



Réglementer le prix de vente
des nouveautés : pour **consolider**
la place de la lecture et du livre
dans la société québécoise
et **éviter** le développement
d'un oligopole étranger

Commission parlementaire – 17 septembre 2013

Sommaire

Préambule	3
Résumé de la présentation	4
Introduction – Réglementer le prix de vente des nouveautés	8
1. L'essoufflement des librairies québécoises	11
2. Les effets dévastateurs du modèle anglo-américain basé sur les guerres de prix.	14
3. Les guerres de prix ne sont pas bénéfiques pour les consommateurs.	17
4. Une solution qui fait l'objet d'un large consensus au sein du domaine du livre québécois	20
Conclusion – Préserver l'avenir culturel des Québécois	23
ANNEXES	24
Annexe 1 – Prix réglementé du livre au Québec – Foire aux questions	25
Annexe 2 – Appuis des écrivains et personnalités	29
Annexe 3 – Considérations légales – Lettre de M ^e Charlaïne Bouchard	30
Annexe 4 – Évolution du marché britannique depuis la fin du prix unique – Francis Fischwick	33
Annexe 5 – Les chiffres de Fishwick sont les bons	45
Annexe 6 – En caricature	47
Annexe 7 – Clientèle en grande surface	48
Annexe 8 – Rapport Gaymard	49

Note: Les divergences dans les données de ce mémoire sont attribuables aux différentes sources consultées.

Préambule

Il est reconnu internationalement que les livres et les autres biens culturels, ne sont pas des biens de consommation comme les autres, et ne peuvent de ce fait, être soumis totalement aux lois habituelles du commerce de l'offre et la demande. D'ailleurs, la plupart des pays de l'OCDE accordent aux livres un statut distinct, que ce soit fiscalement par une exonération ou par un taux réduit de la taxe de vente, par des aides financières ou encore par diverses réglementations.

Ces politiques ont pour but de favoriser l'existence et l'essor de la diversité culturelle et de prévenir ainsi la domination des cultures locales par une seule culture dominante

mondiale. Ce statut particulier est reconnu par l'ONU et, dans les négociations passées ou actuelles de traités de libre-échange (Canada – Europe ou Europe – États-Unis), les partenaires acceptent d'exclure les questions culturelles des discussions. Voici bien une illustration du bien-fondé des mesures d'exemptions requises pour le maintien de ces secteurs d'activité essentiels pour l'épanouissement des sociétés.

C'est dans cette perspective que s'inscrit la démarche actuelle d'un projet de réglementation du prix de vente des nouveautés afin de préserver le fragile écosystème du livre dans un pays où la défense de la langue française et de notre culture doit être un souci de tous les instants.

Résumé

L'Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF) demande au gouvernement du Québec de réglementer le prix de vente des nouveautés afin d'éviter l'effritement du réseau de revente actuel, un réseau diversifié et décentralisé, composé surtout de librairies qui favorisent la diversité éditoriale, et son remplacement graduel par un oligopole de trois ou quatre entreprises multinationales. Ce réseau est essentiel à l'écosystème du livre et indispensable aux Québécois. La bibliodiversité ne serait en effet qu'un vœu pieux en l'absence de ces détaillants qui proposent, à longueur d'année, un vaste éventail de livres en français.

Le modèle demandé pour cette réglementation limiterait à 10 % les rabais pouvant être offerts au cours des 9 mois suivant la publication d'un livre. Elle s'appliquerait donc uniquement sur les nouveautés (9 premiers mois), et il ne s'agirait pas d'un prix unique du livre, mais plutôt d'un prix plancher, il y aurait toujours une possibilité de rabais (maximum de 10 %) sur la vente des nouveautés. Toutefois, les rabais continueraient à être autorisés pour tous les autres livres.

L'approche québécoise, élaborée depuis 1981, a été un succès pour le développement de la lecture et du livre.

Le domaine du livre emploie aujourd'hui plus de 11 000 personnes au Québec et génère en 2012 un chiffre d'affaires annuel de près de 700 M \$, ce qui en fait la plus grande industrie culturelle québécoise. Plus de 5 000 titres sont publiés chaque année au Québec. Les livres québécois (littératures générale et scolaire) représentent environ 52 % des ventes.

À l'origine de cette vitalité, il y a bien sûr les écrivains québécois et tous les artisans du domaine du livre, passionnés par le pouvoir des mots. Cette effervescence n'aurait pu s'exprimer avec autant de force sans l'ingéniosité du législateur québécois qui promulgua, en 1981, une loi structurante : La Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre (L.R.Q., c D-8.1, communément désignée dans le milieu du livre comme la « Loi 51 »).

L'intelligence de la Loi 51 a été de miser d'abord sur le développement du réseau des librairies, puisque cela permettrait de soutenir tout le domaine du livre. Pour les écrivains et les éditeurs québécois, cette loi a représenté un tournant historique en permettant de soutenir un marché pour tous les genres de livres ainsi que le développement de la littérature nationale. Pour les lecteurs, la mise en œuvre de la Loi a eu pour résultat de démocratiser l'accès au livre dans toutes les régions.

Des librairies agréées ont ainsi vu le jour un peu partout au Québec. Ces commerces de proximité jouent un rôle essentiel dans la diffusion du livre et la promotion de la lecture dans leur milieu respectif. Ce sont aussi des acteurs économiques locaux non négligeables, souvent propriété d'entrepreneurs qui créent des emplois et contribuent à la vitalité économique de l'endroit.

Les objectifs de la Loi 51, entre autres de soutenir l'industrie nationale et de favoriser l'accès aux livres, sont encore tout à fait d'actualité, mais les mutations dans le commerce du livre les rendent de plus en plus difficiles à atteindre.

QUATRE CONSTATS

Constat 1 : L'essoufflement des librairies québécoises

La situation de la concurrence dans le secteur de la vente au détail du livre a énormément évolué depuis l'adoption de la Loi 51. Plusieurs entreprises inexistantes au moment de l'adoption de la Loi sont devenues des acteurs importants du commerce du livre. L'entrée sur le marché des magasins à grande surface et les sites Web transactionnels à propriété étrangère représentent les deux plus grandes formes de mutation dans la commercialisation du livre imprimé.

Les pratiques commerciales de ces entreprises, axées sur les guerres de prix, menacent l'accès à la diversité éditoriale et le maintien d'une saine concurrence. Les guerres de prix vont s'intensifier à court terme, avec l'arrivée de nouveaux acteurs comme Target et la mise en œuvre au Québec d'ambitieux plans de développement de certaines entreprises comme Amazon.

Ces mutations se produisent au moment même où par ailleurs se dessinent le déploiement du livre numérique et l'incertitude qu'il entraîne, et qu'une génération entière de libraires s'apprête à prendre sa retraite.

La situation de la librairie indépendante québécoise est particulièrement difficile. On estime qu'environ 20 librairies ont fermé leurs portes depuis 2010. Ce phénomène semble s'être accéléré puisque depuis l'automne 2012 : 9 librairies ont fait faillite, interrompu leurs activités ou changé de vocation. Les observateurs avisés affirment que ce n'est qu'un début.

Les données du gouvernement du Québec indiquent que le repli des indépendants profite surtout, dans un premier temps, aux chaînes qui gagnent en puissance. Mais pour combien de temps encore ? Si on regarde ce qui se passe ailleurs, chez nos voisins canadiens et américains, on constate que les chaînes vont très mal : faillites spectaculaires, restructurations, abandon graduel du secteur du livre au profit d'autres produits, etc. On dit souvent que ce qui se passe aux États-Unis et au Canada anglais finit inévitablement par toucher le Québec quelques années plus tard.

Il restera toujours bien sûr des commerces pour vendre les ouvrages de Mary Higgins Clark, Dan Brown, James Patterson ou d'autres *best-sellers* mondiaux. Le véritable enjeu est celui de l'accès et du développement de la diversité éditoriale. Ce sont les libraires qui font connaître au public d'aujourd'hui les successeurs des Michel Tremblay, Marie Laberge, Dany Laferrière, Eric-Emmanuel Schmitt et d'autres grands talents québécois et étrangers.

Constat 2 : Les effets dévastateurs du modèle anglo-américain basé sur les guerres de prix

Les mutations du commerce au détail du livre sont le lot de tous les pays du monde. Le développement des magasins à grande surface et des sites Web ont d'abord touché les États-Unis et le monde anglo-saxon avant de s'étendre ailleurs, porté par des bannières internationales.

Aux États-Unis, les guerres de prix sur les *best-sellers* sont devenues pratiques courantes et se sont déroulées en différentes phases, impliquant d'abord les chaînes de librairies et les magasins à grande surface, puis les géants du commerce électronique. Les indépendants ont été les premières victimes. Mais à mesure que les guerres se sont intensifiées, des entreprises très solides se sont effondrées à leur tour. En 2011, l'industrie américaine du livre a assisté à la faillite

de Borders, deuxième chaîne en importance (399 librairies, 10 700 emplois). Fait plus troublant encore, sa grande rivale Barnes & Noble continue de cumuler chaque trimestre des déficits.

L'objectif de ces guerres de prix est de tuer la concurrence pour accaparer des parts de marché ou pour valoriser une image de marque auprès des consommateurs. Dans ce contexte, vendre sous le prix coûtant est une pratique courante. En jargon commercial, il s'agit d'une stratégie de type *loss leader* (produit d'appel ou d'attraction). Le commerce américain du livre s'organise désormais autour de quelques rares entreprises : une mégachaine de librairies, quelques grandes surfaces importantes, ainsi que, naturellement, Amazon. Les éditeurs, tout comme les consommateurs, sont dépendants de cet oligopole.

Les guerres de prix existent aussi dans d'autres pays et provoquent des conséquences similaires. Dans les pays anglo-saxons, des pans entiers des industries nationales se sont effondrés récemment. Les chaînes Borders (Grande-Bretagne), Book etc. (Grande-Bretagne), Hugues & Hugues (Irlande), Waterstone (Royaume-Uni et Irlande), Robertson (Royaume-Uni) et Redgroup Retail (Australie) sont soit en faillite, soit sous la protection d'une loi sur les arrangements avec les créanciers, soit en profonde restructuration.

Ces guerres de prix entraînent des conséquences terribles pour l'accès aux livres, comme en Australie : une ville comme Greater Dandenong, de 140 000 âmes, n'a plus aucune librairie pour présenter à sa population une offre de livres digne de ce nom. Imaginons un instant qu'au Québec, à la suite de guerres de prix violentes, seules les villes de plus de 140 000 habitants puissent maintenir des librairies viables. Il ne resterait alors des librairies que dans six villes québécoises !

Constat 3 : Les guerres de prix ne sont pas bénéfiques pour les consommateurs

Les économistes avancent souvent que les guerres de prix provoquent une baisse des prix des livres au profit des consommateurs. En d'autres termes, certes, les multinationales détruisent les réseaux traditionnels de vente de livres, entraînent la fermeture de quantité de commerces de proximité, mais, en contrepartie, elles devraient permettre aux consommateurs de payer leurs livres moins cher. Pourtant, ce n'est pas le cas.

Depuis longtemps déjà, des experts de l'industrie ont démontré que les guerres de prix ne profitent pas aux consommateurs. Elles peuvent donner l'illusion que les livres sont moins chers, grâce à des rabais très impressionnants sur le prix de vente suggéré. Mais comme ces rabais s'accompagnent d'une hausse du prix de vente suggéré, il n'y a plus d'économies pour les consommateurs (page 7).

Le Royaume-Uni est un cas intéressant à étudier, car le prix unique du livre (*Net Book Agreement*) y a longtemps existé avant d'être abandonné vers 1995. On peut donc examiner l'impact de ce changement de régime sur l'évolution des prix. La libéralisation des prix des livres au Royaume-Uni a-t-elle entraîné une chute de prix comme le prédisaient alors tant d'économistes? Non. C'est plutôt le contraire qui s'est passé.

L'étude scientifique la plus récente sur cette question pose les conclusions suivantes : les consommateurs britanniques paient en moyenne les livres plus cher que si le *Net Book Agreement* avait été maintenu. Les rabais ont apparemment augmenté, mais devant la pression des détaillants toujours plus exigeants, les éditeurs ont, pour compenser, haussé le prix de détail suggéré. L'étude montre ainsi que le prix moyen payé par les consommateurs britanniques a augmenté plus rapidement, au cours de cette période, que le prix moyen payé par les consommateurs de deux pays de taille similaire, l'Allemagne et la France, où existent des régimes de prix réglementé.

Constat 4 : Une solution qui fait l'objet d'un large consensus au sein du domaine du livre québécois

Plusieurs pays interdisent les guerres de prix sur la vente de livres. C'est notamment le cas en Allemagne, en Argentine, en Autriche, en Corée du Sud, en Espagne, en France, en Grèce, en Hongrie, en Italie, au Japon, au Portugal, au Mexique, en Norvège, aux Pays-Bas et en Israël (et la question est actuellement à l'étude dans plusieurs autres).

On peut généralement constater sur ces marchés que le réseau de librairies s'y est maintenu et développé, que de nouvelles entreprises d'édition ont pu voir le jour et, avec elles, des milliers de livres qui n'auraient autrement jamais paru, et qu'enfin le prix du livre a moins augmenté en moyenne que l'ensemble des biens de consommation.

Dans tous ces pays, les grandes surfaces continuent à vendre le livre. Elles se sont adaptées aux réglementations implantées par les gouvernements. Du point de vue du Québec, le cas du Mexique est particulièrement instructif. Ce pays est membre de l'ALENA, comme le nôtre, mais, surtout, ce sont les mêmes grandes surfaces qu'au Québec qui y sont actives. Au Mexique, Walmart et Costco ont maintenu leurs rayons de livres et offrent des rabais dans les limites de la réglementation. Peut-on imaginer que ces entreprises feraient autrement au Québec?

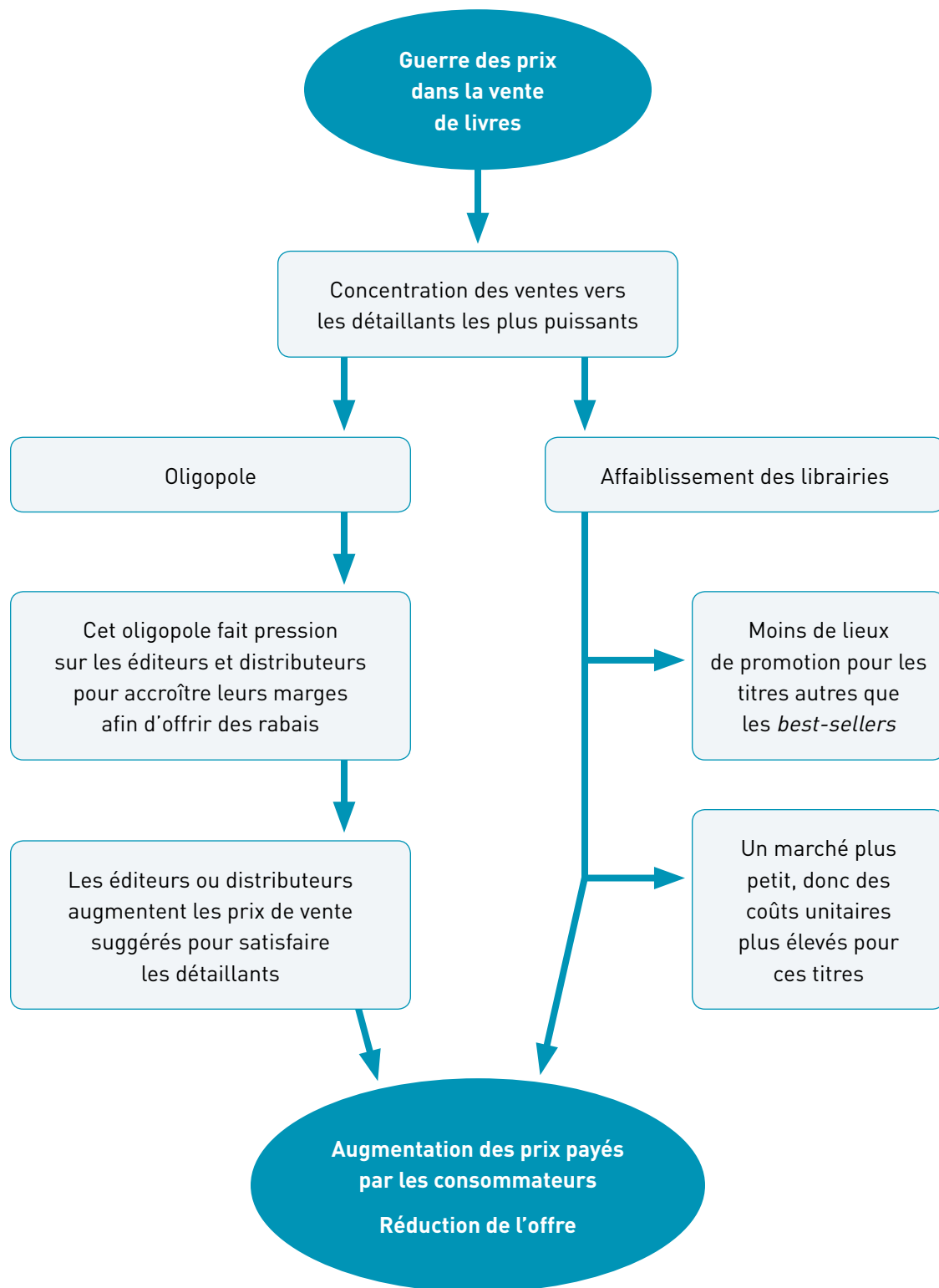
En mai 2011, les associations professionnelles regroupées autour de la Table de concertation¹ se sont prononcées pour la mise en œuvre rapide d'une réglementation du prix de vente des nouveautés. Cette prise de position était le fruit de plus d'une année et demie de consultations et d'échanges au sein du domaine du livre. Le consensus porte sur la nécessité d'une telle réglementation, mais aussi sur les principaux paramètres touchant les livres imprimés et numériques.

CONCLUSION

L'industrie québécoise du livre a connu de grands succès au cours des 30 dernières années. L'objectif de la réglementation proposée est de maintenir les conditions nécessaires permettant la continuation de tels succès. Personne ne regrette la mise en œuvre de la Loi 51 en 1981. Il s'agissait alors d'un geste législatif audacieux, qui a beaucoup servi les intérêts de la population, des écrivains québécois et des artisans du domaine du livre. Un peu plus de trois décennies plus tard, le Québec peut faire à nouveau un geste déterminant pour l'avenir du livre et de la lecture. Mais il y a urgence d'agir. Préserver au Québec un secteur d'activité aussi important, créateur d'emplois et de richesses culturelles n'est pas un luxe, mais un devoir.

1. Les associations membres de la Table de concertation sont l'Union des écrivaines et des écrivains québécois (UNEQ), l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), l'Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF), l'Association des libraires du Québec (ALQ), la Fédération québécoise des coopératives en milieu scolaire (Coopsco), le Réseau BIBLIO du Québec et l'Association des bibliothèques publiques du Québec (ABPQ).

Comment les guerres de prix conduisent-elles à augmentation des prix et à une réduction de l'offre ?



Introduction : Réglementer le prix de vente des nouveautés

L'ADELF

L'Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF) existe depuis 1979 et représente les entreprises qui diffusent et distribuent sur le marché national les ouvrages en français publiés au Québec, au Canada français et ailleurs dans le monde. L'ADELF est particulièrement représentative de son secteur d'activité, puisque ses 23 sociétés membres génèrent environ 99 % du volume d'affaires réalisé au pays dans le domaine de la distribution de livres non didactiques en français. Association à but non lucratif, l'ADELF est administrée par un conseil composé de sept membres élus. Elle compte une dizaine de comités qui étudient toutes les questions relatives à la profession et elle intervient publiquement sur les grands enjeux de la lecture et du livre.

Les membres de l'ADELF connaissent fort bien le marché du livre au Québec. Par définition, leur rôle est de servir de courroie de transmission entre les éditeurs et les divers points de vente. Comme chaque distributeur sert généralement tous les circuits de la vente au détail pour le compte de maisons aux propositions éditoriales variées, il dispose d'un point de vue privilégié sur la globalité du marché dans l'exercice quotidien de son métier. Cette vision du marché est nourrie par des remontées rapides d'informations provenant d'équipes commerciales sur le terrain et des services financiers des entreprises. Les membres de l'ADELF peuvent ainsi capter les petits changements successifs qui, individuellement, peuvent paraître insignifiants, mais qui, au total, forment des pratiques commerciales nouvelles et deviennent des aménagements définitifs. Quand les distributeurs, réunis au sein de l'ADELF, partagent leurs observations, ils sont à même de tracer un portrait précis du marché du livre. Les réflexions développées dans ce document s'appuient sur cette connaissance approfondie du marché.

Un projet consensuel et nécessaire

L'Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF) demande au gouvernement du Québec de réglementer le prix de vente des nouveautés afin de maintenir un réseau de diffusion du livre efficace et diversifié sur tout le territoire québécois. Le maintien de ce réseau, composé surtout de librairies faisant la

promotion de la diversité éditoriale dans leurs milieux, est essentiel à l'écosystème du livre tout en étant très utile aux Québécois. La bibliodiversité ne serait qu'un vœu pieux en l'absence de détaillants qui proposent un vaste éventail de livres.

L'ADELF fait partie des sept associations professionnelles membres de la Table de concertation du livre, représentant les écrivains, les éditeurs, les distributeurs, les libraires, les coopératives en milieu scolaire et les bibliothécaires du réseau BIBLIO et des bibliothèques publiques. Ces associations se sont mobilisées à l'automne 2012 pour réclamer de toute urgence la mise en place d'une réglementation sur les nouveautés². Cette mobilisation a amené la première ministre Pauline Marois à annoncer, le 31 octobre dernier, la tenue d'une commission parlementaire sur le sujet.

Le modèle de réglementation proposée par les 7 associations limiterait à 10 % les rabais pouvant être offerts au cours des 9 premiers mois suivant la parution d'un livre. La réglementation souhaitée s'appliquerait donc uniquement sur les nouveautés (9 premiers mois), et il ne s'agirait pas d'un prix unique du livre, mais plutôt d'un prix plancher, car il y aurait toujours une possibilité de rabais de 10 % sur la vente des nouveautés. En d'autres termes, tous les autres livres pourraient faire l'objet d'un rabais supérieur à 10 %.

L'objectif de cette réglementation est d'encadrer les guerres commerciales qui, si elles sont trop violentes, conduiront à l'effritement du réseau de revente actuel, caractérisé par sa diversification, sa décentralisation et composé surtout de librairies qui favorisent la diversité éditoriale. Ce réseau risque de se voir remplacer graduellement par un oligopole de trois ou quatre entreprises, comme c'est désormais le cas au Canada anglais, aux États-Unis, au Royaume-Uni et dans tous les pays où les nouveautés font l'objet de violentes guerres de prix.

Les librairies de tous genres forment au Québec, et de loin, le principal lieu de diffusion et de commercialisation du livre. Elles ont pignon sur rue dans toutes les régions, sont des pôles culturels de bien des villes et des quartiers, valorisent la littérature et la culture, servent de principale rampe de lancement à la littérature québécoise et présentent quotidiennement aux lecteurs un formidable choix de livres. À titre

2. Voir site www.noslivresajusteprix.com.

indicatif, une librairie agréée moyenne tient en stock de 20 000 à 40 000 titres différents. Par comparaison, un magasin Costco propose seulement un peu plus de 200 titres.

La santé du réseau de librairies est naturellement une source de préoccupations pour tous les acteurs du domaine. C'est ce qui explique pourquoi toutes les grandes associations professionnelles du livre se sont unies pour demander cette mesure qui, en soutenant le travail des libraires, favorisera la création, l'édition et la diffusion du livre au Québec.

Il est important de savoir que l'instauration d'une réglementation du prix de vente des livres s'inscrit dans une mouvance générale mondiale, déjà en place dans des pays aussi divers que l'Allemagne, l'Argentine, l'Autriche, la Corée du Sud, l'Espagne, la France, la Grèce, la Hongrie, l'Italie, le Japon, le Portugal, le Mexique, la Norvège, les Pays-Bas et Israël, et actuellement à l'étude dans plusieurs autres, dont le Brésil.

Une idée réfléchie et porteuse d'avenir

L'idée de réglementer le prix de vente des nouveaux livres a fait régulièrement l'objet de discussions au Québec au cours des deux dernières décennies. La question avait d'ailleurs été traitée lors du Sommet de la lecture et du livre (1998), organisé par le gouvernement du Québec. De nombreux acteurs importants du milieu du livre québécois de l'époque y avaient alors vivement plaidé, sans succès, la nécessité d'une réglementation. Or, depuis le Sommet, l'adhésion au projet de réglementation du prix de vente des livres n'a jamais cessé de croître, si bien qu'aujourd'hui une forte majorité de professionnels de l'industrie y est favorable.

Les membres de l'ADELF en sont un bel exemple. En 1998, plusieurs distributeurs de toutes tailles s'opposaient farouchement à l'instauration d'un prix réglementé sur le livre. Ces distributeurs y voyaient une manœuvre trop risquée. Or, une quinzaine d'années plus tard, la situation a bien changé. Lors d'une assemblée générale extraordinaire tenue le 10 février 2011, les membres de l'ADELF ont tous voté (à l'exception d'une abstention) pour un prix réglementé des livres, limitant à 10 % les rabais pouvant être offerts sur les nouveautés.

Qu'est-ce qui a fait changer d'avis tant de distributeurs et d'autres professionnels du milieu du livre québécois au cours des 15 dernières années? À notre avis, quatre constats principaux :

1) L'essoufflement des librairies québécoises est aujourd'hui incontestable, et il est nécessaire d'agir rapidement.

- 2) Le modèle anglo-américain du commerce du livre, axé sur des guerres de prix de plus en plus violentes, risque bientôt de se déployer sur le marché québécois. Or, ce modèle crée rapidement un oligopole qui a des impacts dévastateurs sur l'équilibre financier du domaine du livre et sur la diffusion du livre.
- 3) La démonstration que les guerres de prix dans le domaine du livre ne sont pas bénéfiques pour les consommateurs. Il a en effet été démontré que les guerres de prix, lorsque trop violentes, finissent même par avoir pour effet d'augmenter le prix de vente des livres.
- 4) Une solution fait l'objet d'un large consensus au sein du domaine du livre québécois. L'élaboration d'un modèle de réglementation recevant l'appui de toutes les associations professionnelles du milieu du livre, modèle adapté aux réalités du marché québécois du livre. Le projet québécois privilégie un prix plancher sur les nouveautés, et seulement 10 % de rabais, plutôt qu'un prix unique comme en France ou ailleurs.

Ces quatre constats, qui ont amené l'ADELF et une majorité d'intervenants du milieu du livre à réclamer une réglementation, seront développés dans cette présentation. Pour comprendre l'état de ce secteur économique, nous proposons d'abord un aperçu de la situation du livre au Québec.

État de la situation : le succès de l'approche québécoise

Le livre, au Québec, est une véritable histoire à succès! Le domaine du livre emploie actuellement plus de 11 000 personnes³ et génère un chiffre d'affaires annuel de près de 700 M \$ (2012)⁴, ce qui en fait la plus grande industrie culturelle québécoise, avant le cinéma⁵. Plus de 5 000 titres sont publiés chaque année au Québec. Au prorata de la population, le volume d'édition est comparable, par exemple, à celui de la France, de l'Italie et de l'Allemagne⁶. Les livres québécois (littératures générale et scolaire) constituent une part importante du marché, avec une estimation de 52 % des ventes⁷. Par ailleurs, les Québécois ont aussi

3. Professionnels de l'écriture au Québec (2003) : 4 300 dont 1 040 écrivains; éditeurs : ± 300, dont 178 éditeurs agréés (2007); distributeurs (2007) : 40; librairies (2007) : ± 450, dont 208 librairies agréées (2007). (Source: SODEC.)

4. Observatoire de la culture et des communications du Québec.

5. Le chiffre d'affaires comptabilisé de 753 M \$ ne tient pas compte de revenus importants provenant de vente de droits à l'étranger et de vente de produits dérivés du livre. Par ailleurs, compte tenu des particularités de l'industrie, le livre génère quantité d'emplois en amont (impression et autres), d'emplois à temps partiel (auteurs, traducteurs, fournisseurs de service en édition, libraires, etc.) qui s'ajoutent aux 11 000 emplois à temps plein recensés.

6. Source: SODEC.

7. Source: SODEC.

pleinement accès à la littérature du monde entier grâce à un système d'importation et de distribution efficace qui met en marché environ 30 000 nouveautés en langue française par année⁸.

À l'origine de toute cette vitalité culturelle, il y a de la créativité, du travail, de la sensibilité, de l'initiative, du talent et de la curiosité, des écrivains québécois, mais aussi tous ces artisans du domaine du livre, passionnés par le pouvoir des mots, de la langue et de l'écrit.

Cette vitalité culturelle n'aurait toutefois pu s'exprimer avec autant de force sans l'ingéniosité du législateur québécois qui promulgua, en 1981, une loi structurante pour tous les acteurs du livre : la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre (L.R.Q., c D-8.1, communément désignée dans le milieu du livre comme la « Loi 51 »).

La Loi 51 a véritablement été au cœur de l'approche québécoise des 30 dernières années dans le domaine du livre. En régissant les pratiques commerciales du domaine du livre, cette Loi a structuré l'industrie et contribué largement au développement d'un marché pour le livre sur l'ensemble du territoire⁹. En fait, la conséquence la plus visible de la loi a été de permettre l'existence d'un réseau de librairies professionnelles sur l'ensemble du territoire québécois, créant du coup une formidable vitrine promotionnelle consacrée à la diversité éditoriale¹⁰. Pour les écrivains et les éditeurs québécois, et pour tous les lecteurs qui veulent avoir accès à une offre éditoriale diversifiée et de qualité, la Loi 51 a représenté un tournant historique majeur.

8. Source : ADELf.

9. Dans une brochure publiée dans la foulée de la Politique de la lecture et du livre, le MCCQ résume ainsi les objectifs de la loi : « Essentiellement, la Loi poursuit deux objectifs : 1. Augmenter l'accessibilité territoriale et économique du livre : territoriale, par l'implantation d'un réseau de librairies dans toutes les régions du Québec ; économique : par une stabilisation ou une augmentation modérée du prix du livre. 2. Développer une infrastructure industrielle et commerciale concurrentielle dans le domaine du livre. »

10. Pour assurer la viabilité et le maintien du réseau des librairies agréées, la Loi demande aux distributeurs (et aux éditeurs) d'accorder aux librairies agréées une remise minimale de 40 % (une remise de 30 % n'est permise que pour certaines catégories d'ouvrages, déterminées par règlement) et aux acheteurs institutionnels (écoles et bibliothèques, entre autres) d'acheter leurs livres au prix courant dans les librairies agréées de leur région. En retour, la Loi demande aux librairies agréées de satisfaire à certaines exigences relatives à la nature des stocks et à la qualité des services offerts. De façon générale, la librairie agréée doit : avoir son siège social ou sa principale place d'affaires au Québec ; détenir 6 000 titres en stock (2 000 titres québécois et 4 000 titres étrangers) et des quantités minimales de livres dans chaque catégorie d'ouvrages ; recevoir les offices d'au moins 25 éditeurs agréés et garder leurs titres en étalage au moins 4 mois ; exploiter un établissement commercial facilement accessible de la voie publique, comportant une aire de vente et d'étalage réservée aux livres ; garder sa librairie ouverte toute l'année ; posséder en tout temps l'équipement bibliographique exigible en vertu du règlement. La librairie agréée doit satisfaire à certains critères de vente particuliers, variant selon la taille de la municipalité où est situé son commerce : si l'établissement est situé dans une municipalité de plus de 10 000 habitants, la vente de livres doit représenter au moins 50 % de son chiffre d'affaires total ou s'élever à au moins 300 000 \$; si l'établissement est situé dans une municipalité de 10 000 habitants ou moins, la vente de livres doit représenter au moins 50 % de son chiffre d'affaires total ou s'élever à au moins 150 000 \$.

Trente ans plus tard, les livres sont d'abord accessibles au public grâce à un réseau étendu de librairies couvrant toutes les régions (librairies indépendantes, librairies en milieu scolaire, chaînes de librairies). Naturellement, on trouve aussi des livres dans quantité d'autres commerces non spécialisés et sur divers sites de vente en ligne. Et c'est tant mieux ! Toutefois, en offrant une grande diversité de titres, les librairies jouent un rôle unique dans la dynamique culturelle et économique du livre puisqu'elles permettent à une diversité de titres d'être mis en marché, donc d'exister¹¹. La diversité culturelle peut s'épanouir sur un marché composé d'une diversité de librairies de qualité, complétée par d'autres points de vente ; il lui faut des commerces spécialisés de différentes tailles, avec des approches et des champs d'intérêt différents les uns des autres. La Loi 51 a permis d'atteindre cet équilibre.

Pour les lecteurs, la mise en œuvre de l'approche québécoise, incarnée par la Loi 51, a manifestement eu pour effet de démocratiser l'accès au livre. Des librairies agréées ont ainsi vu le jour dans des villes telles que Val-d'Or, Sept-Îles ou Rivière-du-Loup, mais aussi dans des quartiers populaires de centres urbains comme la Basse-Ville de Québec, Hochelaga-Maisonneuve, Rosemont ou Verdun à Montréal. Ces commerces de proximité jouent un rôle essentiel dans la diffusion du livre et la promotion de la lecture dans leur milieu respectif. Ce sont aussi des acteurs économiques locaux non négligeables, souvent propriété d'entrepreneurs qui créent des emplois et qui contribuent à la vitalité économique de l'endroit.

En somme, l'approche québécoise a eu les résultats structurants escomptés : elle a soutenu la création d'une industrie du livre moderne et dynamique qui offre aux lecteurs québécois, sur l'ensemble du territoire, une diversité de titres en langue française publiés ici comme à l'étranger. Cet accès à la diversité contribue à la qualité de vie des citoyens, au renforcement du français en Amérique du Nord et est structurant pour une société comme la nôtre.

Les objectifs de la Loi 51 sont toujours entièrement d'actualité. Mais le contexte rend ces objectifs de plus en plus difficiles à atteindre.

11. *L'Étude sur la mise en marché des nouveautés* publiée en 2007 a clairement démontré que le réseau des librairies et celui de la grande diffusion proposent un assortiment de titres très différents et que cet assortiment varie aussi beaucoup entre les librairies indépendantes, les librairies en milieu scolaire et les chaînes de librairies. Michel A. Lasalle et Renée Gélinais, *Étude sur la mise en marché des nouveautés par le système de l'office au Québec*, Table de concertation, 2007, 219 pages.

1. L'essoufflement des librairies québécoises

Trente ans de lecture ont largement démontré la pertinence des objectifs poursuivis par le législateur québécois. Toutefois, il est à craindre que les mesures mises en place ne suffisent plus à les atteindre. La commercialisation du livre est marquée par de nouvelles façons de faire et par l'arrivée de nouveaux acteurs. Progressivement, la concurrence saine cède le pas à des rapports de force, et plus rien n'est acquis en matière d'accessibilité et de diversité. Il y a là une brèche qu'il faut colmater pendant que c'est encore possible. C'est une question d'intérêt public.

La situation de la concurrence dans le secteur de la vente au détail du livre a en effet énormément évolué depuis l'adoption de la Loi en 1981. Le commerce du livre a pris graduellement de nouvelles formes et il est soumis à des pressions inédites. C'est ainsi que plusieurs entreprises inexistantes au moment de l'adoption de la Loi sont devenues des acteurs incontournables du commerce du livre au Québec et forcent désormais une redéfinition des rôles. L'arrivée des magasins à grande surface et celle des sites Web transactionnels, propriétés de multinationales, représentent actuellement les deux plus grandes formes de mutation dans la commercialisation du livre imprimé. Les pratiques commerciales de ces entreprises menacent la diversité éditoriale.

Le déploiement intensif de magasins à grande surface en territoire québécois au cours des 15 dernières années a provoqué un choc. La grande diffusion existe dans le domaine du livre au Québec depuis longtemps déjà, mais les grandes surfaces comme Walmart ou Costco ont une approche beaucoup plus déstabilisatrice ainsi qu'une force de frappe bien plus grande que celle de leurs prédécesseurs. Leur modèle d'affaires est simple et efficace : présenter aux consommateurs un assortiment très limité de titres, uniquement les *best-sellers*, en offrant des rabais substantiels sur les prix de vente courants. À titre d'exemple, Costco maintient, par magasin, un maximum de 227 titres en même temps¹². Personne ne doute de l'utilité des grandes surfaces, car elles permettent d'élargir les clientèles. En revanche, le rôle de tels commerces ne peut être que complémentaire : leur

offre de livres ne représente qu'une fraction de la production disponible, l'aménagement des lieux est peu valorisant pour le livre, il n'y a pas de conseillers, de commandes spéciales, d'animation, etc. Ces limites sont importantes tant pour l'industrie que pour les consommateurs. Les libraires se plaignent régulièrement des effets de cette concurrence basée sur le prix de vente : ils disent perdre des ventes faciles et rentables de *best-sellers* au profit des grandes surfaces, perdre le lien de confiance avec leur clientèle en ayant la réputation de vendre plus cher qu'ailleurs, devoir se rabattre sur les ventes de livres à rotation plus lente et moins rentables, etc. Dans son étude publiée en janvier 2011, le consultant Michel Lasalle a largement documenté les impacts négatifs des pratiques commerciales des grandes surfaces sur la rentabilité des librairies québécoises et l'impossibilité structurelle du secteur de la librairie de les concurrencer sur la base du prix¹³. Des constats équivalents ont été faits sur d'autres marchés nationaux¹⁴.

Aussi, tout indique que la concurrence des magasins à grande surface, déjà très déstabilisatrice, s'apprête à prendre une forme plus intense encore au Québec. L'arrivée de Target à l'automne 2013 et la mise en œuvre accélérée d'ambitieux plans d'expansion de Walmart¹⁵ et d'Amazon en sont des indicateurs. La guerre que se livrent entre elles ces entreprises en choisissant le livre comme produit d'appel provoque par ricochet dans les

13. Michel A. Lasalle, *Étude sur le prix de vente du livre au Québec*, ALQ, janvier 2011, 20 pages.

14. À ce chapitre, l'expérience de la Grande-Bretagne est intéressante à analyser puisque ce pays a vécu jusqu'à tout récemment sous un régime de prix unique avant de l'abandonner (au milieu des années 1990). Une équipe de chercheurs en économie du Centre for Competition Policy (University of East Anglia) s'est penchée sur l'impact du changement de régime de prix sur la productivité du secteur de la vente au détail du livre en Grande-Bretagne. Selon une étude très récente (2008), globalement, l'abandon du NBA n'a pas entraîné une augmentation de la productivité du secteur. Il y a eu des gains grâce à l'arrivée de revendeurs sur Internet et à de grandes surfaces offrant des rabais sur le prix des livres ; ces gains ont été annulés par un effondrement de la productivité des librairies et même de celle des chaînes de librairies ayant résisté au changement de régime de prix (la fin du NBA a entraîné de nombreuses fermetures et consolidations de librairies). Peut-on conclure que la productivité de la librairie québécoise, donc son potentiel de développement et d'innovation, est affectée au même titre que celle de la librairie britannique par l'existence d'un régime de prix libres ? Voir à ce sujet : Centre for Competition Policy (University of East Anglia), *An Evaluation of the Impact Upon Productivity of Ending Resale Price Maintenance on Books*, Office of Fair Trading, Londres, 2008, 182 pages.

15. François Desbiens, « Walmart accélère son expansion au Québec : l'entreprise transformera neuf Zellers en plus d'aménager huit supercentres », 8 février 2012, *Le Devoir*.

12. Julien Brault, « Les grandes surfaces effectuent 29,8 % des ventes de livres au Québec », *Livres d'ici*, mars 2008.

librairies, quelle que soit leur taille, des dommages collatéraux irrémédiables.

Le développement de sites Web transactionnels représente aussi une autre forme importante de mutation dans la commercialisation du livre imprimé. La multinationale Amazon ainsi qu'un certain nombre de sites de librairies sont actuellement au Québec les principaux acteurs de ce segment de marché en croissance. La vente sur le Web soulève naturellement des questions quant à son impact sur la fréquentation et, éventuellement, la rentabilité des librairies ayant pignon sur rue. L'industrie est particulièrement attentive à l'impact de la vente par le Web sur la vitalité des librairies évoluant sur de petits marchés locaux, sachant que ces entreprises sont déjà très fragiles. Jusqu'à maintenant, l'impact sur le réseau de librairies est moindre que certains l'anticipaient, puisque les librairies elles-mêmes récupèrent une part de ces ventes sur leurs propres sites Web, et des dispositifs permettent même aux plus petites librairies d'avoir collectivement une place sur ce segment de marché¹⁶. La situation demeure néanmoins préoccupante.

Cependant, la principale menace de la vente sur le Web réside dans la possibilité que ce secteur devienne, comme c'est le cas aux États-Unis et dans le monde anglo-saxon, un propagandiste de première importance dans la guerre de prix sur la vente des *best-sellers*. Dans ces pays, certains sites Web transactionnels ont été au cœur de guerres commerciales terribles visant l'élimination de la concurrence. Et ils ont réussi! Au Québec, ce n'est pas le cas encore, mais ce n'est qu'une question de temps¹⁷.

Par ailleurs, l'arrivée du livre numérique se fait dans ce contexte d'incertitude. Personne ne peut prédire encore ce que sera cette nouvelle façon de créer, de produire et de diffuser du contenu. Il semble bien que cette révolution technologique sera plus lente et graduelle dans le secteur du livre que dans le secteur de la musique. Néanmoins, si cela signifiait une érosion des ventes en librairies, il s'agirait d'un dur coup pour le réseau et pour l'industrie. De toute évidence, le livre imprimé ne sera pas supplanté par le livre numérique; il y aura coexistence des deux formats, si bien qu'il est impératif de penser à maintenir des canaux de vente efficaces pour le livre imprimé, qui pourraient d'ailleurs être, dans une certaine mesure, les mêmes que ceux du livre

numérique¹⁸. En ce qui a trait à l'édition numérique, le Québec s'est montré innovateur. Des entrepôts numériques ont été créés par l'Association nationale des éditeurs de livre (ANEL) ainsi que par des entreprises privées dans le but de desservir ce marché en croissance et de prendre en compte notre réalité locale.

Enfin, la dégradation du contexte d'affaires en librairie, actuelle ou anticipée, est certainement à l'origine des problèmes de relève. La génération montante ne se bouscule pas pour acheter les librairies existantes ou en ouvrir de nouvelles, et l'Association des libraires du Québec (ALQ) considère d'ailleurs cette question comme un enjeu fondamental de la profession et s'y investit avec détermination¹⁹.

En matière de parts de marché, la situation de la librairie indépendante québécoise se dégrade depuis plusieurs années déjà. On estime qu'environ 20 librairies ont fermé leurs portes au Québec depuis 2010²⁰. Ce phénomène s'accélère puisque, depuis l'automne 2012, 9 librairies ont fait faillite, interrompu leurs activités ou changé radicalement de vocation²¹. Les données officielles du gouvernement du Québec indiquent clairement que le repli des indépendants profite surtout aux chaînes qui gagnent en puissance²². Mais pour combien de temps encore? Si on regarde ce qui se passe ailleurs, chez nos voisins canadiens et américains, les chaînes sont très menacées: elles font faillite, se restructurent ou abandonnent graduellement le secteur du livre au profit d'acteurs non traditionnels. On dit souvent que ce qui se passe aux États-Unis finit inévitablement par toucher le Québec quelques années plus tard.

Évidemment, certains seront tentés de dire que «c'est la marche naturelle des choses», ou encore que «le marché va trouver sa propre solution» ou enfin que, «de toute façon, le Web va tout arranger ça». Toutefois, avant d'abandonner, petit à petit, un système qui a bien servi jusqu'à ce jour les créateurs, l'industrie et les lecteurs, mieux vaut y réfléchir sérieusement. La promotion de la diversité éditoriale sur l'ensemble du territoire québécois est aujourd'hui une réalité, assurée essentiellement par un réseau de librairies formé d'individus qui, par leurs actions

16. Les grandes chaînes québécoises et certains indépendants ont leurs propres sites Web transactionnels. À cela s'ajoute ruedeslibraires.com, le portail commun de 80 librairies indépendantes.

17. Amazon a ouvert un entrepôt canadien en 2011 dans le but de mieux desservir le marché et ne cache pas son intention d'étendre sa politique de rabais en langue française. Walmart va ajouter sous peu des livres en français sur son site Web canadien.

18. La plupart des sites Web de librairies québécoises offrent la possibilité d'acheter des livres numériques. Les libraires se positionnent ainsi dès maintenant sur ce marché émergent.

19. L'ALQ s'investit beaucoup en ce qui a trait à la relève en librairie, en s'appuyant notamment sur les recommandations contenues dans l'étude réalisée à sa demande par Francine Richer, membre associée de la Chaire de développement et de relèvement de la PME à HEC Montréal. Voir: Francine Richer, *Les librairies indépendantes du Québec et la continuité de leur entreprise*, ALQ, 2007, 31 pages.

20. Source: ALQ.

21. Source: ADELFI.

22. Observatoire de la culture et des communications du Québec.

quotidiennes, favorisent le rayonnement du livre et de la lecture dans leurs milieux respectifs. Le système n'est certes pas parfait, mais il a l'avantage d'exister, et nous n'avons pas encore trouvé de solution de rechange aussi viable pour l'industrie et utile aux citoyens québécois.

Il restera toujours des commerces pour vendre les ouvrages de Mary Higgins Clark, Dan Brown, James Patterson ou d'autres *best-sellers* mondiaux. Cela ne fait pas de doute.

Le véritable enjeu public est celui de l'accès à la diversité éditoriale. Pour ce faire, il faut maintenir un réseau dense de librairies, car ce sont ces commerces qui font connaître au public d'aujourd'hui les successeurs des Michel Tremblay, Marie Laberge, Dany Laferrière, Eric-Emmanuel Schmitt et autres grands talents québécois et étrangers. Que deviendraient les livres de poésie ou les essais politiques ou littéraires sans les libraires?

2. Les effets dévastateurs du modèle anglo-américain basé sur les guerres de prix

Les mutations du commerce au détail du livre sont le lot de tous les pays développés du monde et font régulièrement l'objet de débats chez les professionnels du livre. En fait, le développement des magasins à grande surface et celui des sites Web transactionnels a d'abord touché les États-Unis et le monde anglo-saxon, avant de s'étendre au reste du monde, porté surtout par des bannières internationales.

Les réactions à l'arrivée de ces commerces dans le domaine du livre et à leurs pratiques commerciales ont varié d'un pays à l'autre. Aux États-Unis, les autorités ont été traditionnellement pour une grande liberté d'action des entreprises. Les guerres de prix sur la vente des *best-sellers* y sont autorisées et sont même devenues pratiques courantes au fil des ans, à un point tel qu'elles ont littéralement façonné de nouveaux paramètres de la commercialisation du livre dans ce pays au cours de la dernière décennie. Ces guerres de prix se sont déroulées en différentes phases, impliquant d'abord les chaînes de librairies et les magasins à grande surface, puis les géants du commerce électronique. Les librairies indépendantes américaines en ont été naturellement les premières victimes. Mais à mesure que les guerres de prix se sont intensifiées, des entreprises très solides se sont effondrées à leur tour. En juin 2011, l'industrie américaine du livre a fortement été ébranlée par la faillite de Borders, deuxième chaîne de librairies en importance (399 librairies aux États-Unis, 10 700 emplois)²³. Fait plus préoccupant encore, sa grande rivale Barnes & Noble, qui aurait dû profiter de cette faillite, continue de cumuler chaque trimestre des déficits. C'est dire la violence des bouleversements en cours.

Aux États-Unis, ces guerres de prix prennent souvent l'allure de guerres totales dont l'objectif est de tuer la concurrence pour accaparer des parts de marché ou pour valoriser l'image de marque du commerçant auprès des consommateurs. Dans ce contexte, vendre sous le prix coûtant est une pratique courante. À titre d'exemple, en octobre 2009, Walmart a lancé une offensive commerciale spectaculaire en offrant les 10 titres (imprimés)

les plus attendus de la saison au prix de 10 \$ l'unité²⁴. Amazon.com a répliqué dans les heures suivantes, ce qui a entraîné une seconde offensive de Walmart. Finalement, les 10 titres ont été vendus 8,98 \$ dans chacune des deux structures. Ces livres ont naturellement été vendus à perte. Toutefois, l'objectif premier de Walmart et d'Amazon ne consistait pas à vendre des livres, mais plutôt à se faire reconnaître comme champions des bas prix et, à ce chapitre, l'opération a été un succès remarquable puisque tous les médias nationaux ont relaté ces événements. En jargon commercial, il s'agit d'une stratégie de type *loss leader* (produit d'attraction ou d'appel)²⁵. Cela dit, le consommateur américain a-t-il été bien servi par cette guerre commerciale? À court terme, ceux qui ont acheté l'un ou l'autre des 10 titres proposés à ce prix l'ont assurément été. Ils ont payé leur livre moins cher. Par contre, ce genre de pratique contribue à anéantir le réseau de vente de livres et a laissé le choix de lectures des Américains entre les mains d'un nombre toujours plus petit d'entreprises de plus en plus puissantes et dont l'objectif n'est pas de promouvoir la littérature. À preuve, le commerce américain du livre pivote désormais autour de quelques rares entreprises: une mégachaine de librairies, quelques grandes surfaces importantes ainsi que, naturellement, Amazon. Elles sont devenues les grands acteurs de ce commerce. Cela signifie en outre que, pour atteindre les lecteurs américains, les écrivains et les éditeurs sont désormais à la merci de ces quelques grands pôles de décision. Et les impacts économiques et culturels sont colossaux. John Sargent des éditions Macmillan disait dans *Livres Hebdo* en juin 2013 que «la seule façon de redonner sa place aux livres aux États-Unis est d'introduire une forme de régulation des prix²⁶». Ce commentaire de la part d'un

24. Miguel Bustillo et Jeffrey Trachtenberg, «Walmart Strafes Amazon in Book War», *Wall Street Journal*, 16 octobre 2009.

25. Le *loss leader* est un produit qu'un détaillant vend à perte, c'est-à-dire sous son prix coûtant, à des fins de marketing, afin de faire entrer le consommateur dans son magasin et de lui donner le sentiment de faire de bonnes affaires. Le détaillant se rattrape avec les autres produits sur lesquels il conserve évidemment sa marge usuelle. C'est également une stratégie commerciale qui peut être utilisée sur la durée pour s'emparer d'une part importante du marché pour imposer par la suite ses conditions aux divers agents du marché: en amont aux fournisseurs devenus dépendants, en aval aux clients lorsqu'il n'y a presque plus de concurrence. Plusieurs études mentionnent que le livre est un produit idéal pour servir de *loss leader*.

26. *Livres Hebdo*, 14 juin 2013, p. 19.

23. Mike Spector, «Borders Forced to Liquidate, Close All Stores», *Wall Street Journal*, 19 juin 2011.

dirigeant d'une maison américaine aurait été impensable il y a quelques années seulement.

Mais ce n'est pas fini! Les éditeurs américains, même les plus puissants, admettent aujourd'hui avoir peur d'Amazon. Cette entreprise, qui s'est construite par les guerres de prix dans le livre imprimé, puis numérique, en acceptant pendant de très longues périodes de vendre à perte ou avec de très faibles marges, occupe désormais une position de plus en plus dominante. Dans l'espoir de ralentir la mainmise croissante d'Amazon sur le secteur de la vente du livre, les grands éditeurs américains en sont même arrivés à littéralement se liguer, au début de 2010, pour empêcher Amazon de vendre ses livres numériques à 9,95 \$. En offrant les livres numériques à ce prix, Amazon poursuivait deux objectifs complémentaires: vendre le plus possible de Kindle tout en détruisant le marché du livre imprimé. Pour contrecarrer cette stratégie de prise de contrôle du marché par Amazon, les éditeurs américains lui ont imposé un contrat de vente (*agency model*) dans lequel ce sont les éditeurs qui décident du prix de vente de leurs livres sur le marché. Le département de la Justice américaine a examiné l'*agency model* et l'a jugé illégal, en juillet 2013, l'assimilant à une pratique de collusion. L'*agency model* poursuivait globalement les mêmes objectifs qu'une loi sur le prix unique: interdire les guerres de prix pour éviter la constitution d'un monopole. Les éditeurs américains ont pensé pouvoir agir seuls sans l'encadrement d'une loi. La manœuvre n'a pas marché, et Amazon continue à accroître son emprise sur le marché de la vente de livres numériques aux États-Unis.

Par ailleurs, l'offensive d'Amazon dans le secteur du livre a pris une toute nouvelle dimension en octobre 2011: Amazon indiquait alors qu'il devenait lui-même éditeur. Dans la foulée, Amazon a lancé une vaste campagne de recrutement d'auteurs déjà connus, en acceptant de perdre des millions dans le versement d'avances disproportionnées, comme l'ont rapporté plusieurs médias américains²⁷. L'annonce de cet affrontement ouvert avec l'industrie américaine du livre a fait le tour du monde. Puis, en février 2012, une nouvelle annonce a attiré l'attention des observateurs de l'industrie des quatre coins de la planète. L'Independent Publishers Group (IPG) annonçait que les titres numériques de quelque 500 éditeurs indépendants qu'il représente ne seraient plus offerts sur le site d'Amazon, ceux-ci n'ayant pu s'entendre avec cette entreprise quant aux conditions commerciales. Cet événement pose concrètement la question de l'accès au marché dans un contexte commercial dominé par un nombre restreint ou par un seul revendeur.

L'industrie américaine n'est pas la seule à vivre de pareilles péripéties. Les guerres de prix existent aussi dans divers autres pays et provoquent des conséquences similaires. Dans les pays anglo-saxons, des pans entiers des industries nationales se sont effondrés au cours des deux dernières années seulement. Les chaînes Borders (Grande-Bretagne), Book etc. (Grande-Bretagne), Hugues & Hugues (Irlande), Waterstone (Royaume-Uni et Irlande), Robertson (Royaume-Uni) et Redgroup Retail (Australie) sont soit en faillite, soit sous la protection d'une loi sur les arrangements avec les créanciers, soit en profonde restructuration.

En Australie, les guerres de prix ont détruit une grande partie du réseau de diffusion du livre en quelques années à peine. Depuis avril 2011, les difficultés financières du Redgroup Retail ont entraîné des fermetures massives de librairies dans ce vaste pays, laissant des régions entières privées de ces commerces. Par exemple, une ville comme Greater Dandenong, de 140 000 âmes, possède des écoles, des centres commerciaux, des restaurants, quantités d'autres commerces et d'établissements, mais n'a plus aucune librairie pour présenter à sa population une offre de livres digne de ce nom. C'est dramatique! Imaginons un instant qu'au Québec, à la suite de guerres de prix violentes, seules les villes de plus de 140 000 habitants puissent maintenir des librairies viables. Il ne resterait des librairies que dans six villes québécoises!

Recensements (Booksellers Association)

Année	Nombre de points de vente	Nombre d'indépendants
2005	3 935	1 535
2006	4 435	1 446
2007	4 407	1 424
2008	3 845	1 350
2009	3 845	1 252
2010	3 784	1 159
2011	3 655	1 094
2012	3 580	1 028

Source: MOSCOVITZ, Cécile et WISCHENBART, Rüdiger, *Librairies dans le monde – Allemagne, Espagne, États-Unis, France, Pays-Bas, Royaume-Uni*, Livres Hebdo/Cercle de la librairie, mai 2013, p. 99.

Au Royaume-Uni, l'abandon du prix unique du livre (*Net Book Agreement*) au milieu des années 1990 a profondément modifié la dynamique du marché du livre. Les détaillants les plus puissants ont lancé, dès lors, des guerres de prix dans le but d'accaparer des parts de marché. Au fil des ans, ces guerres de prix sont devenues

27. David Streitfeld, «Amazon Signs Up Authors, Writing Publishers Out of Deal», *New York Times*, 6 octobre 2011.

de plus en plus rudes, sans pourtant que les consommateurs en bénéficient directement (voir Constat 3 : Les guerres de prix ne sont pas bénéfiques pour les consommateurs).

Les parts de marché des librairies indépendantes sont passées de 19,9 % de la valeur des ventes en 1998 à 9 % en 2011 (mais seulement à 4,1 en 2011 et 3,4 % en 2012 du volume des ventes)²⁸. Le nombre de librairies indépendantes a diminué fortement depuis la fin du *Net Book Agreement*. Les données de 2005 à 2012 indiquent que leur nombre est passé de 1535 à 1028 (moins 507 en 7 ans)²⁹. La part de marché totale des chaînes s'est maintenue, mais le nombre de chaînes a diminué de moitié.

28. Tiré de Frank Fishwick, « Évolution du marché britannique du livre depuis la fin du prix unique », juillet 2013. Le texte complet apparaît en annexe 4.

29. MOSCOVITZ, Cécile et WISCHENBART, Rüdiger, *Librairies dans le monde – Allemagne, Espagne, États-Unis, France, Pays-Bas, Royaume-Uni*, Livres Hebdo/Cercle de la librairie, mai 2013, p. 99.

À court terme, les chaînes forment le segment de marché le plus menacé par le développement rapide des ventes par Internet. Le progrès d'Amazon et des autres librairies en ligne est évident. Quoiqu'il n'y ait pas de données sur la valeur de leur part de marché en 2012, on peut estimer qu'elle a atteint environ 40 %³⁰. Par ailleurs, Amazon domine la vente de livres numériques. Selon une estimation parue dans le *Financial Times*, la vente de livres numériques correspond à 12 % du marché britannique, et Amazon détient 90 % de ces ventes. Ainsi, alors que les ventes de livres imprimés au Royaume-Uni sont désormais entre les mains d'un nombre d'entreprises toujours plus puissantes, Amazon détient le quasi-monopole des ventes de livres numériques.

30. Estimation de Francis Fishwick, op. cit

3. Les guerres de prix ne sont pas bénéfiques pour les consommateurs

D'un point de vue qualitatif, les guerres de prix nuisent aux consommateurs puisqu'elles finissent par anéantir les commerces de proximité qui offrent du choix et des services, pour les remplacer par de grandes entreprises non spécialisées. Les lecteurs perdent ainsi un accès privilégié aux livres, aux conseils d'un libraire, à l'expérience culturelle qu'offre la librairie, etc.

Toutefois, les principes généralement admis de l'économie permettent d'avancer que, normalement, les guerres de prix menées par les multinationales entraîneraient une baisse de prix de vente des livres, ce qui serait bénéfique pour les consommateurs. En d'autres termes, les multinationales détruisent les réseaux traditionnels de vente de livres, entraînent la fermeture de quantité de commerces de proximité, mais permettent aux lecteurs de payer leurs livres moins cher. Or, ce n'est pas le cas.

Depuis longtemps déjà, des experts de l'industrie du livre affirment que les guerres de prix ne permettent pas aux consommateurs de payer leurs livres moins cher³¹. Elles peuvent donner l'illusion que les livres sont moins chers, car les rabais affichés sur le prix de vente suggéré peuvent être parfois très impressionnants. Mais, finalement, ces rabais s'accompagnent souvent d'une augmentation du prix de vente suggéré. Les rabais s'avèrent dans ce cas un leurre.

Sur cette question, le Royaume-Uni est un cas particulièrement intéressant à étudier, car le prix unique du livre (*Net Book Agreement*) y a longtemps existé avant d'être abandonné au milieu des années 1990. On peut donc examiner l'impact de ce changement de régime sur l'évolution du prix payé par les consommateurs. La libéralisation des prix des livres au Royaume-Uni a-t-elle entraîné une chute de prix comme le prédisaient alors tant d'économistes? Non. C'est plutôt le contraire qui s'est passé. L'étude la plus récente sur cette question, publiée en novembre 2008

dans *International Journal of the Economics of Business*³², fait une analyse détaillée du phénomène. La conclusion de son auteur, l'économiste Francis Fishwick³³, est la suivante : les consommateurs britanniques paient en moyenne plus cher les livres que si le *Net Book Agreement* avait été maintenu. Les indicateurs officiels démontrent que le prix des livres a augmenté plus vite que l'inflation, et que cela est attribuable en bonne partie à un changement dans la structure de la vente au détail des livres, qui a résulté de l'abandon du prix fixe. Les rabais aux consommateurs ont apparemment augmenté, mais devant la pression des détaillants les plus exigeants, les éditeurs ont mécaniquement augmenté le prix théorique de vente au détail pour compenser la perte, ou appelé autrement le prix de détail suggéré. D'autre part, l'étude démontre que le prix moyen payé par les consommateurs britanniques a augmenté beaucoup plus rapidement, au cours de cette période, que le prix moyen payé par les consommateurs de deux pays de taille similaire, l'Allemagne et la France, où existent des régimes de prix fixe.

Regardons ce dossier plus en détail. Selon l'Office for National Statistics³⁴, en 2008 le prix moyen d'un livre vendu au grand public a été 39 % plus élevé en argent constant qu'en 1996. Au cours de la même période, l'augmentation du coût de la vie, l'indice des prix à la consommation, n'a été que de 23 %. Comment peut-on expliquer cette inflation plus rapide sur le prix des livres en Grande-Bretagne que sur les autres produits? Une hausse des prix conseillés semble la seule explication logique.

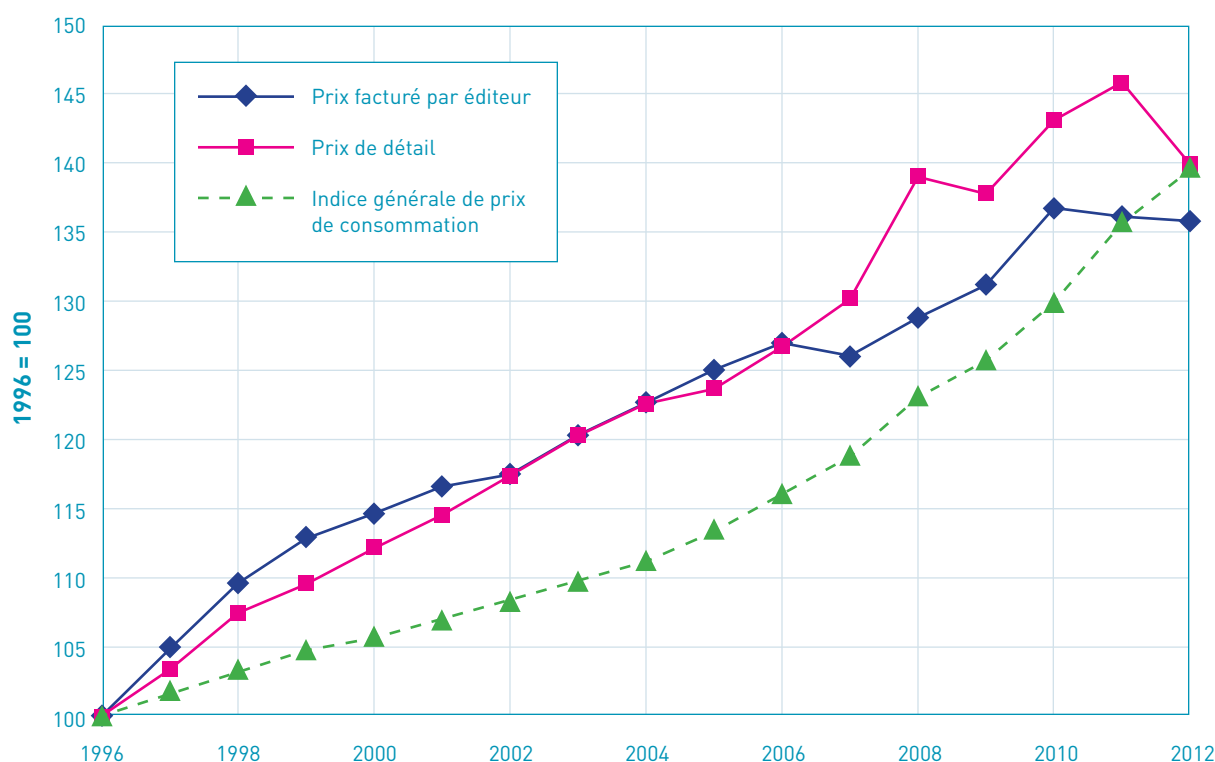
31. Ce fut d'ailleurs l'avis retenu au Royaume-Uni en 1962 par la Restrictive Practices Court lorsqu'elle jugea pertinent de maintenir le *Net Book Agreement* (Prix unique du livre britannique).

32. Frank Fishwick, « Book Prices in the UK Since the End of Resale Price Maintenance », *International Journal of the Economics of Business*, vol. 15, n° 3, novembre 2008, p. 359-377.

33. Ph. D. en économie, Francis Fishwick est un spécialiste de réputation internationale en économie du livre et de la concurrence, auteur de nombreux travaux sur l'industrie du livre en Grande-Bretagne et ailleurs dans le monde. En ce qui a trait à la réglementation du prix, il a travaillé comme conseiller à la Direction de la concurrence de la Commission européenne, à la Publishers Association et à la Booksellers Association en Grande-Bretagne, au National Heritage Committee du House of Commons, au Parlement suisse, à la Börseverein des Deutschen Buchhandels (Fédération du livre en Allemagne) et à la Fédération des éditeurs européens.

34. L'indice calculé par l'ONS est une moyenne pondérée de six catégories, pour lesquelles il y a un échantillon de titres et de points de vente. Tous les pays membres du Bureau statistique de l'Union européenne (EUROSTAT) emploient la même méthode de calcul.

Prix ex-éditeur et prix de détail (indices 1996 = 100)



Sources : Prix de détail 1996-2012 : ONS, Prix ex-éditeur ou net éditeur – 1996-2009 ONS et Publishers Association.

Selon Francis Fishwick³⁵, les données apparaissant dans ce graphique s'expliquent de la manière suivante. Au fil des années, la vente de *best-sellers* s'est de plus en plus concentrée entre les mains d'un petit nombre d'entreprises, surtout les grandes surfaces, les deux plus grandes chaînes de librairies ainsi qu'Amazon. Pour leur permettre d'afficher des rabais importants sur les *best-sellers*, ces entreprises ont exigé des éditeurs des marges brutes toujours plus élevées. Pour les livres destinés au grand public, la marge brute des détaillants variait de 35 % à 42 % dans les années précédant l'abandon du prix unique du livre au Royaume-Uni. On peut estimer qu'en 1996, lorsque les grandes surfaces et les grandes chaînes ont commencé à offrir des rabais aux consommateurs, la moyenne de la marge était de 45 %. Selon la Publishers Association, cette moyenne a atteint 58,2 % en 2006, elle a grimpé à 60,4 % en 2008 et à 62,5 % en 2012³⁶.

En combinant les données sur la marge brute en 2008 avec l'augmentation du prix et celui des rabais moyens offerts par les détaillants aux consommateurs, on peut alors estimer quelle a été la hausse du prix net payé par le consommateur depuis l'abandon du prix unique en 1995. Ainsi, le prix de l'éditeur a augmenté au cours de cette période de 29 % (indiqué dans le graphique), et la marge brute cédée aux entreprises en aval a atteint 60,4 %, ce qui implique une hausse du prix conseillé de 79 %. Le rabais moyen des détaillants étant de 21,9 %; le calcul indique donc une hausse moyenne dans le prix payé par les consommateurs de 40 %, ce que confirment les données apparaissant dans le graphique. Du même calcul, on peut déduire que de 1996 à 2008 le revenu par livre des entreprises en aval de l'éditeur, après la déduction des remises aux clients ultimes, a augmenté de 55 %. À cause de conditions économiques moins favorables (crise économique majeure), de 2008 à 2012, le prix moyen du livre n'a augmenté que de 0,6 % (avec une baisse prononcée en 2012), tandis que le coût de vie général s'est accru de 13,4 %.

35. Les commentaires accompagnant les tableaux sont tirés du texte de Francis Fishwick intitulé « Évolution du marché britannique du livre depuis la fin du prix unique », juillet 2013. Le texte complet apparaît en annexe.

36. Publishers Association : *Yearbook* (annuaire), Annexe 4.

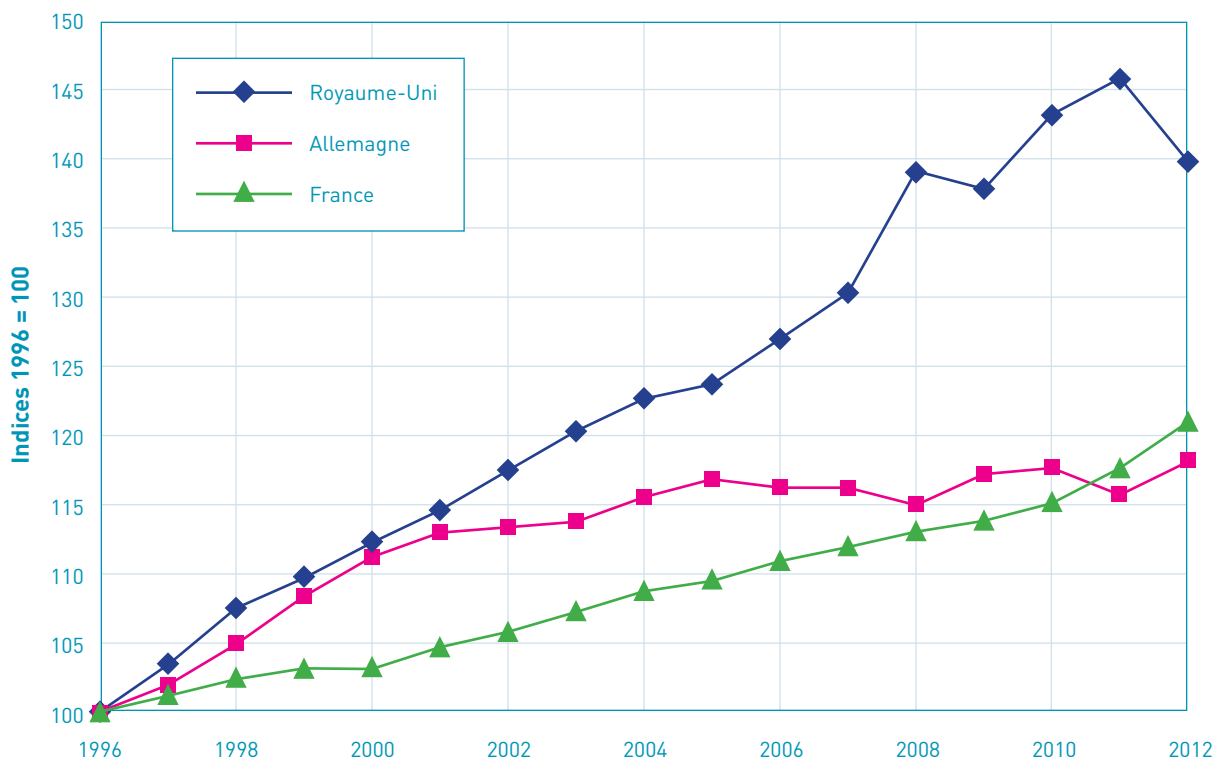
Dans les 15 années qui ont suivi la fin du prix unique du livre au Royaume-Uni, la hausse du prix du livre a largement excédé les hausses correspondantes en France et en Allemagne, 2 pays de tailles similaires qui ont maintenu le prix unique. De plus, dans la période 1996-2012, l'augmentation du prix du livre entre les années successives a été plus élevée que l'inflation générale nationale au cours de 4 années sur 16 en France, de 5 années sur 16 en Allemagne, mais de 12 années sur 16 au Royaume-Uni.

Les rabais sur les livres font d'ailleurs l'objet de plus en plus de scepticisme de la part des consommateurs britanniques

qui n'y voient, dans bien des cas, que des manœuvres de marketing bien orchestrées pour attirer leur attention. *The Guardian*³⁷ révélait à la fin de 2012 les résultats d'une étude, menée par les consultants Simon-Kucher & Partners, sur les prix pratiqués par Amazon UK dans le domaine du livre. On peut y apprendre notamment que cette entreprise a amorcé discrètement une révision de ses prix à la hausse, une politique de prix qu'elle cache derrière des rabais substantiels sur les 20 *best-sellers* les plus visibles.

37. Alison Flood, « Amazon beaten on price for books outside 20 top bestsellers », *The Guardian*, 12 décembre 2012.

Indices du prix du livre 1996-2012 (Eurostat)



4. Une solution qui fait l'objet d'un large consensus au sein du domaine du livre québécois

Plusieurs pays interdisent les guerres de prix sur la vente de livres. Le cas de la France nous est bien connu étant donné la proximité culturelle et politique que nous avons avec ce pays. La Loi sur le prix unique du livre, votée unanimement par le Parlement, a été promulguée le 10 août 1981^{38, 39}. Elle a instauré le système du prix unique où chaque livre a un prix fixé par l'éditeur ou par l'importateur, et ce prix est imposé à tous les détaillants. Cette Loi fait aujourd'hui consensus chez les professionnels du livre en France et rares sont ceux qui souhaitent y mettre fin. Au fil des années, les effets de la Loi ont été maintes fois étudiés par les autorités gouvernementales françaises. La plus récente étude de la question date de mars 2009. Elle a été conduite à la demande du président Nicolas Sarkozy et constitue une évaluation exhaustive de la Loi. L'équipe de chercheurs multidisciplinaire dirigée par le député Hervé Gaymard (UMP), trace un bilan « incontestablement positif » de la Loi^{40, 41}. Fait important dans le contexte actuel, depuis 2011, cette Loi s'applique aussi au livre numérique.

La Loi française comporte notamment une clause d'extra-territorialité couvrant les sites étrangers vendant en France.

Mais il y a aussi plusieurs autres pays, sur trois continents (Europe, Asie, Amérique), qui ont des systèmes de prix fixe, et des démarches sont en cours dans d'autres pays⁴². En fait, une grande partie des pays membres de l'OCDE réglementent le prix de vente des livres ou sont en processus d'adoption d'une réglementation. Selon le député Hervé Gaymard, les pays qui ont mis en place récemment un système de régulation des prix des livres (Argentine, Corée du Sud, Mexique...) l'ont fait le plus souvent avec comme objectif principal de mettre fin à une guerre des prix ainsi qu'à des rabais entraînant une forte déstabilisation pour l'ensemble du secteur⁴³.

En ce qui concerne le Mexique, les autorités gouvernementales ont implanté un prix unique du livre, entre autres, pour soutenir le développement de leur édition nationale devant les importations espagnoles.

Si les systèmes de prix fixe existant dans ces pays poursuivent des objectifs similaires de maintien de la diversité éditoriale et d'accès à cette diversité, notamment par le renforcement du réseau de diffusion diversifié, les dispositions pratiques peuvent varier d'un pays à l'autre. La durée minimale d'application du prix fixe est variable selon les pays, tout comme le rabais autorisé au détail⁴⁴. De plus, à l'instar de la France,

38. La Direction du livre et de la lecture du ministère de la Culture et des Communications de France a publié une brochure intitulée *Prix du livre : mode d'emploi*, qui résume bien le régime de prix réglementé en vigueur en France.

39. En 1981, le ministre de la Culture de France, Jack Lang, définissait ainsi devant l'Assemblée nationale les objectifs de la Loi : « Le prix unique du livre doit permettre : l'égalité des citoyens devant le livre, qui sera vendu au même prix sur tout le territoire national ; le maintien d'un réseau décentralisé très dense de distribution, notamment dans les zones défavorisées ; le soutien au pluralisme dans la création et l'édition en particulier pour les ouvrages difficiles. » (Extrait de *Prix du livre : mode d'emploi*.)

40. Hervé Gaymard, *Situation du livre – Évaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives*, Conseil du livre, mars 2009, 422 pages.

41. « [...] la Loi du 10 août 1981, relative au prix unique du livre, reste pertinente, y compris à l'ère d'Internet, et il serait imprudent de la réformer. C'est une véritable loi de développement, à la fois durable culturelle, économique et territoriale, dont le bilan est positif. [...] Trente ans ou presque après son adoption, il était indispensable de procéder à une évaluation comparative, exhaustive et objective, en évitant l'écueil de l'idéologie. Force est de constater que son objectif principal, permettre l'égalité d'accès des citoyens au livre, a été satisfait. Elle a permis de maintenir un réseau de diffusion et de distribution des livres diversifié sur l'ensemble du territoire, avec un réseau de plus de 3500 librairies indépendantes, sans être un obstacle à la montée en puissance de nouveaux acteurs (grandes surfaces culturelles spécialisées et alimentaires, clubs de livres, ventes par Internet), alors même que le prêt de livres dans les bibliothèques triplait dans la période. Elle a permis la vitalité et la diversité de l'édition, avec notamment la création de nouvelles entreprises innovantes et réactives, indispensables au paysage éditorial français. Le marché du livre a progressé en moyenne de 3 % par an, le nombre d'exemplaires vendus a progressé de 50 % de 1986 à 2007, 595 000 titres sont aujourd'hui disponibles. Contrairement à une idée reçue, cette Loi n'a pas eu d'effets inflationnistes. L'évolution de l'indice global des prix du livre, disponible depuis 1990, est très instructive : hausse du prix relatif jusqu'en 1994, stabilité de 1995 à 1999, baisse ininterrompue depuis 2000. Le livre a donc plutôt moins augmenté à long terme que les autres biens et services. Et il n'est pas plus cher en France qu'à l'étranger. Il n'y a donc pas de corrélation entre le régime des prix et le niveau des prix. » (Rapport Gaymard, p. 14-15.)

42. En plus de la France, des systèmes de prix fixe sont en vigueur en Allemagne, en Argentine, en Autriche, en Corée du Sud, en Espagne, en Grèce, en Hongrie, en Italie, au Japon, au Mexique, en Norvège, aux Pays-Bas, au Portugal et en Israël. Ces systèmes relèvent très majoritairement d'une disposition législative, puisque seuls deux d'entre eux (ceux de la Hongrie et de la Norvège) s'appuient encore aujourd'hui sur des accords interprofessionnels. Des discussions sérieuses sont en cours au Brésil, en Israël et en Pologne.

43. Pour ceux qui lisent l'espagnol, un site Web très étoffé est consacré à la loi mexicaine du prix unique, ses motifs et ses paramètres d'application : www.leydellibro.org.mx/nudelman.shtml (*Sobre la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro*).

44. La durée minimale d'application du prix fixe est très variable selon les pays : de 6 mois en Hongrie (avec toutefois la possibilité pour l'éditeur de prolonger cette durée) à 24 mois pour l'Espagne ou le Japon, 12 mois pour les Pays-Bas, 18 mois pour le Portugal ou encore 20 mois pour l'Italie. Le rabais maximum autorisé au détail (hors collectivité) est le plus souvent de 5 % (l'absence totale de possibilité de rabais ne semble pas exister) ; il peut cependant s'élever jusqu'à 10 % (Hongrie et Portugal) ou 15 % (Italie). Le délai de parution en club peut également varier d'un pays à l'autre (quatre mois en Allemagne, neuf mois en France). Le nombre de dérogations au principe du prix fixe peut varier selon les systèmes. Les ouvrages scolaires et les achats des collectivités publiques, notamment pour leurs bibliothèques, constituent dans la majorité des pays des exceptions au prix unique. Dans certains cas (Autriche, Hongrie et Italie), le principe du prix fixe ne s'applique pas aux ventes réalisées sur Internet. Des pays ont également souhaité que des rabais plus importants soient autorisés pour les achats réalisés lors de foires ou de manifestations autour du livre (Espagne, Italie, Japon, Portugal).

Estimation du nombre de librairies par habitant

	France	Espagne	Royaume-Uni	Pays-Bas
Superficie (km ²)	552 000	506 000	242 000	41 540
Nombre d'habitants (en millions)	65,8	46,8	63,2	16,8
Nombre d'habitants par librairie	22 000	33 000	61 000	11 000

Source: MOSCOVITZ, Cécile et WISCHENBART, Rüdiger, *op. cit.*, p. 10.

certains pays étendent désormais au livre numérique leur législation sur le prix fixe. C'est le cas notamment de l'Allemagne, l'Espagne, le Pays-Bas et la Norvège⁴⁵.

La mise en œuvre d'un prix fixe sur le livre a un impact direct sur la vitalité du secteur de la librairie. Les pays qui ont choisi de réglementer le prix des livres permettent l'existence de plus de librairies sur leur territoire, comme nous le montre ce tableau. L'abandon du *Net Book Agreement* au Royaume-Uni en 1995 a beaucoup affaibli le secteur de la librairie et entraîné des fermetures massives. On n'y trouve maintenant qu'une librairie pour 61 000 habitants.

Le caractère supposément inflationniste du prix fixe est totalement infondé. Au cours de la décennie 1997-2007 en Europe, l'évolution de l'indice du prix des livres a été

inférieure à celle de l'indice général des prix à la consommation dans 50 % des pays à prix fixe étudiés dans le rapport Gaymard (Allemagne, Autriche, Espagne, France et Grèce⁴⁶). Quant aux autres 50 %, dans 2 de ces pays (Italie et Pays-Bas), l'indice du prix des livres suit l'évolution de l'indice général. En revanche, l'indice du prix des livres est tout au long de la période globalement supérieur à l'indice général pour trois de ces pays (Hongrie, Norvège et Portugal). À l'inverse, « on observe dans la plupart des pays européens à prix libre une évolution de l'indice des prix du livre supérieure à celle de l'indice général des prix à la consommation (Belgique, Danemark, Pologne, Royaume-Uni, Suède), à l'exception de l'Irlande⁴⁷. »

45. OCDE, Working Party on the Information Economy, *E-Books: Developments and Policy Considerations*, décembre 2011.

46. Eurostat, *Indices de prix à la consommation harmonisés*. Ces indices sont calculés sur la base des prix effectifs d'achat par les consommateurs pour un panier d'ouvrages représentatif constant. Hervé GAYMARD, *op. cit.*, note 52 p. 78.

47. Hervé GAYMARD, *op. cit.*, note 52, p. 78.

Évolution des prix des livres par rapport à l'indice des prix à la consommation (IPC) de 1997 à 2007

	Prix réglementé	Inférieur à l'IPC	Équivalent à l'IPC	Supérieur à l'IPC
Allemagne	Oui	X		
Autriche	Oui	X		
Espagne	Oui	X		
France	Oui	X		
Grèce	Oui	X		
Italie	Oui		X	
Pays-Bas	Oui		X	
Hongrie	Oui			X
Norvège	Oui			X
Portugal	Oui			X
Irlande	Non	X		
Belgique	Non			X
Danemark	Non			X
Pologne	Non			X
Royaume-Uni	Non			X

Source: Eurostat, « Indices des prix à la consommation harmonisés (IPCH) » cités dans Gaymard, *op. cit.*, p 78.

Par ailleurs, il est intéressant de savoir que l'expérience internationale démontre que, dans tous les pays où il y a un prix réglementé, les grandes surfaces sont demeurées actives dans le commerce du livre. En France, à la suite de l'adoption de la Loi sur le prix unique, les grandes surfaces ont d'abord protesté avant de s'y adapter et même d'y trouver leur compte. Actuellement, les grandes surfaces non spécialisées occupent 21,4 % (2010) du marché de la vente de livres⁴⁸. Les grandes surfaces, ne pouvant plus concurrencer le prix de vente des *best-sellers*, se sont repositionnées en offrant plus de diversité, certaines allant jusqu'à créer des espaces librairies à l'intérieur de leurs magasins. L'adaptation des grandes surfaces au régime de prix fixe se vérifie sur d'autres marchés, même très différents de celui de la France. Par exemple, au Japon, quatre des six plus importants détaillants de livres ne sont pas des librairies⁴⁹; ils se sont taillés une place non par une guerre de prix violente, mais plutôt en offrant notamment une qualité de service à la clientèle digne de la société nipponne. Du point de vue du Québec, le cas du Mexique est particulièrement instructif. Ce pays est membre de l'ALENA, comme le nôtre, mais surtout, ce sont

les mêmes grandes surfaces qui y sont actives. Au Mexique, Walmart et Costco se sont adaptés à la réglementation, ont maintenu leurs rayons de livres intacts et offrent des rabais dans les limites de la réglementation. Peut-on imaginer que ces entreprises feraient autrement au Québec, advenant la mise en œuvre d'une réglementation?

En mai 2011, les associations professionnelles membres de la Table de concertation se sont prononcées pour la mise en place rapide d'une réglementation du prix de vente des nouveautés au Québec. Cette prise de position unanime était le fruit de plus d'une année et demie de consultations et d'échanges entre les professionnels du domaine du livre. Le consensus porte sur la nécessité d'une telle réglementation. Il porte aussi sur les principaux paramètres de cette réglementation, à savoir sa durée d'application et le rabais maximal autorisé au cours de cette période. Ces paramètres sont les suivants: au cours des 9 mois suivant la parution d'un livre, les commerçants pourront offrir à leurs clients un rabais maximal de 10 % sur le prix de vente suggéré. Après ces neuf mois, aucune restriction ne viendra plus empêcher quelque rabais que ce soit. Ces paramètres ont été établis entre les associations et proposent un modèle de réglementation relativement peu contraignant (10 %, 9 mois), répondant aux besoins des différents secteurs du domaine du livre et adapté à la réalité du Québec.

48. Direction du livre et de la lecture, *Le secteur du livre: Chiffres-clés*.

49. Tiré de *The Book Market of Japan*, une présentation faite à la Foire du livre de Francfort en octobre 2009 par Seiichi Higuchi (Japan Book Publishers Association). Document disponible <http://www.jbpa.or.jp/en/pdf/bookmarket.pdf>

Conclusion

Préserver l'avenir culturel des Québécois

L'industrie québécoise du livre a connu de grands succès au cours des 30 dernières années en matière de volume d'affaires, de création d'emplois, de reconnaissance de nos créateurs. Le livre est la plus grande industrie culturelle québécoise, et les lecteurs d'ici ont maintenant accès à une grande diversité éditoriale. L'objectif de la réglementation proposée est de maintenir les conditions nécessaires permettant ces succès. Personne ne regrette la mise en œuvre de la Loi 51 en 1981. Il s'agissait alors d'un geste législatif audacieux qui a beaucoup servi les intérêts des Québécois, des écrivains et des artisans du domaine du livre. Un peu plus de trois décennies plus tard, le Québec peut à nouveau faire un geste fort et porteur d'avenir.

Il y a urgence d'agir, car, au cours des dernières années, les conditions se sont dégradées. Mais ce n'est qu'un début. Les guerres de prix sur la vente des *best-sellers* ne font que commencer au Québec, et nous nous dirigeons rapidement vers des guerres beaucoup plus intenses, comme celles qui sont en train de littéralement anéantir les réseaux de diffusion du livre dans tous les pays anglo-saxons. N'oublions pas que le modèle actuel au Québec est calqué sur le modèle anglo-saxon. L'intention du milieu du livre est d'intervenir maintenant pour éviter la destruction annoncée d'une partie essentielle du réseau de revente des livres au Québec, donc d'une partie importante de la création et de l'édition québécoises. Préserver un secteur d'activité aussi important pour l'avenir de notre pays et la place du français, source d'emplois et de création culturelle d'un apport incontestable à l'ensemble de la société, n'est pas un luxe, mais un devoir.

Annexes

Annexe 1

PRIX RÉGLEMENTÉ DU LIVRE AU QUÉBEC

Foire aux questions (FAQ)

1. Que représente le secteur du livre au Québec?

- Plus de 11 000 emplois directs.
- Un chiffre d'affaires annuel de près de 700 M \$.
- Une production d'environ 5 000 titres par année : littérature, livres jeunesse, sciences, guides pratiques, éducation, beaux-livres, etc.

Cela en fait la première industrie culturelle québécoise, une composante essentielle de notre identité et le véhicule de notre culture partout dans le monde.

2. Pourquoi réglementer le prix de vente des livres?

Pour éviter qu'un oligopole de trois ou quatre entreprises (éventuellement toutes américaines) remplace l'actuel réseau de vente (un réseau décentralisé, composé surtout de librairies, ce qui favorise la diversité éditoriale).

3. Quelles seraient les conséquences de l'implantation de cet oligopole au Québec?

Les géants du secteur du livre pourraient alors dicter :

- les conditions commerciales imposées aux éditeurs et aux auteurs ;
- les choix éditoriaux, en limitant la commercialisation aux *best-sellers* assurés, ce qui entraverait la relève et les succès de demain, en particulier la production québécoise ;
- les prix de vente aux consommateurs.

4. Comment cet oligopole pourrait-il s'établir au Québec?

La pression créée par les magasins à grande surface, qui se servent des livres comme produits d'appel (*loss leaders*), et par les sites Web, qui les vendent à perte pour s'emparer du marché, épuiserait progressivement les librairies, les forçant à disparaître. Déjà enclenché, ce processus a d'ailleurs mené quatre librairies québécoises à la faillite l'automne dernier. Les géants de l'industrie pourraient alors imposer leur volonté et leurs prix, au détriment de l'intérêt collectif et de toute considération culturelle.

5. Que fait-on ailleurs dans le monde pour contrer ce phénomène?

La majorité des pays de l'OCDE ont légiféré, ou sont en voie de le faire, pour empêcher les guerres de prix et ainsi permettre aux librairies de rester concurrentielles et de jouer leur rôle de vecteur de savoir et de culture.

6. Comment l'absence de réglementation du prix des nouveautés menace-t-elle les librairies?

Les guerres de prix ont entraîné la disparition de milliers de librairies en Grande-Bretagne, en Irlande, aux États-Unis et en Australie. Dans ce pays, même des villes de taille importante (Greater Dandenong : 140 000 habitants) n'ont plus aucune librairie. Combien le Québec compte-t-il de villes aussi peuplées? Seulement sept : Montréal, Québec, Laval, Gatineau, Longueuil, Sherbrooke et Saguenay. Aux États-Unis, Barnes & Noble, la plus grande chaîne, n'est plus rentable, même après la faillite de Borders, la deuxième en importance, à cause de la concurrence du trio Walmart, Costco et Amazon.

7. Pourquoi s'inquiéter de la disparition possible des librairies puisque d'autres types de commerces continueraient de vendre des livres?

Une librairie offre généralement de 20 000 à 50 000 titres représentatifs de la culture et du savoir, alors que les magasins à grande surface n'en proposent que de 200 à 300. La réduction du nombre de produits est d'ailleurs au centre de leur stratégie. S'il ne restait que les magasins à grande surface, seules les traductions des *best-sellers* américains subsisteraient. L'édition québécoise serait la première à écoper, et tout un pan de notre culture disparaîtrait.

8. Pourquoi est-il urgent d'agir?

Alors que la situation des librairies est déjà précaire, Target s'efforce rapidement de faire sa place au Québec et n'hésitera pas à mener une guerre de prix à ses concurrents Walmart et Costco. Pour sa part, Amazon s'intéresse aux petits marchés secondaires comme le nôtre, et l'on peut s'attendre à ce qu'elle réplique de sa stratégie éprouvée sur les marchés non réglementés : vendre à perte pour s'emparer du marché, puis relever le prix moyen de l'ensemble des titres, sauf de quelques dizaines d'entre eux.

9. Est-ce compliqué de réglementer le prix de vente des livres?

Plusieurs pays l'ont déjà fait (Allemagne, Argentine, Autriche, Corée du Sud, Espagne, France, Grèce, Hongrie, Israël, Italie, Japon, Portugal, Mexique, Norvège, Pays-Bas), et la Pologne et le Brésil sont en voie de le faire. Notons que la loi argentine tient en une page.

10. Le sujet est-il polémique?

Les cas récents démontrent qu'il s'agit de projets de loi consensuels: en Israël, c'est le gouvernement de coalition de Benyamin Netanyahu qui a fait adopter le sien en première lecture l'automne dernier. Au Mexique, la chambre législative a approuvé la réglementation à 88,7 % et le Sénat l'a entérinée à 93,9 %.

11. Comment la société québécoise bénéficierait-elle de la réglementation?

Cette mesure permettrait d'atteindre les objectifs suivants:

- Maintenir l'accès des lecteurs de toutes les régions à un large éventail de livres grâce au réseau des libraires, qui offrent bien plus que les seuls *best-sellers* du moment.
- Maintenir les conditions nécessaires au développement et au rayonnement de la littérature québécoise. La librairie offre de la visibilité aux écrivains québécois, dont seule une fraction des livres se retrouve sur les étagères des magasins à grande surface. De plus, elle favorise la relève et la pérennité de notre culture.
- Maintenir des commerces de proximité qui contribuent au dynamisme culturel dans les régions et les quartiers des centres urbains, les libraires étant des lieux de découvertes qui valorisent les livres, la culture et la connaissance.
- Stabiliser le prix des livres en évitant qu'un oligopole d'entreprises étrangères, guidé par des considérations économiques à court terme, ne s'empare de ce commerce.
- Maintenir une industrie qui emploie 11 000 personnes au Québec et génère près de 800 millions de dollars annuellement.

12. Quel est le modèle de réglementation proposé?

Les membres de la Table de concertation du livre proposent ce qui suit:

- un rabais maximal de 10 % sur le prix d'une nouveauté dans les 9 mois suivant sa publication;
- l'autorisation d'offrir tout autre rabais par la suite.

Les modèles que la quinzaine de grands pays industrialisés ayant réglementé le prix des livres ont choisis sont plus ou moins contraignants. Pour sa part, la réglementation québécoise ne s'appliquerait qu'aux nouveautés et autoriserait même des rabais allant jusqu'à 10 % sur ces titres, assurant ainsi beaucoup de souplesse.

13. Les lecteurs québécois paieraient-ils leurs livres plus cher?

Non. L'expérience internationale est formelle: les lecteurs ne paient pas, en moyenne, leurs livres plus cher. De nombreuses études économiques menées dans plusieurs pays ont démontré que les réglementations n'ont pas eu pour effet d'augmenter le prix des livres.

Par contre, des études réalisées en Grande-Bretagne ont révélé que l'abandon du prix réglementé au milieu des années 1990 a eu comme effet de faire augmenter le prix des livres plus vite que l'inflation. Aussi, durant cette même période, le prix des livres a augmenté plus rapidement en Grande-Bretagne qu'en Allemagne et en France, où ce commerce est réglementé.

- À retenir: de 1996 à 2007, suivant l'abandon du *Net Book Agreement*, il y a eu 61 % plus d'inflation sur les livres en Grande-Bretagne que sur les autres biens de consommation.

14. Quel serait l'effet sur l'accessibilité aux livres?

Il est faux de croire que l'abandon de rabais sur la vente des nouveautés nuirait à l'accessibilité aux livres ou pourrait avoir un effet négatif sur l'alphabétisation des Québécois. Pourquoi?

- L'expérience internationale et les études démontrent que les rabais sont souvent des leurres puisqu'ils sont accompagnés d'une augmentation du prix suggéré des livres.
- Comparativement à d'autres divertissements, le livre est objectivement peu cher, et son prix moyen a très peu augmenté depuis 20 ans. De plus, l'achat de livres ne représente qu'une infime partie du budget moyen des familles québécoises, alors que l'encadrement des prix ne vise que les nouveautés. La réglementation ne peut donc pas avoir beaucoup de conséquences sur le pouvoir d'achat des consommateurs.

- Les bibliothèques publiques garantissent déjà à tous les citoyens un accès universel et gratuit aux livres. Les Québécois profitent de 812 bibliothèques publiques, offrant plus de 1 000 points de service, sans compter les bibliothèques des établissements d'enseignement. L'accessibilité économique au livre est donc un faux débat!
- La lutte contre l'analphabétisme est un enjeu sérieux au Québec. Il a été maintes fois démontré que la famille et l'école sont les principaux vecteurs de la transmission du plaisir de lire. Ainsi, les interventions gouvernementales pour valoriser la lecture à l'école sont certainement les meilleurs investissements que l'on puisse faire.

15. Les magasins à grande surface cesseront-ils de vendre des livres si une réglementation limite les guerres de prix sur les nouveautés?

Le modèle de réglementation proposé serait peu contraignant, s'appliquant uniquement aux nouveautés et n'éliminant pas la possibilité d'offrir des rabais: au cours des 9 mois suivant la publication d'un livre, le rabais offert serait limité à 10 % du prix de vente suggéré, mais tous les rabais seraient autorisés après cette période. Cette réglementation permettrait donc aux magasins à grande surface de s'adapter.

Dans tous les pays qui réglementent les prix, les grandes surfaces continuent de vendre des livres. En France, suivant l'adoption de la Loi sur le prix unique en 1981, elles ont protesté avant de s'adapter et même d'y trouver leur compte en offrant plus de diversité, certaines allant jusqu'à créer des espaces librairie. Au Japon, quatre des six plus importants détaillants de livres ne sont pas des librairies; ils se sont distingués en offrant une qualité de service à la clientèle digne de la société nipponne. Le cas le plus instructif est celui du Mexique, où l'on trouve les mêmes grandes surfaces qu'au Québec: Walmart et Costco se sont adaptés à la réglementation en maintenant leurs rayons de livres intacts et en offrant des rabais dans les limites acceptées. Ils ne feraient sans doute pas autrement ici.

Le livre est perçu comme un produit sophistiqué qui valorise l'image de marque d'un détaillant, attire une clientèle bien nantie et contribue à son positionnement concurrentiel. Les grandes surfaces veulent vendre des livres, tout comme les centres commerciaux souhaitent abriter une librairie. Ainsi, Target, qui s'installe au Québec, a déjà annoncé son intention de vendre des livres, comme le font ses rivaux Walmart, Costco et autres.

16. Peut-on réglementer le prix des livres vendus sur des sites Web?

Oui. Les sites qui vendent à des clients québécois sont assujettis aux lois du Québec. Une entreprise située ailleurs devra donc respecter une éventuelle réglementation sur le prix des livres si elle vend aux consommateurs québécois, au même titre que les autres lois propres au Québec (taxes de vente, frais de récupération environnementale, garanties distinctes et Loi de la protection du consommateur). Ces sites Web doivent aussi respecter les droits territoriaux des éditeurs et des diffuseurs nationaux. Cela signifie, par exemple, que les Canadiens qui veulent acheter des livres sur Amazon doivent le faire sur Amazon.ca. Les produits qui s'y trouvent sont fournis par des éditeurs ou des diffuseurs canadiens ayant l'exclusivité de leurs droits de commercialisation. Cela leur donne le pouvoir de convaincre un client (site Web) de respecter les lois québécoises.

17. Pourquoi réglementer le prix du livre numérique?

Les luttes commerciales dans le domaine du numérique seront encore plus rudes que dans le cas du livre papier. C'est pourquoi les pays qui ont déjà légiféré en matière de livres adoptent des compléments législatifs pour y inclure cette nouvelle réalité. Autrement, les guerres de prix risquent d'entraîner la création d'un monopole de la vente des livres numériques, puis la destruction des réseaux de vente d'imprimés. Les écrivains et éditeurs seraient alors entièrement à la merci d'une seule entreprise qui dicterait ses conditions. Quant aux consommateurs, ils n'auraient pas d'autre choix que de magasiner sur son site. Un tel monopole risque de se matérialiser rapidement, comme l'illustre l'exemple des pays anglophones où le marché du livre numérique est plus développé que partout ailleurs. Amazon y domine, et un éditeur qui refuse ses conditions commerciales se coupe de l'essentiel de ce marché. Les éditeurs de partout dans le monde s'entendent sur la nécessité de contrôler eux-mêmes le prix de revente de leurs livres numériques.

18. Comment peut-on éviter les guerres de prix dans la vente de livres numériques?

D'autres pays ont jusqu'à maintenant employé l'une ou l'autre des stratégies suivantes à cette fin:

- un contrat de revente avec les exploitants de sites, appelé *agency model*, par lequel l'éditeur détermine le prix de vente du livre et fixe la remise consentie au revendeur (généralement 30 %);
- une intervention gouvernementale réglementant le prix de vente des livres numériques, comme nous le proposons.

De 2010 à 2012, 5 des 6 plus grands éditeurs américains ont conclu une entente de type *agency model* avec leurs clients (Amazon, Apple, etc.). Toutefois, en étant jugés comme anticoncurrentiels, ces accords peuvent être contestés par les autorités réglementaires, tel que cela s'est produit aux États-Unis et dans la CEE en 2012. Les éditeurs québécois qui ont, semble-t-il, signé ce type d'ententes sont donc potentiellement vulnérables à d'éventuelles contestations légales ou à des remises en question par les revendeurs, puisqu'il s'agit d'ententes à court terme.

Par ailleurs, plusieurs pays ont décidé d'étendre au numérique leur réglementation sur le prix de vente des livres imprimés, dont la France, en mai 2011, imitée par l'Allemagne, la Corée du Sud et l'Espagne.

19. Comment faire respecter une réglementation sur le prix des livres numériques?

C'est relativement simple, car les mécanismes de contrôle de l'État et des fournisseurs se renforcent mutuellement. Le gouvernement a en effet le pouvoir de faire respecter les lois par les entreprises qui vendent des produits au Québec sur des sites Web. Ces exploitants doivent aussi respecter les droits territoriaux des éditeurs ou diffuseurs nationaux. Rappelons que les Canadiens qui veulent acheter des livres sur Amazon doivent le faire sur Amazon.ca. Les livres numériques qui s'y trouvent ont été fournis par des éditeurs ou des diffuseurs canadiens ayant l'exclusivité de leurs droits de commercialisation, ce qui leur donne le pouvoir de convaincre un client (site Web) de respecter les lois québécoises.

20. Les librairies des territoires frontaliers du Québec perdront-elles des clients au profit de commerces de la province ou de l'État voisin, où les prix ne sont pas réglementés?

Un regard sur la géographie du Québec révèle que, sauf en Outaouais, aucun centre urbain n'avoisine ses frontières. Il n'existe donc pas d'activité importante de vente de livres dans ces régions. Les libraires de l'Outaouais, seule exception compte tenu de la proximité d'Ottawa, ne craignent pas de voir leurs clients s'approvisionner dans des commerces de la capitale nationale parce que leur offre est différente, en raison de la langue, et parce que les habitants de la région achètent peu à Ottawa. Les avantages de limiter les guerres de prix dans leur environnement dépassent largement les inconvénients d'éventuelles tentatives de récupération par des commerces situés hors frontières.

21. Quelles sont les catégories de livres couvertes par la réglementation?

Les membres de la Table de concertation du livre s'entendent pour qu'elle couvre les nouveautés pendant neuf mois, selon les catégories d'ouvrages assujettis à la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre. La réglementation couvrira tant les livres imprimés que numériques. Comme dans la loi française, tout livre commercialisé en format numérique et sous forme imprimée, ou susceptible d'être produit en format imprimé, serait réglementé.

22. Certains pays regrettent-ils d'avoir réglementé en la matière?

Aucune étude ne remet en cause l'utilité d'un tel dispositif pour les sociétés concernées. Par contre, le modèle anglo-saxon fait régulièrement l'objet de critiques sévères, même dans un article du *New York Times* (22 juin 2012), qui perçoit le prix unique du livre en France comme un succès.

23. Où puis-je me documenter davantage sur la question?

Le site www.noslivresajusteprix.com offre des témoignages, des appuis, des liens vers divers documents, des capsules vidéo, etc.

Annexe 2

APPUI DES ÉCRIVAINS ET PERSONNALITÉS AU PROJET DE PRIX RÉGLEMENTÉ DU LIVRE



Extraits des appuis des écrivains et personnalités au projet de prix réglementé du livre

« Pour que les petits comme les grands aient la même chance, les livres devraient être au même prix partout. »

– Marie Laberge

« Si du jour au lendemain les petites librairies cessaient de fermer, ce serait fantastique. »

– Michel Tremblay

« Et il faut se battre coûte que coûte pour préserver cette espèce fragile, actuellement menacée d'extinction : les libraires. »

– Nancy Huston

« Je ne vois pas qui pourrait être victime d'une espèce de démocratie dans le prix d'un livre. »

– Patrick Senécal

« Le livre est un objet fragile et il doit être protégé. [...] L'objet de cette réglementation, c'est de faire en sorte qu'on évite que, pour un temps, on paie au rabais des livres et qu'un jour le monde soit dominé par deux, ou trois, ou quatre joueurs. »

– Stéphan Bureau

« La culture lettrée en général, et la nôtre en particulier [...] ne s'inscrivent pas, ne s'inscriront jamais dans la logique du marché des biens de consommation à écoulement rapide. »

– Stanley Péan

« La différence entre vendre des livres et les faire vivre. »

– Samuel Archibald

« Il est du devoir de tout gouvernement, de chaque démocratie d'assurer la sauvegarde [des livres] et pour cela, de protéger ses libraires. »

– Marc Levy

« La réglementation du prix du livre, ça fait plus de libraires heureux, plus d'éditeurs audacieux, plus d'auteurs publiés, plus de lecteurs comblés, et une culture plus à même de s'exprimer. »

– Caroline Allard

« Je dis OUI à nos livres à juste prix pour protéger la culture québécoise. Faites-en autant, svp. »

– Stéphane Bourguignon (tweet)

Et une centaine d'autres sur :
www.noslivresajusteprix.com

Annexe 3

CONSIDÉRATIONS LÉGALES

Lettre de M^e Charlaïne Bouchard

Professeur, Faculté de droit, Université Laval

Québec, le 31 juillet 2013

Monsieur Benoit Prieur
Directeur général ADELFI

Objet : Opinion juridique sur le prix unique du livre

Monsieur Prieur,

Pour faire suite à notre échange de courriels des 18 et 19 juillet derniers et au mandat que vous m'avez confié, je vous transmets mon opinion juridique dans le dossier relaté en titre.

Il s'agit essentiellement de savoir si (1) le Québec a compétence pour légiférer sur le prix unique des livres et (2) s'il pourra imposer sur le territoire québécois le respect du prix de vente unique pour tous les livres vendus au Québec?

1. Primauté de la loi sur le prix unique

La *Loi sur la concurrence* repose sur la prémisse qu'un niveau de concurrence suffisamment élevé est souhaitable, non seulement afin d'assurer aux consommateurs des prix raisonnables, mais aussi pour favoriser une utilisation maximale des ressources économiques du pays et stimuler le progrès et l'innovation (art. 1.1). Partant, la Loi s'attaque aux comportements qui tendent à réduire le niveau de concurrence sur un marché donné; ce qui conduit à s'interroger, au regard du caractère d'ordre public économique de direction de la Loi, sur les compétences du Québec pour restreindre la concurrence avec une loi sur le prix unique.

À côté des exemptions prévues par le législateur, la jurisprudence canadienne applique à la *Loi sur la concurrence*, la «théorie de la conduite réglementée. Un secteur est dit réglementé lorsque l'État, de manière directe ou par l'intermédiaire provincial ou administratif, «substitue aux Lois du marché des mécanismes législatifs ou réglementaires comme régulateur»¹ de ce secteur.

¹ Daniel Martin BELLEMARE, «Les secteurs réglementés», dans Serge BOURQUE (dir.), *Nouvelle Loi sur la concurrence*, Cowansville, Éditions Yvon Blais, 1989, p. 154 ; BUREAU DE LA CONCURRENCE DU CANADA, «Les activités «réglementées»», *Bulletin d'interprétation*, 27 septembre 2010.

Au Canada, le législateur fédéral, mais surtout provincial, est intervenu pour réglementer spécifiquement certains secteurs. Il en va ainsi de secteurs comme la mise en marché de produits agricoles², les services professionnels³, ou encore l'industrie culturelle québécoise avec sa *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre*⁴. Dans ce contexte, il faut s'interroger sur l'application de la *Loi sur la concurrence* à ces secteurs économiques assujettis à un cadre législatif et réglementaire spécifique. La Cour suprême du Canada a répondu par la négative à cette question en affirmant que les actes réglementés par une province, et donc conformes à une Loi provinciale, sont présumés être dans l'intérêt public et ne peuvent, par conséquent, être contraires à une disposition fédérale de nature pénale également adoptée dans l'intérêt public⁵. Ainsi, une entreprise accusée d'avoir enfreint la *Loi sur la concurrence* peut soulever en défense qu'une Loi ou un règlement fédéral ou provincial, valide, autorise les comportements qu'on lui reproche.

En résumé, l'Assemblée nationale du Québec est compétente pour légiférer sur le prix unique du livre afin de consolider les effets de la Loi de 1981.

2. Respect du prix unique au Québec

Quant aux éditeurs québécois, ils pourront imposer sur le territoire québécois le respect du prix de vente unique pour tous les livres vendus au Québec, y compris ceux qui proviendront de distributeurs basés hors Québec. En d'autres termes, qu'il s'agisse de vendre au Québec un livre offert par un distributeur québécois ou encore par un distributeur étranger, le prix sera absolument le même. Par conséquent, dans l'éventualité où un distributeur ne respecterait pas la loi sur le prix unique – une loi d'ordre public – les éditeurs pourront entamer des procédures afin de faire respecter la loi.

J'espère que ces quelques réflexions auront su vous être utiles. Si d'autres informations vous étaient nécessaires n'hésitez pas à me contacter et je vous prie d'agréer, Monsieur Prieur, mes salutations distinguées.

Charlaine Bouchard, notaire
Professeure titulaire, Faculté de droit
Université Laval

² *Loi sur la mise en marché des produits agricoles*, L.R.Q. c. M-35.

³ *Code des professions*, L.R.Q. c. C-26.

⁴ *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre*, L.R.Q. c. D-8.1.

⁵ Voir notamment l'important arrêt de la Cour suprême: *Canada (P.G.) c. Law Society of British Columbia*, [1982] 2 R.C.S. 307, p. 354-356; Voir également *Re The Products Marketing Act* (1956), [1957] R.C.S. 198. Nos italiques.

Annexe 4

ÉVOLUTION DU MARCHÉ BRITANNIQUE DEPUIS LA FIN DU PRIX UNIQUE

Auteur: Francis Fishwick



ÉVOLUTION DU **MARCHÉ** BRITANNIQUE DU **LIVRE** DEPUIS LA FIN DU PRIX UNIQUE (1995)

Francis Fishwick, Ph.D. en économie

- JUILLET 2013 -

Une analyse du **DR FRANCIS FISHWICK**



Ph. D. en économie, **Francis Fishwick** est spécialiste de réputation internationale en économie du livre et de la concurrence, auteur de nombreux travaux sur l'industrie du livre en Grande-Bretagne et ailleurs dans le monde. En ce qui concerne la réglementation du prix, Il a travaillé comme conseiller à la Direction de la Concurrence de la Commission Européenne, à la Publishers Association et la Booksellers Association en Grande Bretagne, au National Heritage Committee du House of Commons, au Parlement Suisse, à la Börseverein des Deutschen Buchhandels (Fédération du livre en Allemagne) et à la Fédération des Éditeurs Européennes.

+ Introduction

Comment la concurrence peut-elle produire une augmentation des prix ? La guerre des prix dans le marché du livre au Royaume-Uni a produit une telle hausse; nous allons expliquer pourquoi. De 1900 à 1995, un système de prix unique a régi la vente au détail des livres, encadré par le *Net Book Agreement* (NBA), une entente entre éditeurs. Cet accord cessa d'avoir effet en 1995. Dans les faits, il fut formellement abrogé par la *Restrictive Practices Court* en 1997, qui renversait ainsi une décision remontant à 1962. En 1997, il y eut peu d'opposition à cette décision. À l'époque, la plupart des observateurs affirmaient que la fin du prix unique aurait pour conséquence de faire baisser les prix, ce qui devait provoquer une augmentation des achats et une nouvelle prospérité pour le commerce du livre¹.

Hélas, ces prévisions optimistes se sont avérées fausses : le prix moyen de l'ensemble des livres – et donc celui de la plupart des livres – ont connu une augmentation qui dépassait l'inflation générale. Cette augmentation surpassait même celle des livres vendus dans les pays européens qui ont maintenu le prix unique. Comme nous allons le voir ci-après, la guerre des prix a créé un oligopole dans la vente au détail du livre. Cette situation a permis aux grands détaillants de prendre avantage de leur volume d'achat pour exiger des rabais des éditeurs. En réaction, ceux-ci ont augmenté les prix de détail suggérés, de sorte que les consommateurs finissent par payer plus cher parce que les rabais offerts par les détaillants ne compensent pas ces augmentations. Le livre serait-il un produit d'exception dans l'économie industrielle ? « *Books are different* », écrivait déjà la *Restrictive Practices Court* en 1962.

+ La concurrence des prix et ses effets sur la structure du marché de détail

Au Royaume-Uni, le système de rabais tire son efficacité du fait qu'on peut presque toujours lire sur la couverture d'un livre offert au grand public le prix de détail suggéré par l'éditeur. Ce *recommended retail price* fait figure de maximum et sert surtout de point de référence pour mesurer la réduction consentie par le détaillant.

À l'époque du prix unique, on achetait les livres dans les librairies ou, pour les titres les plus populaire, dans les tabagies ou dans les papeteries-tabacs. Dès l'abandon du NBA, de nouveaux concurrents ont fait leur entrée sur ce marché. Ce sont principalement des supermarchés (grandes surfaces) et des sites Internet, Amazon en tête.

Au début, l'usage des grandes surfaces était de stocker et de vendre à prix réduit un éventail étroit de titres populaires. Pendant les 12 mois qui ont suivi septembre 1997, une des quatre entreprises les plus importantes a tenu un stock maximal de 9 titres. Les inventaires des trois autres ont varié de 21 à 46 titres. Le rabais moyen offert au client oscillait presque toujours entre 32 et 35 %ⁱⁱ. Depuis 1997, les grandes surfaces ont peu à peu élargi la gamme des livres offerts, mais le nombre de titres reste limité. Les livres y sont vendus avec des rabais qui peuvent dépasser les 50 %. Une étude de 2005ⁱⁱⁱ a montré qu'un achat impulsif est à l'origine de la plupart des ventes de livres faites dans les grandes surfaces, surtout celles du sud de l'Angleterre. Comme on le voit dans le Tableau 1, c'est en 2009 que les grands surfaces ont atteint leur pénétration maximale du marché du livre. Les grandes surfaces ont besoin de produits de roulement rapide, ce qui implique qu'elles se borneront aux *best-sellers*.

Tableau 1: Les parts de marché dans la vente au détail de livres au Royaume-Uni						
	% de valeur				% de volume	
	1998	2004	2009	2011	2011	2012
Chaînes principales*	38,5	43,3	39,9	37,5	26,7	27,6
Indépendants	19,9	10,6	10,8	9,0	4,1	3,4
Supermarchés	4,0	5,3	10,0	10,0	12,3	13,8
Clubs et courrier direct	24,7	18,2	11,1	6,3	9,5	5,9
Internet	0,3	8,8	17,1	29,5	30,4	37,7
Autres	12,6	12,8	11,1	7,7	17,0	11,6

*En 1998, il y avait six grandes chaînes; les fusions et les faillites ont réduit ce nombre à trois.

Source : www.bowker.com, cité par www.booksellers.org.uk



Jusqu'en 2004, les chaînes ont augmenté leur parts de marché en offrant des rabais moindres que ceux des grandes surfaces sur les *best-sellers*, alors que les autres livres étaient vendus au plein prix. La publicité faite mettait toutefois l'accent sur ces rabais. Ainsi, il est probable que les chaînes soient parvenues à arracher des clients aux libraires indépendants et aux clubs en profitant d'une image trompeuse de leur compétitivité. Plus récemment, les rabais consentis ont pris de nouvelles formes. Par exemple, « achetez deux livres et obtenez-en un troisième gratuitement » ou « achetez un livre et obtenez-en un deuxième pour la moitié du prix ». Ce type d'offres ne portent usuellement que sur une sélection limitée de titres. Une étude des réactions des clients a montré que de telles offres sont moins efficaces qu'une simple réduction de prix^{iv}. Ces dernières années, les chaînes ont perdu des ventes au profit des grandes surfaces et, surtout, d'Internet. Des faillites et des fusions ont suivi. Nous connaissons quelques succursales de chaînes qui restent ouvertes seulement à cause de baux dont la société mère ne peut pas se retirer.

L'entreprise américaine Amazon est entrée dans le marché britannique en 1997. Elle est alors la première librairie d'importance en ligne. Le livre est un produit idéal pour la vente en ligne, surtout quand le client peut feuilleter un exemplaire du titre qui l'intéresse dans une librairie en ville et l'acheter ensuite à prix réduit par Internet ! La progression d'Amazon et des autres librairies en ligne (encore peu nombreuses) est évidente dans le Tableau 1. Quoiqu'il n'y ait pas de données sur la valeur de leurs parts de marché en 2012, on peut estimer que les librairies en ligne s'accaparent 40% de la valeur des ventes. Amazon offre un rabais sur les *best-sellers* pouvant dépasser 50 % du prix de détail suggéré (là où l'entreprise affronte la concurrence des grandes surfaces), mais s'en tient généralement à ce prix pour les titres plus rares. La livraison gratuite est offerte dans la plupart des cas. À la fin de 2012, Amazon dominait le secteur de la vente des livres numériques. Selon une estimation parue dans le *Financial Times*^v, les livres numériques représentent 12 % du marché britannique, et Amazon réalise 90 % de ces ventes. À ce stade, il est tentant de considérer Amazon comme un « quasi-monopole »

L'abandon du prix unique a grandement réduit les activités des clubs, qui misaient autrefois sur les prix plus élevés des *best-sellers* dans le reste du marché.

Les libraires indépendants ne parviennent pas à faire concurrence aux grands détaillants.

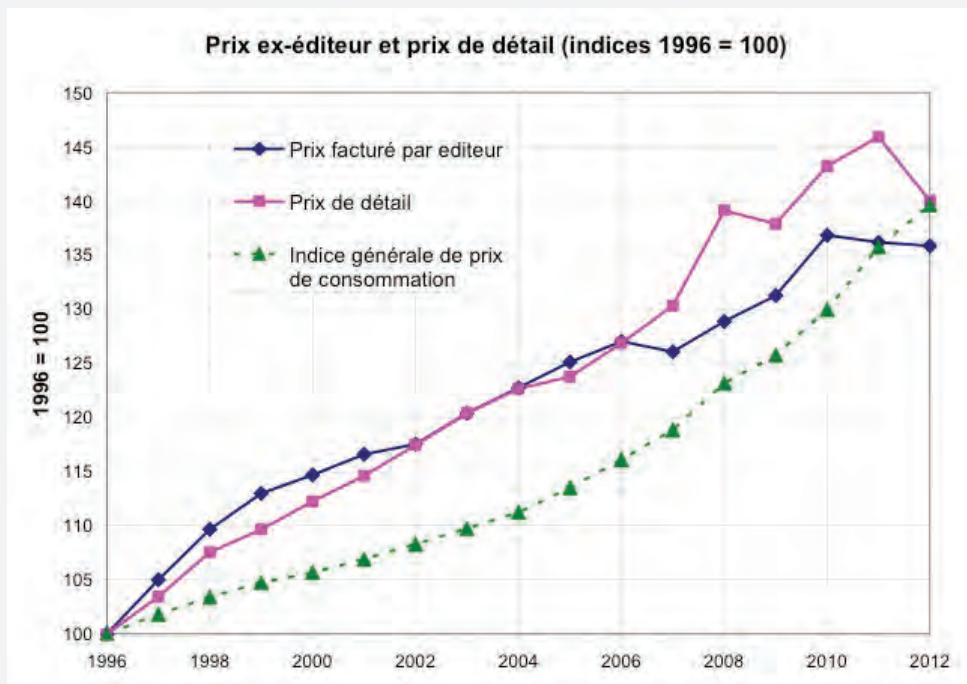
Tableau 2: Rabais moyens offerts par les détaillants			
	Remise moyenne % de prix conseillé		
	2002	2008	2012
Les 50 plus vendus	25,4	40,9	44,6
Autres titres	10,7	20,0	25,4
Moyenne pour tous les titres	11,5	21,9	27,7

Source: Nielsen BookScan cité dans The Bookseller

Le Tableau 2 montre l'évolution des rabais sur les livres 2002 et 2012. Le changement le plus évident c'est l'augmentation du rabais moyen sur les titres autres que les 50 meilleurs vendeurs (*best-sellers*). Nous croyons que cette augmentation est imputable à la croissance d'Amazon, qui continue d'offrir des prix réduits sur plusieurs titres de son catalogue, ainsi qu'à l'augmentation modérée du nombre de titres vendus en grandes surfaces.

+ Évolution des prix de détail et de gros

Selon l'*Office for National Statistics*^{vi}, le prix moyen d'un livre vendu au grand public en 2008 a été de 39 % plus élevé qu'en 1996. En comparaison, l'augmentation du coût de la vie (selon l'indice des prix à la consommation) n'a été que de 23 %. Comment peut-on concilier cette inflation du prix du livre avec les rabais présentés dans le Tableau 2? La seule explication logique, selon nous, est la hausse des prix de détail suggérés qui sont, rappelons-le, imprimés sur les couvertures. « Moins que la moitié du prix », « 50 % de rabais ! »; il semble en effet que « rabais marquants » ont su retenir l'intérêt des consommateurs, peu enclins à vérifier le prix absolu de leurs livres.



Sources : Prix de détail 1996-2012 : ONS, Prix ex éditeur 1996-2009 ONS, puis Publishers Association

Pour comprendre ce que l'on voit dans ce graphique, revenons aux changements dans la structure du marché. De plus en plus, la vente de *best-sellers* est le domaine d'un petit nombre d'entreprises : les grandes surfaces, les deux plus grandes chaînes et Amazon. Afin de pouvoir offrir des rabais importants, ces entreprises ont demandé aux éditeurs des marges brutes plus élevées. En ce qui concerne les livres destinés au grand public (*consumer books*), cette marge variait entre 35 % et 42 % avant la fin du prix unique. Nous estimons qu'en 1996, quand les grandes surfaces et les plus grandes chaînes ont commencé à offrir des réductions, la marge moyenne était de 45 %. Selon la Publishers Association, cette moyenne a atteint 58,2 % en 2006, a grimpé à 60,4 % en 2008 et à 62,5 % en 2012^{vii}.

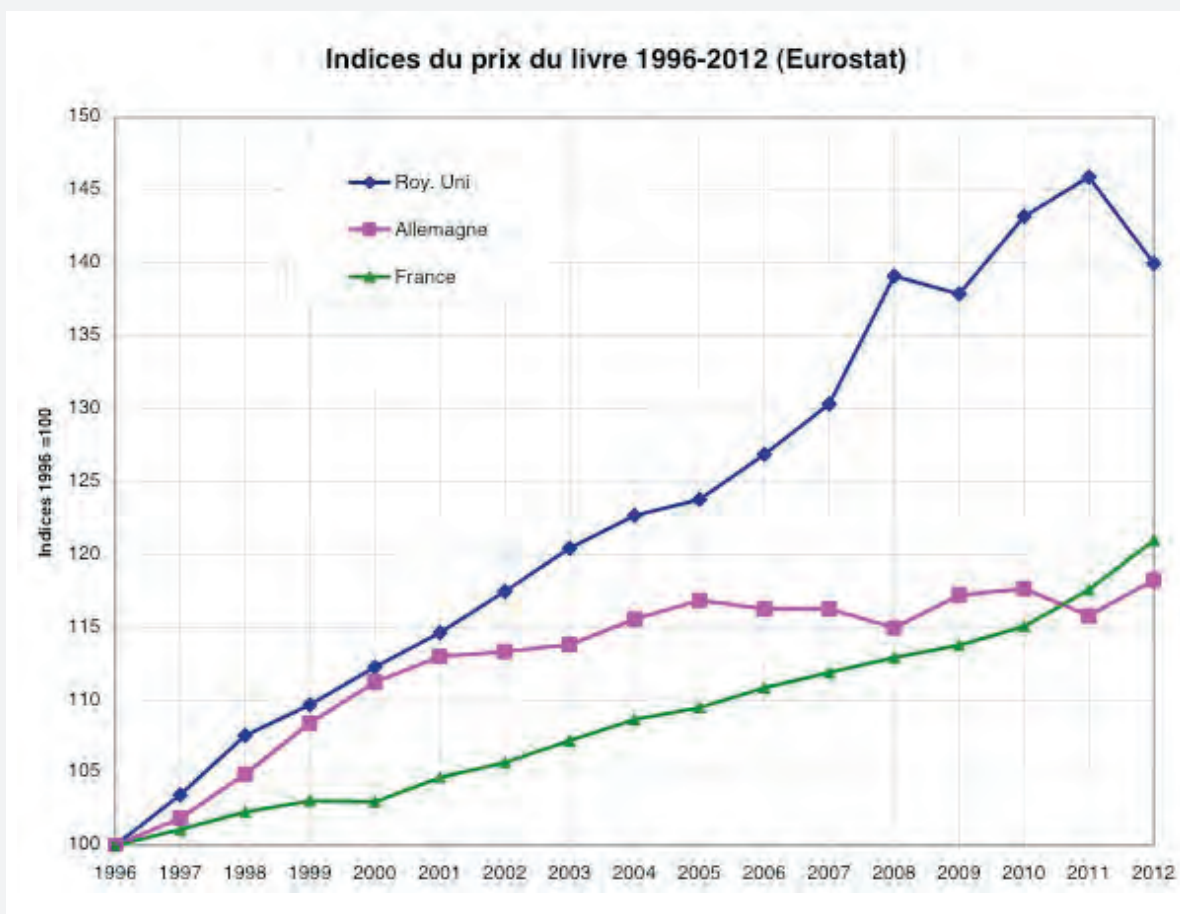
Si on combine la marge de 2008 avec l'augmentation du prix de gros et le rabais moyen offerte par les détaillants, on peut comprendre la hausse du prix net payé par le consommateur. Comme on le voit dans le graphique, si le prix de l'éditeur monte de 29 % et que la marge brute cédée aux intermédiaires en aval de l'éditeur (grossistes et libraires) atteint 60,4 %, cela implique une hausse du prix de détail suggéré de 79 %. Le rabais moyen offert par les détaillants étant de 21,9 % ; ce calcul met en lumière une hausse moyenne dans le prix final de 40 %, hausse confirmée par ce qu'on observe dans le graphique.



En faisant le même calcul, on peut déduire qu'entre 1996 et 2008 la marge par livre des entreprises en aval de l'éditeur, après déduction des rabais proposés aux consommateurs, a augmenté de 55 %. Il semble donc qu'en 2008 toutes les parties étaient assez contentes : les prix facturés par les éditeurs et les marges accordées aux détaillants s'étaient accrus beaucoup plus que l'inflation générale, et les consommateurs avaient l'illusion que les livres étaient bon marché en raison des rabais annoncés.

En raison de conditions économiques moins favorables (que nous décrivons ci-dessous), entre 2008 et 2012, le prix moyen du livre n'a augmenté que de 0,6 % (avec une baisse prononcée en 2012) pendant que le coût de la vie augmentait de 13,4 %. L'économie de la librairie est devenue fort précaire ; si on répète pour 2012 le calcul que nous venons de faire pour 2008, on peut estimer que la marge de profit par livre des entreprises en aval de l'éditeur a diminué de 1 % entre 2008 et 2012, ce qui implique une baisse en termes réels de 13 %.

La hausse du prix du livre au Royaume-Uni a largement dépassé les hausses correspondantes en France et en Allemagne, qui ont conservé le prix unique. De plus, entre 1996 et 2012, l'augmentation du prix du livre pour chaque année a été plus élevée que l'inflation générale nationale dans 4 années sur 16 en France et dans 5 années sur 16 en Allemagne. Au Royaume-Uni, la donnée correspondante est de 12 années sur 16. On peut expliquer en partie cette hausse plus élevée au Royaume-Uni par l'augmentation des dépenses des consommateurs dans ce pays jusqu'à 2007, mais nous considérons que la pression exercée sur les marges cédées par les éditeurs aux détaillants est aussi une cause importante. Cette pression résulte de l'intérêt de quelques grands détaillants à offrir des rabais à leurs clients, mais ces rabais n'ont pas compensé la hausse des prix de détail suggérés.

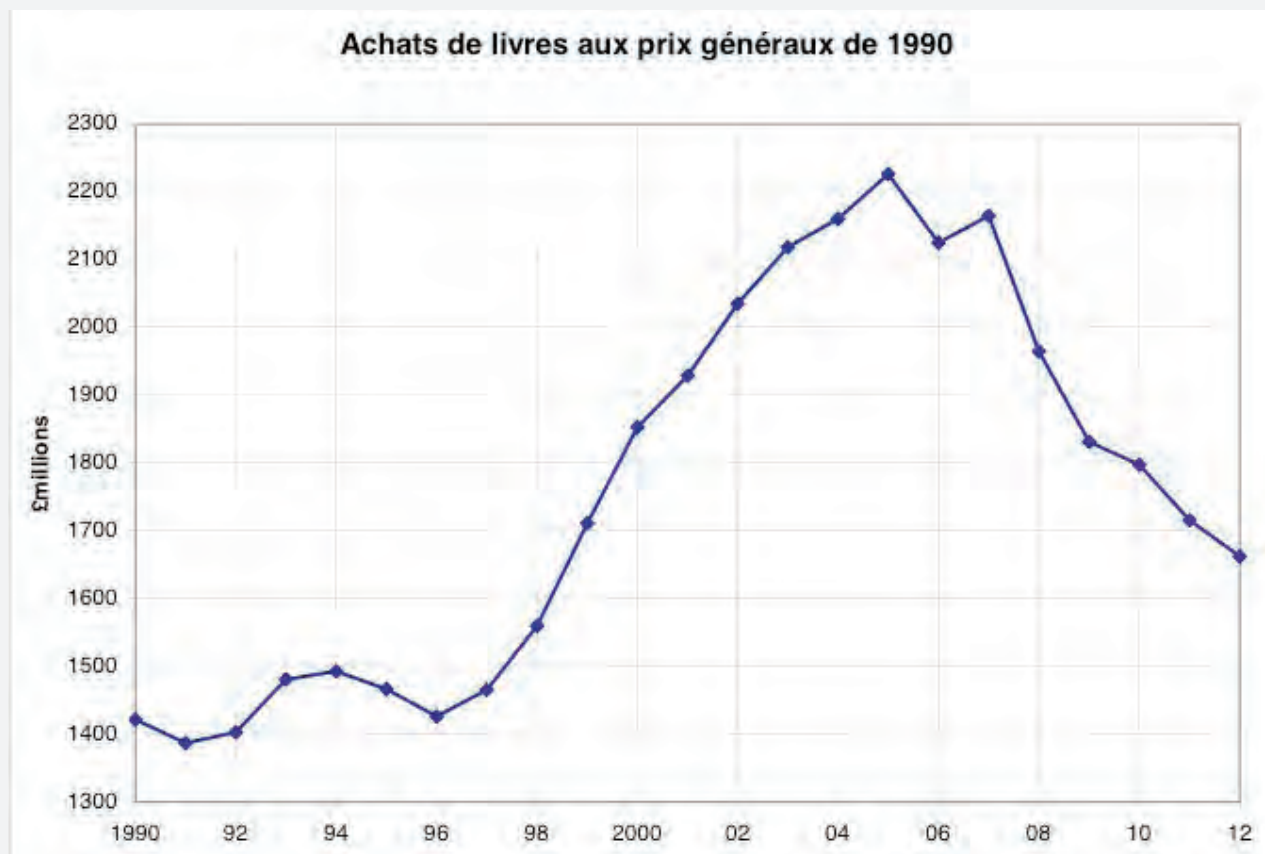


+ La situation économique et le commerce du livre

Avant 2008, il semblait à première vue que l'abandon du prix unique avait ressuscité le commerce du livre. Pour évaluer la santé de ce commerce, nous proposons d'utiliser la valeur totale des achats de livre, en utilisant une valeur constante basée sur l'indice des prix à la consommation. Nous mesurerons ainsi le revenu total de l'industrie du livre en termes réels.

Après une période de stagnation, la valeur réelle des achats de livres par les consommateurs s'est accrue de 56 % entre 1996 et 2005. Environ 36 % de cette croissance est imputable à une augmentation du nombre de livres achetés et 14 % à une hausse du prix moyen relatif^{viii}. À vrai dire, au début des années 2000, il y avait une certaine euphorie parmi ceux qui travaillaient dans cette industrie, mais nous croyons maintenant que la prospérité d'alors avait très peu de rapport avec l'abandon du prix unique. Le facteur le plus influent était la croissance de la consommation générale accompagnée, d'une hausse imprévue du prix relatif.

Alors que les dépenses totales, en valeur constante, des consommateurs (sur tous produits) n'ont augmenté que de 10 % entre 1990 et 1996 (un taux moyen de 1,7 % par an), l'augmentation entre 1996 et 2005 a été de 36 % (taux moyen 3,5 %). De 2005 à 2008, le taux moyen de croissance n'a été que de 1,5 % par an; de 2008 à 2012, il a connu un déclin cumulatif de 1,0 %.



Source des données : Office for National Statistics – *Consumer Trends*



La croissance des achats de livres entre 1996 et 2005 a été impressionnante, surtout dans le contexte où se multiplient les nouveaux produits de divertissement. Nous attribuons en grande partie cette croissance au contexte économique national. Nous pouvons d'ailleurs également lui attribuer une partie du déclin qui a suivi entre 2005 et 2012. Durant cette période de 7 ans, le volume de livres vendus dans le marché grand public a chuté de 23 % ; le prix relatif du livre a diminué de 8 %^{ix}.

Cependant, nous ne croyons pas que la récession explique entièrement le déclin récent du marché du livre. Peut-être que la concurrence de nouveaux produits a commencé à affecter la lecture ; peut-être aussi que la diminution du nombre de points de vente a découragé les achats – surtout les achats impulsifs. Le fait qu'il existe de grandes différences de prix d'un point de vente à l'autre peut encourager les clients potentiels à différer le moment de leur achat pour chercher le même titre ailleurs – puis à abandonner le projet d'acquisition plus tard (ce qui a aussi un effet important sur les achats impulsifs). Se pourrait-il aussi que la récession ait incité le consommateur à plus de résistance face à un prix élevé ?

La vente au détail du livre est extrêmement menacée. Dans les quartiers plus prospères, il y a des librairies qui continuent de vendre à plein prix, surtout à Londres et dans ses environs, où plusieurs clients proviennent de l'étranger ou attachent plus d'importance à l'ambiance d'une librairie qu'au prix de leurs achats. D'autres indépendants ont survécu grâce à la spécialisation. Cependant, la plupart des petites librairies ont disparu. Comme nous l'avons expliqué, les chaînes aussi luttent pour survivre. Si elles sont obligées de quitter le marché, il sera très difficile pour de nouveaux joueurs de les remplacer puisqu'il faut nécessairement promettre des ventes importantes pour obtenir des conditions satisfaisantes de la part des éditeurs. Les chaînes trouvent difficile de concourir avec les grandes surfaces dans la vente des *best-sellers* et elles craignent qu'Amazon (qui profite de coûts plus bas) finisse par dominer le reste du marché. Y aura-t-il alors toujours de bons rabais pour les consommateurs ? Si cette entreprise multinationale finit par détenir un monopole dans la vente de tous les livres qui ne sont pas des *best-sellers*, n'aura-t-elle pas trop de contrôle sur la littérature et la lecture*?

+ Les Éditeurs

Jusqu'ici, les éditeurs n'ont pas été sévèrement affectés par les changements qui affectent le commerce de détail. Ils ont dû céder de plus grandes marges aux clients principaux, mais ils ont pu augmenter les prix de détail suggérés sur lesquels ces marges sont appliquées.

De plus, le nombre de nouveaux titres publiés par les éditeurs continue de croître sans cesse. Nous attribuons cette augmentation à l'ubiquité croissante de la langue anglaise ; 41 % du chiffre d'affaires des éditeurs britanniques en 2012 est relié aux exportations. C'est dans les domaines académique et scientifique, avec une proportion de 54 %, que cette expansion est la plus marquante. Cependant, il nous semble qu'il va de soi qu'une situation de quasi-monopole dans le marché grand public limiterait la liberté des éditeurs et aurait un impact sur ce qu'ils publient. La domination actuelle d'Amazon dans la vente de livres numériques, suite au succès de sa liseuse, ajoute beaucoup à l'incertitude des éditeurs.



+ Conclusion

Bien entendu, on ne pourrait pas attribuer tous les problèmes actuels du commerce du livre à l'abandon du prix unique en 1995. Cependant, de toute évidence, cet abandon n'a pas entraîné les bénéfices attendus. Le Royaume-Uni a connu une hausse des prix des livres au lieu d'une baisse. Malgré une période de prospérité, et des conditions économiques favorables, l'industrie du livre se trouve actuellement dans une situation précaire et elle est fortement menacée.

-
- ⁱ Judgement of Restrictive Practices Court, p58 et seq
 - ⁱⁱ Fishwick et Fitzsimons (1998), Effects of abandonment of the Net Book Agreement, Book Trust, London, p25.
 - ⁱⁱⁱ Voir www.booksellers.org.uk. Le rapport de Book Marketing Ltd ne contient pas de chiffres.
 - ^{iv} Voir note ii ci-dessus.
 - ^v Robert Cookson, FT 12 novembre 2012, www.ft.com
 - ^{vi} L'indice calculé par l'ONS est une moyenne pondérée de six catégories, pour lesquelles il y a un échantillon de titres et de points de vente. Tous les pays membres du Bureau Statistique de l'Union Européenne (EUROSTAT) emploient la même méthode de calcul.
 - ^{vii} Publishers Association : *Yearbook* (annuaire), Annexe A.
 - ^{viii} Pour combiner les deux facteurs il faut les multiplier : $1,14 \times 1,36 = 1,56$.
 - ^{ix} ONS *Consumer Trends*.
 - ^x Voir *The Guardian*, 4 juin, 2013.

Annexe 5

LES CHIFFRES DE FISHWICK SONT LES BONS

En commission parlementaire, certains ont tenté de discréditer Francis Fishwick

Voyons leurs arguments

Francis Fishwick a démontré dans ses travaux que l'abandon du prix unique du livre au Royaume-Uni (1995) n'a pas profité aux consommateurs. Au lieu de faire baisser le prix de vente des livres, c'est l'inverse qui s'est produit. Certains groupes entendus à la commission parlementaire tentent de discréditer ses travaux.

Qui est Francis Fishwick ?

Ph. D. en économie, Francis Fishwick est spécialiste de réputation internationale en économie du livre et de la concurrence, auteur de nombreux travaux sur l'industrie du livre en Grande-Bretagne et ailleurs dans le monde. En ce qui concerne la réglementation du prix, il a travaillé comme conseiller à la Direction générale de la concurrence de la Commission européenne, à la Publishers Association et à la Booksellers Association en Grande-Bretagne, au National Heritage Committee de la House of Commons, au Parlement suisse, à la Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Fédération du livre en Allemagne) et à la Fédération des Éditeurs européens.

Que disent nos adversaires ?

Institut économique de Montréal (mémoire, page 12)

« Un auteur anglais ayant rédigé une analyse spécifiquement pour *Nos livres à juste prix*, Francis Fishwick, fait état d'un prix moyen du livre en hausse de 1996 à 2011, juste après l'abandon d'une politique semblable au prix unique.

La vérité:

La thèse de Francis Fishwick a été publiée d'abord dans la revue *International Journal of the Economics of Business* (vol. 15, no 3, novembre 2008, p. 359-377), sous le titre « Book Prices in the UK Since the End of Resale Price Maintenance ». Cette thèse est aujourd'hui connue de tous

les spécialistes.

Institut économique de Montréal (mémoire, page 12)

« Or, une analyse du Office of Fair Trading, l'équivalent d'un bureau de la concurrence, explique que cette affirmation repose sur une moyenne non pondérée, c'est-à-dire un calcul qui ne tient pas compte du nombre de copies vendues. C'est comme évaluer les prix moyens des voitures vendues au Québec, en accordant la même importance aux Toyota et aux Ferrari, alors qu'il se vend beaucoup plus de Toyota que de Ferrari. Cela ne donne pas un portrait réel. »

La vérité:

C'est totalement faux. Si les auteurs de l'IEDM avaient consulté le site Internet de l'Office for National Statistics (source utilisée par Fishwick) ou s'ils avaient contacté ce bureau par téléphone, ils auraient découvert que l'indice du prix du livre est depuis son introduction en 1996 une moyenne pondérée de cinq catégories: *adult fiction*, *children's fiction*, *non-fiction paperback*, *non-fiction hardback* et *reference*. Dans chaque catégorie, on choisit un échantillon de titres représentatif et aussi un éventail de points de vente, y compris Internet. Les indices « harmonisés » fournis par les différents pays sont mis en comparaison par le bureau de statistique de l'Union européenne (EUROSTAT).

Par ailleurs, l'IEDM cite une étude de l'Office of Fair Trading (OFT) sans en donner la source. La seule étude connue concernant les conséquences de l'abandon du prix unique réalisée par l'OFT est: *An Evaluation of the Impact upon productivity of ending resale price maintenance on books*, Londres, Office of Fair Trading, OFT981, 2008. Cette étude ne traite pas de l'évolution des prix au Royaume-Uni, mais plutôt de la productivité depuis l'abandon du prix unique du livre. Une courte section (page 51) porte sur l'évolution des rabais sur les livres entre 2001 et 2005 sans qu'il soit mention de l'évolution des prix.

Ejan Mackaay (mémoire page 17)

« Un rapport britannique montre une baisse régulière des prix de 2001 à 2005, incluant une baisse très significative du prix des gros vendeurs, en dessous du prix atteint sous le régime de contrôle; un autre, disponible sur le site des libraires britanniques, montre la même tendance pour la période 2003-2012. Le même rapport indique que les prix affichés par les producteurs ont monté, mais ajoute qu'il faut tenir compte des escomptes plus importants accordés aux détaillants, variant de 35 à 65 pour cent, qui se repercutent sur les prix au détail. »

La vérité

La première étude mentionnée par Ejan Mackaay est celle de l'Office of Fair Trading mentionnée également par l'IEDM. Comme indiqué plus haut, cette étude ne traite pas de l'évolution des prix, mais plutôt de l'évolution des rabais entre 2001 et 2005 (voir page 51)

La seconde source mentionnée par Ejan Mackaay apparaît effectivement sur le site des libraires britanniques. Il ne s'agit toutefois pas d'un indice sur l'évolution des prix de vente des livres entre 2003 et 2012, mais plutôt d'une moyenne des prix de vente au cours de cette période. C'est très différent, car la moyenne ne tient pas compte de l'évolution du type de produits vendus sur le marché. Or, depuis le début des années 2000, la consommation de livres imprimées s'est beaucoup modifiée. Par exemple, les dictionnaires et les encyclopédies (des livres au prix très élevés) ont chuté progressivement puisque remplacé par l'internet. Aussi, les versions brochées des livres (moins chères) ont gagné beaucoup en popularité au cours des 15 dernières années par

rapport aux versions rigides. Ce type de changement dans la consommation rend très hasardeux l'utilisation d'une moyenne calculée prix sur volume. Cette moyenne des prix est produite en Grande-Bretagne par l'entreprise Nielsen Book Data. Nielsen ne prétend pas et n'a jamais prétendu que les chiffres qu'elle diffuse représentent un indice des prix à la consommation.

De son côté, Francis Fishwick fonde ses travaux sur les données produites par l'Office for National Statistics (donc par le gouvernement), un indice du prix du livre qui est depuis son introduction en 1996 une moyenne pondérée de cinq catégories. Il s'agit de la même méthodologie utilisée ailleurs en Europe (par l'organisme EUROSTAT).

Ejan Mackaay (mémoire page 22)

« L'expérience britannique montre que l'abolition du contrôle du prix du livre n'a pas conduit à un rétrécissement du nombre de nouveaux titres publiés annuellement, mais, au contraire, à sa croissance. »

La vérité

La croissance du nombre de titres s'explique principalement par le déploiement de nouvelles technologies qui a réduit les frais fixes de la production (« first copy costs »). A cause de l'ubiquité croissante de la langue anglaise, ce facteur a eu plus d'effet sur l'édition britannique. En 2012 41 % des ventes de livres imprimés des éditeurs britanniques ont été exportées. Pour la catégorie « Livres académiques et professionnels », où la croissance du nombre de titres a été la plus rapide, le taux d'exportation est 54 %.

Annexe 6

EN CARICATURE



Annexe 7

CLIENTÈLE EN GRANDE SURFACE

COSTCO : des parking remplis de BMW et de Mercedes-Benz ?

Qui fréquentent les grandes surfaces? À qui profitent les bas prix sur les livres?
Des données sociodémographiques existent sur les clientèles de ces commerces
aux États-Unis. On peut présumer que le profil de la clientèle est sans doute similaire
sur le marché québécois.

Commerces	Revenus moyens des clients qui les fréquentent
Costco	85 000 \$
Target	64 000 \$
Wal-mart	Entre 30 et 60 000 \$
Revenu moyens États-Unis	45 000 \$

Sources : Lesechos.fr, Le 13 février 2013, Costco, le futur cauchemar des distributeurs français ; CBS/AP/ November 18, 2012, Walmart and Target: A tale of two discount chains

Annexe 8

RAPPORT GAYMARD

En raison du grand nombre de pages de l'annexe 5, celle-ci se trouve dans un PDF séparé.