

Le prix unique à l'étranger

A l'heure où le nouveau gouvernement discute avec les différents syndicats professionnels de l'instauration du prix unique pour les livres, il nous a paru intéressant de montrer à nos lecteurs comment fonctionne ce système dans deux pays, l'Allemagne et l'Angleterre, où il est en vigueur depuis plusieurs années.

EN ALLEMAGNE

En République fédérale d'Allemagne, comme dans tous les systèmes d'économie libérale (exceptions faites de la Suède et, jusqu'à nouvel ordre, de la France), le livre est le seul produit à connaître la pratique du prix unique, qui laisse à l'éditeur le soin de fixer lui-même le prix de vente au public.

La loi de 1973, faisant suite à celle de 1958, autorise le prix unique dans l'édition, en stipulant trois points : le prix unique doit être pratiqué dans tous les secteurs de l'édition ; une convention (Sammelrevers), signée entre éditeurs et libraires, et déposée chez une association de syndicats à Francfort, engage les deux parties à pratiquer le prix unique, avec un ensemble de conditions générales et de conditions spéciales (changements de prix, remises particulières) ; l'éditeur, qui est tenu de respecter les conditions générales, est libre de choisir parmi les conditions spéciales. L'association de syndicats exerce un contrôle très strict sur le respect de la convention par ses signataires, et a la possibilité de pénaliser les contrevenants.

Le calcul du prix par l'éditeur

Dans les maisons d'édition allemandes, on calcule le prix de vente des ouvrages selon trois modes, le troisième devenant prépondérant :

1. *Modèle à multiplicateur*, dit « à

la Leipzig ». On commence, dans ce cas, par dégager un multiplicateur en partant des prix de vente et des coûts de production des ouvrages précédemment publiés ; c'est ce multiplicateur qui sera utilisé pour calculer, à partir des coûts de production des nouveaux livres, le prix de vente de ces derniers.

Exemple de recherche du multiplicateur :

Soit un prix de vente de 106,50
TVA — 6,50

Prix hors TVA 100
Remise moyenne (grossiste et/ou libraire) — 45

Reste à l'éditeur 55
droits d'auteur ... — 10
frais généraux — 24,75
bénéfice de l'éditeur — 2,75

Coût de production... 17,50

Dans ce cas, le multiplicateur

$$\left(\frac{\text{prix de vente}}{\text{coût de production}} \right) \text{ est } \frac{106,50}{17,50} = 6.$$

On utilisera donc ce multiplicateur 6 pour le calcul du prix des nouveaux livres.

2. *Modèle à la base des coûts généraux*. On additionne en sens inverse les coûts de production, honoraires d'auteur, coûts généraux, gains de l'éditeur, pour avoir le prix net, et on ajoute la remise du libraire, plus la TVA,

pour obtenir le prix de vente. Ici, donc, tous les coûts de la maison sont calculés sur chaque titre de la production.

3. *Modèle à la base des coûts partiels*. Avec ce mode de calcul, on essaie d'attribuer à chaque titre seulement la partie des coûts généraux qui lui correspond. Ensuite est calculé le tirage nécessaire pour couvrir coûts partiels, honoraires et remise. Cela permet : 1° de savoir avec quel tirage seront couverts les coûts partiels d'un titre ; 2° de savoir à partir de quel exemplaire la maison fera du bénéfice avec ce titre ; 3° d'avoir une appréciation plus exacte de la rentabilité de tous les titres publiés.

La marge et les remises du libraire et du grossiste

La marge du libraire dépend essentiellement de la remise que l'éditeur lui accorde. La marge bénéficiaire des libraires allemands était, en 1979, de 28,4 % par rapport au chiffre d'affaires. La marge des grossistes, comme Libri et Knoe (voir LH II-14, 8-4-80, « En Allemagne, 24 heures pour livrer une commande », pp. 61 et 62), est en général de 12 ou 13 %.

Les éditeurs accordent, en principe, une remise de 15 % aux grossistes. Les remises qu'obtient le libraire varient beaucoup : elles dépendent de la nature de l'ouvrage, de la quantité et du mode de commande :

1. *Commande chez l'éditeur ou son diffuseur* (distributeur, commissionnaire) : pour un seul exemplaire, la remise minimum

tourne autour de 30 % (livres scientifiques : 20-25 %), pour plusieurs exemplaires et en grandes quantités, la remise s'échelonne de 33 à 40 %.

2. *Commande chez un représentant* dans la librairie, lors d'une réunion de représentants et de libraires ou à la Foire du livre : pour une commande de grande quantité, on peut obtenir ici jusqu'à 45 % de remise.

3. *Commande chez le grossiste* : la remise qu'il accorde au libraire, échelonnée de 30 à 35 %, dépend de la quantité de la commande (petites commandes : 31 % en moyenne).

Le rapport remise/quantité de commande/rapidité de livraison est caractérisé par deux faits : plus la commande est grande, plus la remise est élevée ; plus la livraison est rapide, plus la

remise est faible (voir LH II - 14, pp. 61 et 62).

Des conditions spéciales pour les livres de poche

L'abonnement à toute la production annuelle d'une maison d'édition de livres de poche assure au libraire une forte remise de plus de 40 % ; cela signifie que le libraire reçoit chaque mois au moins un exemplaire des nouveautés en poches, et il existe en RFA 27 éditeurs de poches dont la production mensuelle s'élève à quelque 300 titres. Il est donc évident que le nombre des abonnements est restreint et que, pour le reste, les libraires préfèrent effectuer leur choix personnel, et à pour conséquence, bien sûr, une remise plus faible, si ne s'agit pas de commandes très importantes.

De notre correspondant en Allemagne Manfred KOTTMANN □

l'éditeur de fixer le montant de la remise libraire, aussi bien dans le cas du prix unique que du prix libre, en fonction du type de librairie, du volume d'affaires et d'autres critères du même ordre.

Un livre vendu au libraire dans le cadre du prix unique est sujet aux « conditions normales de vente » établies par l'Association des éditeurs, qui empêchent le libraire de vendre au-dessous du prix minimum fixé. S'il le fait, l'éditeur peut lui imposer les conditions en question et, s'il le faut, citer le détaillant en justice ; mais le cas ne se présente que fort rarement, car cet accord sur le prix unique remporte la faveur des libraires en leur offrant des garanties qu'ils savent respectées sur l'ensemble du territoire ; la plupart des écarts observés se produisent par inadvertance, et non délibérément.

Cet accord prévoit également diverses soupapes de sécurité, permettant au libraire de baisser le prix des titres à rotation lente lorsque certaines conditions sont remplies, et d'offrir des conditions particulières aux bibliothèques publiques (car elles constituent un service public) et aux « agences de livres » — écoles, etc. — qui conservent un petit fonds de livres destinés à être vendus à leurs propres membres ou élèves, et qui peuvent obtenir de l'Association des éditeurs une licence leur accordant le droit à une remise lorsqu'elles achètent leurs livres en librairie de détail. La fourniture directe aux bibliothèques et aux « agences » par les éditeurs est assez rare. D'autres clients (par exemple des sociétés qui offrent des livres à leur clientèle pour Noël) peuvent également obtenir une remise pour des achats en nombre.

La caractéristique essentielle de l'accord sur le prix unique est, en fait, que l'établissement du prix des livres se trouve aux mains de l'éditeur, qui préfère encourager le libraire à garder un stock de ses ouvrages plutôt que d'encourager des ventes à prix réduit dans des points de vente où l'on ne conserve guère de stock. L'accord est appliqué aussi libéralement que possible, afin de ne faire peser aucune contrainte malsaine sur la vente

des livres, et de ne pas accorder à l'industrie du livre une protection plus forte qu'il n'est nécessaire pour encourager à mettre à la disposition du public le fonds des éditeurs.

Cet objectif est-il atteint ? Il est évidemment difficile de l'affirmer et, dès 1962, la cour avait estimé impossible d'établir une preuve absolue. Mais elle avait admis le fait que les livres constituent une catégorie à part (« les livres sont différents ») de produits importants sur le plan culturel, social et

économique, et qu'il faut leur réserver un traitement spécial dans la mesure où cela protège le consommateur sans lui nuire.

Depuis 1962, la production de livres a connu un développement rapide, et il apparaît incontestablement que les librairies n'ont pas trop souffert du développement de nouveaux points de vente comme les supermarchés, ni de nouvelles techniques comme la vente par correspondance et les clubs de livres. L'accès au livre s'est rapidement

amélioré pour tous les secteurs de la population, mais cela s'est produit sans détruire le noyau central de l'industrie du livre, à savoir la librairie, qui sert sa clientèle en tenant un stock important, en offrant un choix ample, en acceptant les commandes individuelles, et en fournissant des conseils compétents. Le système semble donner toute satisfaction.

THE BOOKSELLER
(traduction Marianne VERON) □

EN ANGLETERRE

De manière générale, tout accord visant à établir un prix unique est interdit au Royaume-Uni, qu'il s'agisse d'une entente entre plusieurs fabricants pour certains produits ou de la décision d'un fabricant sur le prix de vente de ses produits en magasin. Les exceptions à cette règle ne peuvent être déterminées que par une cour spéciale, habilitée à décider si telle ou telle forme de prix unique peut se justifier aux termes de la loi, si elle obéit à un certain nombre de critères et si elle n'est pas contraire à l'intérêt public général. Il existe également un service gouvernemental habilité à interdire les prix de vente conseillés s'il estime la pratique abusive.

L'accord sur le prix unique, élaboré en Grande-Bretagne par l'Association des éditeurs au nom de toute l'industrie du livre, est l'un des rares systèmes globaux à avoir remporté l'approbation de cette cour. Après vingt-quatre jours d'audience, en 1962, la cour alla jusqu'à suggérer que non seulement cet accord ne s'opposait pas à l'intérêt général, mais que même il lui était favorable. La cour considéra qu'en

empêchant la pratique du discount et de la baisse des prix sur la majorité des titres, l'accord encourageait les libraires à garder en stock un large choix de livres, en leur donnant la certitude qu'ils ne seraient pas indûment concurrencés par d'autres détaillants, prêts à vendre davantage en baissant les prix sans assumer le coût d'un stockage important. L'accord sur le prix unique, en effet, encourageait à présenter au public un large choix de livres et aidait les libraires spécialisés ou approvisionnés en ouvrages de fonds à manœuvrer avec une marge raisonnable dans tout le pays.

La décision de publier tel ou tel livre à un prix minimum imposé dépend entièrement de l'éditeur, de même que l'établissement du prix. Les livres vendus au public par l'intermédiaire des libraires sont, en général, vendus au prix unique (c'est-à-dire au prix de vente minimum fixé par l'éditeur), mais les livres scolaires, les bibles et les albums pour enfants à publication périodique font généralement exception à cette règle : il appartient au libraire de fixer leur prix. C'est également à

bénéfice princier

■ Le 26 mai dernier, l'éditeur Harrap a dû, à contrecœur, quitter les bureaux qu'il occupait depuis 45 ans dans le centre de Londres sur High Holborn St. Avec beaucoup de difficultés, la célèbre maison du dictionnaire a trouvé de nouveaux locaux avec une vue imprenable sur l'entrée principale de la cathédrale St-Paul et sur sa façade ouest. On imagine donc l'activité qui régnera chez Harrap, le 29 juillet prochain, jour du mariage du prince Charles. La presse anglaise estime que la location des nouveaux bureaux Harrap à la presse, aux caméras de télévision ou aux spectateurs privés devrait rapporter pour cette seule journée environ 200 000 £ à la maison d'édition. Combien de dictionnaires faudrait-il vendre pour arriver à un tel bénéfice net en une seule journée ?

ventes en bibliothèques

■ Il est de plus en plus question, en Angleterre, de points de vente de livres dans les bibliothèques. Un tel projet, selon ses défenseurs, pourrait être pris en charge par un libraire local ou par les autorités municipales. Non seulement ce serait la création d'un nouveau centre d'activités commerciales, mais cela permettrait aux bibliothèques d'économiser sur les ouvrages très bon marché, que les lecteurs seraient alors enclins à acheter plutôt qu'à emprunter. Aucun obstacle légal ne semble s'opposer à un tel projet qui bénéficie, en outre, des appuis du Conseil des arts, de l'Association des bibliothèques, de la Société des auteurs et de la National Book League. Par ailleurs, l'Association des libraires et la Writer's Guild y seraient favorables.

les anglais au Canada

■ Ces dernières années, les Britanniques ont rencontré des difficultés croissantes pour vendre leurs livres au Canada. Selon les dernières statistiques disponibles, les livres britanniques au Canada représentent seulement 5 % des ventes de livres importés et il semble que, depuis l'établissement de cette statistique, ce pourcentage ait encore diminué. Par tradition, le Canada a toujours constitué un marché préférentiel pour les éditeurs britanniques, mais les éditeurs américains essaient de plus en plus de vendre, concurrentiellement avec l'édition britannique (voire en exclusivité), leur propre édition du même livre.

Il est probable que la cause principale de cette mévente est la chute considérable du dollar canadien par rapport à la livre sterling, ce qui rend prohibitif le coût des livres britanniques, surtout si on le compare au coût de ses concurrents américains. Ainsi, le volume 5 des *Lettres de Virginia Woolf*, vendu en Grande-Bretagne 12,50 livres et aux USA 14,95 dollars, coûte, au Canada, 42,95 dollars canadiens. Les éditeurs pensent cependant que le cours de la livre par rapport au dollar canadien devrait baisser, ce qui ne pourrait que favoriser les livres anglais. Quoi qu'il en soit, les distributeurs de livres britanniques au Canada ont tendance à fixer, pour chaque livre, un prix ad hoc plutôt que d'appliquer un taux standard de conversion. On dit que, par exemple, Collins emploie cette méthode pour 75 à 80 % des livres qu'il importe au Canada (Collins distribue au Canada les titres de maisons telles que Deutsch, Heinemann, Pan et Fontana). Une autre façon pour les

Britanniques de gagner la guerre des prix, c'est de faire imprimer leurs livres en Amérique, et ils le font de plus en plus, ce qui leur permet d'acheminer par une voie plus directe leurs productions au Canada et de réduire ainsi les frais d'expédition.

de l'édition à la télévision

■ Depuis son rachat par American Express en novembre dernier, le célèbre packager Mitchell Beazley, connu pour ses livres de référence et encyclopédies en coédition internationale, se lance dans le secteur de la télévision, de la vidéo et des bases de données. Sa nouvelle division, Mitchell Beazley Television, centre son activité vers des coproductions de programmes télévisés, cassettes vidéo et programmes pour télévision par câble. La maison vient de signer un important accord de codistribution avec la BBC pour le secteur télévision. Elle négocie actuellement un accord pour une distribution internationale de programmes éducatifs sur vidéos, liés à sa production éditoriale.

« Le développement de nos activités vers le secteur télévision et vidéo n'est qu'un premier pas pour élargir nos activités dans le domaine très prometteur des communications », dit James Mitchell, P-DG de Mitchell Beazley. Un des avantages de notre nouvelle appartenance au groupe American Express sera la possibilité de proposer nos programmes à la Warner Amex (qui contrôle un certain nombre de télévisions par câble aux États-Unis) puisque American Express possède 50 % des parts de cette société.

De notre correspondant en Angleterre David GROSSMAN □