

## Les réseaux de vente du livre \*

Georges Rouveyrol\*\*

Depuis une trentaine d'années, de nombreuses recherches sur les pratiques de lecture en France ont été réalisées régulièrement sur l'ensemble du territoire national, beaucoup d'autres se limitent à l'espace d'une ville, d'un canton ou concernent une population particulière. Par ailleurs, un grand nombre d'enquêtes ont été effectuées sur les lieux de lecture et de prêt des livres que sont les bibliothèques. Ces établissements se prêtent admirablement à une analyse de la demande de lecture face à une offre quasiment gratuite et ceci dans un secteur géographique facilement repérable.

### Le marché du livre et la loi Lang

Loin d'être homogène, le marché du livre recouvre une multitude de produits très diversifiés parmi lesquels on distingue :

- Les livres à rotation rapide ou à vente facile, destinés à un large public. Leur vente est assurée, régulière et même rapide : grandes collections, livres primés (prix Goncourt...).
- Les livres à rotation lente ou vente difficile qui ne répondent pas à une demande existante mais la suscite (poésie, romans).
- Enfin, les manuels scolaires, les dictionnaires, les ouvrages pratiques dont la vente est assurée bon an, mal an.

En règle générale, les livres qui se vendent vite et en grand nombre procurent aux libraires la trésorerie nécessaire à

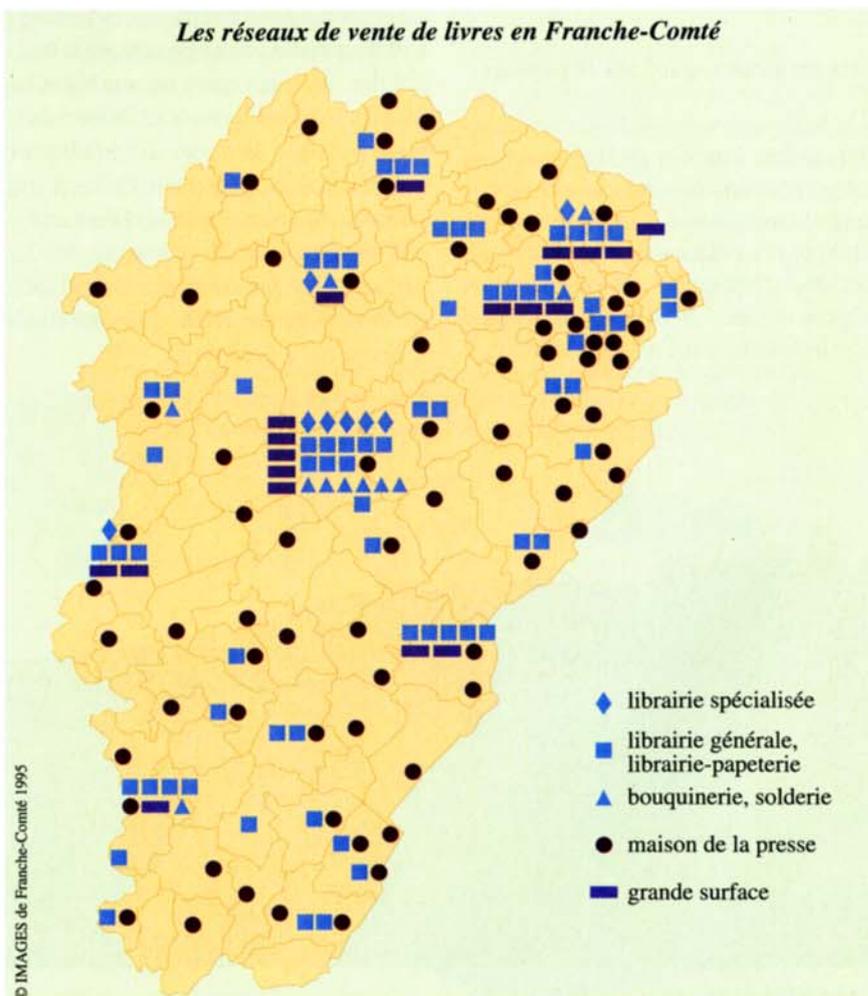
\* D'après le mémoire de maîtrise de géographie de Fabrice Jallon, réalisé avec le soutien de la DRAC : « Les réseaux de vente du livre en Franche-Comté », Besançon, Faculté des Lettres, 1992

la constitution d'un fonds d'ouvrages à rotation lente et à écoulement aléatoire. Mais, dans les années 70, les grandes surfaces se sont intéressées aux livres de la première catégorie et, à la suite des FNAC, elles ont pratiqué des remises promotionnelles pouvant atteindre 40 %. On a assisté à une grave segmentation dans le marché du livre : les grandes surfaces se sont appropriées la vente des livres faciles tandis que les librairies indépendantes, pri-

vées de ces ventes assurées, étaient vouées à périliter à plus ou moins long terme. Avec elles, disparaît la promotion de livres difficiles, c'est-à-dire la majeure partie de la création littéraire et des ouvrages spécialisés.

C'est pour parer à ce danger que la loi Lang dite « du prix unique », a été promulguée en août 1981. Le prix de vente du livre au public est fixé par l'éditeur, son montant doit apparaître sur

Les réseaux de vente de livres en Franche-Comté



© IMAGES de Franche-Comté 1995

l'ouvrage (sauf pour les collections à prix homogène). Les détaillants doivent vendre à un prix compris entre 95 % et 100 % de celui fixé par l'éditeur ; toute remise dépassant 5 % est donc interdite. En contrepartie, tous les détaillants doivent offrir le service gratuit de commande à l'unité.

On peut estimer que la loi Lang est défavorable à l'acheteur dans la mesure où elle limite la réduction des prix. Mais il ne faut pas oublier que l'objectif est culturel : ne pas étouffer la production littéraire en protégeant ceux qui la diffusent le mieux, le réseau des librairies. La concurrence sur les prix étant très limitée, ce sont les services rendus aux clients qui vont reprendre de l'importance et qui guideront le choix de la clientèle.

### Les points de vente

Le réseau des points de vente est remarquable par l'importance des maisons de la presse par rapport à l'effectif total (77 sur 192). Ces petits points de vente représentent la diffusion la plus large et s'adaptent très bien aux caractéristiques rurales de la région. Malheureusement l'enquête montrera que les rayons livres sont relativement modestes.

Les librairies-papeteries sont présentes dans la plupart des petites villes et leur nombre croît avec la taille de la ville : deux à Saint-Claude et à Champagnole, trois à Vesoul et à Dole, quatre à Belfort et à Lons-le-Saunier, huit à Besançon. Le Sud du département du Jura apparaît bien pourvu, ce qui n'est pas le cas de sa partie nord. La même rareté se retrouve dans le centre du Doubs et une grande partie de la Haute-Saône.

Les librairies spécialisées sont beaucoup moins nombreuses et n'existent que dans les villes les plus importantes (cinq à Besançon). Les bouquineries et les solderies sont un peu moins rares, on en trouve à Gray, à Vesoul, à Belfort mais surtout à Besançon. Ces établissements concernent une clientèle particulière à niveau culturel relativement élevé.

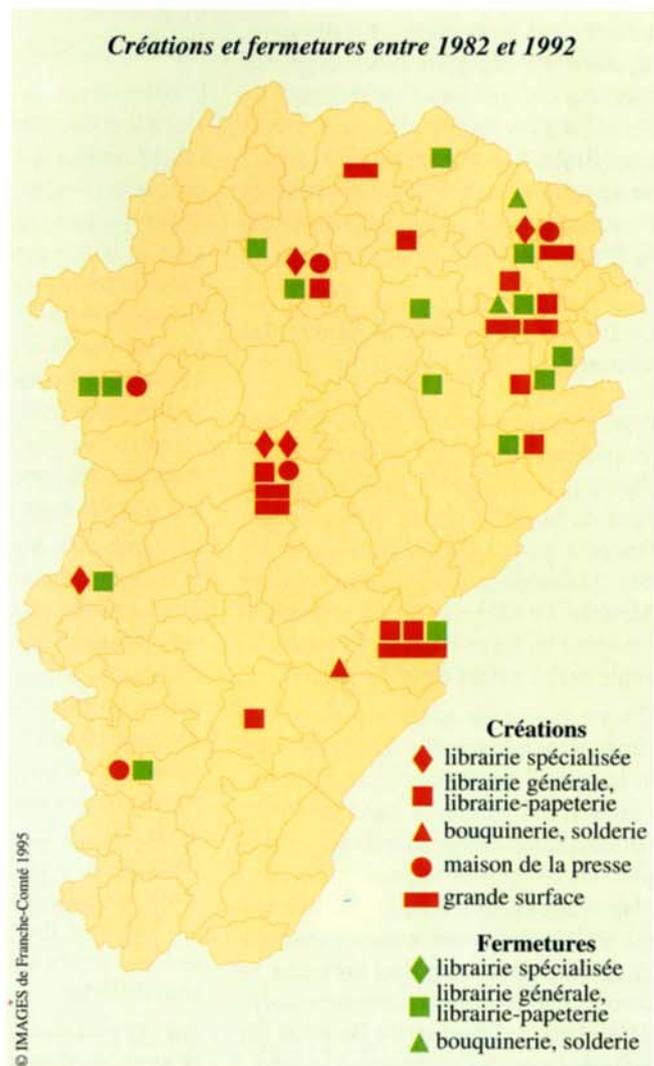
Le réseau du commerce moderne a sa propre logique liée essentiellement à la concentration de population. Il n'est pas surprenant de l'observer principalement dans les grandes zones urbanisées de Besançon et de Belfort-Montbéliard.

### L'évolution 1982-1992

Au cours des dix années, on comptabilise 31 créations et 18 fermetures mais on ne tient pas compte des quelques créations qui ont connu un échec commercial et ont dû cesser leur activité durant cette période.

Parmi les disparitions, on ne compte que trois maisons de la presse mais quinze librairies-papeteries, commerces dont l'activité est fondée sur la vente des livres essentiellement. La loi Lang, qui devait les protéger plus particulièrement, n'a pas eu, dans leur cas, d'effet bénéfique.

La plupart des créations se sont opérées dans les villes dépassant 5 000 et le plus souvent 10 000 habitants. Les onze nouvelles librairies-papeteries sont toutes dans des centres urbains. Il en est de même pour la dizaine de librairies spécialisées, bouquineries ou solderies qui sont toutes dans les principales villes. Ces commerces connaissent une vogue indéniable liée à une demande nouvelle et aussi au fait qu'ils résistent mieux à la concurrence grâce à leur spécialisation. Non seulement il s'agit de commerces spécifiquement urbains, mais leur localisation dans l'agglomération est toujours centrale.



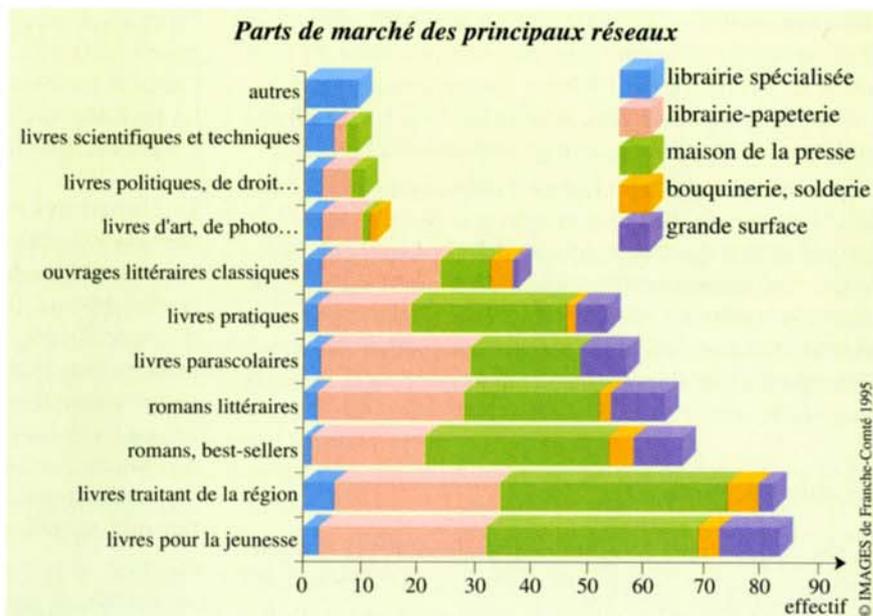
Il n'en est pas de même pour les grandes surfaces car elles sont implantées à la périphérie des agglomérations. Elles connaissent un net développement : aucune suppression bien au contraire car le nombre des établissements possédant des rayons livres a presque doublé.

Cette évolution apporte une confirmation évidente de l'explication de la répartition spatiale et permet de préciser la hiérarchie des commerces du livre. La maison de la presse est le point de vente le plus répandu dans l'espace comtois et le plus banal grâce à la diversité de ses fonctions puisqu'on la trouve aussi bien dans les villes que dans les cantons ruraux.. La librairie-papeterie est implantée dans les petites villes car elle a besoin d'un potentiel de clientèle plus important. La librairie spécialisée, la bouquinerie et la soldeirie se retrouvent toujours ensemble et disposent d'une clientèle potentielle suffisante dans les villes moyennes.

### Le livre : un produit commercial comme les autres ?

Près des deux-tiers des points de vente proposent moins de 3000 titres à leur clientèle, il s'agit de la plupart des maisons de la presse et de la moitié des "grandes surfaces". A l'opposé, seules neuf librairies présentent un choix qui dépasse 10 000 titres. Le réseau est composé en forte majorité de points de vente dont l'assortiment est limité !

Quatre points de vente sur cinq sont situés dans un quartier du centre-ville et la moitié des libraires enquêtés se considèrent installés dans une «rue commerçante traditionnelle». A peine plus de 10 % sont implantés en périphérie des centres urbains. La librairie est nettement liée aux espaces centraux et de forte fréquentation bien que sa marge bénéficiaire soit souvent insuffisante pour lui permettre de rivaliser aisément avec les commerces voisins.



L'offre-livre est fragmentée en dix classes distinctes. Les livres à vente facile (collections pour la jeunesse, best-sellers) sont évidemment les plus présents. Les ouvrages régionalistes sont en bonne position, ils profitent de l'intérêt très marqué de toute une génération pour la Franche-Comté et son histoire dans les divers sens du terme. Par contre, les ouvrages à rotation lente sont beaucoup plus rares : les livres scientifiques ou politiques, les livres d'art ne sont bien représentés que dans une dizaine de commerces.

La combinaison entre les assortiments et les types de commerces montre clairement l'existence d'une segmentation dans le marché du livre. Les ouvrages à rotation rapide constituent l'essentiel des rayons des maisons de la presse, des hypermarchés et des bouquineries-soldeiries. Par contre, les librairies-papeteries présentent l'éventail le plus diversifié, elles proposent toutes les catégories en recherchant un équilibre entre les rotations différentes. Seules les librairies spécialisées n'offrent que des ouvrages spécifiques et à vente plus difficile.

Aux questions concernant la concurrence, 50 % des libraires enquêtés

considèrent les clubs de vente par correspondance comme des rivaux très sérieux et 75 % redoutent surtout celle des grandes surfaces. Malgré la loi Lang qui interdit tout discount, les hypermarchés continuent à garder leur image de «prix cassés» ! Les libraires craignent la généralisation d'un «nouveau consommateur» qui préfère faire le plus d'achats sous le même toit. Dans ce cas, le mouvement concernerait beaucoup d'autres produits !

Un certain pessimisme l'emporte, la majorité des exploitants en librairie-papeterie et en maison de la presse exprime des doutes sur les perspectives de la profession. Pourtant, leur avenir est dans l'amélioration constante des nombreux services que ces commerçants peuvent offrir et que la grande surface est incapable d'assurer. Leur avenir n'est-il pas aussi dans une catégorie de «nouveaux lecteurs», les étudiants, de plus en plus nombreux tant à Besançon que dans les nouveaux pôles universitaires ( Belfort, Montbéliard, Vesoul) que les libraires spécialisés ont tout intérêt à fidéliser s'ils veulent les convaincre qu'un "bon livre" ne s'achète pas forcément en grande surface. ■