

Commission parlementaire sur la réglementation du prix de vente au public de livres neufs imprimés et numériques



LES LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES
DU QUÉBEC

Mémoire de la coopérative des Librairies indépendantes du Québec (LIQ)

« Contrairement aux grandes surfaces, les librairies effectuent un travail culturel en profondeur : le conseil au lecteur, la mise en valeur, l'organisation d'événements – et, notamment, la conservation d'un fonds où règne une saine diversité. Il s'agit d'un rôle crucial, qui doit être protégé. »

Nicolas Dickner, auteur de *Nikolski* et *Tarmac*

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

Marie Laberge, auteure de la trilogie *Le goût du bonheur*

« Le prix réglementé du livre = l'épanouissement de la créativité dans une société. »

Yann Martel, auteur de *L'histoire de Pi*

« 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, auteure des *Chroniques d'une mère indigne*

Sommaire

RÉSUMÉ.....	4
1.1 Organisme	5
1.2 Membres du conseil d'administration.....	6
1.3 Équipe des Librairies indépendantes du Québec	6
2.0 Un secteur culturel prépondérant	7
2.1 Survol historique	7
2.2 Situation actuelle	8
2.3 Nouvelles réalités	9
2.4 La stratégie des grandes surfaces	10
2.5 Pourquoi les librairies, et encore plus les indépendantes, ne peuvent-elles pas se lancer dans une guerre de prix?.....	11
2.6 Particularités de notre marché	12
3.0 La réglementation	12
3.1 La réglementation : pourquoi?.....	12
3.2 La réglementation : comment?.....	13
3.3 La réglementation : ailleurs sur la planète	13
3.4 Des modèles positifs.....	14
3.5 Des contre-exemples.....	14
4.0 Conclusion	15
5.0 Huit raisons pour réglementer le prix du livre	16

RÉSUMÉ

La coopérative des Librairies indépendantes du Québec (LIQ), qui rassemble 90 librairies indépendantes, croit en la bibliodiversité, en l'importance de l'accessibilité au livre, en la pertinence des créateurs québécois et en la nécessité de librairies comme lieu de conseil et de médiation. C'est pourquoi les LIQ joignent leur voix à celle de l'ensemble des associations professionnelles du Québec (écrivains, éditeurs, distributeurs, libraires, bibliothécaires) pour exhorter les élus à adopter une réglementation encadrant le prix de vente des livres neufs imprimés et numériques.

La situation actuelle, marquée par de nombreuses mutations, démontre toute la nécessité de régir le prix de vente du livre papier et numérique. Des grandes surfaces et des multinationales augmentent peu à peu leur influence sur le milieu du livre québécois. La réglementation du prix du livre est une mesure essentielle pour préserver une diversité éditoriale et une accessibilité au livre francophone, ce que seul un vaste réseau de librairies en santé (particulièrement les indépendants) peut assurer.

1.1 Organisme

Lancée en 2007, la coopérative des **Librairies indépendantes du Québec** (LIQ) développe des outils de promotion et de commercialisation pour l'ensemble de ses 90 librairies membres. Une librairie indépendante s'articule autour de *la proximité, de la diversité et du service*. Elle ne fait ni partie d'une chaîne ni d'un groupe commercial. Elle ne compte généralement pas plus de cinq points de vente. Chaque librairie indépendante possède sa propre personnalité, à mille lieues de l'allure uniformisée d'une grande surface ou d'une chaîne. C'est un lieu de conseil où le livre de fonds est mis de l'avant. Le libraire indépendant se distingue par sa passion du métier, son professionnalisme, son service de qualité et son implication dans sa communauté.

L'objectif des LIQ est d'assurer un sain développement du réseau des librairies indépendantes et de les soutenir par des projets collectifs importants et novateurs. L'histoire du regroupement remonte à la création de la revue *le libraire* en 1998. À cette époque, cinq librairies se sont liées pour développer cette importante revue littéraire. *Le libraire*, tiré à 35 000 exemplaires six fois par année, est distribué gratuitement dans les librairies indépendantes et le réseau de bibliothèques. Ce périodique, ainsi que son pendant Web (lelibraire.org), constitue un outil qui jouit d'une grande notoriété et permet de promouvoir le livre auprès d'un lectorat considérable.

Les LIQ développent aussi de nombreux projets, tels que des catalogues de Noël à grand tirage, des carnets thématiques, des dépliants, des présentoirs, des outils promotionnels et des sacs. Elles ont également orchestré diverses campagnes de promotion et négocié des ententes préférentielles avec de nombreux fournisseurs (Postes Canada, Publi-Sac, etc.).

Depuis 2008, les LIQ sont actives sur le Web, d'abord grâce à **LivresQuebecois.com**, consacré exclusivement à la mise de l'avant de la littérature québécoise. Dès 2010, elles ont pris le virage du livre numérique, jouant un rôle de précurseur en ce domaine au Québec. Enfin, à l'automne 2011, elles ont lancé **RuedesLibraires.com**, portail unique permettant aux libraires indépendants de répondre efficacement au marché, en pleine croissance, du cybercommerce. Grâce à ce site transactionnel et son entrepôt, les lecteurs peuvent profiter des avantages de l'achat en ligne, avec un choix de plus de 250 000 livres en langue française dans leurs formats papier et numérique, et cela, tout en continuant d'être fidèles à leur librairie de proximité et d'y bénéficier de conseils avisés.

Les LIQ ont aussi créé une plateforme qui permet aux libraires de vendre des livres numériques aux clients institutionnels. Le service est actuellement offert aux bibliothèques publiques; les premiers résultats sont fort enthousiasmants. Les bibliothèques ont parallèlement développé une plateforme, Prenumerique.ca, qui permet d'effectuer le prêt à leurs usagers, tout en contrôlant l'utilisation faite des fichiers.

1.2 Membres du conseil d'administration

Conseil d'administration des LIQ 2013-2014 :

Président : Yves Guillet (librairie Le Fureteur, Saint-Lambert)

Vice-président : Laval Martel (librairie Les Bouquinistes, Chicoutimi)

Trésorier : Alexandre Bergeron (librairie Larico, Chambly)

Secrétaire : Robert Beauchamp (librairie Monet, Montréal)

Administrateurs :

Françoise Careil (librairie Du Square, Montréal)

Normand Gariépy (librairie Imagine, Laval)

René Landry (librairie L'Alphabet, Rimouski)

Denis LeBrun (librairie Pantoute, Québec)

1.3 Équipe des Librairies indépendantes du Québec

Directeur général : Dominique Lemieux

Directrice de la rédaction/production de la revue *le libraire* : Josée-Anne Paradis

Directeur de l'entrepôt : Guy Beaulieu

Responsable administratif : André Beaulieu

Webmestre : Daniel Grenier

Chargée de projets : Alexandra Mignault (par intérim)

Adjointe à la rédaction de la revue *le libraire* : Cynthia Brisson

Équipe de l'entrepôt : Nicole Beaulieu, Sandra de Senneville et Richard Baillargeon

2.0 Un secteur culturel prépondérant

Les chiffres le prouvent : le milieu du livre québécois représente l'une des plus importantes industries culturelles avec des ventes annuelles de près de 800 M \$. Notre positionnement se fonde sur le caractère singulier du livre. Le livre est un objet culturel. Il n'est pas – et ne doit surtout pas – être considéré comme un produit marchand similaire aux autres. Il porte les traces de notre identité collective, il façonne notre relation à l'autre, il décortique notre histoire, il se questionne sur notre société, il fait rayonner le Québec à l'étranger, il propage notre langue, il nourrit le rêve. Cela dépasse le statut de tout autre produit commercial. Il importe donc d'en assurer la pérennité. On ne peut laisser des nécessités commerciales en contrôler la destinée, au risque de voir disparaître l'opinion de penseurs, qui importe hautement pour la santé d'une société qu'on veut voir grandir et devenir responsable.

2.1 Survol historique

L'année 1981 représente une période charnière dans l'histoire du livre au Québec. Le gouvernement implante alors la *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le milieu du livre* (Loi 51), qui a permis de structurer de façon efficace et déterminante la chaîne du livre. Les pratiques commerciales entre les différents intervenants de la chaîne ont ainsi été régularisées et réglementées.

Grâce à cette réglementation, le milieu du livre québécois a connu une croissance soutenue. De nouveaux éditeurs ont fait leur apparition et les ventes, comme la production, ont grimpé en flèche. L'impact dans le secteur de la librairie fut indéniable. L'éclosion d'un solide réseau de librairies agréées réparties aux quatre coins du Québec en a découlé, lequel réseau offre une vitrine unique au savoir-faire et au talent de nos créateurs.

La Loi 51 a établi l'agrément des librairies, condition essentielle pour devenir fournisseur en livres des institutions publiques (bibliothèque, école, etc.). Pour devenir une librairie agréée, il est impératif de respecter certains critères :

- maintenir un établissement ouvert toute l'année;
- exploiter un établissement facilement accessible au public;
- avoir un établissement bien identifié et utiliser les méthodes appropriées d'étalage des livres;
- conserver en tout temps un stock d'au moins 6 000 titres uniques comprenant au moins 2 000 titres uniques de livres publiés au Québec;
- démontrer avoir réalisé au cours de l'exercice financier précédant la demande d'agrément les ventes minimales requises par le Ministère;
- recevoir les nouveautés d'au moins 25 éditeurs titulaires d'un agrément et qu'il les garde sur les présentoirs pour une période d'au moins quatre mois (à moins d'une entente contraire avec l'éditeur en question).

Ultimement, le lecteur fut le grand gagnant de cette loi. Cela lui donna un accès direct à un vaste éventail de livres, nonobstant son lieu de résidence, et lui assura des prix raisonnables pour les livres d'ici et d'ailleurs. Tous les maillons ont bâti une mécanique rigoureuse et efficace qui a mené au succès de cette industrie culturelle.

Le ministre des Affaires culturelles de l'époque, Denis Vaugeois, a confié dans son livre *L'amour du livre* qu'il n'avait qu'un seul regret en lien avec la mise sur pied de cette loi : l'absence d'une réglementation du prix du livre. Il est vrai que le contexte a beaucoup changé depuis. Au début des années 80, les grandes surfaces étaient pratiquement absentes du Québec. C'est pourquoi cette demande a occupé une place centrale dans les 25 recommandations du rapport Larose déposé en octobre 2000. Cette proposition n'avait cependant pas été retenue par le gouvernement de l'époque. Il est temps de corriger la situation, maintenant que les impacts négatifs de cette concurrence sont démontrés.

2.2 Situation actuelle

Aujourd'hui, le Québec compte 192 librairies agréées (indépendantes, chaînes, coopératives en milieu scolaire). Depuis 2006, 31 librairies ont fermé leur porte, dont 24 depuis 2010. Dans les derniers mois, la ville de Québec a connu une importante hécatombe, perdant quatre librairies dont la Générale française, une institution dans le Vieux-Québec.

La situation financière des librairies, particulièrement les indépendantes, est ardue. Ces commerces ont très peu de marge de manœuvre. Les coûts fixes – salaires, loyer, fournitures de bureau, frais financiers – sont très élevés. Les employés sont majoritairement rémunérés à un niveau frôlant le salaire minimum. Le maintien d'un fonds digne de ce nom est lourd à porter financièrement, étant composé de livres à rotation lente. La rentabilité est également anémique. Selon une étude de l'Association des libraires du Québec basée sur les états financiers de 29 librairies, le bénéfice d'exploitation en 2012 était de 0,84%, alors que, selon les normes, un commerce de détail en santé doit dégager des bénéfices de 4%. L'Association des libraires du Québec présentera d'ailleurs une analyse détaillée dans le mémoire qu'elle déposera devant cette Commission.

La concurrence est multiple : outre que dans les librairies, le livre est offert par les grandes surfaces (Wal-Mart, Costco, etc.), les pharmacies (Jean Coutu, Uniprix, etc.), les épiceries (Loblaws, Maxi, etc.) et autres commerces (Toys"R"us, etc.). La concentration de la vente au détail du livre est moins frappante au Québec qu'au Canada anglais et aux États-Unis, mais on remarque néanmoins une tendance à cet effet. Malgré tout, les indépendants ont su maintenir un rôle majeur dans leur communauté. Cela a un double impact : d'une part, l'industrie évite des pressions indues de grands joueurs qui auraient les moyens de les faire plier (en leur imposant des marges additionnelles ou des conditions commerciales difficiles, surtout pour des éditeurs de petites taille) ou d'orienter leur choix éditorial et, d'autre part, les consommateurs ne sont pas pris à la gorge car plusieurs options d'achat subsistent.

Le Québec compte 173 éditeurs (contre 70 en 1983) qui ont publié 5755 ouvrages en 2012 (source : BTLF). La majorité des tirages est inférieure à 500 exemplaires. Les auteurs nationaux rayonnent au Québec et à l'étranger. Kim Thúy sillonne la planète, Dany Laferrière a remporté le Médicis, India Desjardins et Anne Robillard connaissent des succès importants en France, Samuel Archibald, Christine Eddie et plusieurs nouveaux visages percent dans l'Hexagone. Ce sont des réussites possibles grâce à la promotion efficace et au succès d'abord connu par ces auteurs sur notre territoire.

Le marché institutionnel est important. Les bibliothèques publiques et le milieu scolaire représentent deux marchés majeurs qui permettent d'assurer un flux de commandes régulier. Ces clients nécessitent un service personnalisé de grande qualité.

2.3 Nouvelles réalités

La vente en ligne, l'essor du livre numérique, la multiplication des sites étrangers : le marché livresque a connu bien des bouleversements au cours des dernières années.

La vente en ligne fait dorénavant partie des habitudes de consommation, car 27% des Québécois ont fait des achats en ligne en 2012, selon les chercheurs du CEFRIO. La même étude dévoile que 19% des cyberacheteurs ont acquis des livres.

La concentration dans le domaine du livre numérique et de la vente en ligne est encore plus élevée, car les investissements financiers et technologiques importants limitent le nombre de joueurs. Peu d'entreprises locales ont les capacités de se lancer dans cette aventure. De grosses multinationales s'invitent dans le marché en imposant leurs conditions commerciales, mais en omettant de mettre les livres francophones de l'avant (et encore moins les livres québécois). Par exemple, malgré sa longue existence, le livre francophone – et les ouvrages québécois en particulier – occupe toujours une place marginale sur le site de vente Amazon. De plus, certaines pratiques cherchent à emprisonner les lecteurs dans leur environnement technologique. Le meilleur exemple est encore Amazon, qui propose sa populaire liseuse Kindle, mais dont les seuls livres compatibles sont ceux directement achetés dans la boutique Amazon.

Aujourd'hui, le marché du livre numérique représente entre 2 et 3% du marché du livre au Québec. En comparaison, le numérique représente 20% du marché américain (15% au Canada anglais, 3% en France). Aux États-Unis, 70% des ventes numériques sont réalisées par l'intermédiaire du géant Amazon.

Selon une étude du CEFRIO, publiée le 30 juillet 2013, 27% des foyers québécois possèdent une tablette électronique, 42% un téléphone intelligent et 12% une liseuse électronique. Le virage numérique s'affirme. La popularité du service de prêts de livres numériques par les bibliothèques publiques du Québec le prouve d'ailleurs.

Pour un joueur local, surtout un indépendant, il est difficile de se lancer de façon active sur le Web. Les investissements demandés sont trop importants. Alors, qu'Amazon développe une plateforme pour la planète entière, le libraire local cherche à rejoindre les gens de son milieu. Les investissements financiers, technologiques, professionnels sont colossaux et nul ne peut les rentabiliser individuellement.

Pourtant, il importe de rappeler que les libraires indépendants québécois ne sont pas défaitistes. Ils croient en l'importance de prendre le virage du Web et du numérique. Aujourd'hui, la majorité des librairies sont présentes et actives sur les médias sociaux. De plus, près de 75 librairies participent au projet RuedesLibraires.com, ce qui leur permet de vendre du livre papier et numérique à leur clientèle. Ce projet collectif limite les investissements nécessaires et permet de combiner la force du nombre. Aujourd'hui, notamment grâce à son site institutionnel, RuedesLibraires.com constitue l'un des principaux détaillants de livres numériques au Québec. En effet, plus du quart des ventes de livres numériques québécoises sont réalisées grâce au site de vente en ligne RuedesLibraires.com (grand public et institutions).

L'absence du livre numérique dans la Loi 51 fait craindre le pire aux intervenants du milieu du livre. Il importe minimalement de régir le prix de vente et d'exiger que les joueurs étrangers s'y conforment, comme ils le font déjà dans les pays où une telle réglementation existe. En effet, la vente

en ligne sur le territoire québécois étant assujettie à diverses lois (taxes, protection du consommateur, etc.), comment une entreprise d'ici pourrait-elle réussir à investir et à prendre le virage technologique si une guerre de prix s'installait et que des rabais systématiques de 25-30% étaient annoncés? La remise consentie aux librairies est justement de 30%. Le modèle d'affaires d'Amazon et d'Apple reposant sur les prix les plus bas, cela sera donc susceptible d'être appliqué aux ouvrages francophones.

2.4 La stratégie des grandes surfaces

Une grande surface compte habituellement entre 200 et 350 livres différents. Les titres sélectionnés ne le sont que pour des considérations commerciales. Il s'agit d'ouvrages dont le potentiel de vente est extrêmement élevé. Ces best-sellers annoncés sont conservés en inventaire tant qu'un fort flux de vente persiste. Un livre vendu à un ou deux exemplaires par semaine sera rapidement retiré des tablettes pour laisser place à un titre à rotation beaucoup plus rapide.

Les livres moindrement pointus, les auteurs émergents (les futurs Marie Laberge ou Michel Tremblay), les ouvrages littéraires, les essais sérieux, les bandes dessinées contemporaines, les recueils de poésie, la plupart de nos livres jeunesse : rares sont les ouvrages qui se fraient un chemin sur les rayons de ces lieux qui ne tablent que sur les achats impulsifs. Le critère de qualité du livre est évincé des considérations, car la logique de ces entreprises est purement commerciale.

Chaque année, c'est environ 1500 titres au total qui se retrouvent dans une grande surface. En 2012, selon la BTLF, 53 186 ouvrages francophones ont été mis en marché au Québec (5755 livres franco-canadiens et 47 431 livres européens). Ainsi, moins de 3% des livres sont représentés dans les magasins à grande surface. Les grandes surfaces se concentrent sur ces ventes faciles – et les plus lucratives! – qui demandent un effort de vente minimal et offrent un roulement très rapide. Les autres livres ne les intéressent pas.

En librairie, on trouve ces livres. La Loi 51 en garantit une présence satisfaisante, et tous les ouvrages disponibles peuvent être commandés chez le fournisseur. Cela s'ajoute aux livres de fonds (livres moins récents). Ce sont plus de 750 000 livres qui sont disponibles à la vente au Québec et les librairies en tiennent plusieurs milliers en inventaire (même s'ils n'en vendent parfois qu'un exemplaire par année).

Les ventes de ces ouvrages sont plus modestes et demandent un travail de vente supérieur (service-conseil, promotion, logistique, taux de retour élevé des nouveautés, etc.). Elles sont nécessairement moins rentables. Mais la vocation des librairies est de donner une visibilité à cette nécessaire bibliodiversité. Aucun lieu n'assure une meilleure vitrine au livre et le libraire y joue un rôle de médiateur culturel, tant par le service-conseil que par l'organisation d'activités promotionnelles. Il importe de conserver ces lieux uniques de diffusion culturelle.

Les grandes surfaces utilisent la stratégie du *loss leader* en appliquant un rabais systématique de 25 à 30%, voire plus, sur le prix suggéré par l'éditeur. Ces entreprises bradent le livre pour l'utiliser comme produit d'appel. Elles cherchent à convaincre les gens de se déplacer et d'acheter à plein prix des cartouches d'encre, des produits électroniques ou de la nourriture pour chiens. De plus, impossible pour le consommateur d'avoir accès à un connaisseur, impossible d'y commander un livre absent des tablettes, impossible d'y recevoir des conseils personnalisés.

En résulte donc un fort roulement de « valeur\$ \$ûres ». Le nouveau livre de Michel Tremblay y sera, mais cherchez-y ses quarante livres précédents. Impossible de les trouver, impossible de les commander : c'est comme s'ils n'existaient pas. Les livres de Réjean Ducharme, de Marie-Claire Blais, d'Anne Hébert, de Gaétan Soucy n'ont jamais existé en grandes surfaces. Pourtant, ce sont vers eux que l'on se tourne quand on présente les piliers de la littérature québécoise.

Depuis la montée des grandes surfaces au Québec, une grande part des acheteurs de best-sellers se sont déplacés vers les grandes surfaces et les chaînes. En 2011, les grandes surfaces ont réalisé des ventes de 79 millions de dollars (Institut de la statistique du Québec). Cela résulte en une diminution marquée des ventes « rentables » en librairie, soit celles qui permettent d'éponger les investissements nécessaires pour supporter les ventes des autres nouveautés et livres de fonds, et en une baisse du bénéfice brut des librairies. De plus, cela accentue la perception que les livres sont plus chers en librairie (certains libraires se font parfois traiter de « voleurs », même s'ils vendent le livre au prix juste, proposé par l'éditeur, et dont une part va à l'auteur).

Sans le travail acharné de ces lecteurs avertis que sont également les libraires, sans ces défenseurs de la biodiversité que sont les librairies indépendantes, les auteurs d'ici n'auraient pas la reconnaissance qu'ils ont aujourd'hui. Les éditeurs n'oseraient peut-être pas publier certains ouvrages, car ils douteraient de l'intérêt des multinationales à prendre des risques ou à innover.

Cette année, le Québec célèbre le 25^e anniversaire du décès de Félix Leclerc. Où pourra-t-on trouver les recueils du poète? En grandes surfaces? Impossible. En ligne? Peut-être, mais aucun site étranger, ignorant des réalités culturelles québécoises, ne les mettrait de l'avant, en ferait la promotion. Ces recueils de poésie seraient perdus dans la masse. En librairie, les livres sont mis de l'avant, ils vivent, ils survivent.

2.5 Pourquoi les librairies, et encore plus les indépendantes, ne peuvent-elles pas se lancer dans une guerre de prix?

- Les libraires font le pari de la diversité : Alors qu'une grande surface conserve en moyenne 300 titres, une librairie peut en contenir jusqu'à 50 000 différents. Certes, la majorité des ventes concerne ces mêmes 300 best-sellers. Mais qu'en est-il des autres ouvrages? Ils seront peut-être vendus à un ou deux exemplaires en trois mois. Rien pour faire vivre une entreprise. Cela coûte extrêmement cher de conserver en tablettes des livres à faible roulement. Cela occupe de l'espace peu rentable au pied carré. Pourtant, c'est nécessaire. Un essai de Normand Baillargeon ou de Serge Bouchard permet de construire notre vision de la société.
- La vente des best-sellers permet de supporter un inventaire plus important, car elle contrebalance les ventes à faible roulement ou le maintien de livres de fonds (parus depuis plusieurs mois ou années).
- Pour supporter un tel inventaire et toutes les charges financières liées à un tel commerce, les librairies – qui ne vendent bien souvent que du livre – ne sont pas en mesure de solder.
- Les libraires misent sur un service-conseil de qualité : le personnel doit posséder suffisamment de connaissances pour connaître son fonds, pour répondre aux demandes les plus variées, pour identifier les livres de l'heure, pour s'aventurer parmi les dizaines de milliers de parutions annuelles. Les charges salariales représentent le poste budgétaire le plus important pour ces commerces (près de 60% des charges).

2.6 Particularités de notre marché

Le contexte culturel de notre société est unique. L'étroitesse du marché francophone le distingue complètement du vaste marché nord-américain. Les joueurs locaux n'ont pas les reins suffisamment solides pour développer des outils réservés à un public potentiel plutôt limité. Dans les récentes années, certains bouleversements ont été remarqués : concurrence accrue, érosion de la rentabilité, resserrement des ventes. Cela a fragilisé l'industrie, qui a été secouée par des fermetures de librairies et par la disparition de maisons d'édition et de distribution.

La libre-concurrence a un impact direct sur l'intégration verticale de la chaîne du livre et la concentration des points de vente. De grands groupes se forment. À première vue, cela peut sembler un problème négligeable, mais, à terme, les impacts d'une telle situation sont considérables. Plus une entreprise contrôle un secteur, plus elle impose ses conditions aux consommateurs et aux fournisseurs.

Aucun joueur de la chaîne du livre ne joue à l'autruche. Tous sont conscients de l'irréversibilité de ces phénomènes et de l'importance que certains joueurs étrangers (Apple, Google, Amazon) sont appelés à jouer dans le futur. N'empêche, il est impossible de laisser ces géants du commerce imposer le rythme à l'ensemble des joueurs culturels québécois. Se plier aux diktats de joueurs aucunement sensibilisés aux particularités culturelles des Québécois s'avérerait un risque important pour tout un secteur de la création et, à terme, pour notre identité collective.

3.0 La réglementation

3.1 La réglementation : pourquoi?

- Pour assurer la proximité physique au livre dans l'ensemble des régions du Québec.
- Pour favoriser l'accès à la culture, à la lecture, à l'éducation.
- Pour assurer la publication d'un large éventail de livres québécois et d'ouvrages à tirage restreint essentiels à la santé intellectuelle de notre société.
- Pour garantir une diversité de l'offre éditoriale proposée aux lecteurs (bibliodiversité).
- Pour permettre à tous les livres et à tous les auteurs d'être confrontés, grâce à leur qualité intrinsèque, aux best-sellers.
- Pour que l'objet de la concurrence ne se trouve pas lié au prix, mais bien selon la qualité des ouvrages et du service offert. Il arrive que des lecteurs viennent en librairie, font le tour des tablettes, sélectionnent leurs titres et disent « Je vais aller voir chez Wal-Mart s'il y est, sinon, je reviendrai ». Certes, quand le prix offert est de 25% à 30% moindre, cette logique est compréhensible. Aucun libraire ne pourrait survivre en accordant ce genre de rabais. En effet, la remise habituelle sur un livre littéraire est de 40%. Retirer 30% est impossible, alors que le commerce consacré uniquement au livre doit payer un loyer conséquent, des employés compétents ou des outils professionnels pour répondre aux besoins souvent pointus de sa clientèle.
- Pour éviter le risque d'une best-sellarisation des ventes de livres, c'est-à-dire une uniformisation des habitudes de lecture et des façons de penser des citoyens.
- Pour préserver un nombre important d'emploi (12 000 personnes travaillent dans l'industrie du livre au Québec).

- Pour limiter la montée du prix de vente des livres d'un point de vue global. Dans la majorité des pays ayant adopté le prix fixe, l'indice du prix des livres est globalement moins élevé ou similaire à l'indice du prix à la consommation. À l'inverse, dans les pays non réglementés, la courbe est supérieure à l'IPC, sauf en Irlande. En fait, les gens paieront les mêmes prix qu'actuellement chez leur libraire (indépendant, chaînes) ou lors des salons du livre provinciaux. Le prix du livre établi par l'éditeur est la norme, c'est-à-dire que tous les points de vente offrent leur livre au prix établi par l'éditeur. Cette situation ne changera pas. La loi touchera seulement les quelques best-sellers offerts en grandes surfaces qui seront vendus au même prix dans tous les établissements (avec néanmoins une remise potentielle de 10%). La concentration mène à une hausse finale du prix offert. Plus un groupe est en situation de monopole, plus il impose les prix de la façon qu'il le souhaite. Le maintien d'un réseau diversifié de détaillants (librairies, chaînes, grandes surfaces, etc.) assure le maintien d'un prix équitable.

Deux économistes français se sont penchés, en 2010, sur les impacts de l'absence d'une loi sur le prix unique (*Le prix unique du livre à l'heure du numérique*, Éditions de l'ENS). Leur verdict est sans appel :

« En l'absence de prix unique, les best-sellers proposés en pile ou en têtes de gondole dans les grandes surfaces – généralistes ou spécialisées – peuvent être vendus avec un rabais important, la faiblesse de la marge étant compensée par la quantité vendue. Les grandes surfaces peuvent de surcroît négocier une remise élevée de la part de l'éditeur ou du diffuseur sur la base des ventes potentielles ou effectives, rétablissant ainsi des marges équivalentes à celles qui auraient été obtenues en l'absence de rabais. Elles s'accaparent ainsi l'essentiel du commerce des livres à écoulement rapide. Les librairies indépendantes, qui ne sont en situation ni de vendre de telles quantités des livres réputés « grand public », ni de négocier des remises du même niveau, perdent rapidement ce marché indispensable au détaillant qui souhaite affronter le temps long de la vente des livres « difficiles ». L'impossibilité d'assurer l'indispensable trésorerie par la vente des livres faciles afin de supporter les coûts du stockage des livres à écoulement lent constitue une menace non seulement pour la librairie, mais à terme, pour la production éditoriale la plus exigeante ».

3.2 La réglementation : comment?

L'ensemble des maillons de la chaîne du livre (des écrivains aux libraires) s'entend sur les normes à mettre en place dans un contexte de réglementation. Cet enjeu a été longuement analysé par chacune des parties impliquées :

- L'éditeur est libre de choisir le prix de son livre (nouveau). Il pourrait donc l'offrir à 4,95\$ ou à 24,95\$ s'il le souhaitait. Cette pratique constitue d'ailleurs la norme actuelle.
- Le prix choisi par l'éditeur est fixé pour neuf mois. Après cette période, les détaillants sont libres d'offrir le rabais de leur choix.
- Pendant ce neuf mois, les détaillants peuvent offrir un rabais maximal de 10%.

3.3 La réglementation : ailleurs sur la planète

Des exemples d'une telle réglementation existent dans de nombreux pays. L'idée du prix unique a été mise en œuvre pour la première fois dans les années 1820 en Angleterre. Des éditeurs anglais

s'offusquaient des rabais importants offerts par certains détaillants et souhaitaient défendre les librairies qui offraient de l'espace pour les livres de référence ou les livres d'auteurs moins réputés. Ils ont alors décidé d'imposer leur prix. Plusieurs pays ont ensuite implanté cette politique.

- Politique appliquée en : Allemagne (1887), France (1981), Espagne (1974), Portugal (1996), Grèce (1997), Autriche (2000), Argentine (2001), Danemark (2001), Corée du Sud (2002), Italie (2005), Pays-Bas (2005), Japon (2008), Mexique (2009).
- La durée d'application du prix défini par l'éditeur varie entre 6 et 24 mois selon les pays où la politique existe.
- Pendant cette période, le rabais maximum autorisé aux détaillants est en moyenne de 5%.

3.4 Des modèles positifs

La France et l'Allemagne sont deux pays où l'industrie du livre est solide, malgré certains soubresauts liés aux nouvelles technologies. Grâce à la Loi Lang, votée en 1981, la France, avec plus de 2 500 librairies, s'enorgueillit d'un marché du livre parmi les plus denses et variés du monde. Là-bas, aucun maillon de la chaîne n'est nuisible à son voisin, grandes chaînes comme librairies de quartier cohabitent en paix. L'Allemagne est un exemple à suivre; elle se distingue grâce à plus de 1 200 éditeurs et près de 7 000 librairies. Par exemple, une ville comme Munich compte 195 librairies pour 1 200 000 habitants. En comparaison, la région de Montréal en a moins de 60 pour ses 3 millions de citoyens. La réglementation du prix du livre a encouragé la création de librairies et a assuré la vitalité du secteur.

Par ailleurs, le Mexique a adopté une politique sur le prix du livre en 2008. Le contexte mexicain est très similaire au nôtre, car, en plus d'être situé en Amérique du Nord, ce sont les mêmes joueurs qui sont présents sur son territoire (Wal-Mart, Costco, etc.). Ces derniers ont modifié leurs pratiques et respectent aujourd'hui la loi.

3.5 Des contre-exemples

L'Angleterre a vu naître le prix unique. Le Net Book Agreement a été abandonné en 1997. Les impacts de cette décision ont été immédiats : plusieurs librairies ont fermé – les statistiques disponibles parlent de 25%, 73 d'entre elles ont disparu en 2012 –, les chaînes ont absorbé une grande part du marché de vente au détail (les indépendants n'ont plus que 9,1% du marché, contre 27,7% au Québec et près de 45% en France) et des livres à succès, tel Harry Potter, ont signifié des luttes de prix effrénées où chacun perdait de l'argent en vendant l'ouvrage. De plus, le prix des livres a augmenté de 49,6% depuis la fin de l'entente, alors que la hausse de l'indice des prix à la consommation a augmenté de 27,6%.

La situation est également dramatique chez nos voisins anglophones (Canada et États-Unis). Les parts de marché de la vente de livre sont réparties entre quelques gros joueurs. La chaîne du livre est complètement déstabilisée. Les contextes américain et canadien-anglais préfigurent ce qui pourrait se dessiner au Québec dans un futur proche. Le marché est construit autour de méga-chaînes de librairies (Chapters-Indigo contrôle près de 65% du marché du livre canadien-anglais, une situation dramatique, surtout depuis que sa direction a décidé de réduire considérablement le nombre de titres proposés en librairies et de resserrer les exigences commerciales de rendements

des titres choisis. Cette situation a pénalisé grandement plusieurs maisons d'édition canadiennes.), de grandes surfaces et de sites transactionnels du genre d'Amazon. Les librairies indépendantes n'y jouent qu'un rôle marginal. Les guerres de prix sont légion; certains livres sont même vendus à perte. La production littéraire canadienne-anglaise est loin de connaître l'effervescence de celle qu'on trouve chez nous.

4.0 Conclusion

Au final, la réglementation du prix du livre est une mesure essentielle pour préserver une diversité éditoriale et une accessibilité au livre francophone, ce que seul un vaste réseau de librairies en santé (particulièrement les indépendants) peut assurer. D'autres mesures devront également être mises de l'avant pour que les libraires s'adaptent aux nouvelles réalités technologiques. Déjà, les premiers jalons de ce « nouveau » libraire existent : RuedesLibraires.com n'en est qu'un exemple. Le législateur doit cependant jouer un rôle-clé dans cet objectif en implantant dès que possible une réglementation du prix du livre.

Les livres, les écrivains, la culture québécoise ne peuvent qu'en être gagnants. Car ce sera la qualité des ouvrages publiés qui primera sur les considérations commerciales (prix du livre). Les libraires pourront alors augmenter leur rentabilité à un seuil acceptable, se moderniser, prendre les virages technologiques nécessaires et poursuivre leur mandat de diffuseur culturel, d'éclaireur.

5.0 Huit raisons pour réglementer le prix du livre

1. Mon livre vaut plus qu'une paire de bas.

Le livre n'est pas un produit de consommation courante. Derrière chaque publication se trouve une foule de talentueux créateurs. Impossible de l'abandonner au triste sort des lois du marché, à la nécessité de la rentabilité immédiate.

2. Mon livre est un fragment de notre identité culturelle.

Mon livre s'appelle Émile Nelligan, Anne Hébert, Marie-Claire Blais, Catherine Mavrikakis, Nicolas Dickner, Dany Laferrière, Sylvain Trudel ou Michel Rabagliati. Mon livre a un nom. La détérioration du marché du livre aurait des conséquences lourdes sur nos créateurs.

3. Mon livre au prix réglementé est un cheval de bataille rassembleur.

Tous les regroupements professionnels de la chaîne espèrent la réglementation. Une mesure souhaitée par tous les intervenants d'un même milieu doit être prise en considération par les instances gouvernementales.

4. Mon livre défend la variété.

En consolidant le réseau de librairies, le prix réglementé assurera une plus grande diversité de l'offre éditoriale. Le lecteur pourra continuer, entre une recette de Josée Di Stasio et un thriller de Patrick Senécal, de découvrir la prose sauvage d'un Marc Séguin ou la fine analyse d'un Alain Deneault.

5. Mon livre aime son libraire.

Seule une librairie alloue une visibilité aux classiques comme aux œuvres marginales, aux écrivains incontournables comme à ceux de la relève. Costco ne garde en stock que 250 meilleurs vendeurs, votre libraire, lui, jusqu'à 50 000 ouvrages de tous genres. Pour survivre, la librairie a cependant besoin des ventes de best-sellers.

6. Mon livre n'est pas hors de prix.

« Le livre n'est pas cher! Affirmons-le enfin et l'imposition d'un prix réglementé sera un argument de plus en ce sens », défend Arnaud Foulon, directeur des éditions Hurtubise. Plus de 95% des livres, autrement dit ceux qu'on ne trouve pas dans les grandes surfaces, sont déjà vendus à des prix justes suggérés par l'éditeur.

7. Mon livre adopte un visage numérique.

L'arrivée du e-book et la prolifération d'outils de vente en ligne ébranlent le milieu du livre. Cette révolution augure une érosion des ventes de livre papier. La part de marché du numérique atteindrait 15% d'ici 2015. Prix inférieur, remise moindre, dépenses stables : imaginez le chaos potentiel en librairie.

8. Mon livre est partout (et tant mieux).

Le prix réglementé ne sonnera pas le glas des ventes de livres dans les grands magasins. Ces derniers ne rayeront pas le livre de leurs tablettes, car cela provoquerait de l'insatisfaction chez leurs clients. Acheter un livre de cuisine asiatique au supermarché demeure possible même avec une loi.