

L'application du prix unique

Deux syndicats de libraires suggèrent

Syndicat des libraires Loire-Océan

Après avoir pris connaissance de la teneur de la nouvelle loi relative au prix du livre, le bureau se félicite de l'adoption d'un texte qui établit le principe du prix unique de vente au public.

Il regrette toutefois que cette mesure soit atténuée par la possibilité de minorer de 5 % le prix fixé par l'éditeur. Il y voit le risque que, sous le jeu de la concurrence, les libraires soient amenés à pratiquer systématiquement cette minoration. Ils seraient alors placés devant l'alternative suivante : ou bien rogner leur marge de cinq points, ce qui accentuerait leurs difficultés et compromettrait l'avenir de bon nombre d'entre eux ; ou bien exiger des éditeurs une augmentation équivalente de leur marge dont résulterait inévitablement un renchérissement du prix du livre. Le résultat serait alors tout à fait contraire à celui escompté.

Il attire l'attention sur le fait que l'article 3 de la loi est en contradiction avec les promesses du candidat François Mitterrand et les engagements du colloque de Valence : « ... l'égalité des citoyens devant le livre ; chaque Français doit pouvoir acheter le même livre au même prix sur tout le territoire ».

Cet article établit en effet un régime spécial en faveur de certaines catégories de citoyens. A côté des marchés traités avec l'Etat, les collectivités locales, les établissements scolaires et les bibliothèques, pour lesquels une

refonte des procédures d'appel devrait être effectuée (après concertation entre les ministères intéressés et les professionnels), cet article propose un nouveau discount, illimité, au profit de bénéficiaires nommément désignés.

S'il est naturel d'envisager des conditions préférentielles pour des marchés importants, celles-ci ne peuvent en aucun cas être liées à l'appartenance à un organisme, aussi représentatif soit-il.

En conséquence, le bureau demande que l'article 3 soit refondu et que sa nouvelle rédaction offre la possibilité de fixer de nouvelles conditions quantitatives selon la spécificité des marchés.

Par ailleurs, le bureau du Syndicat s'étonne de la situation privilégiée accordée aux clubs et organismes de courtage. Il demande que le prix « au moins égal » s'entende pour une présentation similaire à l'édition originale et que ce prix soit maintenu au-delà des neuf mois.

Il ne saurait accepter, en outre, l'autorisation, faite aux entreprises de courtage et d'abonnement, d'effectuer des ventes à primes, alors qu'elles sont interdites, à titre individuel aux détaillants.

Le bureau demande enfin qu'en complément à l'article 1^{er} de la loi, un texte officiel fasse obligation à l'éditeur et à l'importateur d'un livre comportant des matériels audiovisuels d'accompagnement (diapos, bandes, cassettes) de fixer également le prix de vente de ces suppléments, et aux détaillants, de le pratiquer.

Une mesure alignant le taux de TVA de ces compléments sur celui du livre serait en outre favorable à l'utilisateur.

Pour terminer, le bureau souligne que la loi demeure muette sur trois points :

1. Les ventes à tempérament concernant les produits lourds (encyclopédies, dictionnaires, collections...) et le coût du crédit à rajouter au prix fixé par l'éditeur.

2. Le coût du transport dans les ventes par correspondance.

3. La fonction de grossiste en librairie.

Il demande que ces trois éléments soient étudiés par l'interprofession et fassent l'objet, si besoin est, d'un texte officiel.

En conclusion, le bureau du Syndicat des libraires de Loire-Océan demande à l'Union syndicale des libraires de France de continuer son action auprès des pouvoirs publics et des éditeurs pour parfaire et préciser le nouveau texte de loi, en profitant du dialogue qui s'est instauré depuis plusieurs semaines entre les partenaires concernés.

Robert BOISTEAU
Président du Syndicat Loire-Océan,
libraire à Angers. □

Syndicat des libraires universitaires et techniques

Le Syndicat des libraires universitaires et techniques est satisfait de la loi du 31 juillet dernier, instituant la pratique du prix unique en France.

La nouvelle loi, instituant le prix unique à partir du 1^{er} janvier prochain, nous satisfait notamment :

- Pour nos clients. Ceux-ci n'auront plus besoin d'investir en

temps et en fatigue pour essayer de gagner quelques francs sur le prix d'un ouvrage. Au lieu de ne regarder que les étiquettes, ils regarderont peut-être un peu plus les livres, puisque les média pourront se charger de les informer à la fois sur l'ouvrage et sur son prix. La concurrence entre libraires s'établira donc au niveau de la qualification et du service rendu.

- Par le rétablissement de notre fonction de libraire à sa juste valeur, puisque nous allons de nouveau pouvoir stocker, entretenir et promouvoir auprès de notre clientèle des ouvrages de fonds ; et ceci grâce au produit des ventes courantes dont le discount nous avait privés.

J'ajouterai qu'à long terme le maintien du système actuel du prix net aurait, par l'encouragement qu'il était pour l'édition de livres (vite faits et vite vendus), entraîné la disparition de la culture et de la recherche.

Cependant, il ne faut pas oublier que, pour les libraires affiliés au SLUT, la liberté du prix du livre n'avait jamais pu s'exercer pleinement. S'il est vrai qu'elle avait permis à ceux-ci de retrouver une marge viable, dans des disciplines où l'édition était d'ordinaire très avare, elle était très amputée par la concurrence de nos propres fournisseurs. Ceux-ci, disposant souvent d'un point de vente, pouvaient reconstituer un prix conseillé par le biais de leur « prix à l'exportation » ou encore « prix en leur librairie ». De plus il nous était devenu très difficile, à nous libraires spécialisés, d'informer notre clientèle de façon satisfaisante sur les prix que nous pratiquions dans nos librairies, car le repiquage de ceux-ci sur tous les documents bibliographiques concernant notre spécialité était souvent trop onéreux pour nos entreprises.

Cette loi, si l'édition, à laquelle elle a plu dans son ensemble, en respecte l'éthique, devrait permettre à nos libraires de se développer harmonieusement, et aussi inciter à la création de nouveaux points de vente. Nous pensons que l'édition a compris que la diffusion de livres universitaires, scientifiques et techniques n'est pas une tâche facile, et qu'elle requiert une qualification cer-

taine. Ce sera à elle d'ajuster ses coûts, et de donner à ses diffuseurs les moyens d'exercer convenablement leur métier qui, dans leurs spécialités, représente le soutien et le développement de la culture. Plus les vitrines réapparaîtront, plus le public sera concerné. Et, débarrassé du poison qui l'engourdissait, l'achat d'impulsion renaîtra.

Nous souhaitons, pour notre part, que l'esprit de cette loi ne soit pas déformé, en attendant sa mise en application, par l'encouragement de promotions exagérées, suivies, en janvier, d'une augmentation du coût des livres par nos fournisseurs. Ce rentable « à court terme » pourrait être très nocif pour l'image ultérieure de notre profession.

Il reste maintenant à résoudre le problème de la vente des livres à l'Etat, aux collectivités locales, aux établissements publics ainsi qu'aux bibliothèques, et notamment aux bibliothèques universitaires. Nous souhaitons, sur ce point, l'institution d'une déontologie qui ne permettrait plus à l'éditeur d'accorder à ces organismes privilégiés des conditions que le libraire ne pourrait pas lui-même leur consentir. Si tel était le cas, cela inciterait le libraire à avoir un plus grand choix dans son magasin et à mieux assurer la publicité d'un titre par l'envoi d'informations à l'ensemble de sa clientèle. Ces prestations de service devraient être encouragées par l'édition, si elle accepte enfin, comme nous l'avons si souvent demandé, de privilégier, dans ses conditions de vente, le « qualitatif ».

René THOMAS
Président du SLUT,
libraire à Paris. □

Echos

Formation : informatisation

■ Les 21 et 22 septembre, le Centre d'étude du commerce et de la distribution (Cécod) organise, dans les salons de l'hôtel Sheraton, à Paris, un séminaire de deux journées sur le thème : « L'ordinateur dans le magasin ». Au programme de cette manifestation :

- Première journée : témoignages d'utilisateurs de systèmes informatiques, mise en place, résultats, pro-

jets, mais aussi les difficultés, surmontées avec l'aide de constructeurs, de sociétés de conseil et d'assistants techniques, dans les branches commerciales suivantes : prêt-à-porter, quincaillerie, horlogerie, bijouterie, articles de sport, appareils ménagers, ameublement, alimentation.

- Deuxième journée : mise à jour des méthodes qu'un commerçant peut utiliser pour mener à bien son passage en informatique, à partir des matériels disponibles et des logiciels adaptables.

— Les problèmes à traiter et leurs implications : gestion commerciale et financière des commandes, gestion des stocks en valeur et par article, enregistrement et ventilation des ventes, établissement des prix de vente et des tarifs, gestion des assortiments et des linéaires, gestion des marges et des frais généraux, comptabilité et gestion de la trésorerie, publicité et mailings.

— Les techniques et moyens de liaison avec les fournisseurs.

— La codification, l'étiquetage et les moyens de saisie.

— Le diagnostic d'informatisation, le cahier des charges, la procédure de choix, la mise en place et la nouvelle répartition des tâches et responsabilités.

Ce séminaire est réalisé sous le patronage de l'association Commerce et informatique, avec le concours d'A. de Broglie (Optimag), P. Chenaux (conseil), Joël de Closmadeuc (Gencod) et Grégoire Mercier (Isis Consultants).

Pour tous autres renseignements, s'adresser à : Cécod, Direction de la formation, 19, rue de Calais, 75009 Paris. Tél. 281.91.33. Frais de participation : 1 300 F par personne (+ TVA : 17,60 %).

Stages du CECOD

■ Le Centre d'Etude du Commerce et de la Distribution (CECOD) propose plusieurs stages de courte durée en octobre et novembre prochains :

- L'informatique et la gestion des stocks : 5-6 octobre et 9-10 novembre 1981

- L'ordinateur dans le magasin : 29-30 octobre et 23-24 novembre 1981

- Magasin : image de marque et communication visuelle : 9 et 10 novembre 1981.

Programmes détaillés et renseignements : Roger Hazzan — CECOD — Direction de la Formation, 19, rue de Calais, 75009 Paris, tél. 281.91.33. □