

**FAVORISER L'ACCÈS AUX LIVRES  
ET MAINTENIR LA BIBLIODIVERSITÉ**

**Mémoire présenté par  
Madame Andrée Brien, vice-président principal  
et directeur général du merchandising  
Division Canada  
Costco**

**Le 17 septembre 2013  
Québec**

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
<b>1. À PROPOS DE COSTCO</b> .....	<b>4</b>
<b>2. LA VENTE DE LIVRES CHEZ COSTCO</b> .....	<b>5</b>
2.1 Les conditions générales .....	5
2.2 Le profil de nos clients consommateurs de livres .....	5
2.3 Notre politique de fixation des prix.....	6
2.4 L'incidence du prix de vente sur le nombre de livres vendus .....	7
<b>3. IMPACT DE L'INSTAURATION DU PRIX UNIQUE</b> .....	<b>8</b>
3.1 La part de marché de Costco au Québec demeurerait la même .....	8
3.2 Des retombées imprévisibles et non souhaitables .....	8
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>10</b>

## INTRODUCTION

Nous tenons d'entrée de jeu à préciser que nous reconnaissons le rôle primordial des libraires, tout comme celui des bibliothécaires. Nous sommes tout à fait conscients que le livre occupe une place de premier plan dans l'expression de la culture québécoise et de son rayonnement.

De notre côté, nous n'avons pas la prétention de jouer un rôle aussi important, mais nous croyons que Costco contribue, à sa façon, à promouvoir la lecture, même si son champ d'action à cet égard est limité.

En mars 2011, dans la foulée de l'annonce de l'arrivée au Québec du distributeur américain Target, on assistait à la résurgence d'un débat qui fait couler beaucoup d'encre depuis près de quinze ans au Québec parmi tous les acteurs de la chaîne du livre – auteurs, éditeurs, distributeurs, libraires, consommateurs – sans toutefois réussir à dégager un consensus. Alors, pourquoi rouvrir ce débat ? Parce que, depuis les années 1990, on tient les grandes surfaces et leur politique de prix coupés responsables de l'érosion du secteur de la librairie indépendante, menacée, semble-t-il, par la concurrence féroce qui leur est livrée.

Déjà, en 2000, le Comité sur les pratiques commerciales dans le domaine du livre, présidé par Gérald Larose, mettait en lumière pour la première fois la notion de « best-sellerisation » du livre et faisait ressortir ce phénomène comme étant propre au Québec : « Il se dessine dans la vente au détail du livre une adéquation entre le réseau de grande diffusion et les ouvrages de grande vente depuis l'implantation des grandes surfaces non spécialisées au début des années 1990, dont certaines ont instauré une pratique de rabais systématiques de 15 % à 30 % par rapport aux prix suggérés par les éditeurs, et selon quelques précédents, parfois même par voie de négociation directe avec ceux-ci <sup>1</sup> ».

Aujourd'hui encore, on reprend une des affirmations de ce rapport en opposant toujours les ouvrages de fond aux best-sellers pour expliquer la disparition progressive des petites librairies indépendantes : « Les pratiques de rabais systématiques de certaines grandes surfaces non spécialisées sur les ouvrages de grande vente ont privé les librairies agréées d'une partie des ventes les plus "faciles" et contribué à réduire de façon critique la marge bénéficiaire de l'ensemble des librairies <sup>2</sup> ». Le problème, c'est qu'aucune donnée ne venait soutenir cette assertion.

Depuis la fin des années 1990, on tient les grandes surfaces et leur politique de prix réduits pour responsables de l'érosion du secteur de la librairie indépendante. En visant essentiellement les grandes surfaces, les tenants du prix unique du livre négligent nombre de facteurs qui ont grandement contribué, au cours des 15 dernières années, à fragiliser les librairies indépendantes.

---

<sup>1</sup> *Rapport du Comité sur les pratiques commerciales dans le domaine du livre*, p. 33.

<sup>2</sup> *Rapport du Comité sur les pratiques commerciales dans le domaine du livre*, p. 40.

Le ralentissement de l'économie – plus particulièrement dans le secteur de la vente au détail –, l'évolution des habitudes de consommation, l'accroissement de l'offre culturelle, la part de plus en plus grande de temps consacré aux médias sociaux, la concentration des entreprises, le manque de relève, l'essor du numérique et, évidemment, les ventes en ligne sont autant de facteurs déterminants qui ont contribué à réduire la marge bénéficiaire des librairies indépendantes.

En juin 2011, lorsque le Conseil consultatif de la lecture et du livre recommandait de régler le plus rapidement possible le prix des livres neufs imprimés afin de favoriser la biodiversité et de consolider le réseau des librairies, il s'appuyait sur un « consensus historique en faveur d'une réglementation du prix auquel les principales associations dans le secteur du livre sont récemment parvenues », était-il mentionné.

Or, nous croyons qu'il n'y a pas de consensus, contrairement à ce qui est véhiculé par la coalition Nos livres à juste prix menée par l'Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF). Si consensus il y a, il n'existe qu'au sein de cette coalition, qui ne regroupe que les associations professionnelles de l'industrie du livre et qui exclut les plus gros joueurs du marché et les consommateurs.

Nous estimons qu'il n'y a pas de données probantes motivant l'adoption d'une telle législation et qui permettent à l'ADELF d'affirmer que « les guerres de prix ont anéanti des pans entiers du réseau de distribution dans les pays anglo-saxons en quelques années à peine. Si on leur laisse libre cours, il est certain qu'il y aura bientôt moins de libraires, moins d'éditeurs, moins d'emplois et moins de choix<sup>3</sup>». Affirmer de telles choses, c'est faire fi de tous les autres facteurs convergents qui concourent depuis quelques années aux changements importants auxquels nous assistons et à leur impact sur le marché. C'est aussi ignorer que parmi tous les pays qui ont étudié la mesure du livre à prix unique, autant l'ont adopté que rejeté.

Depuis l'adoption de la Loi 51, le Québec a connu une progression significative de l'offre et une importante diversification de son réseau de vendeurs de livres. L'augmentation du nombre de petites librairies, la multiplication des grandes chaînes de librairies, l'arrivée des grossistes et la présence croissante des magasins à grande surface ont contribué à stimuler de façon efficace et productive l'innovation, la croissance du nombre de titres publiés et la baisse des prix.

Comme le reconnaissait également l'ADELF, l'adoption de la Loi 51 a été plus que bénéfique : « Le livre, au Québec, est aujourd'hui une véritable success-story ! La filière du livre emploie actuellement plus de 12 000 personnes au Québec et a généré en 2011 un chiffre d'affaires annuel de près de 800 M \$, ce qui en fait la plus grande industrie culturelle québécoise qui publie annuellement plus de 4 500 titres. Au prorata de la population, le volume d'édition y est comparable à celui de la France, de l'Italie et de l'Allemagne. Les livres québécois (littérature

---

<sup>3</sup> *Nos livres à juste prix*, documentation- ADELFF <http://noslivresajusteprix.com>

générale et scolaire) constituent une part importante du marché, avec une estimation qui est évaluée à 52 % des ventes finales. Par ailleurs, les lecteurs québécois ont aussi 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 année <sup>4</sup> ».

Nous sommes d'avis que la recommandation d'instaurer, pendant une période déterminée, un prix de vente unique sur les nouveautés n'est pas la panacée qui réussira à soulager le milieu du livre de tous les maux auxquels il fait face. Selon nous, cette mesure, loin de freiner le recul de la part de marché que les librairies indépendantes ont subi au cours des dernières années, accélérera davantage une baisse du volume total des ventes de livres au Québec, affectant ainsi toute la chaîne du livre.

Nous sommes également convaincus que l'instauration du prix unique n'aura aucune incidence susceptible de modifier les nouvelles habitudes des consommateurs à l'égard du cybercommerce ou du numérique, qui gagnent en popularité auprès d'une clientèle grandissante. Les fermetures graduelles des clubs vidéo et des magasins de disques en sont les malheureux exemples.

Nous souhaitons signifier aujourd'hui aux membres de la Commission notre opposition au projet de réglementation du prix du livre et faire valoir le bien-fondé de notre position à partir de notre expérience et des données dont nous disposons.

---

<sup>4</sup> *Nos livres à juste prix*, documentation- ADELFF <http://noslivresajusteprix.com>

## 1. À PROPOS DE COSTCO

Costco est une chaîne de distribution qui s'est établie au Québec en 1986, soit il y a près de 30 ans. En termes de chiffres d'affaires, cette entreprise est le quatrième plus grand détaillant au pays.

Puisqu'on nous confond trop souvent avec nos concurrents, j'aimerais vous expliquer brièvement qui nous sommes, et quel est notre modèle d'affaires.

Nous fonctionnons comme un club-entrepôt avec une adhésion annuelle de 55 \$ aux membres Privilèges ou Affaires et de 115 \$ aux membres Exécutifs. En contrepartie, nous nous engageons auprès d'eux à prendre une marge de profit maximale de 14 % sur l'ensemble de ce que nous vendons en entrepôt et de 15 % sur les produits *Kirkland Signature*, notre marque maison.

Deuxième principe : Costco n'offre qu'une sélection limitée de produits – environ 3 500 articles choisis pour leur qualité –, alors que nos concurrents en proposent plus de 40 000. Chez nous, cette sélection existe dans tous les secteurs, y compris celui du livre.

Ce qui nous différencie de nos concurrents, c'est notre fort taux d'achalandage. Pour générer nos profits, nous misons donc sur notre volume de ventes.

Une étude réalisée pour l'Association des libraires du Québec affirmait – à tort – que nous vendons nos produits à perte. Véhiculer une telle fausseté, c'est, encore une fois, bien mal connaître le commerce de détail. Nous ne vendons aucun produit en bas du prix coûtant.<sup>5</sup>

Enfin, Costco est un employeur responsable. Nous offrons des emplois de qualité, assortis de conditions enviées par tout le secteur du commerce de détail. À titre d'exemple, chez nous, un caissier ou une caissière gagne près de 55 000 \$ par année après cinq années de service, en plus d'un régime d'avantages sociaux généreux. Nous avons l'un des plus bas taux de roulement de personnel de l'industrie.

En ce qui a trait plus spécifiquement à notre secteur du livre, notre politique est très simple : chez nous, les prix des livres sont indiqués uniquement sur les lieux de vente. Nous ne faisons aucune promotion ou publicité auprès du public, ce qui évite de concurrencer directement les librairies.

---

<sup>5</sup> *Étude sur la réglementation du prix du livre au Québec*, Association des libraires du Québec, Michel A. Lasalle, janvier 2011.

Ce modèle d'affaires est très apprécié de nos membres, dont 91 % renouvellent leur adhésion chaque année ; on peut donc parler d'un degré élevé de satisfaction.

En bref, Costco, au Québec, c'est 5 700 emplois, 19 entrepôts et un centre de distribution ; c'est aussi plus de 25 000 transactions par semaine/ par entrepôt, soit près d'un demi-million de transactions hebdomadaires. C'est aussi, 1,2 million de membres, c'est-à-dire plus de trois personnes sur quatre parmi la population active du Québec <sup>6</sup>.

## **2. LA VENTE DE LIVRES CHEZ COSTCO**

### **2.1 Les conditions générales**

Costco fait affaire avec trois grands distributeurs qui contrôlent pratiquement tout le marché du Québec (91 %), ce qui nous permet de dire que la distribution du livre au Québec est en situation de quasi-monopole.

Tous les distributeurs accordent un même rabais fixe de 30 % aux grandes surfaces et de 40 % aux librairies. Et ce, peu importe les quantités commandées. Donc, aucun rabais n'est lié au volume, contrairement à ce qui se passe ailleurs dans le commerce. C'est unique !

Ces distributeurs décident également de la disponibilité des produits et du nombre d'exemplaires qui sera attribué. Ainsi, en 2012, 94 % de nos ventes de livres ont été générées par ces distributeurs et par les éditeurs du Québec. Pour le reste, Costco importe également directement de France, et certains ouvrages exclusifs sont importés conjointement avec des éditeurs du Québec.

Enfin, la majorité des éditeurs québécois nous contactent et nous demandent de certifier notre engagement d'achat avant d'imprimer un livre à gros ou à moyen tirage.

### **2.2 Le profil de nos clients consommateurs de livres**

Bien que nous ayons une très bonne connaissance du profil de nos membres qui achètent des livres, nous avons confié à une firme indépendante le mandat de mener une étude afin de préciser le profil des gens qui achètent des livres dans nos entrepôts

---

<sup>6</sup> Statistique Canada, *Enquête sur la population active*, 2013 ; document adapté par l'Institut de la statistique du Québec en juillet 2013 : 4 003 800 personnes en emploi au Québec.

du Québec. L'objectif était d'en apprendre davantage sur les habitudes d'achat de livres de nos membres et de connaître l'impact des prix sur leur consommation de livres <sup>7</sup>.

L'étude révèle que près des deux tiers de nos membres qui achètent des livres font d'abord et avant tout des achats spontanés, et que ces achats sont occasionnels dans près de trois quarts des cas.

Pour près de 75 % de nos membres qui achètent des livres, le prix est « le » facteur déterminant ; une même proportion de ces répondants disent qu'ils continueraient de se procurer leurs livres chez nous si une politique de prix unique du livre était mise en place.

Enfin, nos membres sont peu enclins à acheter leurs livres dans des librairies de quartier. Comme second choix, ils préfèrent acheter en libre-service dans une librairie de grande surface ; à cet égard, 32 % d'entre eux ont mentionné la disponibilité des ouvrages et 20 % la variété.

En résumé, une forte proportion de nos membres effectue des achats non planifiés et de façon occasionnelle. Conséquemment, une grande partie de ces achats ne se feraient pas ailleurs, puisqu'ils sont spontanés. On note aussi que les achats faits chez Costco profitent à l'édition québécoise, car beaucoup de clients affirment qu'ils achètent des romans québécois. De plus, la forte majorité des livres vendus sont publiés en français.

Selon les résultats de l'étude, il est peu probable qu'une augmentation des prix due à l'instauration d'un prix unique ait pour effet d'amener les consommateurs à se déplacer vers les libraires. Pour Costco, l'effet de cette réglementation sur les intentions d'achat serait donc minime.

## **2.3 Notre politique de fixation des prix**

Comme nous l'avons mentionné précédemment, notre modèle d'affaires repose sur les principes d'un club, et nous nous engageons en contrepartie auprès de nos membres à prendre une marge de profit maximale de 14 %.

---

<sup>7</sup> Sondage réalisé par Léger Marketing en juillet 2013. Cette étude a été réalisée par le biais d'un sondage par interception de clients dans les magasins Costco combiné à un sondage quantitatif mené en ligne auprès de membres de Costco. Sondage par interception : au total, 607 clients de Costco ayant l'intention d'acheter un livre ont répondu au sondage par interception entre les 5 et 23 juillet 2013 dans les entrepôts du Marché central à Montréal, de Boucherville, de Boisbriand, de Québec, de Sherbrooke et de Gatineau. Sondage Internet : 755 clients ont répondu au sondage en ligne. Les membres de Costco sélectionnés avaient déjà acheté des livres auparavant. La collecte de données a eu lieu du 8 au 26 juillet 2013.

Regardons de plus près l'application d'une telle politique. Prenons l'exemple du livre *Au bord de la rivière*, de Michel David, pour illustrer la politique de fixation des prix chez Costco.

## COSTCO

### Prix coûtant

29,95 \$  
 – 8,98 \$ (rabais grande surface de 30 %)  
**20,97 \$**

### Prix de vente

**21,79 \$** (profit de 3,8 %)

### Prix coûtant

29,95 \$  
 – 7,49 \$ (rabais de 25 %)  
**22,46 \$**

## LIBRAIRIE

### Prix coûtant

29,95 \$  
 – 11,98 \$ (rabais de base de 40 % accordé  
 aux libraires)  
**17,97 \$ (différence de 3 \$)**

### Prix de vente

**29,95 \$** (profit de 40 %)

## 2.4 L'incidence du prix de vente sur le nombre de livres vendus

Pour nos membres, le prix de vente est un aspect tellement déterminant dans la décision d'acheter ou non un produit qu'une simple différence de deux dollars suffit pour quintupler les ventes. Voici un exemple de quelques livres exclusifs publiés avec la collaboration d'un éditeur québécois et qui illustrent bien cette affirmation.



Ventes en 2011	Ventes en 2012
À <b>9,99 \$</b> : 5 500 exemplaires vendus (cinq premières semaines)	À <b>7,99 \$</b> : 24 500 exemplaires vendus (cinq premières semaines)

Ceci représente une augmentation de 345 % résultant d'une diminution du prix de deux dollars.

### **3. IMPACT DE L'INSTAURATION DU PRIX UNIQUE**

#### **3.1 La part de marché de Costco au Québec demeurerait la même**

Les études portant sur le comportement de nos membres nous montrent que ceux-ci viennent rarement chez Costco uniquement pour acheter un livre. Ce type d'achat est donc généralement non planifié et occasionnel. Nous sommes donc enclins à penser qu'il y aurait peu de chance que ces consommateurs modifient leur comportement advenant une réglementation du prix des livres. Si tel était le cas, nos ventes diminueraient probablement – tout comme celles des librairies –, mais nos membres n'iraient pas pour autant acheter leurs livres ailleurs, d'autant plus que le prix n'y serait pas plus attrayant que chez nous. L'achat de livres demeurerait impulsif, mais un prix plus élevé pourrait certainement en dissuader plus d'un. Conséquemment, cette mesure risque d'accélérer davantage une baisse du volume total des ventes de livres au Québec.

#### **3.2 Des retombées imprévisibles et non souhaitables**

L'examen de nos ventes de livres aux États-Unis au cours des dernières années nous montre que les ventes de livres sur support papier sont en diminution de 27 %. Cette baisse est particulièrement significative dans la catégorie des best-sellers, en raison de la place grandissante qu'occupe le livre numérique, qui est plus accessible. À la lumière de ces faits, on peut penser qu'une augmentation du prix du livre imprimé qui résulterait d'une politique de fixation du prix unique pourrait avoir pour effet d'accentuer ce mouvement vers le numérique.

Par ailleurs, on constate également qu'un écart de prix considérable se creuse entre les éditions anglaises et françaises, et nous sommes portés à croire qu'une certaine proportion de nos membres pourrait aussi opter pour l'achat d'un livre en version originale anglaise, puisqu'il est déjà facilement accessible et coûte déjà moins cher qu'un livre traduit et imprimé en version française. L'implantation d'une politique de prix unique pourrait donc encourager les gens à se tourner vers la version anglaise au lieu de la version française.

Pour illustrer les conditions d'achat des livres d'édition anglaise par rapport aux éditions françaises, voici l'exemple du livre *Une place à prendre*, de J.K. Rowling.

**Livre en anglais****Prix coûtant**

36,99 \$  
– 17,75 \$ (rabais de 48 % de Costco)  
**19,24 \$**

**Prix de vente**

**19,99 \$** (profit de 4,7 %)

**Livre en français****Prix coûtant**

36,95 \$  
– 14,08 \$ (rabais de 30 % de Costco)  
**25,87 \$**

**Prix de vente**

**26,79 \$** (profit de 3,4 %)

Conséquemment, si une politique de prix plancher devait entrer en vigueur, le prix de vente d'un livre en français chez Costco serait de 33,26 \$ et entraînerait un profit de 22 %, ce qui va à l'encontre de notre politique de prix et de notre engagement à l'égard de nos membres de limiter notre marge bénéficiaire de 14 %.

## CONCLUSION

La proposition d'instaurer un prix unique du livre repose initialement sur le postulat que les grandes surfaces privent l'ensemble des librairies d'une partie des ventes les plus « faciles », c'est-à-dire celle des best-sellers, contribuant ainsi à réduire de façon critique la marge bénéficiaire. Elle suppose aussi que l'instauration d'une telle politique permettra de contrer le fléchissement des ventes et apportera un soutien aux librairies indépendantes. Ceux qui se font les promoteurs de cette mesure s'appuient sur l'expérience d'autres pays qui ont vu leur industrie se consolider après avoir légiféré en ce sens. Toutefois, cette réglementation n'a pas réussi à freiner la baisse des achats de livres au cours des dernières années. À titre d'exemple, bien que cette mesure soit en vigueur en France, les ventes de livres dans ce pays ont connu en 2012 une baisse de 1,5 % pour une troisième année consécutive ; ces résultats représentent un recul de 3,2 % depuis 2009, ce qui constitue une première depuis plus de 20 ans, le commerce en ligne étant le seul à tirer son épingle du jeu, selon les chiffres annuels publiés par l'Insee et repris dans *Le Figaro*. « En euros constants, le recul est de – 4,5 %, compte tenu d'un indice du prix des livres à la consommation renchéri par le passage de la TVA de 5,5 % à 7 %<sup>8</sup>. » En somme, l'expérience du prix unique du livre est loin d'être concluante.

Nous ne croyons pas que l'instauration du prix unique pendant une période déterminée puisse contrer tous les autres facteurs qui contribuent actuellement à fragiliser la librairie indépendante au profit d'une offre culturelle diversifiée, de changements importants dans les habitudes des consommateurs, de l'essor du numérique au détriment des livres sur support papier et de la puissance du commerce en ligne. Dans le marché américain – qui constitue un indicateur précieux des tendances –, l'essor du numérique a fait diminuer les ventes de livres chez Costco de 27 % au cours des cinq dernières années.

Une étude récente de Patrimoine Canada sur les habitudes de lecture des Canadiens indique que « Sur l'ensemble des Canadiens, ce sont les Québécois qui lisent le moins avec seulement 46 % de taux de lecteurs réguliers, alors que ce taux dépasse 50 % partout ailleurs au Canada », et que « les francophones lisent 10 % de leurs livres en anglais, tandis que les anglophones lisent 3 % des leurs en français<sup>9</sup>.

Ces données nous portent à croire que l'instauration d'un prix unique pendant une période déterminée découragerait l'achat de livres au profit de la lecture sur Internet, en plus de favoriser l'achat de livres numériques et de pousser davantage les consommateurs québécois à lire des ouvrages publiés en anglais.

---

<sup>8</sup> lefigaro.fr, 1<sup>er</sup> février 2013 <http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2013/02/01/97002-20130201FILWWW00388-baisse-de-15-des-ventes-de-livres.php>

<sup>9</sup> Patrimoine Canada - <http://www.pch.gc.ca/fra/1290797114127/1290797724067>

Enfin, nous estimons que cette mesure va à l'encontre de toutes les tendances et ne répond d'aucune manière aux véritables défis auxquels le secteur du livre est confronté. Nous sommes convaincus que cette mesure aura pour effet de réduire les achats et d'accélérer davantage une réduction du volume total des ventes de livres au Québec, et qu'au final, c'est toute l'industrie du livre qui en pâtira.

Costco invite donc les membres de la Commission à tenir compte davantage des intérêts des lecteurs et des consommateurs.

Pour l'ensemble de ces raisons, Costco s'oppose à toute réglementation éventuelle visant l'instauration d'un prix unique pendant une durée limitée pour les livres de toutes catégories venant de pays francophones – principalement de France ou du Québec pour les éditions en français –, ainsi que pour toutes les publications et les ouvrages d'édition anglaise.

## **BIBLIOGRAPHIE**

*Rapport du Comité sur les pratiques commerciales dans le domaine du livre*, octobre 2000.

*Réglementer le prix de vente des livres – Un enjeu culturel et économique*, Association des distributeurs exclusifs de livres en langue française (ADELF), 2012.

*Étude sur la réglementation du prix du livre au Québec*, Association des libraires du Québec, Michel A. Lasalle, janvier 2011.

Site *lefigaro.fr*, 1<sup>er</sup> février 2013.

Site Patrimoine Canada- Comportement lié à la lecture et à l'achat de livres.