Avec les meilleures ventes nous sommes sur un marché de produits comme tant d'autres (même si on ajoute le mot culturel pour éviter de les confondre avec les boîtes de petits pois et les couches culottes): dans ce cas, les parts de marché de la grande distribution sont très importantes et certains éditeurs, allant à Canossa, sont prêts à consentir des conditions extraordinaires pour les quantités qu'il faut «vendre! vendre! vendre!».

Dans un régime de prix «libres» c'est la loi du plus fort, et les grandes enseignes bénéficient d'achats groupés qui, couplés à une absence de personnel qualifié (... de libraires), leur permettent de baisser les prix sur le dos des salariés qu'ils n'ont pas. Nous rejoignons le dilemme schizophrénique du consommateur (des prix bas!) salarié (du travail! des augmentations!) dont se joue le modèle dominant de la grande distribution, séduisant même bien des décideurs économiques.

Dans un régime réglementé de «prix unique du livre» comme en France, là où, «entre le faible et le fort, la loi protège, et la liberté asservit», il y a une reconnaissance du travail de conseil et d'assortiment réalisé par le libraire, qui permet un développement de la culture et de la lecture. Certes, d'autres critères jouent, telles que la publicité et la notoriété, l'importance de la surface, la proximité d'un lieu de fort passage qui permettent aux enseignes des groupes financiers de renforcer leurs parts de marché. Mais au moins cela permet-il aux libraires qui réalisent un travail de qualité de pouvoir annoncer les mêmes prix qu'ailleurs.

Continuer nos efforts... en investissant

Ces dernières années ont vu une évolution formidable de nombreuses librairies. La croissance et la modernisation ont permis à de nombreux libraires d'appuyer

leur offre et leurs conseils sur des services bibliographiques, des animations littéraires et une organisation logistique pointue. Sinon, il y a longtemps que notre métier aurait été déstabilisé.

Il nous faut donc continuer dans ce sens, mais en analysant bien les exigences de notre profession.

Investir nécessite une volonté forte de saisir l'opportunité de s'agrandir, de construire un fond, d'offrir un large éventail des nouveautés. Encore faut-il en avoir les moyens! «*La librairie se caractérise par un manque d'investissements, un chiffre d'affaires qui diminue et des marges qui couvrent à peine les salaires et les coûts du loyer*» (Pologne). En France, les résultats de l'enquête¹ de la Direction du livre et de la lecture (DLL), publiés en octobre 2004, montrent toute la fragilité du réseau des librairies de premier niveau. Si les plus grandes des librairies bénéficient de conditions d'achat permettant de supporter les charges, les plus petites subissent, elles, la loi du quantitatif et, avec un coût d'achat supérieur, perdent les quelques points qui leur auraient permis d'investir. Un loyer plus élevé, un transport plus cher dû à l'éloignement d'une grande ville ou à la faiblesse du tonnage livré, un stock trop lourd avec de plus en plus de nouveautés à présenter, bref! un dérapage sur 1 %, 2 %, ou 3 % des charges et c'est la spirale des fins de mois difficiles, empêchant l'investissement, l'embauche et la formation, et, à terme, la transmission de la librairie... Une librairie disparue, c'est une proposition culturelle annihilée, même si les meilleures ventes seront toujours distribuables via une maison de presse ou un supermarché. Mais les éditeurs les plus soucieux de résultats financiers mesurent-ils la perte en chiffre d'affaires sur tous les autres titres? Perte à terme plus douloureuse que l'augmentation de la remise qui aurait, non seulement respecté la logique de la loi Lang privilégiant le qualitatif, mais aussi assuré la pérennité d'une activité utile à l'éditeur... avant qu'il ne concède encore plus de remise à la grande enseigne qui continuera à ne vendre que les prévendus...

Si les éditeurs rémunèrent le qualitatif...

L'enquête de la DLL confirme que, en moyenne, l'achat des livres représente près de 70% des charges d'un libraire de premier niveau. La remise moyenne concédée, de l'ordre de 35% est amputée des réductions consenties aux biblio-

*Librairies
indépendantes
et développement
durable du livre*
benoit bougerol

1. http://www.centrenationaldulivre.fr/doc/situation_economique_librairies_1er_niveau.htm

thèques, des cartes de fidélité, et de la « démarque » due aux vols. Précisons que cette remise concédée de 35% sur le prix HT représente 33% du prix public TTC, bien en-dessous de la fourchette de 35% à 40% (sic) du prix public TTC publiée dans l'agenda 2005 du SNE. S'agit-il d'une erreur tragique dénotant une méconnaissance de nos marges ? Oublie-t-on les livres scolaires, universitaires, catéchétiques aux marges réduites ? Oublie-t-on les petits et moyens libraires ? Ou alors s'agit-il des conditions des détaillants des GSS-GSA et oublie-t-on les libraires ? Je ne connais qu'un seul éditeur qui va jusqu'à une remise de 40% du prix TTC (soit la remise au sens habituel calculée sur le prix HT de 42,5%).

Aussi je demande aux éditeurs de :

–prendre conscience de leur responsabilité culturelle et économique dans la vie des librairies indépendantes, afin de définir une politique saine à long terme ;

–comparer les conditions faites aux libraires et à la grande distribution et les charges de chacun. *Quid* du conseil, qui permet de vendre 90% des nouveautés (hors les fameuses meilleures ventes) en consacrant 17% du CA aux frais de personnel, alors que la grande distribution ne consacre que 6% à 10% pour leur personnel et prend le différentiel en résultat direct ?

–réinvestir stratégiquement dans une réflexion fondamentale permettant de reconstruire des critères qualitatifs pertinents permettant un développement durable, en évitant de distribuer de la marge là où elle ne sert pas la qualité (ni le développement à terme de l'éditeur lui-même) au profit des librairies. À l'heure où le SLF travaille à une nouvelle convention collective propre à la librairie, il ne sera possible de construire l'avenir de notre métier que sur une juste rétribution de ce travail. Sinon, que ferons-nous face à la « disquairisation » (lente, grâce au prix unique ; résistible grâce au qualitatif inscrit dans la loi) du livre ?

En guise de conclusion

Puisque l'étude italienne se termine par une conclusion qui résume l'enjeu principal, commun aux libraires et aux éditeurs, et tout particulièrement aux libraires indépendants et aux éditeurs indépendants (sujet du prochain *Cahier du SLF*), relisons-la ensemble. L'auteur y dénonce « la librairie renonçant à sa propre vocation au profit de l'ennemi par excellence, la grande distribution. [...] Une prévalence destructrice des processus de concentration, non tempérée par la vie en commun avec des modèles certes modernes, mais en même temps plus ouverts aux logiques du service traditionnel, serait délétère et pourrait se révéler mortelle pour la survie de l'édition de recherche et de proposition. »

Dont acte.