

**LE PRIX UNIQUE DU LIVRE
À L'HEURE DU NUMÉRIQUE**

DANS LA MÊME COLLECTION

La Lancinante Réforme de l'assurance maladie,
par Pierre-Yves Geoffard, 2006, 48 pages.

La Flexicurité danoise. Quels enseignements pour la France ?,
par Robert Boyer, 2007, 3^e tirage, 54 pages.

La Mondialisation est-elle un facteur de paix ?,
par Philippe Martin, Thierry Mayer et Mathias Thoenig, 2006, 56 pages.

L'Afrique des inégalités : où conduit l'histoire, par Denis Cogneau, 2007, 64 pages.

Électricité : faut-il désespérer du marché ?, par David Spector, 2007, 2^e tirage, 56 pages.

Une jeunesse difficile. Portrait économique et social de la jeunesse française,
par Daniel Cohen (éd.), 2007, 238 pages.

Les Soldes de la loi Raffarin. Le contrôle du grand commerce alimentaire,
par Philippe Askenazy et Katia Weidenfeld, 2007, 60 pages.

La Réforme du système des retraites : à qui les sacrifices ?,
par Jean-Pierre Laffargue, 2007, 52 pages.

La Société de défiance. Comment le modèle social français s'autodétruit,
par Yann Algan et Pierre Cahuc, 2008, 5^e tirage, 102 pages.

Les Pôles de compétitivité. Que peut-on en attendre ?,
par Gilles Duranton, Philippe Martin, Thierry Mayer et Florian Mayneris, 2008,
2^e tirage, 84 pages.

Le Travail des enfants. Quelles politiques pour quels résultats ?,
par Christelle Dumas et Sylvie Lambert, 2008, 82 pages.

Pour une retraite choisie. L'emploi des seniors,
par Jean-Olivier Hairault, François Langot et Theptida Sopraseuth, 2008, 72 pages.

La Loi Galland sur les relations commerciales. Jusqu'où la réformer ?,
par Marie-Laure Allain, Claire Chambolle et Thibaud Vergé, 2008, 74 pages.

*Pour un nouveau système de retraite. Des comptes individuels de cotisations financés
par répartition,* par Antoine Bozio et Thomas Piketty, 2008, 2^e tirage, 100 pages.

Les Dépenses de santé. Une augmentation salubre ?,
par Brigitte Dormont, 80 pages, 2009.

De l'euphorie à la panique. Penser la crise financière,
par André Orléan, 2009, 2^e tirage, 112 pages.

Bas salaires et qualité de l'emploi : l'exception française ?
par Ève Caroli et Jérôme Gautié (éd.), 2009, 510 pages.

Pour la taxe carbone. La politique économique face à la menace climatique,
par Katheline Schubert, 2010, 92 pages.

collection du

CEPREMAP

CENTRE POUR LA RECHERCHE ÉCONOMIQUE ET SES APPLICATIONS

LE PRIX UNIQUE DU LIVRE À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

MATHIEU PERONA ET JÉRÔME POUYET

ÉDITIONS NSRU ED' ULM

© Éditions Rue d'Ulm/Presses de l'École normale supérieure, 2010

45, rue d'Ulm – 75230 Paris cedex 05

www.pressens.fr

ISBN 978-2-7288-0439-9

ISSN 1951-7637

Le CEPREMAP est, depuis le 1^{er} janvier 2005, le Centre Pour la Recherche EconoMique et ses APplications. Il est placé sous la tutelle du ministère de la Recherche. La mission prévue dans ses statuts est d'assurer *une interface entre le monde académique et les décideurs publics et privés.*

Ses priorités sont définies en collaboration avec ses partenaires institutionnels : la Banque de France, le CNRS, le Centre d'analyse stratégique, la direction générale du Trésor et de la Politique économique, l'École normale supérieure, l'INSEE, l'Agence française du développement, le Conseil d'analyse économique, le ministère chargé du Travail (DARES), le ministère chargé de l'Équipement (DRAST), le ministère chargé de la Santé (DREES) et la direction de la recherche du ministère de la Recherche.

Les activités du CEPREMAP sont réparties en *cinq programmes scientifiques* coordonnés par sa direction : Politique macroéconomique en économie ouverte ; Travail et emploi ; Économie publique et redistribution ; Marchés, firmes et politique de la concurrence ; Commerce international et développement.

Chaque programme est animé par un comité de pilotage constitué de trois chercheurs reconnus. Participent à ces programmes une centaine de chercheurs, cooptés par les animateurs des programmes de recherche, notamment au sein de l'École d'économie de Paris.

La coordination de l'ensemble des programmes est assurée par *Philippe Askenazy*. Les priorités des programmes sont définies pour deux ans.

L'affichage sur Internet des documents de travail réalisés par les chercheurs dans le cadre de leur collaboration au sein du CEPREMAP tout comme cette série d'opuscules visent à rendre accessible à tous une question de politique économique.

Daniel COHEN
Directeur du CEPREMAP

Sommaire

Introduction	11
1. Le secteur du livre	18
<i>Les livres, des biens pas comme les autres ?</i>	18
<i>La chaîne du livre</i>	21
2. Le prix unique du livre : comment et pourquoi ?	32
<i>Principe de fonctionnement.</i>	32
<i>Historique et modalités en France</i>	33
<i>Le prix unique dans le monde</i>	37
3. Les effets du prix unique du livre	40
<i>Le rôle du libraire</i>	42
<i>Le prix des livres</i>	46
<i>Accès au livre et politiques éditoriales</i>	55
<i>Quelle évaluation du prix unique du livre ?</i>	62
4. Le prix unique du livre face aux mutations de l'édition .	65
<i>La lourdeur imprévue des petites structures</i>	65
<i>La révolution numérique</i>	71
<i>Le nouveau visage du libraire</i>	74
<i>Les multiples modalités de l'aide publique</i>	74
<i>L'avenir du prix unique du livre</i>	77
Conclusion	84
Bibliographie	87

EN BREF

En devenant réalité, le livre numérique interroge le fonctionnement de la filière du livre papier, organisée par le dispositif du prix unique du livre. L'objectif de cet opuscle est de mettre en évidence la manière dont ce dispositif structure les relations entre les différents éléments de la chaîne du livre et conditionne leur capacité à répondre à l'avènement du livre numérique.

Techniquement, le prix unique du livre est une forme d'imposition du prix de revente : l'éditeur choisit à quel prix un titre donné doit être vendu. L'objectif de la mesure est de préserver l'existence des libraires, à même de fournir une information sur l'ensemble des titres, et d'assurer un accès aisé au livre. Pour ce faire, l'instrument choisi est la préservation d'un réseau dense de librairies, via la garantie d'une marge fixée par l'éditeur ou par le diffuseur.

La capacité du prix unique du livre à remplir ces objectifs est étayée par les outils de l'économie industrielle. Il permet d'inciter les détaillants au conseil et à la promotion, et évite le solde trop rapide de titres plus lents à trouver leur public. Le principal inconvénient théorique d'un prix imposé, l'augmentation du prix, ne se vérifie pas empiriquement. Le prix unique semble surtout avoir un effet redistributif, augmentant le prix des plus gros succès et diminuant celui des livres plus confidentiels. Les données manquent toutefois pour évaluer convenablement les effets de ce phénomène sur les achats de livres et les choix des lecteurs.

En termes de structure de la filière, les comparaisons internationales suggèrent que les craintes d'une disparition des librairies et d'une contraction de la diversité éditoriale ne sont pas fondées. En revanche, l'évolution technologique a révélé des effets négatifs du prix unique : celui-ci organise un transfert du risque dont on peut interroger la pertinence dans le marché actuel.

La faible taille des librairies a en outre ralenti le déploiement des outils de gestion des stocks et des commandes et rend difficile la valorisation auprès des éditeurs du service rendu par les libraires.

L'évolution des technologies de logistique et d'information impose ainsi de redéfinir les objectifs du prix unique et de repenser l'apport attendu du réseau de détaillants au bon fonctionnement du marché. Les détaillants jouent en fait un rôle crucial de détection et de promotion des nouveautés, rôle tout aussi pertinent pour le livre numérique, pour lequel il existe peu de substituts.

Si le prix unique du livre a, au départ, permis d'éviter une déstabilisation du secteur, il n'est plus l'outil le mieux adapté au déploiement des nouvelles technologies. C'est pourquoi nous proposons des pistes d'adaptation du dispositif, ainsi que des formes contractuelles permettant aux éditeurs de fournir aux détaillants des incitations à effectuer l'effort de promotion et de détection nécessaire à la gestion d'une offre éditoriale importante et multi-supports.

Mathieu Perona est doctorant à l'École d'économie de Paris et chercheur à Sciences-Po (Paris). Ses travaux portent sur l'économie des industries culturelles.

Jérôme Pouyet est chargé de recherche au CNRS. Professeur à l'École d'économie de Paris, il est codirecteur du programme « Marchés, firmes et politique de la concurrence » du CEPREMAP.

Les auteurs remercient Lucie Maignac de son aide dans la compréhension des relations entre éditeurs, diffuseurs et libraires.

Introduction

Longtemps attendue, enfin arrivée, l'émergence du livre numérique introduit des acteurs et des logiques profondément différents de ceux qui ont jusqu'ici structuré le secteur de l'édition et de la vente de livres. À l'image de la presse à imprimer, à laquelle elle est souvent comparée, cette révolution technologique va affecter le livre physique sous d'innombrables aspects. La versatilité du livre numérique, la possibilité d'emporter sa bibliothèque avec soi, la diminution des coûts d'édition et de diffusion sont autant d'éléments qui redonnent de l'attractivité à la lecture, y compris de livres imprimés. Son fonctionnement même fait que le livre en tant qu'objet quitte le centre de la scène au profit d'un texte dématérialisé, transitant par de nouveaux intermédiaires.

Toutefois, comme le rappelle une récente décision de l'Autorité de la concurrence¹, la présence de technologies encore en plein développement, les modalités de la concurrence, qui mêle les logiques traditionnelles de l'édition aux effets de réseaux des supports électroniques, et le périmètre incertain de cet objet signifient que le fonctionnement du marché du livre numérique sera vraisemblablement très différent de celui du livre papier, sans qu'il soit possible de savoir à l'avance quelle sera cette organisation. De ce fait l'Autorité de la concurrence estime que toute tentative de régulation de ce marché, en particulier sur les bases de la régulation du livre physique, est au mieux prématurée.

Tous les maillons de la chaîne du livre physique seront affectés à un niveau ou à un autre par le numérique. On assiste ainsi déjà aux premières passes d'armes entre les éditeurs et les opérateurs de plates-formes de lecture et de téléchargement pour le contrôle des prix et des catalogues,

1. Avis n° 09-A-56 du 18 décembre 2009 relatif à une demande d'avis du ministre de la Culture et de la Communication portant sur le livre numérique.

tandis que les libraires cherchent à rappeler qu'ils ne sont pas de simples vendeurs de livres. L'enjeu immédiat pour les acteurs du livre physique est en effet de trouver quelles seront leur position et leur influence dans une chaîne mêlant supports matériel et immatériel.

La structure actuelle de la filière du livre est-elle adaptée à un tel repositionnement ? Depuis 1981, cette filière est organisée autour du prix unique du livre comme colonne vertébrale définissant les rapports entre les différents acteurs : en donnant à l'éditeur le pouvoir de décider à quel prix est vendu chaque titre, le prix unique du livre supprime la concurrence entre détaillants et met entre les mains de l'éditeur à la fois le prix final de vente et la marge du détaillant. Du fait de ce rôle central du prix unique, il nous a paru nécessaire de revenir aujourd'hui sur cette mesure emblématique pour en évaluer les effets et les conséquences à l'aide des outils de l'économie.

Une abondante littérature théorique, relevant de l'économie industrielle, traite des formes et des conséquences de l'imposition d'un prix de revente par le fabricant, dont le prix unique est une forme particulière. Bien que connus et acceptés, les résultats de cette littérature n'ont été que partiellement mobilisés dans l'analyse du marché du livre, souvent faute de bien savoir si ces résultats restaient valables dans le cas d'un bien réputé si particulier. Au niveau empirique, des éléments d'évaluation existent, mais qui n'ont pas non plus fait l'objet d'une synthèse orientée vers la compréhension des conséquences du prix unique du livre. Enfin, et surtout, le prix unique du livre organise un système au premier abord assez opaque de subventions croisées entre titres. Cette opacité correspond au flou existant quant aux objectifs exacts et aux moyens. Les outils de l'analyse économique permettent d'explicitier ce système de subventions et de mettre ses conséquences en regard des différents objectifs poursuivis. Il s'agit donc de présenter les éléments d'analyse permettant d'évaluer la pertinence du prix unique du livre physique au regard des nouvelles conditions créées par l'arrivée du livre numérique.

Au vu de ces éléments, il nous semble que le prix unique du livre n'a mérité ni l'excès d'honneur ni l'indignité dont le débat public l'a chargé. Il ne paraît en effet pas avoir augmenté de manière notable le prix des livres, non plus que son absence dans d'autres pays ne semble avoir nui à la production éditoriale ni à l'existence d'une activité de librairie de détail. Dans sa forme actuelle toutefois, le prix unique du livre répond pour partie à des préoccupations d'égal accès au livre que l'évolution des technologies de communication ont rendu assez largement obsolètes. À ce titre, ses modalités actuelles constituent un obstacle au repositionnement des libraires sur leur apport essentiel à la vie du livre numérique comme physique, la création d'information sur les livres ainsi que l'appariement initial entre livres et lecteurs. C'est pourquoi nous proposons des modifications des relations entre éditeurs et libraires qui, associées à un prix unique plus dynamique, permettraient au secteur du livre de mieux répondre à l'arrivée de son *alter ego* numérique.

Avant même d'entrer dans ces considérations, nous tenons à préciser notre position vis-à-vis de deux concepts difficiles à définir et à appréhender à l'aide des outils quantitatifs de l'économie : la *qualité* de la production éditoriale et sa *diversité*, conformément à l'objectif affiché par le prix unique de « préserver une offre éditoriale diversifiée et de qualité ». Aucun de ces deux termes ne fait l'objet d'une définition consensuelle et tous deux charrient nombre de sous-entendus qui minent le débat sur le prix unique du livre en tant que dispositif d'organisation des relations commerciales au sein d'un secteur économique. Faut-il entendre par diversité le simple menu de choix proposé aux lecteurs ou considérer seulement les titres effectivement achetés en masse ? La qualité d'un ouvrage se mesure-t-elle à son succès commercial, à sa réception critique ou à sa postérité ? Ces questions dépassant de très loin le cadre de cet opuscule, nous expliquons brièvement dans les deux sections suivantes pourquoi nous avons choisi de nous abstraire complètement de la question de la valeur culturelle des ouvrages proposés et nous nous sommes cantonnés à

deux mesures élémentaires de la diversité, le nombre de titres publiés et la concentration des ventes.

Partisans comme adversaires du prix unique du livre s'accordent sur l'existence d'externalités positives de la lecture. En favorisant la circulation des idées, la communication, la découverte de nouvelles expériences, la lecture augmente le capital humain de l'ensemble de la société et profite ainsi non seulement au lecteur mais aussi à tous ceux avec qui il est en contact¹.

Cependant, les avis divergent ensuite sur la participation de chaque ouvrage à ces externalités. Ainsi, la plupart des argumentaires en faveur du prix unique du livre développent l'idée selon laquelle les ouvrages culturellement les plus importants ne peuvent jamais attirer qu'une faible demande du fait de leur caractère exigeant². Symétriquement, les *best-sellers*, en s'adressant au plus petit dénominateur commun³, portent pour eux le soupçon d'une valeur culturelle faible. Les adversaires du prix unique interrogent la possibilité même de définir la valeur culturelle d'un ouvrage :

1. L'existence de ces externalités est prise comme un fait acquis tant par M. Canoy *et al.* (« The economics of books », in V. A. Ginsburgh et D. Throsby (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Oxford, Elsevier, 2006, p. 722-759) que par F. Rouet (*Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, 2007). L'argument selon lequel les livres, qu'il s'agisse ou non de fiction, sont un élément essentiel de la circulation des idées nous paraît suffisamment convaincant pour ne pas y revenir ici.

2. F. Rouet (*ibid.*), suivant en cela la pratique des auteurs français, parle d'ouvrages « difficiles » pour désigner les ouvrages ayant une valeur culturelle importante. Ce qualificatif emporte l'hypothèse implicite que ces ouvrages, du fait de leur difficulté, ne sauraient attirer un large public.

3. Cette expression est issue de l'analyse des industries culturelles inspirée par Th. W. Adorno. Selon cette analyse, les industries culturelles ne peuvent soutenir une production de masse qu'en s'adressant aux émotions et aux réactions les plus primaires, car communes au plus grand nombre de personnes. Partant, plus un ouvrage en appelle à un large public, plus sa valeur culturelle serait faible.

en l'absence de critères communs, le succès public n'est-il pas ce qui, *in fine*, donne la meilleure indication sur la portée d'un ouvrage ? Peut-on vraiment comparer la valeur « culturelle » d'ouvrages aussi différents que *La Femme-objet* de Guy des Cars (J'ai Lu, 1993), *Ritournelle de la faim* de J. M. G. Le Clezio (Gallimard, 2008) et *Vol 714 pour Sidney* d'Hergé (Casterman, 1968) ?

Il est facile, ce qui ne manque pas d'être fait, de caricaturer la position des partisans du prix unique comme élitiste, et celle de ses adversaires comme populiste. Pour ce qui nous intéresse ici, la question du lien entre valeur culturelle et réussite commerciale nous semble dépasser tant le cadre de cet opuscule que celui de l'économie en l'état actuel des connaissances. Si on peut donner une définition empiriquement utilisable de la réussite commerciale d'un ouvrage, il n'existe pas à notre connaissance d'outils permettant de mesurer de manière consensuelle la valeur culturelle, pour autant que cette notion puisse elle-même faire l'objet d'une définition indépendante de jugements subjectifs. Nous nous bornerons donc à admettre que la lecture en général présente des externalités positives et qu'on peut souhaiter l'encourager en favorisant les achats de livres.

Concernant maintenant la question de la *diversité*, terme présent dans le texte même de la loi de 1981. F. Benhamou¹ a montré comment, au cours des années 1990 et 2000, les termes de *diversité culturelle* ont acquis un rôle central dans la conception de la politique culturelle, comme substitut d'une *exception culturelle* en crise. Il est ainsi possible que dans la loi de 1981, le terme de *diversité*, explicitement distingué de celui de *qualité*, renvoie essentiellement à une notion quantitative de la diversité. F. Benhamou remarque également que la notion de diversité ne fait pas l'objet d'une définition consensuelle. En ce qui concerne les livres, la diversité peut se mesurer à l'aune du nombre de titres publiés, du nombre de

1. Voir F. Benhamou, *Les Dérèglements de l'exception culturelle. Plaidoyer pour une perspective européenne*, Paris, Le Seuil, 2006, chap. 5.

titres matériellement accessibles par une proportion donnée de la population, ou du nombre de titres dépassant un certain seuil de lecteurs. Ces trois dimensions ne sont pas toujours concordantes et peuvent conduire à des évaluations très différentes de la diversité de l'offre éditoriale disponible. En ce qui concerne le marché du livre, les possibilités de livraison à la demande font que la quasi-totalité de l'offre est matériellement accessible dans des délais raisonnablement brefs. Par ailleurs, tous les biens culturels présentent une concentration importante de la consommation sur une faible partie de l'offre : un faible nombre de titres attire une très large part de la demande, tandis que l'immense majorité des titres ne sont vendus qu'en faibles quantités¹. La concentration des succès éditoriaux sur quelques titres peut ainsi procéder à la fois de cette dynamique intrinsèque à la demande de livres et de l'évolution de l'organisation industrielle du secteur de l'édition. Faire la part entre ces deux éléments dépasse de très loin le propos de cet opuscule, pour autant que la chose soit possible avec les seules données existantes. C'est pourquoi nous prendrons par la suite comme indicateur de la diversité le nombre de titres publiés, en gardant à l'esprit les limites d'un tel instrument de mesure.

Afin de bien appréhender les différentes dimensions de la question du prix unique du livre, la présente étude commence par un bref portrait statistique et organisationnel du secteur de l'édition et de la vente de livres, pour ensuite faire le point sur ce que recouvre précisément la notion de prix unique du livre, à la fois en termes de relations économiques, dans ses dimensions historiques et dans son application dans d'autres pays que la France. Le cœur analytique de cet opuscule est exposé dans les deux sections suivantes. La première détaille l'analyse économique des conséquences du

1. Dans *L'Économie du star system* (Paris, Odile Jacob, 2002), F. Benhamou examine les ressorts et les conséquences de cette concentration, connue sous le nom de *star system*, dans le cadre des biens culturels.

prix unique du livre à la lumière des travaux théoriques et empiriques concernant à la fois les effets généraux d'une imposition du prix de revente et son impact particulier sur le marché du livre. L'enseignement essentiel de cette partie est que les effets du prix unique du livre, positifs comme négatifs, ont probablement été exagérés tant par ses partisans que par ses adversaires. La section suivante montre qu'au-delà de la seule question du prix des livres et de la démographie des libraires, il existe des effets majeurs qui obligent à reconsidérer le prix unique du livre moins dans ses conséquences sur les deux dimensions citées que dans son adéquation au rôle qui lui est assigné. La recomposition du secteur et de l'évolution des technologies ont en effet rendu caduques une partie des craintes ayant présidé à la mise en place du prix unique du livre. Les mêmes phénomènes ont en outre contribué à retourner le dispositif actuel du prix unique du livre contre ses objectifs initiaux, mettant un frein à la promotion de la lecture et au bon fonctionnement de l'ensemble de la filière de la vente de livres. Ces évolutions imposent de redéfinir précisément celles des fonctions du libraire qui pourraient ne pas être remplies en l'absence d'un dispositif spécifique. Nous mettons en évidence la perte d'importance du rôle de la mise à disposition physique de l'objet livre, et parallèlement l'importance accrue du rôle de recherche et développement correspondant à la promotion d'ouvrages nouveaux, risqués ou à vente lente. La dernière section de cet opuscule envisage donc les possibilités d'action publique sur la filière. Nous considérons d'abord les modalités existantes de l'aide publique, hors prix unique du livre, qui nous paraissent être plus des compléments que des substituts de la mesure. En conséquence, nous montrons finalement comment l'informatisation de la gestion des stocks permet de concevoir un modèle plus souple pour le prix unique du livre, permettant de rémunérer plus spécifiquement les acteurs jouant un rôle important dans la promotion des livres inconnus ou difficiles, en d'autres termes ceux dont l'action est la plus importante pour assurer la mise à disposition d'une offre diversifiée et de qualité.

1. Le secteur du livre

Sur le plan symbolique au moins, le livre occupe une place à part dans le domaine de l'économie de la culture. S'il partage de nombreuses caractéristiques avec d'autres biens culturels reproductibles¹, il fait l'objet d'un traitement particulier tant dans la littérature académique qu'en termes de politiques publiques. Nous allons donc tenter de décrire le secteur du livre, d'abord de manière analytique, afin de délimiter le contenu économique de l'assertion selon laquelle le livre ne serait pas un bien comme les autres, puis de manière empirique afin de mettre en place les aspects essentiels de ce marché.

LES LIVRES, DES BIENS PAS COMME LES AUTRES ?

L'argument selon lequel le livre n'est pas un bien comme les autres est un leitmotiv de la défense du prix unique du livre². Si le rôle des livres dans la circulation des idées ne semble pas contestable, cet argument ne s'applique pourtant pas à une large partie de la production, qui mélange essais, récits, guides pratiques et ouvrages de référence. Est-il alors possible de définir une spécificité du livre *en tant que bien économique*, indépendamment du type d'ouvrage ? Pour ce faire, trois propriétés nous semblent essentielles pour comprendre l'économie du livre.

1. R. E. Caves met en évidence les similarités avec le secteur du disque à la fois au niveau de la production initiale (*Creative Industries*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 2002, chap. 3) et au niveau du fonctionnement du marché de détail (chap. 9). Cette analogie rencontre toutefois ses limites au niveau du commerce de détail, voir *infra*, p. 55, note 1.

2. Christian Thorel, directeur de la librairie Ombres blanches à Toulouse, présente cet argument comme étant le « grand principe » de la loi Lang dans sa lettre ouverte du 22 janvier 2008.

La première est que le livre est un *bien d'expérience*. Contrairement à un ordinateur ou à une voiture que l'on peut évaluer sur la base de caractéristiques matérielles, il est difficile d'évaluer la satisfaction que l'on va retirer de la lecture d'un livre avant de l'avoir lu. La collection, le genre ou la quatrième de couverture peuvent donner des indices, mais qui ne renseignent que peu sur le style, la manière de mener le récit ou l'exposé, la qualité intrinsèque de l'ouvrage. Difficile surtout de savoir s'il va plaire à une personne donnée. De ce fait, les phénomènes de bouche-à-oreille sont fondamentaux dans la dynamique de vente d'un ouvrage¹. En conséquence, la réussite commerciale d'un titre donné est extrêmement difficile à prévoir². Elle n'est connue que lorsque l'ouvrage est proposé au public. Les indices disponibles avant la mise sur le marché (prélecture par un panel, notés des libraires³) sont de mauvais prédicteurs des ventes⁴ et ne sont accessibles qu'à un point très tardif du processus de production (lorsque la part la plus importante des coûts, le temps d'écriture, a déjà été dépensée). Dans le cas des livres, même les récompenses les plus prestigieuses, un prix Goncourt par exemple, ne suffisent pas à faire un succès, elles ne font que garantir un niveau minimal des ventes.

1. Voir J. Beck, « The sales effect of word of mouth : a model for creative goods and estimates for novels », *Journal of Cultural Economics*, 2007, 31(1), p. 5-23, pour une description de ces phénomènes et de leurs conséquences sur l'évolution des ventes d'un livre dans le temps.

2. La plupart des biens culturels partagent cette caractéristique, baptisée *nobody knows* (personne ne sait [quel sera le succès commercial d'un bien donné]) par R. E. Caves dans *Creative Industries*.

3. Les *notés* sont des ouvrages commandés par le libraire en amont de la parution au représentant du diffuseur ou de l'éditeur, et assortis d'un droit de retour.

4. R. E. Caves, *Creative Industries*, p. 3.

La deuxième propriété est la *brièveté du cycle de vie* de la plupart des titres. Un nouveau livre dispose de quelques semaines d'exposition¹ sur les tables et dans les vitrines pour trouver son public et générer le bouche-à-oreille qui en fera un succès. Passé ce délai, il devient un « rossignol », perché sur une étagère parmi des centaines d'autres. Cette propriété se couple avec le caractère prototypique de tous les biens culturels : les coûts de fabrication de la première copie (écriture, mise en page, typographie) sont très élevés au regard du coût de production de tous les exemplaires suivants.

La troisième propriété essentielle du livre est que si chaque titre est unique, le *nombre de titres offerts* est considérable, non seulement conduisant à un spectre très large, mais aussi à l'existence pour chaque ouvrage d'un grand nombre de titres très proches et potentiellement substituables. De ce fait, la recherche d'un livre à son goût est une démarche coûteuse pour le lecteur potentiel², ce qui accentue le rôle des prescripteurs (critiques, bouche-à-oreille) et des intermédiaires (libraires) dans le processus de rencontre entre un livre et son public. De ce processus émerge une différenciation verticale *ex post* très marquée, un petit nombre de titres représentant une part importante du marché³, ce qui fait d'eux des opérations très rentables tandis que l'immense majorité des autres titres parviennent tout juste à l'équilibre ou sont déficitaires.

1. Bruno Caillet, directeur commercial chez Gallimard, évalue l'espérance de vie d'un livre sur les tables à trois mois maximum. Voir « Le circuit du livre. L'évolution de la diffusion », *Les Cahiers du SLF*, 2004, 1 (1).

2. F. Benhamou propose une modélisation de ce type de décision (voir « Essai d'analyse d'une pratique culturelle : la lecture et l'achat de livres », thèse de doctorat, université Paris I Panthéon-Sorbonne, 1985).

3. En 2004, les dix romans les plus vendus en France représentaient 47 % du total des ventes de romans (F. Benhamou et S. Peltier, in H. Gaymard, « Situation du livre. Évaluation de la loi relative au prix unique et questions prospectives », rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, 2009).

Ces trois caractéristiques, bien d'expérience, cycle de vie bref et grande diversité, sont communes à d'autres biens culturels. Elles expliquent toutefois le mode de production et de distribution propre au livre, où la mise à disposition d'informations sur les titres importe tout autant que le prix et la composition de l'assortiment présenté.

LA CHAÎNE DU LIVRE

Organisation

La production du livre reflète en partie les spécificités décrites ci-dessus. À l'origine d'un livre, un auteur produit un manuscrit. L'offre des manuscrits cherchant publication excédant considérablement la capacité du marché¹, l'immense majorité des auteurs ont pour but principal la publication elle-même et ne sont pas en position de négocier des rémunérations importantes. Ainsi, ils perçoivent moins de 10 % du prix final des livres, ces droits constituant une source de revenus secondaire sauf pour une poignée d'auteurs-vedettes². Le prix unique du livre n'intervient à ce niveau que comme un moyen commode de calculer l'assiette des droits dans le cas général, droits qui pourraient aussi aisément être calculés sur la base d'un prix conventionnel en l'absence de prix unique. Dans ce qui suit, nous nous concentrerons donc sur les relations entre les éditeurs et les détaillants, où le prix unique du livre joue un rôle beaucoup plus essentiel.

1. D'après R. E. Cave (*Creative Industries*), aux États-Unis, sur 15 000 manuscrits de romans proposés à un éditeur, un seul est finalement publié. Pour la France, F. Benhamou estime que moins de 5 % des manuscrits non sollicités sont publiés (*L'Économie de la culture*, Paris, La Découverte, 2003, p. 66).

2. En France, seuls 2 500 auteurs (sur un nombre estimé de 55 000) tirent l'essentiel de leur revenus de leurs droits d'auteur (d'après H. Gaymard, « Situation du livre »). Les contrats avec ces auteurs comprennent le plus souvent de substantielles avances.

Le rôle de l'éditeur est d'abord de faire un tri dans la masse de propositions de manuscrits pour repérer ceux susceptibles d'être amenés à la publication¹. Dans ce choix interviennent des questions de cohérence des collections, des logiques de portefeuille d'auteurs ainsi que des coups de cœur de l'éditeur lui-même. Le manuscrit fait alors l'objet d'un travail de relecture, souvent de réécriture partielle, puis d'un travail de correction typographique et de mise en page.

Le livre est alors imprimé, puis confié à un diffuseur, qui le propose aux détaillants, et à un distributeur qui en assure l'acheminement. Quel que soit le régime du prix du livre, l'éditeur fixe un prix de référence pour chaque titre. Les distributeurs et diffuseurs touchent, pour chaque exemplaire traité, un pourcentage de ce prix de référence comme rémunération de leurs prestations². Selon les relations contractuelles existant entre l'éditeur et le diffuseur, le premier peut déléguer au second le choix de la marge exacte laissée aux libraires, le diffuseur pouvant avoir des relations plus étroites avec les libraires concernés. Cette politique de marge constitue un élément important du choix qu'un éditeur fait de son diffuseur. Dans la suite de cet ouvrage, lorsque nous parlerons des décisions concernant la marge du libraire prises par l'éditeur, nous considérerons toujours qu'elles peuvent également être le fait du diffuseur agissant pour le compte de l'éditeur.

1. Dans le monde anglo-saxon, les relations entre auteurs et éditeurs se font pratiquement toujours par l'intermédiaire d'un agent littéraire, qui effectue un premier tri (voir R. E. Caves, *Creative Industries*). En France, l'agent littéraire et la relation directe coexistent, cette dernière étant encore largement majoritaire, sauf parmi les auteurs de best-sellers.

2. F. Rouet souligne que la base de rémunération peut être complexe, mais reste proportionnelle au volume traité, sans partie forfaitaire (*Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 313).

Le prix unique du livre intervient donc essentiellement dans la relation entre les éditeurs et les détaillants. C'est pourquoi ici nous nous intéresserons quasi exclusivement à ces deux types d'acteurs. Conformément aux restrictions faites en introduction, notre étude de l'effet du prix unique du livre portera sur les choix quantitatifs faits par ces agents (prix, nombre d'exemplaires publiés et présentés, nombre de titres) ainsi qu'à la structure industrielle du secteur (type des acteurs, taille et concentration).

Portrait statistique

En termes quantitatifs, le secteur du livre est en France la première industrie culturelle en termes de chiffre d'affaires¹. Le niveau de l'édition² a le visage d'un duopole, formé d'Hachette Livre (branche du groupe Lagardère) et d'Éditis (groupe Planeta), entouré de quelques maisons moyennes – anciennes (comme Gallimard ou Flammarion) ou issues d'une frange concurrentielle de petites maisons devenues moyennes à la faveur d'un succès de librairie (par exemple La Martinière, Actes Sud ou Soleil). La concentration dans l'édition en France est un fait ancien. Il remonterait au XIX^e siècle³. Le dernier quart du XX^e siècle a toutefois été le moment d'une

1. Selon la société GfK et le Syndicat national de l'édition (SNE), le chiffre d'affaires issu des ventes au niveau du marché final représentait 4,2 milliards d'euros en 2007, contre 1,2 milliards d'euros pour le disque. Ces chiffres sont repris dans C. Lacroix (dir.), « Statistiques de la culture, chiffres clés », rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, 2009.

2. Pour un panorama synthétique du secteur de l'édition en France et à l'étranger, voir F. Benhamou, « L'instauration du prix unique du livre (loi dite "Lang") » et « La loi confrontée à la concentration de la vente au détail », in F. Leblanc, *Encyclopédie de la librairie*, Paris, Cercle de la librairie, 2008.

3. Voir F. Benhamou, *L'Économie de la culture*, p. 73.

accélération considérable du phénomène, qui s'est accompagné d'un vaste mouvement d'internationalisation (concentration horizontale transfrontalière) et d'intégration dans des groupes plus vastes, dont l'édition ou le secteur culturel dans son ensemble peuvent ne pas être l'activité principale¹.

La concentration de l'édition contraste avec l'éclatement de la vente au détail², illustré par la figure 1. Les grandes surfaces culturelles spécialisées représentent 21,4 % des ventes en valeur et les grandes surfaces généralistes une part équivalente. Viennent ensuite les librairies (18 %) suivies de près par la vente par correspondance et les clubs (16 %), tandis que les commandes par Internet se montent à 8 % du marché, une part principalement prise aux clubs de livres. Le reste des ventes est le fait d'autres points de vente non spécialisés, des soldeurs et du courtage. Les parts de marché sont également fluctuantes au cours du cycle de vie d'un titre. La part des ventes en librairie est ainsi généralement plus importante dans les premières semaines de la commercialisation d'un titre d'une part, et d'autre part pour les titres parus depuis plus de deux ans. Les agrégats ci-dessus masquent une très grande diversité dans l'ampleur de l'assortiment, la profondeur du stock et la vitesse de rotation du fonds. Ainsi, les plus grandes librairies et les grandes Fnac proposent plus de 100 000 références, autour de 50 000 pour les librairies moyennes et la plupart des grandes surfaces culturelles, et de 2 000 à 25 000 pour les grandes surfaces généralistes. Les plus petits points de vente (maisons de la presse,

1. La recherche d'économies d'échelle et de coûts de transaction (les *synergies*) a constitué un moteur important de ce phénomène dans les années 1990 et 2000. Pour une analyse des fondements et des résultats (mitigés) de cette stratégie, voir R. E. Caves, *Creative Industries*, chap. 20.

2. Pour un portrait du commerce de la librairie en France, voir F. Rouet, *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 193 sq.

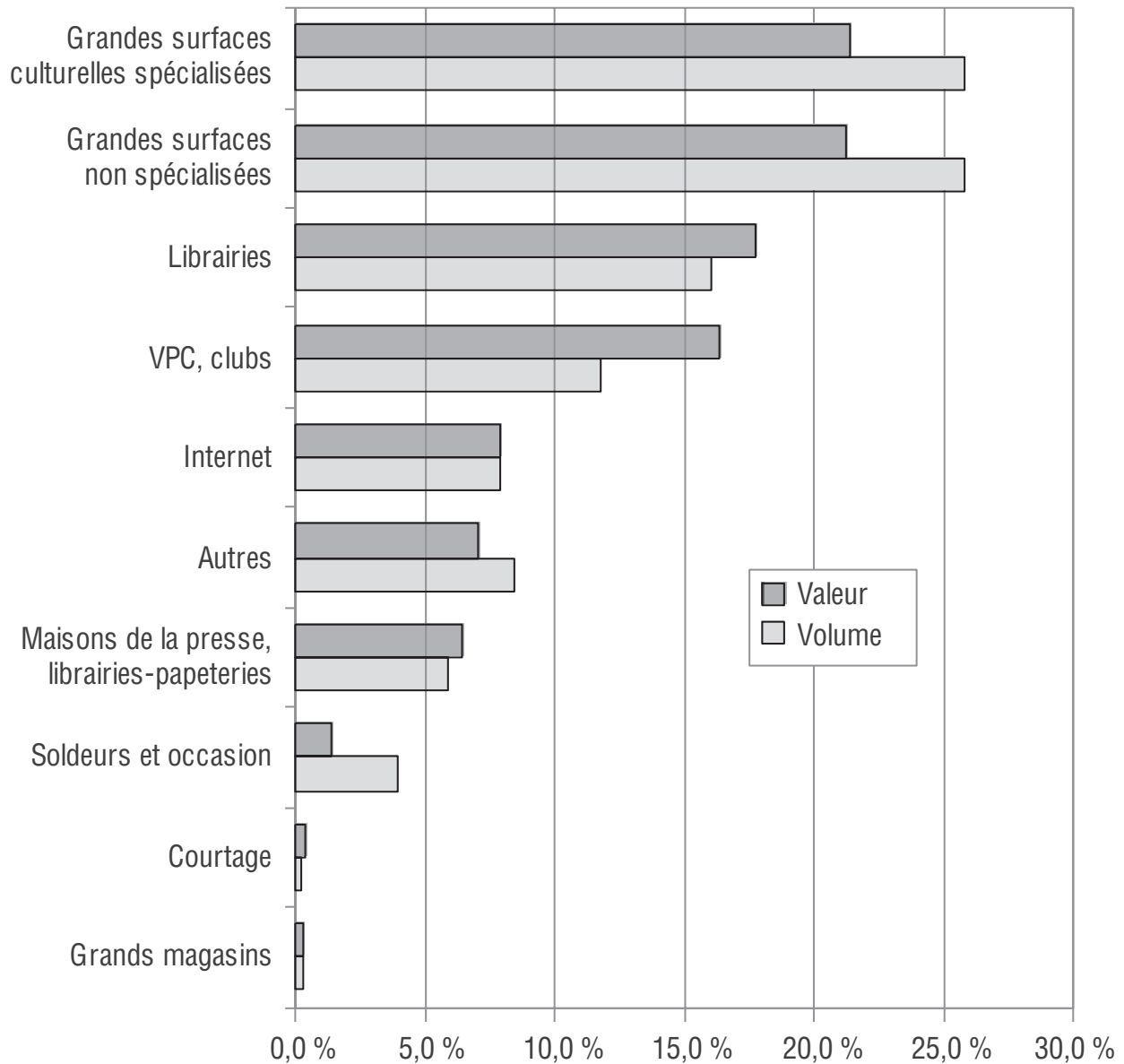


Figure 1 – Lieux de vente des livres au détail en France (2007).

Source : SNE et DEPS.

Relais H) proposent habituellement de quelques centaines à un millier de références¹. La concurrence entre points de vente prend donc la forme d'une combinaison entre les prix proposés (en l'absence de prix unique),

1. Source : GfK.

l'ampleur de l'offre et la qualité du conseil offert. La crainte que la concurrence en prix n'occulte les autres aspects et ne nuise ainsi à la diversité de l'offre de livre fonde le choix du prix unique du livre. Les progrès dans les techniques d'impression ont cependant contribué à abaisser les coûts initiaux, permettant d'amortir un titre sur un nombre d'exemplaires plus faible et d'effectuer rapidement de nouveaux tirages d'un titre déjà édité. Cette évolution permet pour un coût d'impression identique à ce qu'il était il y a vingt ans d'éditer un plus grand nombre de titres. La figure 2 illustre cette évolution dans le cas de la France : entre 1985 et 2007, le nombre de nouveautés éditées a plus que doublé, et les réimpressions ont été multipliées pas 2,7. D'après les chiffres du Centre national du livre, 594 600 titres étaient disponibles en 2008, dont 562 038 ont été achetés au moins une fois.

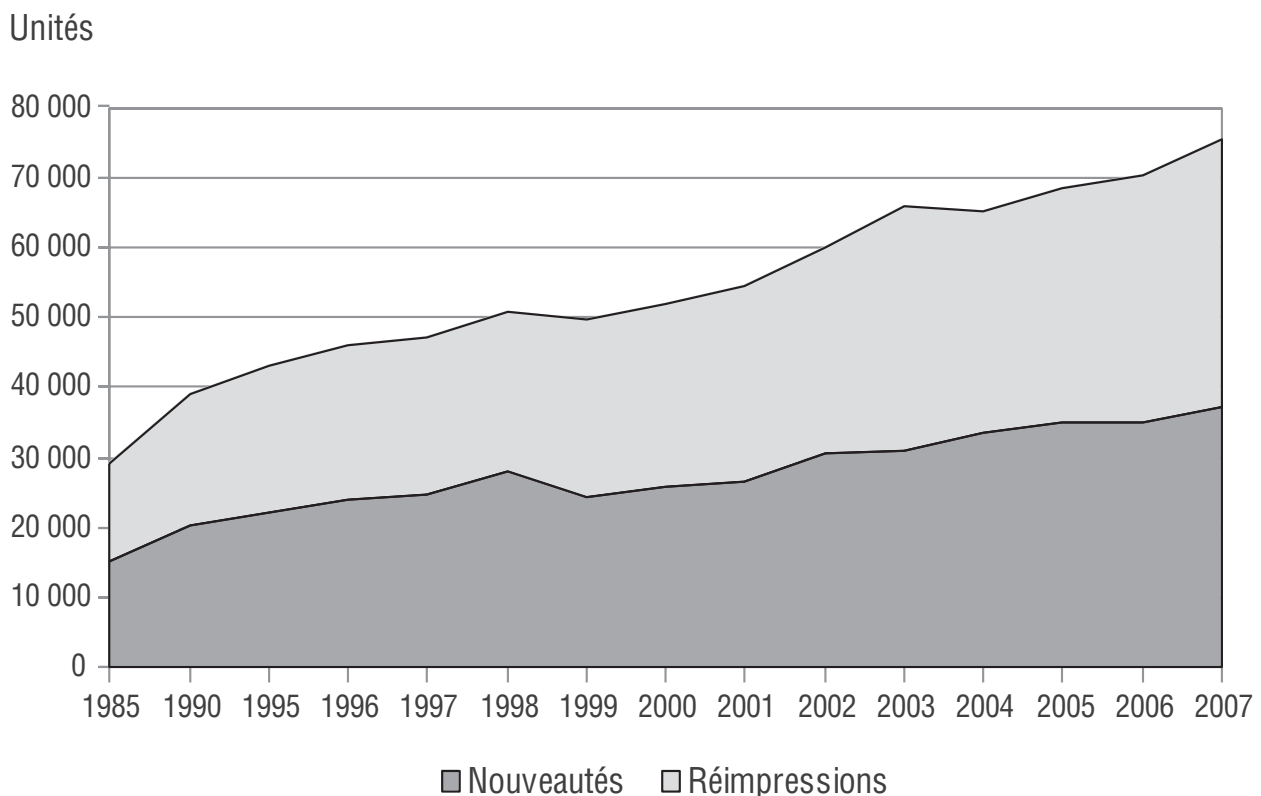


Figure 2 – Nombre de titres édités en France.

Source : SNE et DEPS.

Cette augmentation de la quantité de nouveautés et, par conséquent, du stock de titres disponibles, repousse vers l'aval, donc vers les détaillants, le goulot d'étranglement de la filière, les surfaces des détaillants ayant augmenté beaucoup moins vite que le nombre de titres disponibles. En requérant un tirage plus faible pour amortir le coût fixe d'impression, cette évolution technologique a également conduit à une diminution du tirage moyen, illustrée par la figure 3 : entre 1985 et 2007, le tirage moyen est passé de 12 600 à 8 700. Dans le même temps, l'augmentation du nombre de titres faisait passer le nombre total d'exemplaires de 365 millions à 655 millions.

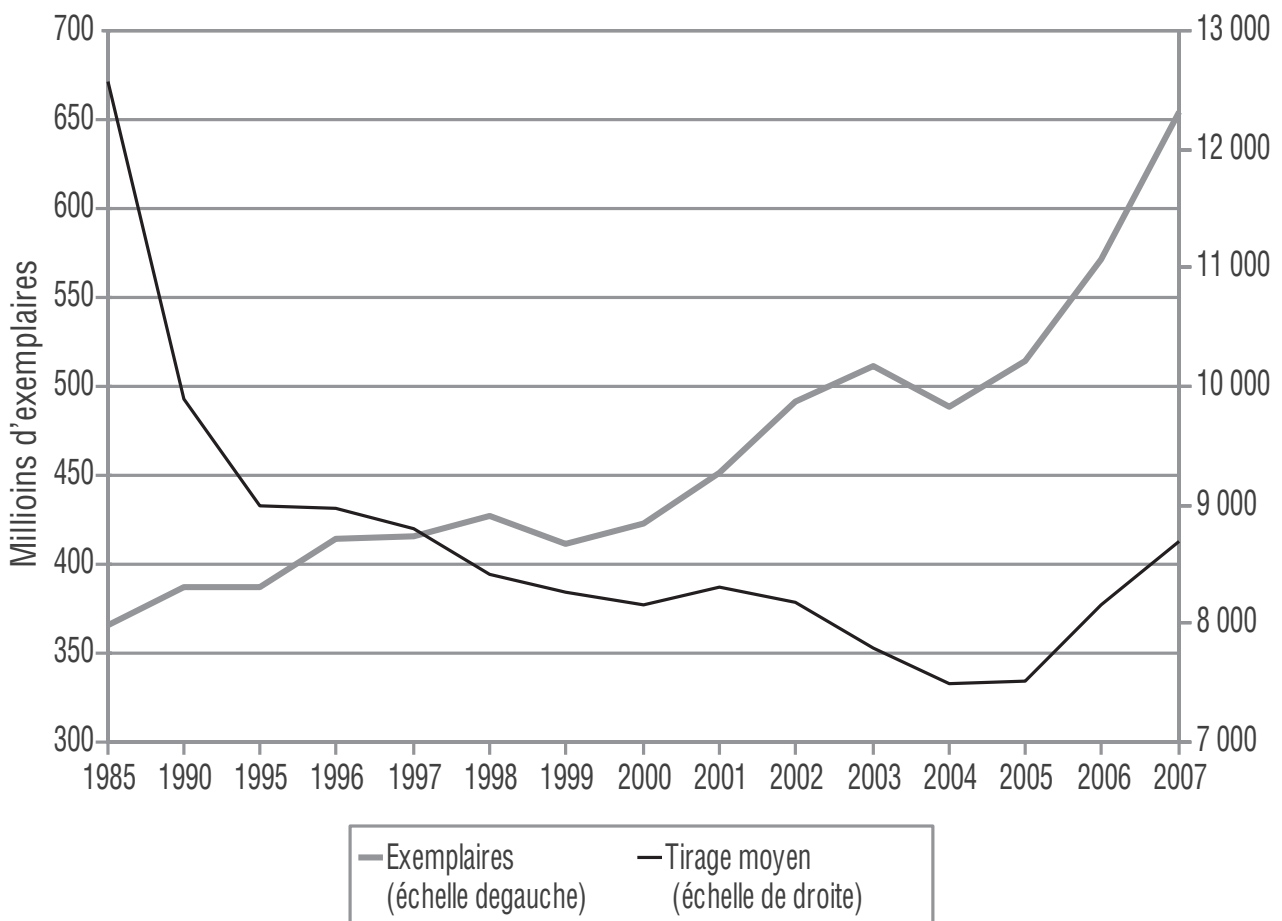


Figure 3 – Nombre d'exemplaires et tirage moyen en France.

Source : SNE et DEPS.

À quel prix cette offre est-elle proposée ? L'analyse économique des restrictions verticales prédit qu'une mesure du type prix unique aura vraisemblablement un effet inflationniste. Un examen de l'évolution du prix des livres mesuré par l'Insee dans le cadre de la comptabilité nationale¹ depuis 1978 (figure 4) accrédite à première vue cette idée.

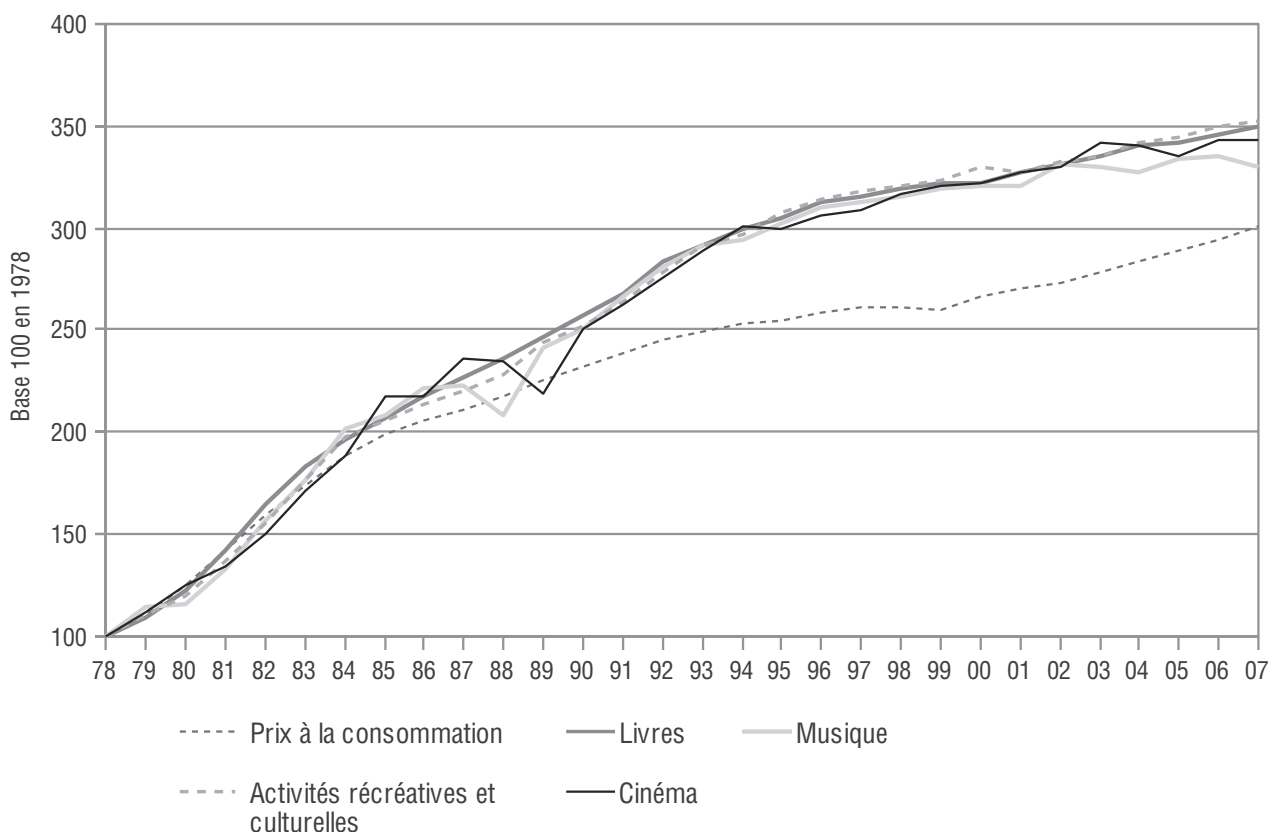


Figure 4 – Indices des prix en France, base 100 en 1978.

Depuis cette date, l'indice des prix à la consommation a été multiplié par 3 et celui du prix des livres par 3,5, de même que celui de l'ensemble des

1. Nous remercions Régis Arthaud et Dominique Brossault (Insee) de nous avoir communiqué ces séries de prix.

activités culturelles et récréatives¹. Sur les trente dernières années donc, le livre a renchéri relativement à l'ensemble des biens de consommation, mais pas relativement aux autres biens et services culturels.

Un examen de ces séries de prix sur le plus long terme, depuis 1960 (figure 5), fait apparaître que le prix des livres a augmenté un peu plus vite que l'indice des prix à la consommation, mais nettement moins vite que celui des activités culturelles. Entre 1960 et 1978, l'indice des prix à la consommation a été multiplié par 3,1 et celui des livres par 3,3.

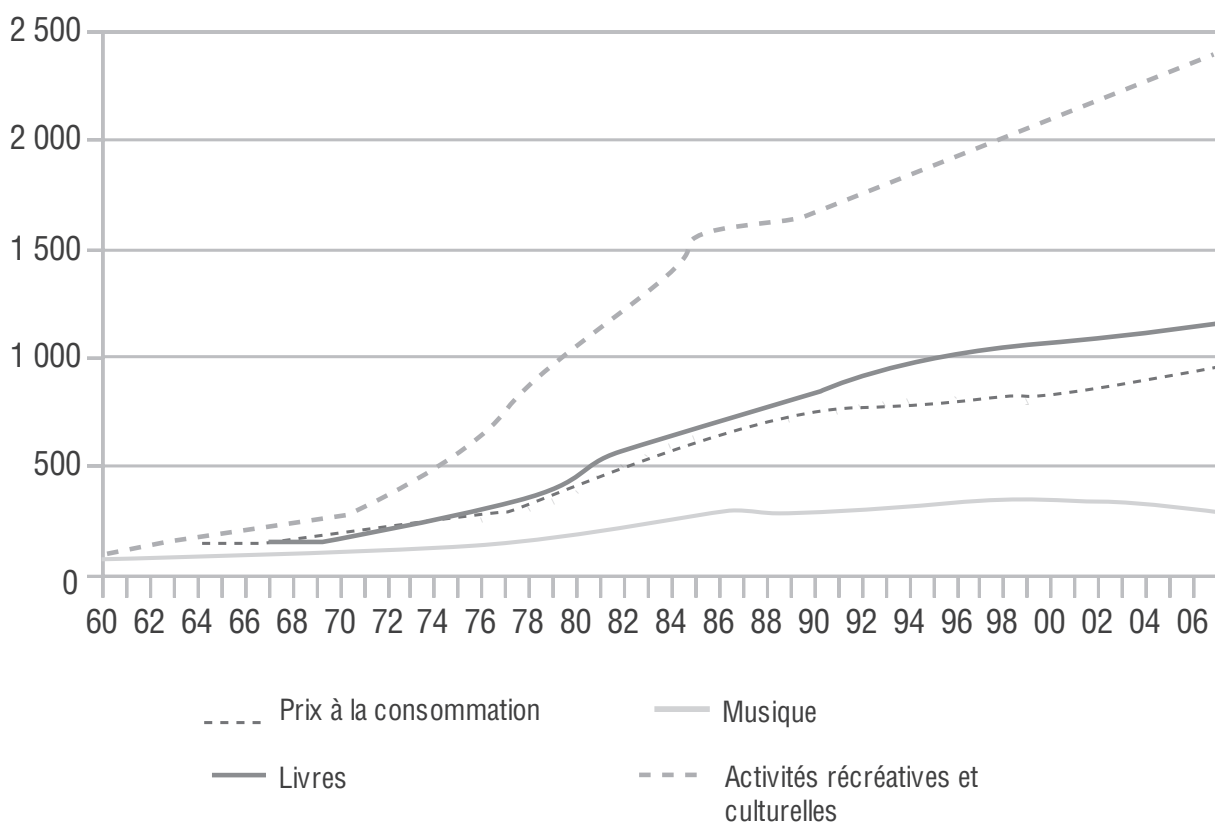


Figure 5 – Indices des prix en France, base 100 en 1960.

1. La chute brutale de l'indice des prix de la musique en 1988 s'explique par une diminution du taux de TVA sur la musique cette année-là.

Sur l'ensemble de la période, ces coefficients sont respectivement 9,3 et 11,6. Il apparaît donc que l'essentiel de l'augmentation du prix relatif du livre a eu lieu entre 1978 et 2000. Enfin, depuis 2000, l'indice du prix a augmenté de 8,6 % tandis que l'indice des prix à la consommation augmentait de 15,6 % (figure 6). Si le prix de la musique (édition d'enregistrements sonores) diminue durant la même période, l'indice du prix des activités récréatives et culturelles connaît la même augmentation que l'inflation. Sur la période récente donc, le prix relatif du livre a diminué, à la fois par rapport à l'ensemble des consommations des ménages et par rapport aux autres biens culturels, qui en sont les substituts les plus proches.

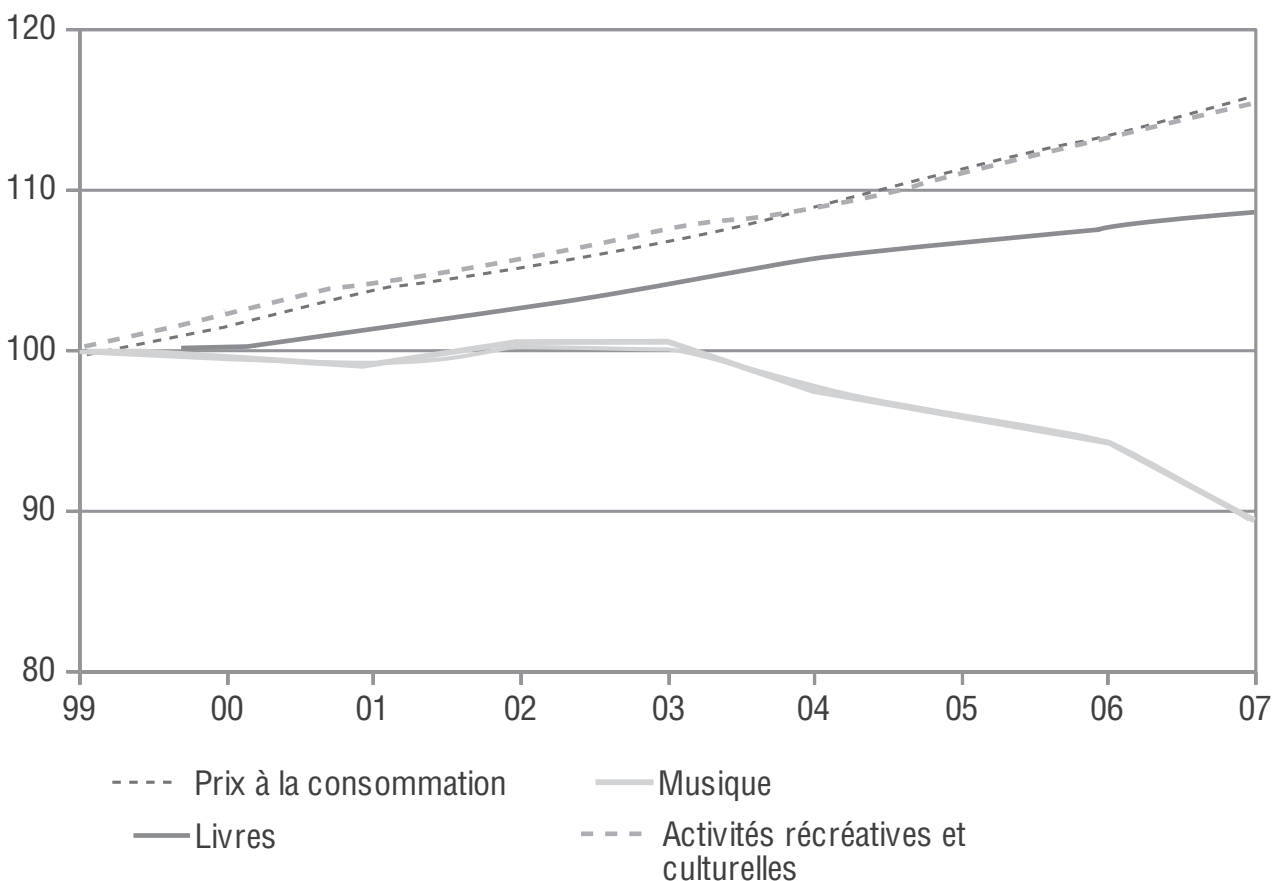


Figure 6 – Indice des prix en France, base 100 en 1999.

De nombreux facteurs influant sur le prix relatif des livres ont évolué de manière importante depuis 1960 : concentration dans le secteur de l'édition, développement de la grande distribution, concurrence limitant l'augmentation des prix à la consommation, évolution des lieux de vente et des formes de consommation du livre, prix unique – les explications possibles sont nombreuses et nullement exclusives les unes des autres. En outre, si le prix unique du livre avait réellement un effet inflationniste, celui-ci devrait apparaître tant par rapport à l'ensemble des consommations que par rapport aux seules consommations culturelles. Le parallélisme de l'évolution du prix des livres et de celui des consommations culturelles depuis la fin des années 1978 n'accrédite donc pas l'idée d'une forte augmentation du prix des livres due au prix unique. Il est difficile d'aller plus loin sans entrer dans le détail de la construction de ces différents indices et de celle de l'agrégat des consommations culturelles. Il faut toutefois noter que si le prix des livres a suivi celui des autres consommations culturelles, le prix de certains biens culturels de masse, au premier rang desquels les proches substituts du livre que sont la musique enregistrée, la vidéo et l'informatique personnelle, ont connu une décroissance importante de leur prix relativement à celui de l'ensemble des biens. Sur le long terme, on assiste donc à un renchérissement relatif du livre, qui peut n'être pas lié au prix unique mais qui impose de se pencher maintenant sur la manière dont est fixé le prix des livres afin de voir s'il est possible de faire la part de l'effet propre du prix unique.

2. Le prix unique du livre : comment et pourquoi ?

PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT

Le principe essentiel du prix unique du livre est une limitation de la concurrence entre détaillants au moyen de l'imposition par l'éditeur, titre par titre, d'un prix de vente minimal ainsi que d'un prix de vente maximal.

Le prix de vente minimal (prix plancher) vise deux objectifs. En premier lieu, il réduit considérablement la possibilité d'une concurrence en prix, incitant les détaillants à se faire concurrence sous la forme de services augmentant l'information et la gamme de choix proposées au lecteur potentiel. En second lieu, il vise à lutter contre les effets d'une concurrence asymétrique entre des détaillants, les libraires, qui proposeraient une vaste gamme de références, et d'autres, les grandes surfaces, qui ne proposeraient que les meilleures ventes à des prix cassés. Dans une telle situation, les libraires ne pourraient compenser les pertes faites sur la majorité des titres par les gains faits sur les titres les plus vendus, puisque ces derniers seraient vendus à prix réduits. Le prix unique du livre permet donc à l'éditeur, par l'intermédiaire du contrôle des marges, d'organiser un système de subventions croisées au niveau du libraire, la marge réalisée sur les meilleures ventes compensant les pertes faites sur le reste de l'offre¹. Le prix unique incite ainsi les lecteurs potentiels à acheter en librairie

1. Il faut ici dissiper une confusion fréquente. Le prix unique permet des subventions croisées *au niveau de chaque libraire*, ce que ne permet pas nécessairement un système de prix libres. L'existence de subvention croisées entre titres *au niveau de l'éditeur* n'est en aucun cas dépendante du prix unique du livre, puisque dans tous les cas, l'éditeur reste libre de fixer comme il l'entend les prix de gros de ses titres. Il peut donc toujours choisir d'établir un système de subventions croisées entre ses titres au moyen d'un prix de gros uniforme, ou d'opter pour une échelle de prix diversifiés.

(puisqu'ils savent qu'ils ne pourront pas trouver le même titre moins cher ailleurs, et peuvent bénéficier des conseils du libraire) et l'ensemble des vendeurs de livres à proposer un assortiment plus large et des services associés au livre.

Réciproquement, le prix de vente maximal garantit qu'aucun détaillant ne peut profiter d'une situation de monopole pour augmenter le prix de vente des livres, assurant ainsi une uniformité des prix sur l'ensemble du territoire et une égalité géographique d'accès au livre.

HISTORIQUE ET MODALITÉS EN FRANCE

Historique

Historiquement, le prix unique du livre, sous la forme d'un « prix conseillé » par l'éditeur, procède d'accords de cartel intervenus entre la fin du XVIII^e siècle et le début du XX^e siècle. Le développement du marché du livre, suivant la croissance de l'alphabétisation, avait en effet conduit à la séparation du rôle d'éditeur et du rôle de libraire. Le premier prenait le risque éditorial d'acheter un manuscrit à un auteur, tandis que le second ne faisait qu'acheter et mettre en vente des exemplaires, le risque pris étant limité au nombre d'exemplaires achetés. Le prix conseillé servait alors à répartir le risque entre les éditeurs et les libraires en permettant une coordination des prix entre les libraires et une meilleure mise en évidence des réductions consenties par le libraire en faveur d'un titre donné. À partir des années 1960, l'imposition aux commerçants d'un prix de revente, même « conseillé », fut considérée avec une suspicion croissante par les autorités de régulation de la concurrence, conduisant à son interdiction par principe dans la plupart des secteurs. Face à cette contestation, l'accord préexistant fut soit supprimé comme une entrave à la concurrence, soit doté d'un cadre législatif appuyé sur la spécificité du livre en tant que bien culturel.

La mise en place du prix unique du livre en France illustre cette trajectoire. Depuis la Libération¹, les éditeurs imprimaient sur la couverture de chaque ouvrage un « prix conseillé ». Celui-ci n'imposait aucune obligation aux libraires, mais servait de point de référence, de mécanisme de coordination. Ainsi, la plupart des libraires respectaient dans les faits ce prix conseillé, ce qui conférait à chacun d'entre eux un monopole limité sur sa clientèle, qui savait avoir peu de chances de trouver moins cher ailleurs. À partir de 1974 toutefois, la Fnac entame une politique de rabais systématique de l'ordre de 20 % par rapport au prix conseillé. Les grandes surfaces lui emboîtent le pas, faisant des livres des produits d'appel, vendus pratiquement à prix coûtant², afin d'attirer les clients qui fréquentaient plutôt les zones commerciales de centre-ville, où étaient situés les libraires. Le système du prix conseillé perdit alors sa raison d'être (assurer un prix homogène dans tous les points de vente), servant au contraire de référence pour mettre en avant les réductions proposées par les nouveaux entrants.

Une table ronde avec les pouvoirs publics conduit à la promulgation de l'arrêté Monory (23 février 1979), instaurant le « prix net » et interdisant la mention du prix conseillé. Toutefois, il apparaît rapidement que la plupart des librairies, y compris les plus grandes, ne sont pas capables de mener une politique commerciale pouvant rivaliser avec celle de la Fnac, qui

1. Un débat sur le mode de fixation du prix des livres a eu lieu au début des années 1950, marqué le 9 août 1953 par un arrêté interdisant les ententes sur les prix, puis par un autre le 11 juin 1954 instituant de fait un régime dérogatoire autorisant la pratique du prix conseillé (voir J. Boin, « Le commerce du livre : quelques éléments d'histoire », *Les Cahiers du SLF*, 2004, 1[1]).

2. Voir J. Rouet, *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 270 sq. : les supermarchés Leclerc proposaient ainsi communément des rabais de l'ordre de 40 % par rapport au prix conseillé.

compense des marges faibles par des volumes très importants, ni avec celle de la grande distribution, qui utilise les faibles marges sur les livres pour attirer des clients plus habitués des centres-villes et des commerces de proximité. Le débat sur le prix unique du livre devient alors un enjeu important de politique publique, au point de figurer dans les programmes présidentiels de l'élection de 1981. Contre l'avis de la grande distribution ainsi que celui de la FFSL¹, dans un climat de relative indifférence de la part des éditeurs², la loi du 10 août 1981, dite « Loi Lang » (du nom de Jack Lang, alors ministre de la Culture), instaure un régime de prix unique en France. Jack Lang décrivait les objectifs de cette mesure en ces termes : « Ce régime dérogatoire est fondé sur le refus de considérer le livre comme un produit marchand banalisé et sur la volonté d'infléchir les mécanismes du marché pour assurer la prise en compte de sa nature de bien culturel qui ne saurait être soumis aux seules exigences de rentabilité immédiate. 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. »

En pratique, la loi du 10 août 1981 fixe un cadre que les éditeurs eux-mêmes trouvent au départ particulièrement contraignant. Elle combine en effet un encadrement du prix et une durée longue d'encadrement, ainsi que des mesures destinées à éviter le contournement de la loi et des exceptions limitées.

1. Fédération française des syndicats de libraires.

2. À l'exception notable de Jérôme Lindon, directeur des Éditions de Minuit et figure de proue du mouvement en faveur du prix unique du livre (J. Rouet, *ibid.*, p. 370).

Modalités

Le point essentiel de la loi est l'encadrement du prix de revente au détail des livres au moyen d'un prix plafond (100 % du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur, prix qui doit être imprimé sur la couverture des ouvrages édités en France) et d'un prix plancher, fixé à 95 % du prix précédent.

Cet encadrement s'applique à tous les livres, et ne cesse d'être valable que pour les livres édités depuis plus de deux ans et dont le dernier approvisionnement remonte à plus de six mois. Cette provision permet aux libraires de se débarrasser des ouvrages qui se sont révélés de mauvaises ventes sans ouvrir de faille importante dans le dispositif. Cette durée de deux ans est très longue au regard du cycle de vie typique d'un livre, et la disposition sur la durée d'approvisionnement fait qu'un ouvrage trouvant ou retrouvant tardivement un public reste concerné par le dispositif, même si la date d'édition est ancienne. Un ouvrage réédité moins de neuf mois après l'édition originale doit également être vendu au même prix que celle-ci (article 4), afin d'éviter le contournement de la loi par les clubs de livres, qui proposaient des éditions « nouvelles » des ouvrages à succès avant même l'épuisement de l'édition initiale.

La loi interdit en outre aux libraires de faire des ventes à prime¹ autres que celles décidées par l'éditeur (article 6). Destinée à éviter le contournement de la loi par le biais d'offres promotionnelles, cet article a été l'objet d'argumentaires juridiques complexes, par exemple lors du débat sur la légalité de la gratuité des frais de port pratiquée par Amazon. En effet, si l'envoi gratuit ne constitue pas une remise au sens de la loi, la jurisprudence ne dit pas clairement si la gratuité des frais de port constitue ou non une prime.

La loi prévoit un ensemble d'exceptions au régime de prix unique (article 3), concernant les associations d'acquisition de livres scolaires, ainsi

1. Une vente à prime est une vente où l'achat d'un bien donne droit à un bien ou à un service différent du bien acheté. Par exemple, il est interdit de proposer des offres du type « Un CD de votre choix par livre acheté ».

que les livres achetés pour leurs besoins par l'État, les collectivités locales, les établissements d'enseignement, de formation et de recherche, les bibliothèques ouvertes au public, les syndicats représentatifs et les comités d'entreprise.

L'article 2 stipule par ailleurs que dans le calcul de la marge des libraires, l'éditeur doit tenir compte de la qualité du service rendu par les libraires, les remises liées à la qualité devant être supérieures à celles découlant de la commande de grandes quantités. Après avoir été longtemps l'objet de débats, ces remises qualitatives ont fait l'objet d'un protocole commercial fixant des critères qualitatifs précis¹.

LE PRIX UNIQUE DANS LE MONDE

Sous une forme ou une autre, le prix unique du livre est en vigueur dans de nombreux pays, en particulier en Europe. Le tableau I dresse le portrait d'une situation changeante. Plusieurs pays ont connu au cours des trente dernières années des évolutions dans un sens (Espagne, Grèce) comme dans l'autre (Finlande, Suède, Royaume-Uni), voire les deux (France, Suisse).

Toutes ces évolutions n'ont pas fait l'objet d'études comparatives synthétiques. L'exercice est d'autant plus difficile que les situations des pays concernés sont hétérogènes au regard de la taille du marché et du poids dans l'ensemble linguistique correspondant. Parallèlement, le livre fait dans la plupart des pays l'objet d'un traitement réglementaire de faveur, illustré dans le tableau I par l'imposition quasi générale d'un taux de TVA réduit. Les transitions d'un régime à l'autre sont l'occasion d'un débat pratiquement continu concernant les mérites et les inconvénients du prix unique du livre. D'un pays à l'autre cependant, les termes de ce débat sont à peu près partout identiques : l'inquiétude face à une raréfaction des points de vente, une concentration possible des ventes et de l'offre éditoriale sur quelques succès désignés à l'avance par de lourdes campagnes de promotion,

1. Voir le « Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie du 26 juin 2008.

Tableau 1 – Prix unique et taxation des livres dans le monde

Pays	Remarque	Taux de TVA (%)	
		Livres	Normal
Pays sous régime de prix unique du livre			
Allemagne	Accord interprofessionnel depuis 1888, loi depuis 2002	7	15
Argentine		10,5	21
Autriche	Loi depuis 2000	10	20
Corée du Sud		0	10
Danemark	Accord interprofessionnel depuis 1837, amendé en 2001	25	25
Espagne	Loi depuis 1975	4	16
France	Supprimé en 1979, réintroduit en 1981	5,5	19,6
Grèce	Loi depuis 1997	4,5	19
Hongrie	Accord interprofessionnel	5	20
Italie	Loi depuis 2005	4	19
Japon		5	5
Luxembourg	Livres luxembourgeois uniquement	3	15
Mexique	Depuis 2008	0	16
Norvège	Accord interprofessionnel	0	23
Pays-Bas	Accord interprofessionnel depuis 1923	6	17,5
Portugal	Loi depuis 1996	5	17
Suisse	Supprimé en 1999, réintroduit en 2009	2,4	7,6
Slovénie	Accord interprofessionnel	8,5	20

Tableau 1 – Prix unique et taxation des livres dans le monde (suite)

Pays	Remarque	Taux de TVA (%)	
		Livres	Normal
Pays sans prix unique du livre			
Australie	Supprimé en 1972	10	10
Belgique	Existe sous forme limitée les 6 premiers mois	6	21
Canada		7	15
Estonie		10	5
États-Unis ^a		1 – 7	1 – 7
Finlande	Supprimé en 1971	12	22
Irlande	Supprimé en 1995, sa réintroduction est en débat	0	21
Pologne		0	22
République tchèque		9	19
Royaume-Uni	Supprimé en 1995	0	17,5
Suède	Supprimé en 1974, nombreuses autres subventions	6 ^b	25

a. La valeur prise en compte pour la TVA est la *Sales Tax*, qui varie d'un État à l'autre.

b. Depuis 2002 ; les livres ne bénéficiaient pas d'un taux préférentiel auparavant.

et la disparition de l'innovation et de la prise de risques éditoriales. Par son caractère précoce, animé et continu, le débat français sert en outre de prototype et de référence¹.

1. Tout en s'appuyant fortement sur la spécificité historique de l'organisation du secteur en Allemagne, les arguments de J. Backhaus et R. Hansen sont essentiellement les mêmes que ceux avancés en France, dont l'histoire est sensiblement différente (voir « Resale price maintenance for books in Germany and the European Union : a legal and economic analysis », Technical Report, Maastricht, METEOR, Maastricht Research School of Economics of Technology and Organization, 2000).

3. Les effets du prix unique du livre

Quel que soit le pays, l'objectif central des dispositifs de prix unique du livre est donc double : d'une part une offre éditoriale diversifiée et de qualité, et d'autre part un accès aisé au bien livre sur l'ensemble du territoire. L'un comme l'autre de ces buts ne peuvent être directement atteints par les outils habituels de la puissance publique, sauf à voir celle-ci se substituer aux acteurs principaux de la chaîne du livre. Les dispositifs de prix unique du livre cherchent à atteindre ces deux buts par l'intermédiaire de la préservation du réseau de librairies de détail, pensées comme des points de vente de livres proposant un stock d'ouvrages sélectionnés et animés par un personnel compétent¹. L'existence d'un réseau dense de librairies assure automatiquement un accès satisfaisant au livre. Aux dires des professionnels du secteur, cette librairie de détail joue un rôle fondamental dans la préservation d'une offre diversifiée et de qualité. L'entretien d'un réseau dense de librairies ne constitue donc au départ qu'un instrument du prix unique du livre, instrument ayant le mérite d'être aligné avec les objectifs finaux de diversité, de qualité et d'accès au livre. Au fil du temps et des débats, cet objectif intermédiaire de défense des libraires, plus facile à évaluer, a pris le pas sur les objectifs initiaux, au point d'être considéré comme la raison d'être essentielle du prix unique du livre. Dans les argumentaires dont nous allons rendre compte dans les pages qui suivent, il convient donc de se souvenir que pour les partisans du prix unique du livre, les objectifs premiers de la mesure et son objectif intermédiaire de

1. À cela s'ajoute une notion floue d'*indépendance*, entendue comme une liberté de choix de l'assortiment proposé (ce qui implique que la vente de livre soit l'activité principale, sinon exclusive, et la non-appartenance à un groupe national dont la vente de livre n'est pas l'activité principale). C'est une définition de ce type que retient l'étude conduite par H. Renard, « Situation économique de la librairie indépendante », Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre, 2007.

préservation d'un réseau de librairies sont parfaitement alignés l'un avec l'autre, tandis que l'angle d'attaque principal des adversaires du prix unique est de contester l'utilité ou l'efficacité du second objectif comme moyen d'obtenir l'offre de livres visée.

Très logiquement, les promoteurs du prix unique du livre s'attachent à montrer par la négative comment un abandon de la mesure conduirait à une disparition de la librairie de détail, disparition qui entraînerait à sa suite une réduction drastique de l'offre éditoriale du fait de la suppression du rôle de choix, de conseil et de mise à disposition exercé par les libraires de détail.

De l'autre côté, les adversaires du prix unique du livre critiquent la mesure selon trois axes. Le premier veut que « le marché du livre fonctionne bien¹ » dans les pays sans prix unique, le prix unique ne faisant que prolonger l'agonie d'un système de distribution peu efficace. Le deuxième soutient que la crainte d'une disparition des librairies n'est fondée ni théoriquement, ni empiriquement². Enfin, pour reprendre les termes de Mario Monti (alors Commissaire européen), il n'est pas évident de comprendre comment une mesure qui maintient un prix des livres plus élevé qu'il ne pourrait l'être peut promouvoir la culture³.

En termes économiques, le débat se concentre en fait sur trois points : l'importance du rôle du libraire dans le marché du livre, l'effet du prix unique du livre sur le niveau des prix et l'accès au livre.

1. Selon la formulation de M. Canoy *et al.*, « The economics of books ».

2. V. Ringstat développe ce type d'analyse dans « On the cultural blessings of fixed book price », *International Journal of Cultural Policy*, 2004, 10(3), p. 351-365.

3. « I fail to see how a regime that keeps book prices higher than they need to be promotes culture », cité en épigraphe de J. Backhaus et R. Hansen, « Resale price maintenance for books in Germany and the European Union ».

LE RÔLE DU LIBRAIRE

En termes d'organisation de la chaîne, l'argument central des promoteurs du prix unique du livre est que les libraires fournissent un service à la fois aux éditeurs et aux lecteurs, service fondamental pour le fonctionnement de la filière, mais dont ceux-ci ne bénéficient que très partiellement. Aux éditeurs, les libraires fournissent un espace d'exposition, et aux lecteurs, un service de mise à disposition et surtout d'appariement qui réduit l'incertitude inhérente à l'achat d'un bien d'expérience.

Information des lecteurs

Les lecteurs font face à une offre pléthorique et disposent d'un temps de recherche limité dans les rayons des libraires. Feuilletter des livres au hasard dans l'espoir de trouver un titre qui convienne est une activité très chronophage, et qui demande une expérience certaine. De ce fait, un lecteur potentiel laissé à lui-même peut facilement se rabattre sur un second choix ou ne pas acheter du tout. Le libraire intervient alors comme un intermédiaire, qui apparie les désirs du lecteur avec les ouvrages dont il dispose. De là procède la spécificité et le rôle particulier des librairies traditionnelles, employant un personnel connaissant parfaitement le fonds et disposant de la culture nécessaire pour déduire des goûts d'un client le livre qui lui plaira dans l'offre disponible. Une fois cet appariement révélé, rien n'empêchera le lecteur d'aller acheter ailleurs l'ouvrage, s'il sait pouvoir le trouver moins cher. Sans l'aide du libraire, le lecteur aurait ainsi du mal à trouver l'ouvrage qui lui convient, et donc serait incité à se rabattre sur les ouvrages les plus connus, ayant bénéficié d'investissements publicitaires ou lui ayant été conseillés par d'autres prescripteurs. De ce fait, la qualité de l'appariement entre un lecteur et un livre serait moins bonne, ce qui diminuerait la demande, et les ventes se concentreraient davantage sur quelques ouvrages.

Cet argument est présent dans la littérature économique depuis L. G. Tesler¹ : il met en évidence que dès que la demande supplémentaire générée par l'effort de promotion d'un détaillant profite en partie à d'autres détaillants, son niveau d'effort sera inférieur à celui que souhaiterait le fabricant du bien, et dans certains cas à celui qui serait socialement désirable. En supprimant la concurrence en prix, le prix unique du livre empêche les comportements opportunistes de la part des clients potentiels. Un tel client ayant reçu des conseils d'un libraire sait qu'il ne trouvera pas l'ouvrage conseillé significativement moins cher ailleurs. S'il l'achète, il l'achètera donc chez le libraire qui lui a fourni ce conseil. Le libraire bénéficie ainsi de l'intégralité des ventes supplémentaires liées à son effort d'appariement. En contrôlant la marge réalisée par le libraire sur chaque titre, le prix unique du livre permet donc à l'éditeur d'inciter le libraire à fournir le niveau d'effort qui maximise son propre profit.

Effet sur les stocks

Comme on l'a dit plus haut, le succès d'un livre est très incertain et peut ne se révéler que plusieurs semaines après son lancement². De ce fait, il est primordial pour les éditeurs que leurs ouvrages restent aisément accessibles pendant une période relativement longue, afin de donner leur chance aux titres plus originaux ou prenant plus de temps pour trouver leur public. Les libraires, cependant, sont le plus souvent situés dans des

1. L. G. Tesler, « Why should manufacturers want fair trade ? », *Journal of Law and Economics*, 1960, 3, p. 86-105.

2. J. Beck décrit comment des événements peu ou pas contrôlés par l'éditeur (mention de l'ouvrage dans une émission télévisée, prix littéraire, etc.) peuvent modifier le cycle de vie d'un ouvrage et faire « décoller » un titre qui n'avait pas rencontré son public au cours des premières semaines de vente (voir « The sales effect of word of mouth »).

centres-villes ou des zones commerciales, lieux où la rente foncière, par l'intermédiaire des baux commerciaux, est élevée et l'espace rare. Garder en rayon des ouvrages représente pour le libraire un coût d'opportunité en termes de nouveaux titres qu'il ne peut proposer à la vente, et ne lui apporte que peu de bénéfices. En l'absence d'un prix unique en effet, le décollage tardif d'un titre ne lui permet de vendre que les quelques exemplaires de son stock avant que les grandes surfaces ne proposent ce titre à prix cassés.

Ce problème fait l'objet des contributions communes de R. Deneckere, H. P. Marvel et J. Peck¹. Ils considèrent le cas des détaillants devant commander des stocks avant de savoir si la demande sera forte ou faible. Dans le cas de mauvaise demande, chaque détaillant cherche à se débarrasser de son stock le plus rapidement possible. Pour ce faire, il est prêt à vendre ce stock à son coût marginal, et ainsi à faire des profits négatifs s'il doit faire face à ces coûts fixes. Pour se prémunir contre ce risque de perte, les détaillants limitent leurs commandes de stocks. En cas de forte demande, les stocks sont trop faibles et conduisent à des prix élevés. L'imposition d'un prix de revente, qui permet de limiter les dégâts d'une demande faible, incite ainsi les détaillants à des stocks plus importants². Du point de vue de l'éditeur, ce problème est particulièrement aigu. Le grand nombre de titres et la concentration des ventes³ incitent les libraires à stocker très

1. R. Deneckere *et al.*, « Demand uncertainty and price maintenance : markdowns as destructive competition », *The American Economic Review*, 1997, 87(4), p. 619-641 et « Demand uncertainty, inventories, and resale price maintenance », *The Quarterly Journal of Economics*, 1996, 111(3), p. 885-913.

2. On peut également citer D. A. Butz qui envisage ce qui se passe quand c'est le producteur lui-même qui doit faire un choix en quantité (voir « Vertical price controls with uncertain demand », *Journal of Law and Economics*, 1997, 40(2), p. 433-459).

3. D'après EdiStat, les 500 plus grosses ventes ont représenté en 2007 plus de 13 % des ventes (pour 70 000 titres publiés).

peu d'exemplaires de chaque titre, ce qui diminue d'autant leur probabilité d'être remarqués et achetés. Inversement, une indisponibilité même momentanée d'un titre qui commence à être connu et à se vendre davantage peut rapidement casser la dynamique informationnelle qui fait les succès de librairie. L'éditeur a donc intérêt à garantir un stock suffisant de chaque titre chez les libraires¹.

Quelles incitations ?

Le prix unique du livre permet donc à l'éditeur de fixer un niveau de prix et une marge du libraire qui fournissent à ce dernier une incitation à prendre les décisions de promotion et de stock maximisant son propre profit. L'utilisation d'un seul instrument (la marge par titre) pour poursuivre deux objectifs différents conduit naturellement à un certain nombre d'inefficacités. La répartition des coûts entre élargissement du stock et effort de promotion reste à la discrétion du libraire. Dans la mesure où les efforts de promotion ont une dimension de bien public par l'intermédiaire du bouche-à-oreille, les libraires faisant de l'information contribuent à lancer des cascades informationnelles dont bénéficient tous les points de ventes présentant les livres concernés. Ces points de vente peuvent ainsi choisir de profiter de ces cascades et d'adopter une politique de stock très large (grandes surfaces culturelles) ou restreint aux seuls titres ayant bénéficié de ces phénomènes (grandes surfaces généralistes). Idéalement, les

1. En France, ce problème est en parti résolu par la pratique de l'*office*, l'envoi automatique et régulier de nouveautés, que le libraire a la faculté de retourner si les livres concernés ne sont pas vendus. Pensé à l'origine comme une facilité offerte au libraire, qui reçoit les titres les plus prometteurs sans avoir à les demander, l'*office* a pris une place croissante dans le volume de titres proposés, au point de représenter l'ensemble de l'assortiment dans les points de vente les plus modestes. Pour les librairies plus importantes, il fait l'objet d'une négociation entre l'éditeur et le libraire.

éditeurs pourraient moduler la marge accordée à chaque type de détaillant en fonction du type d'effort fourni. Toutefois, la part de marché considérable des grandes surfaces (spécialisées ou non, elles représentent au total plus de 42 % de la valeur et plus de la moitié des ventes en volume) ainsi que leur haut niveau de concentration leur confère un fort pouvoir de négociation, peu d'éditeurs pouvant se passer de ce débouché pour leurs titres. Le prix unique du livre conduit ainsi à fournir des rentes aux détaillants qui bénéficient des efforts réalisés par leurs pairs sans en fournir eux-mêmes¹.

Si le prix unique du livre permet de se rapprocher des niveaux d'information et de stock désirés par les éditeurs, rien n'assure que ces niveaux correspondent à ceux que choisiraient les consommateurs, ou qui seraient conformes à l'intérêt général. Pour estimer ceux-ci, il faut connaître l'évaluation que font les consommateurs des services ainsi disponibles, le niveau auquel les éditeurs vont fixer leurs prix ainsi que la sensibilité des acheteurs de livres à cette variation de prix.

LE PRIX DES LIVRES

L'analyse par les outils de l'organisation industrielle des effets de l'imposition d'un prix de revente sur les prix et les efforts de promotion ayant été réalisée dans un récent volume de la collection qui accueille la présente étude², nous n'en reprendrons ici que les conclusions essentielles.

1. La marge des grandes surfaces sur les livres atteint ainsi 30 à 40 %, contre 12 à 13 % sur l'alimentaire (F. Rouet, *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 271).

2. M.-L. Allain, C. Chambolle et T. Vergé, *La Loi Galland sur les relations commerciales. Jusqu'où la réformer ?*, Paris, Rue d'Ulm, « Collection du Cepremap » n° 13, 2008, p. 31-43.

L'offre : prix unique du livre et évolution des prix

Du point de vue des éditeurs et des détaillants, l'imposition d'un prix de revente augmente les profits de l'ensemble de la filière. D'une part, l'absence de concurrence en prix entre les détaillants augmente mécaniquement le niveau des prix de détail payés par le consommateur. D'autre part, le prix unique du livre fournit un outil pratique pour mettre en place et faire respecter des accords de cartel tacites entre éditeurs et entre détaillants, réduisant la concurrence et augmentant les prix au niveau des négociations entre éditeurs et libraires. On s'attend donc à ce que le prix unique du livre ait pour conséquence un net renchérissement des livres. Les spécificités de ce marché peuvent toutefois relativiser cet effet inflationniste.

En premier lieu, les pratiques de fixation des prix des livres sont conditionnées par l'incertitude relative au succès de chaque titre. Ainsi, J. Beck remarque que dans le cas allemand d'un prix unique optionnel¹, la distribution des prix des livres se concentre sur un petit nombre de valeurs « focales » alors que les caractéristiques matérielles des ouvrages prédisent des prix plus dispersés. Ces valeurs focales fonctionnent comme des outils de coordination et de signal pour les éditeurs et les lecteurs afin d'indiquer dans quelle catégorie se range un ouvrage donné. Beck relève en outre que les titres pour lesquels l'éditeur ne fixe pas de prix unique sont en général proposés à des prix supérieurs à ceux des ouvrages comparables proposés avec un prix unique. Il s'agit d'ouvrages dont les chances de succès sont élevées et qui constituent des ventes sûres. Si cette constatation ne permet pas de savoir dans quelle direction le prix unique du livre fait varier l'ensemble des prix des livres, elle souligne que son effet peut être contrasté en fonction du type d'ouvrage considéré.

1. J. Beck, « Fixed, focal, fair ? Book prices under optional resale price maintenance », WZB, *Markets and Political Economy Working Papers*, n° SP II 2004-15, 2004.

Dans une perspective de plus long terme, S. K. Clerides remarque, sur la base du catalogue de Yale University Press, que le prix d'un titre donné est rigide dans le temps, même face à de fortes variations de la demande. Selon lui, la rigidité à la baisse des prix s'explique par la réticence de l'éditeur à diminuer le prix d'un livre de peur que les lecteurs n'anticipent de telles réductions et, partant, ne s'abstiennent d'acheter le livre dès sa sortie, ce qui nuit au bouche-à-oreille et à l'achat d'impulsion¹. De plus, il explique la rigidité à la hausse des prix en cas de forte demande par le fait qu'une hausse de la demande d'un titre donné signifierait le plus souvent qu'un public plus large est touché, mais rarement que les lecteurs potentiels seraient disposés à payer plus cher.

En second lieu, l'analyse standard de l'imposition d'un prix de vente a pour point de départ un fabricant en monopole. Si un éditeur est bien en monopole sur chacun de ses titres, le grand nombre de titres publiés fait que chaque ouvrage a un substitut proche, et donc qu'il existe une concurrence entre titres d'éditeurs différents : entre deux ouvrages similaires, le lecteur potentiel choisit le moins cher. S'il existe un nombre important d'éditeurs sur chaque segment du marché du livre, la concurrence peut limiter la possibilité de chaque éditeur de fixer un prix de monopole pour son titre. En dépit des mouvements de concentration des années 1970, le

1. S. K. Clerides, « Book value : intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books », *International Journal of Industrial Organization*, 2002, 20, p. 1385-1408. Clerides donne pour raison de ce comportement l'utilisation par les éditeurs de la rigidité des prix pour bâtir une réputation qui leur permet d'échapper à la conjecture de Coase (voir R. Coase, « Durable goods monopolists », *Journal of Law and Economics*, 1972, 15, p. 143-150) voulant que le vendeur d'un bien durable ne puisse faire usage de son pouvoir de marché et se retrouve à le vendre à son coût marginal. D'autres pratiques communes dans le monde anglo-saxon (remboursement des invendus, reconditionnement des ouvrages, par exemple) sont des outils pouvant servir à résoudre ce problème d'engagement.

paysage éditorial du début des années 1980 restait suffisamment riche et équilibré pour qu'une telle concurrence existe. La structure actuelle du marché en France, celle d'un duopole à frange concurrentielle, se prête moins à ce type de concurrence. Il se pourrait ainsi que le prix unique du livre serve d'outil aux éditeurs pour établir une collusion tacite, maintenant un niveau de prix élevé¹. Il faudrait donc pouvoir mieux connaître la structure de l'offre de livres afin de se donner la possibilité, comme Beck le fait dans le cas de l'Allemagne, de tester empiriquement la présence d'un accord de cartel tacite².

Le cas anglais³ permet probablement de mieux comprendre l'effet net du prix unique du livre sur l'ensemble des prix des livres. Pour l'économiste Frank Fishwick⁴, la conséquence la plus importante de la suppression du prix unique fut un renchérissement du prix des livres. Cette augmentation a particulièrement porté sur le prix conseillé par l'éditeur, le pouvoir de négociation des grandes chaînes leur permettant d'obtenir des rabais substantiels par rapport à ce prix⁵ et de réduire significativement le prix des titres les plus vendus. Ces grandes chaînes peuvent d'autant mieux consentir des réductions importantes qu'elles font payer aux éditeurs le service promotionnel qu'elles lui rendent. Le renchérissement des livres à faibles ventes et à faible élasticité-prix a donc pour corollaire la réduction sensible du prix des grands succès. L'impact net de cet effet sur le niveau

1. Voir B. Jullien et P. Rey, « Resale price maintenance and collusion », GREMAQ et IDEI, Université des sciences sociales Toulouse I, 2000.

2. J. Beck, « Fixed, focal, fair ? Book prices under optional resale price maintenance ».

3. Le prix unique du livre (*Net Book Price Agreement*) a été aboli en 1995 au Royaume-Uni.

4. « Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004 », *Les Cahier du SLF*, 2005, 2, p. 33-44.

5. Les grandes chaînes peuvent obtenir des rabais de l'ordre de 60 % du prix conseillé, alors qu'un indépendant ne parviendra pas à obtenir plus de 40 %.

général des prix n'est toutefois pas évident, et en particulier il serait téméraire de dire qu'un des deux systèmes (prix libres ou prix unique) conduirait à un niveau général du prix unique plus élevé. V. Ringstad¹, reprenant A. Fjeldstad, constate une évolution similaire du marché des livres en Norvège, Suède et Finlande², alors que seule la Norvège est dans un régime de prix unique du livre et que la Finlande appartient à un autre groupe linguistique. Par contraste, le Danemark, passé au prix unique en 2000, a connu une évolution très différente en termes de prix et de volumes alors qu'il appartient à la même aire culturelle que la Suède et la Norvège. Ringstad arrive ainsi à la conclusion qui était déjà celle de Fishwick en 1985 sur l'aire anglo-saxonne, à savoir que les effets du prix unique du livre sur le niveau des prix étaient probablement moindres que ne le pensaient ses partisans comme ses défenseurs. L'examen de l'évolution du prix des livres dans les pays ayant connu des transitions récentes en Europe (Autriche, Italie, Portugal) confirme l'absence d'un effet agrégé net de la mise en place ou de la suppression du prix unique du livre. L'essentiel de l'effet réside donc dans un effet redistributif, de diminution du prix des bonnes ventes et d'augmentation du prix des ouvrages à tirage plus faible, avec les effets correspondants sur les achats des deux types d'ouvrages. L'ampleur et l'importance de cet effet dépendent donc essentiellement de la sensibilité des consommateurs aux prix.

1. V. Ringstad, « On the cultural blessings of fixed book price », p. 359-362.

2. A. Fjeldstad, « Å sette pris på bøker. Om prissystema for bøker i ein del europeiske land », Technical report, Norsk Kulturråd, 2001. Fjeldstad constate ainsi une augmentation des prix et une stabilité des volumes dans les trois pays nordiques, tandis que les prix au Danemark augmentent un tiers plus vite que l'inflation et que les volumes ont chuté des deux tiers depuis 1985.

Demande : l'élasticité-prix de la demande de livres

La sensibilité de la demande de livres aux variations de prix se mesure à la fois par une élasticité propre (la variation de la demande en valeur en réaction à une augmentation d'une unité du prix) et par une élasticité croisée avec les prix des autres biens culturels. Si l'élasticité-prix est faible, la demande réagit peu à une augmentation des prix, mais la dépense supplémentaire en livres pèse sur les autres postes de dépenses des ménages. Inversement, si l'élasticité-prix est forte, une augmentation du prix entraîne une diminution importante de la demande agrégée de livres. Pour bien connaître ces grandeurs, il faudrait disposer de données fines concernant les achats de livres en fonction des différents titres, genres, formats, des types de ménages et des types d'achats (achats réfléchis et achats d'impulsion¹).

Malheureusement, de telles données sont rarement disponibles. On connaît ainsi mal la manière dont les éditeurs utilisent les écarts entre formats et entre dates de mise sur le marché pour tirer parti des différents types de demandes et pour répartir le risque éditorial. Plus fondamentalement pour la question du prix unique du livre, la sensibilité des lecteurs au prix des livres lui-même et au prix relatif des livres par rapport à celui des autres biens culturels est incertaine, et la contribution d'un choix large et d'une disponibilité immédiate des titres semblent extrêmement difficiles à évaluer à l'aide des données actuelles².

1. F. Fishwick cite le chiffre de 40 % d'achats d'impulsion au Royaume-Uni.

2. V. Ringstad et K. Løyland utilisent des données au niveau des ménages et trouvent assez naturellement que la présence de points de vente de livres augmente la probabilité d'achat de livres, mais leur données ne leur permettent pas de faire de distinction entre les différents types de points de vente, ni d'écarter les phénomènes de causalité inverse, les libraires s'installant là où existe une demande solvable (voir « The demand for books, estimated by means of consumer survey data », *Journal of Cultural Economics*, 2006, 30, p. 141-155).

Au niveau de la profession, plusieurs éditeurs affirment que dans la gamme de prix la plus généralement pratiquée, la sensibilité de la demande aux variations de prix est négligeable. Au niveau de la recherche académique, des estimations existent, mais leurs résultats divergent. La demande d'un bien est habituellement considérée comme réactive aux prix quand son élasticité-prix (la baisse de la demande en volume qu'entraîne l'augmentation d'un euro du prix de ce bien) est inférieure à -1 . Dans le cas du livre, on peut vouloir évaluer cette élasticité au niveau de la demande de chaque livre, ou au niveau des livres pris comme un bien composite. La première approche permet de mieux comprendre les réactions des consommateurs à l'augmentation de prix d'un titre individuel, mais requiert des données beaucoup plus détaillées, rarement disponibles, et doit aller de pair avec un calcul des élasticités croisées avec les autres titres (quand un ouvrage devient plus cher, un consommateur peut acheter un livre similaire à la place). La seule estimation de l'élasticité-prix sur une base individuelle est, à notre connaissance, celle de G. Bittlingmayer qui donne une élasticité comprise entre -2 et -3 ¹. Les autres estimations partant d'indices synthétiques de la consommation de livres dans différents pays sont rassemblées dans le tableau 2.

Elles varient entre $-0,6$, ce qui constitue une élasticité assez faible, et $-2,7$, une élasticité signifiant une réponse de très grande ampleur à une variation de prix. Il semble difficile de tirer des conclusions tranchées de ces élasticités, d'autant que les méthodologies des différentes études sont rarement comparables. Faute de ces grandeurs, il faut se rabattre sur des

1. G. Bittlingmayer, « The elasticity of the demand for books, resale price maintenance and the Lerner index », *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 1992, 148(4), p. 588-606.

évaluations qualitatives. Ainsi, V. Ringstad¹ et F. Fishwick² estiment que l'élasticité-prix de la demande des titres à succès – seuls livres lus par les ménages modestes – est beaucoup plus forte que celle des faibles tirages. Ces derniers sont essentiellement demandés par des ménages à revenus élevés, donc peu sensibles aux prix. Un argument du même type, reliant les élasticités-prix au coût d'opportunité du temps de lecture (coût qui augmente avec les revenus) est utilisé par Van Der Ploeg³.

Tableau 2 – Élasticité-prix des livres, indices synthétiques

Pays	Élasticité	Étude
Belgique	– 0,6	[P. de Grauwe et G. Gielens, 1993]
Pays-Bas	– 0,8	[J. C. Van Ours, 1990], [M. Appelman et A. Van Der Broek, 2002]
France	– 0,9	[F. Écalle, 1988]
France	– 2,0	[M. Perona, 2004]
Danemark	– 1,4	[C. Hjorth-Andersen, 2000]
Norvège	–1,7 / –2,7	[V. Ringstad et K. Løyland, 2006]

L'analyse des consommations de biens culturels révèle en outre que le prix du livre ne saurait être envisagé pour lui-même, mais doit être rapporté aux autres consommations culturelles avec lesquelles il est en concurrence.

L'ampleur de cette concurrence se mesure par les élasticités croisées entre achats de livres et prix des autres biens culturels. Ces élasticités

1. V. Ringstad, « On the cultural blessings of fixed book price ».

2. F. Fishwick, « Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004 ».

3. F. Van Der Ploeg, « Beyond the dogma of the fixed book price agreement », *Journal of Cultural Economics*, 2004, 28, p. 1-20

croisées semblent importantes¹, signifiant qu'une hausse du prix des livres incite les ménages à reporter leurs dépenses culturelles sur d'autres biens. Or, les nouvelles formes de loisirs culturels apportées par l'informatique (les jeux vidéo, par exemple, qui ciblent de plus en plus un public adulte) et les anciennes formes disponibles sous des formes renouvelées (la musique et la vidéo, qui sont de moins en moins liées à l'emplacement d'un appareil encombrant) ont vu leur prix relatif diminuer considérablement, faisant une concurrence accrue à la lecture. Si les données existantes n'ont pas été entièrement exploitées sur ce plan, la principale difficulté à laquelle fait face une tentative d'évaluation est l'accès à des bases de données larges regroupant le prix et les ventes en fonction des formats et des titres individuels pour un groupe important d'éditeurs.

Les livres ont un prix

L'impact du prix unique du livre sur le niveau général des prix des livres est donc ambigu. Par rapport aux pays avec prix unique du livre, les pays de prix libres bénéficient d'importantes réductions du prix des meilleures ventes, mais souffrent d'un renchérissement des petits tirages. L'effet net peut être positif comme négatif, selon le nombre de nouveaux lecteurs que peuvent attirer des succès plus abordables et le nombre de gros lecteurs découragés par des prix plus élevés sur les titres plus confidentiels. Il serait donc hâtif de tirer une conclusion ferme concernant l'effet que pourrait avoir un abandon du prix unique en France sur le prix des livres, puisque la réaction de la consommation aux prix n'est connue que grossièrement et au niveau de la demande d'ensemble.

1. Les élasticités obtenues par V. Ringstad et K. Løyland sont robustes, mais faiblement significatives. Il existe donc une substitution entre biens culturels, mais leur données ne permettent pas d'en quantifier précisément l'ampleur (voir «The demand for books, estimated by means of consumer survey data »).

ACCÈS AU LIVRE ET POLITIQUES ÉDITORIALES

Dans sa formulation, la loi Lang sur le prix unique du livre est plus préoccupée de l'offre que de la demande. Ses points essentiels sont ainsi l'accès au livre et une offre éditoriale « diversifiée et de qualité ». Sur ces deux critères, la situation française peut être considérée comme satisfaisante, sans qu'il soit clair pourtant que le prix unique du livre y apporte une contribution fondamentale.

Un réseau dense de librairies

Une crainte majeure ayant présidé à la mise en place du prix unique du livre, et toujours opérante, est celle d'une disparition de la librairie de détail, à l'image de ce qui s'est produit dans le secteur des disques¹. Cette disparition se ferait au profit de soldeurs spécialisés dans les ouvrages à grand tirage ou à rotation rapide, et de grandes surfaces généralistes qui utilisent les livres comme produit d'appel. Ces deux catégories

1. Le contraste entre la quasi-disparition des disquaires et la survie des libraires est souvent pointé comme un signe justifiant le prix unique du livre. Il faut sans doute se défier de ce parallèle, pour deux raisons. D'une part, la musique enregistrée a connu deux révolutions technologiques (la bande magnétique puis le disque compact) dont la seconde a considérablement réduit le marché de détail entre 1981 et 1985, le temps de la transition vers le disque compact, expliquant mécaniquement les difficultés de nombreux disquaires (entre l'arrêt de fait des ventes de vinyles et le décollage de celles de CD, deux ans se sont écoulés au cours desquels le marché s'est contracté de 40 %). D'autre part, l'information concernant un titre musical donné est vraisemblablement beaucoup moins coûteuse à acquérir (écoute à la radio, en ligne ou audition d'une piste sur place) que l'information correspondante sur un livre. De ce fait, le rôle informationnel des disquaires est probablement *ex ante* moindre que celui des libraires. Puisque nous traitons ici des notions de qualité et de diversité, notons qu'il peut être difficile de dire que la disparition des disquaires a entraîné un appauvrissement qualitatif et quantitatif de l'offre musicale.

de détaillants stockent un assortiment relativement réduit de titres, avec un taux de rotation rapide¹.

Évaluer la pertinence de cette crainte et l'efficacité du prix unique du livre en ce domaine se heurte au fait que les librairies sont un objet statistique flou². Une large part de la vente de livres s'effectue en effet dans des magasins dont le commerce des livres n'est pas l'activité principale. Toutefois, il semble que la démographie des librairies soit restée stable depuis la mise en place du prix unique. L'opinion exprimée par les libraires est ainsi que le prix unique du livre a effectivement rempli son objectif de préservation d'un réseau important de librairies. Le secteur reste par ailleurs relativement peu rentable, avec des taux de marge faibles et les difficultés chroniques des libraires indépendants à faire face à l'augmentation des baux commerciaux et à la croissance du coût de la main-d'œuvre qualifiée nécessaire pour assurer un conseil de qualité³.

En raison de l'abolition du prix unique du livre en 1995, le Royaume-Uni constitue un contre-exemple tentant, en dépit de son intégration dans un marché anglo-saxon beaucoup plus large. En 2005, F. Fishwick constatait que l'effondrement annoncé du nombre de libraires ne s'était pas produit. Si le nombre des librairies indépendantes a diminué au profit des grandes chaînes, Fishwick note que les premières se sont bien maintenues là où existait une demande exigeante, prête à payer pour un service de qualité,

1. D'après le Syndicat français de la librairie, une librairie moyenne propose 50 000 références, une Fnac moyenne entre 15 000 et 50 000, les hypermarchés autour de 5 000 et les supermarchés de 1 000 à 3 000. Selon F. Rouet (*Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 269), l'assortiment des hypermarchés et supermarchés est essentiellement constitué de livres « prévendus » du fait d'une médiatisation importante ou d'une forte publicité faite par l'éditeur, et d'ouvrages à grande diffusion et à rotation rapide.

2. Il y aurait en France entre 2 500 et 3 000 librairies à proprement parler, pour environ 15 000 points de vente de livres (voir F. Rouet, *ibid.*, p. 194 sq.).

3. Voir F. Rouet, *ibid.*, p. 247 sq.

et grâce à de substantielles réductions de coût liées à l'informatisation de la gestion des stocks et de la logistique. Il avait déjà, sur le cas australien, remarqué une faible propension des lecteurs à rechercher systématiquement le meilleur prix et, comparant les États-Unis et la Grande-Bretagne des années 1985, souligné la contribution des grandes surfaces culturelles à la mise à disposition d'un vaste catalogue de titres. Du côté des pays nordiques, A. Fjeldstad ne constate pas de baisse du nombre des librairies en Suède suite à l'abandon du prix unique du livre, tandis que la densité des librairies en Norvège semble plus liée au monopole dont elles bénéficient sur les manuels scolaires qu'à un effet du prix unique du livre.

Au final, il semble donc que l'impact du prix unique du livre sur les lieux de vente soit à l'image de son effet sur le prix. Il a probablement permis le maintien d'un certain nombre de petites librairies indépendantes, mais gêné le déploiement de grands réseaux de librairies à même d'offrir des assortiments plus larges et plus profonds.

Une offre diversifiée et de qualité

L'effondrement de la diversité éditoriale est au cœur des argumentaires en faveur du prix unique du livre¹. Selon les partisans du prix unique, le danger serait qu'une concentration de la vente de livres se traduise par une concentration des ventes sur un petit nombre de titres réputés sans risque ou ayant fait l'objet d'une mise en avant particulière. Le coût direct ou caché de l'obtention de publicité ou de certifications² pèserait alors sur la

1. Voir le diagramme complet dans F. Rouet, *ibid.*, p. 287.

2. R. E. Caves (*Creative Industries*) consacre un chapitre entier à la pratique du *payola*, qui consiste pour le détenteur d'une œuvre à payer un prescripteur pour qu'il parle positivement de l'œuvre en question. Dans le cas des livres, l'envoi gratuit d'exemplaires à des journalistes ou de spécimens à des enseignants relève marginalement de cette logique.

capacité des maisons d'éditions, en particulier des petites maisons, à prendre des risques éditoriaux¹. Ainsi, la conséquence de la disparition de ce service serait une concentration de l'offre éditoriale sur des ouvrages dont les thèmes ou le style seraient aisément identifiables (séries, suites, rééditions, etc.) au détriment de l'originalité ou de la création.

En termes de nombre de titres, la comparaison avec les pays sans prix unique du livre ne soutient pas ce scénario. En 1999, le nombre de titres publiés pour 10 000 habitants est en moyenne plus élevé dans les pays sans prix unique du livre que dans les pays sous régime de prix unique, avec des variations très importantes d'un pays à l'autre (voir tableau 3). La variation de ce nombre entre 1975 et 1999 est de même plus importante dans les pays sans prix unique du livre que dans les pays avec prix unique, mais là encore l'hétérogénéité à l'intérieur de chaque groupe est nettement plus importante que les différences selon le régime de prix. M. Canoy et ses coauteurs attribuent ces écarts essentiellement à des différences de richesse, de niveau d'éducation et de rapport à la culture entre pays². F. Benhamou explique en effet que face à l'incertitude qui caractérise le marché des livres, il est illusoire de vouloir chercher une recette du succès³. La meilleure stratégie est alors de publier le plus grand nombre possible de titres dans l'espoir que l'un d'entre eux devienne un

1. Dans l'édition musicale, où n'existe pas de prix unique, le rôle-clef d'information du public sur les nouveaux titres est joué par les radios musicales. L'accès à la diffusion par ces radios étant essentiel pour lancer un morceau, les éditeurs sont souvent prêts à payer la personne responsable de la définition des *playlistst* pour que leurs titres y figurent. Cette pratique de *payola* est interdite aux États-Unis en raison de la barrière à l'entrée qu'elle représente pour les petites maisons de disques. Outre un objectif de financement de la presse écrite, l'interdiction de la publicité pour les livres à la télévision procède de la même logique (décret 92-280 du 27 mars 1992).

2. M. Canoy *et al.*, « The economics of books ».

3. F. Benhamou, *L'Économie de la culture*, p. 66.

blockbuster dont les profits couvriront les pertes faites sur tous les autres¹. La même logique reste valable au niveau du libraire, particulièrement pour les grandes chaînes qui dominent le marché des pays sans prix unique du livre : les coûts de transports font qu'il reste possible de faire des marges sur les gros succès, et que ceux-ci, par leur volume, représentent une part significative du chiffre d'affaires. Cette stratégie de diversification maximale est donc inscrite dans les caractéristiques fondamentales du marché du livre, indépendamment du mode de fixation des prix.

Nous avons dit plus haut combien la question de la qualité était difficile à appréhender à l'aide d'indicateurs statistiques ou de grandeurs pouvant faire l'objet d'un consensus minimal. Le tableau 3 indique la part des titres ressortant de la catégorie « arts et littérature », catégorie aux bords flous, recouvrant à peu près le partage anglo-saxon entre *fiction* et *non-fiction*. En moyenne, la part de ce type de titres est plus élevée dans les pays sous régime de prix unique du livre, mais avec là aussi des variations importantes d'un pays à l'autre. Il faut donc se garder de surinterpréter ces chiffres en en faisant un indicateur de la valeur culturelle de l'offre : les romans de gare entrent dans la catégorie « littérature », tandis que les ouvrages critiques ou de sciences humaines n'y appartiennent pas. Faute de connaître finement la répartition des titres en fonction des genres, il semble difficile d'aller plus loin dans ce domaine.

1. On trouve dans A. De Vany une analyse détaillée du même phénomène dans le cas du cinéma, où existent de vastes bases de données sur les coûts, les ventes et les profits des films (voir « The movies », in V. A. Ginsburgh et D. Throsby (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, p. 615-665). L'équivalent de ces données n'existe pas à notre connaissance dans le domaine de l'édition de livres.

Tableau 3 – Édition de titres

Source : M. Canoy et al., « The economics of books », 2006, à partir de données Unesco et International Publisher's Association.

	Prix unique	Titres publiés annuellement pour 10 000 habitants							Part « arts et littérature »
		1975	1980	1985	1990	1995	1999	1975-1995	
Australie	Sans	40	66	67	39	38	37	- 8 %	-
Belgique	Sans	60	91	84	122	97	96	+60 %	36 %
Canada	Sans	29	78	-	51	61	74	+155 %	24 %
États-Unis	Sans	39	33	21	19	23	24	- 38 %	26 %
Finlande	Sans	97	136	182	204	264	225	+132 %	22 %
Irlande	Sans	15	-	23	-	182	221	+1373 %	-
Royaume-Uni	Sans	63	85	93	151	174	188	+198 %	29 %
Suède	Sans	110	91	114	140	143	141	+28 %	30 %
Suisse	Sans	155	162	180	202	220	253	+63 %	23 %
Allemagne	Avec	-	-	-	86	91	98	-	26 %
Autriche	Avec	74	94	112	81	102	100	+35 %	26 %
Danemark	Avec	140	181	187	216	238	275	+96 %	29 %
Espagne	Avec	66	76	90	92	122	148	+124 %	39 %
France	Avec	54	60	69	74	60	66	+22 %	42 %
Grèce	Avec	29	42	47	32	40	39	+34 %	46 %
Italie	Avec	17	21	27	44	60	56	+229 %	35 %

Tableau 3 – Édition de titres (suite)

	Prix unique	Titres publiés annuellement pour 10 000 habitants							Part « arts et littérature »
		1975	1980	1985	1990	1995	1999	1975-1995	
Japon	Avec	31	36	38	33	42	52	+68 %	39 %
Norvège	Avec	122	137	86	88	167	112	- 8 %	49 %
Pays-Bas	Avec	88	103	87	92	117	110	+25 %	43 %
Portugal	Avec	63	62	104	62	78	82	+30 %	45 %
Sans PU	Moyenne	68	93	96	116	134	140	+74 %*	27 %
	Médiane	60	88	89	131	143	141	+63 %	26 %
	Écart-type	45	40	62	72	84	86	0,82*	4,9
PU	Moyenne	68	81	85	82	102	103	+66 %	38 %
	Médiane	65	69	87	81	91	98	+35 %	39 %
	Écart-type	40	49	46	50	59	65	0,69	8,1
Ensemble	Moyenne	68	86	90	96	116	120	+69 %*	34 %
	Médiane	63	82	87	86	100	99	+60 %	33 %
	Écart-type	41	44	52	61	71	75	0,73*	9

* Note : l'Irlande a été omise du calcul de la variation du nombre de titres.

QUELLE ÉVALUATION DU PRIX UNIQUE DU LIVRE ?

De manière originale, la loi Lang comprenait une disposition prévoyant l'évaluation de ses effets. En pratique, cette disposition resta largement lettre morte, l'ensemble du secteur ayant trouvé un *modus vivendi* permettant un compromis entre les différents acteurs. Seules deux études furent réalisées en 1987 et 1988¹, manquant du recul temporel nécessaire pour tirer des conclusions solides. D'après F. Rouet², la loi a été un « ballon d'oxygène » pour les détaillants, qui ont assisté à un retour de la clientèle, certes limité par une diminution du temps consacré à la lecture de livres. Toutefois, l'absence de hausse significative de leur marge et de la rentabilité du secteur de l'édition³ incite à penser qu'une forme de concurrence, en services si ce n'est en prix, persiste dans le secteur de la vente de détail. Surtout, argumente F. Rouet, l'unanimité des professionnels de la filière rendrait caduque la volonté d'évaluation, puisqu'il n'existe pas de demande forte de réforme.

Récemment, le prix unique du livre est revenu sur le devant de la scène en deux occasions. D'une part, la gratuité des frais de port pratiquée par le libraire en ligne Amazon a été attaquée par le Syndicat français du livre comme contrevenant à l'article 6 de la loi Lang. D'autre part, deux amendements au projet de loi de modernisation de l'économie proposaient une réduction sensible de la durée du prix unique du livre, provoquant une vive réaction de la part du monde de l'édition. En septembre 2008, le ministère

1. É. Archambault et J. Lallement, « L'évolution des librairies et le prix du livre », rapport technique, ministère de la Culture, Département des études et de la prospective, 1987 ; et F. Écalle, « Une évaluation de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre », *Économie et prévision*, 1988, 86.

2. F. Rouet, *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 284 sq.

3. Étienne Galliard, directeur de l'Alliance des éditeurs indépendants, donne une fourchette de 5-7 %, qui constitue l'ordre de grandeur le plus couramment évoqué.

de la Culture et de la Communication a missionné Hervé Gaymard pour diriger un rapport sur ce sujet. Ce rapport, remis en mars 2009, est très favorable au prix unique du livre.

Il semble pourtant que le prix unique du livre n'ait ni les vertus dont le parent ses partisans, ni les défauts que lui reprochent ses adversaires. D'après les éléments qui précèdent, on peut dire avec une certitude raisonnable :

- que le prix unique du livre fournit aux libraires qui le souhaitent la possibilité de financer le maintien d'un fonds important ainsi que leurs activités de promotion des nouveaux ouvrages ;
- qu'il a favorisé la survie de libraires de petites dimensions, mais freiné le développement de chaînes de librairie de dimension nationale ;
- qu'il ne semble pas avoir entraîné de hausse très importante du niveau général du prix des livres. En revanche, comparativement à une situation de prix libres, il renchérit les livres à succès et réduit le prix des titres à faible tirage. Faute de connaître la sensibilité de la demande de chaque type de livre aux prix, il est difficile de juger de l'impact de cet effet ;
- qu'au vu de l'évolution du nombre de nouveautés dans les pays sans prix unique du livre et des caractéristiques fondamentales des biens culturels, les inquiétudes quant à un appauvrissement de l'offre éditoriale ne semblent pas quantitativement fondées. Les données disponibles ne permettent cependant pas de donner de jugement sur la composition qualitative de l'offre.

Les points ci-dessus n'épuisent toutefois pas la question du prix unique du livre. En effet, la focalisation exclusive du débat sur le prix unique autour du maintien du réseau des librairies de détail a eu pour conséquence perverse de réduire la réflexion sur l'évolution de la vente de livres dans un paysage éditorial de plus en plus concentré ainsi que sur l'adaptation de la

chaîne du livre dans son ensemble aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Aussi voudrions-nous montrer maintenant en quoi les problèmes posés par le prix unique du livre se situent d'après nous à un autre niveau que celui où on les cherche habituellement, et examiner s'il pourrait exister des solutions alternatives respectant l'équilibre de la filière.

4. Le prix unique du livre face aux mutations de l'édition

La situation actuelle du marché du livre est-elle comparable à celle de 1981 ? Il paraît difficile de répondre par l'affirmative. Si le mouvement de concentration dans l'édition a commencé avant la loi Lang, le duopole à frange concurrentielle de dimension multinationale qui caractérise aujourd'hui l'édition française relève de logiques différentes de celles régissant l'oligopole qui était en cours de constitution dans les années 1980. Au niveau du bien livre lui-même, les technologies de typographie et d'impression ont modifié les fondamentaux de la fabrication d'un livre, tandis que les technologies de l'information et de la communication ont changé la donne en termes de gestion des stocks, de diffusion et d'agrégation d'information concernant un titre. Imprévisible en 1981, l'interaction entre chacun de ces enjeux et le prix unique du livre a conduit à l'établissement d'équilibres dont on peut interroger la pertinence et à un retard technologique de la filière au regard de ce qui est constaté dans les pays sans prix unique.

LA LOURDEUR IMPRÉVUE DES PETITES STRUCTURES

Prix unique du livre et partage du risque

Outre son rôle d'incitation à des efforts de promotion et de stock, le prix unique du livre, comme toutes forme d'imposition d'un prix de revente, sert le plus souvent d'outil de partage du risque entre l'éditeur et le libraire¹. Si un titre est acheté par un libraire sans possibilité de retour, ce libraire porte le risque de se retrouver avec un invendu. Dans un régime de prix libres, le libraire peut baisser son prix jusqu'au point où il trouvera

1. Ce rôle de partage du risque a été pour la première fois mis en évidence par P.Rey et J.Tirole, « The logic of vertical restraints », *The American Economic Review*, 1986, 76(5), p. 921-939.

un acheteur pour son titre, limitant ainsi sa perte. Dans un régime de prix unique, il peut être trop coûteux de garder le titre en stock assez longtemps pour avoir le droit d'en baisser le prix, ce qui conduit les exemplaires concernés au pilon, et à une perte sèche pour le libraire. Le prix unique du livre organise donc un transfert du risque éditorial vers les libraires quand ils ne disposent pas d'une large faculté de retour.

Un transfert du risque des éditeurs vers les libraires peut être désirable quand des libraires généralistes traitent avec un grand nombre d'éditeurs spécialisés : on peut penser que la demande s'adressant à l'ensemble des livres proposés par un libraire généraliste est moins volatile que celle s'adressant à un genre ou à un type d'ouvrages donné. Moins exposé au risque, le libraire est alors bien placé pour supporter une partie du risque de l'éditeur en échange d'une garantie sur ses marges. La situation se renverse quand, comme c'est le cas actuellement, de grands groupes éditoriaux formés d'un grand nombre de maisons traitent avec un grand nombre de petits libraires. Par leur diversification, ces groupes sont moins exposés au risque que les libraires avec lesquels ils traitent.

En outre, l'évolution des technologies d'impression diminue le coût fixe d'un tirage, et permet à un éditeur de réaliser des tirages initiaux plus faibles tout en gardant la possibilité de faire rapidement des réimpressions si l'ouvrage concerné se révèle un succès. Il y a donc là un motif de réduction du risque pour l'ensemble des éditeurs. Pourtant, le prix unique du livre transfère toujours le risque dans le même sens, les libraires fournissant ainsi un service d'assurance aux grandes maisons d'édition aussi bien qu'aux éditeurs plus modestes – ce qui a poussé au développement des systèmes d'office et de notés assortis d'un droit de retour dans notre pays¹.

1. En revanche, dans la plupart des autres pays sous le régime du prix unique, les invendus ne peuvent être retournés à l'éditeur (voir V. Ringstad, « On the cultural blessings of fixed book price », p. 340).

En France, le problème est en effet en partie résolu par la pratique de l'office. Celui-ci est un ensemble d'ouvrages envoyé à un libraire par les éditeurs avec lesquels il est en relation. Le libraire a un pouvoir limité sur le choix de ces ouvrages, qui peuvent en contrepartie être renvoyés à l'éditeur et remboursés au libraire. Les ouvrages procédant de l'office occupent actuellement entre 30 et 40 % des rayons des librairies moyennes. Sur ces ouvrages, le libraire ne fournit plus d'assurance à l'éditeur, seulement une avance de trésorerie (parfois substantielle à l'échelle du libraire). L'office a le désavantage de limiter le choix du libraire en ce qu'il limite le contrôle de ce dernier sur son assortiment et lui impose des coûts résiduels (frais de port, de manutention et de stock). Si l'office permet l'existence de rayons « livres » dans des points de vente non spécialisés tels que les maisons de la presse et les papeteries, il met en difficulté les petites librairies, moins bien positionnées pour négocier finement la composition de leur office et disposant de faibles réserves de trésorerie.

Au Royaume-Uni et aux États-Unis, la répartition du risque fait l'objet d'une négociation dans le contrat entre l'éditeur et les libraires. La règle générale est celle d'un droit au retour¹, qui d'une part transfère l'essentiel du risque à l'éditeur, et d'autre part permet à ce dernier de fixer *de facto* un prix plancher pour chaque titre². Les éditeurs choisissent parfois de reconditionner les ouvrages retournés avec une reliure moins onéreuse afin de les repropofer à un prix inférieur³ plutôt que de les solder. En France, le droit de retour a mauvaise réputation. Il est accusé de générer des

1. Le renvoi de la couverture d'un exemplaire à l'éditeur suffit le plus souvent, ce qui économise les frais de port retour pour un ouvrage destiné au pilon.

2. Un libraire n'a en effet pas intérêt, sauf promotion commerciale, à vendre un titre plus cher que ce que lui rembourserait l'éditeur en cas de retour.

3. Voir S. K. Clerides, « Book value : intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books ».

retours précoces et importants, nourrissant le pilon. Les États-Unis voient effectivement la destruction de 40 % de leur production de livres contre 20 % en France, mais ce chiffre n'est que de 15 % au Royaume-Uni¹. S'il ne semble pas y avoir de relation solide entre droit de retour et pilon, l'écart de ces pourcentages traduit une demande d'assurance de la part des libraires qui dépend de la structure du marché de détail et n'est pas satisfaite par le seul prix unique du livre. Celui-ci contraint en outre fortement le degré d'assurance que l'éditeur peut proposer : un partage du risque fin n'est possible que si les pertes peuvent être partagées, c'est-à-dire si les conséquences de la réduction du prix d'un titre sont réparties entre éditeur et libraire, ce dernier prenant part à la décision de quand et comment procéder à cette réduction.

La difficile modernisation des petites structures

On a montré comment, à court terme, la concurrence réduisait les incitations à fournir un effort de promotion des titres. Dynamiquement cependant, la concurrence fournit un aiguillon puissant à l'adoption de technologies réduisant les coûts et améliorant le service. Dans un système de prix libres, un détaillant investissant dans un système réduisant ses coûts peut prendre des parts de marché à ses concurrents moins efficaces en proposant les mêmes biens et le même service à un prix inférieur. Au cours des vingt dernières années, la vente de livres a été concernée au premier chef par de telles innovations, en particulier la gestion informatique des stocks, qui peut permettre de connaître en temps réel la disponibilité d'un titre donné ainsi que le limiter les délais et coûts de transaction lors des commandes.

1. H. Gaymard pour la France et les États-Unis (voir « Situation du livre »), et F. Fishwick pour le Royaume-Uni (voir « Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004 »).

H. Renard constate avec inquiétude que ces outils restent sous-employés en France : en 2005, près de 20 % des plus petites librairies indépendantes ne disposaient pas d'accès à Internet, et seulement un tiers d'entre elles disposaient d'un abonnement à la base de données française Électre, qui sert de référence¹. 50 % de ces mêmes libraires passent leurs commandes par fax ou par téléphone, faute de pouvoir accéder à des systèmes d'échange de données informatisées. À l'opposé, les plus grandes structures ont massivement adopté ces outils en France et F. Fishwick les présente comme universellement adoptés au Royaume-Uni², ce qui permet aux libraires d'y garantir la disponibilité d'un titre demandé le lendemain de la commande.

La petite taille de nombreuses librairies françaises ralentit évidemment l'adoption de ces technologies. L'acquisition du matériel et des compétences nécessaires pour les utiliser efficacement représente un coût que ces établissements, faiblement rentables, peinent à supporter. Le prix unique réduit également la rentabilité de l'adoption de ces technologies. Du fait de l'absence de concurrence en prix, un libraire ayant consenti un tel investissement ne peut pas gagner de part de marché sur ses concurrents moins efficaces. Tout au plus peut-il proposer un meilleur service et réduire ses coûts sur sa part de marché existante. Les incitations à la modernisation en sont donc réduites, ce qui pèse sur la rentabilité d'ensemble du secteur et freine la réduction des coûts. Cette difficulté se lit également dans la plus faible part de marché des nouveaux entrants, les librairies en ligne, faisant un usage intensif de ces technologies. J. Prieto-Rodriguez et ses coauteurs remarquent ainsi que la part de marché des

1. H. Renard (dir.), « Situation économique de la librairie indépendante ».

2. Voir « Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004 ».

libraires en ligne est plus faible dans les pays à prix unique du livre, ces libraires ne pouvant tirer parti de leur avantage en termes de coûts¹.

Promotion et coûts de transaction

La loi Lang prévoyait que les éditeurs modulent la marge des libraires en fonction du service d'information rendu par ceux-ci. Cette disposition était destinée à limiter les rentes des vendeurs proposant un stock large et peu d'information au profit des libraires faisant un effort de promotion et de détection des ouvrages prometteurs. Dans la pratique, le pouvoir de négociation des grandes surfaces et des plus grandes libraires leur permet d'obtenir les conditions les plus favorables, tandis que les petits libraires sont souvent contraints d'accepter les conditions proposées par les principaux éditeurs.

Pourtant, le service de promotion a une valeur aux yeux des éditeurs. Au Royaume-Uni, la grande chaîne de librairie Barnes & Nobles facture aux éditeurs entre 1 700 \$ et 10 000 \$ (selon le type de prestation) pour la mise en évidence d'un titre dans l'ensemble de ses librairies, tout en gardant de la place pour une activité indépendante de promotion². Celle-ci peut également faire l'objet d'une facturation à l'éditeur, qui y trouve son compte – une présence dans le catalogue des titres recommandés assurant un certain nombre de ventes. La standardisation et la transparence des tarifs de ces prestations permettent en outre d'éviter leur confiscation par les éditeurs aux moyens les plus importants, en évitant une surenchère.

1. Voir J. Prieto-Rodriguez *et al.*, « Is a tax cut on cultural goods consumption actually desirable ? A microsimulation analysis applied to Spain », *Fiscal Studies*, 2005, 26(4), p. 549-575.

2. R. E. Caves, *Creative Industries*, p. 295.

En France, la petite taille de la plupart des librairies, dont on a vu qu'elle a partie liée avec le régime de prix unique du livre, limite la possibilité de mettre en place de tels contrats, sauf avec les plus grandes chaînes. Les coûts de transaction pour définir avec chaque librairie indépendante la prestation et la rémunération correspondante seraient en effet trop élevés pour que l'entreprise en vaille la peine. Cette difficulté peut être surmontée par la mise en place de groupements de librairies destinés à négocier ces contrats et à vérifier leur application. Plusieurs groupements de ce type sont d'ailleurs apparus récemment.

LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

Voici plusieurs années que le chapitre portant sur la nécessaire transition de l'édition vers l'économie numérique constitue le passage obligé de tout ouvrage ou article tant soit peu général consacré à l'économie du livre. Qu'il fût considéré comme une menace ou comme la solution aux problèmes d'information¹, le passage au numérique constituait l'horizon à partir duquel de nouvelles logiques pouvaient apparaître. Indépendamment du livre numérique lui-même, les outils informatiques sont durablement installés dans les modes de consommation de l'écrit. Toutefois, le principal effet des nouvelles technologies sur le marché du livre actuel est une modification des conditions d'accès au livre et aux informations le concernant.

Accéder au livre

La loi de 1981 avait pour but affiché de garantir un accès aisé et équitable au livre sur l'ensemble du territoire. Pour ce faire, le seul outil à l'époque était un réseau dense de libraires, les catalogues des clubs de livres ne pouvant rivaliser avec l'assortiment d'une librairie, même modeste. La librairie en

1. Comme par exemple dans M. Canoy *et al.*, « The economics of books », p. 746.

ligne offre *de facto* un autre moyen pour arriver à la même fin. Les librairies en ligne permettent en effet d'accéder à un catalogue de titres comparable à celui des plus grandes librairies, à un prix identique en tout point du territoire. L'accessibilité du livre est ainsi inscrite dans le principe même de la vente en ligne, et la crainte d'une forte inégalité géographique à ce sujet ne semble plus avoir lieu d'être.

La numérisation des textes eux-mêmes constitue une amplification de ce phénomène. Les plates-formes de lecture, fondées sur la lecture en ligne (Google Books) ou le téléchargement intégral de fichiers (Gallica, Kindle), peuvent indépendamment de tout accord éditorial s'appuyer sur la mise à disposition immédiate des principaux textes du domaine public. Cette amplification sera sans doute d'autant plus rapide que les nouveaux entrants commerciaux (Google, Amazon, Sony) conçoivent le texte comme un contenu de plus dans le cadre de marchés bifaces¹, où l'importance de mettre du contenu à disposition des utilisateurs est cruciale. Dans une extension du principe des « bonnes feuilles », ce sont les premiers chapitres ou les premiers volumes de séries que des éditeurs mettent déjà à disposition gratuitement sur ce type de support.

Au cours des vingt dernières années, de nouveaux acteurs ont donc profondément altéré la problématique de l'accès au bien livre, ce qui interdit aujourd'hui de voir dans les librairies ou les grandes surfaces culturelles les seuls moyens d'accès aux livres à faible tirage et aux marchés de niche. Un des fondements de la loi Lang se trouve ainsi remis en cause, faisant reposer la justification du prix unique du livre sur l'autre argument essentiel de la mesure, le rôle informationnel que tient le libraire, réputé permettre une production éditoriale diversifiée et de qualité.

1. Pour une revue de la littérature dans ce domaine, voir B. Caillaud et T. Tregouët, « Les marchés bifaces », *Revue Lamy de la concurrence*, 2006, 9, p. 106-112.

Accéder à l'information sur le livre

Sur ce front aussi, les nouvelles technologies, parfois portées par les libraires en ligne eux-mêmes, entrent en concurrence avec les libraires traditionnels dans leur rôle de prescription. Dans les années 1980, pour trouver une information sur un titre donné, il fallait soit parcourir les suppléments littéraires de la presse, soit s'adresser à son libraire. Aujourd'hui, de multiples plates-formes proposent des systèmes d'avis et de recommandations qui démultiplient les effets traditionnels du bouche-à-oreille. À condition de participer soi-même au système, un individu peut bénéficier d'outils filtrant ces recommandations selon des métriques calculées en fonction de ses lectures passées, de ses goûts – en termes de lecture comme dans les autres domaines –, de ses différents réseaux de connaissances, etc. Des heuristiques assises sur d'importantes capacités de calcul permettent ainsi de faire émerger des recommandations personnalisées.

Mais il serait tout aussi hâtif de prédire l'éviction complète des libraires par ces réseaux que de tirer argument de leur relative inefficacité actuelle. D'une part, les technologies de recherche sémantique sont encore naissantes, tandis que l'histoire et les progrès des moteurs de recherche autorisent à anticiper une rapide amélioration des résultats. D'autre part, le nombre de membres participant à ces communautés et renseignant leurs goûts reste limité, quoiqu'en forte croissance grâce aux supports mobiles. En tout état de cause, l'impact de ces réseaux sur la distribution de la demande reste assez mal connu : ils peuvent aussi bien exacerber la concentration de la demande sur quelques titres fortement recommandés que faire émerger des titres peu connus, donnant corps à une « longue traîne » encore hypothétique¹.

1. Voir P. Benghozi et F. Benhamou (« Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? », *Culture Prospective*, 2008) sur l'absence à ce jour de support empirique à l'hypothèse de longue traîne formulée par Chris Anderson dans *The Long Tail : Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion Books, 2006.

LE NOUVEAU VISAGE DU LIBRAIRE

Dans le contexte de la société de l'information, l'apport spécifique du libraire ne réside donc plus dans la mise à disposition d'un fonds, fût-il important ou soigneusement choisi, mais dans sa connaissance de l'offre éditoriale, en particulier l'actualité littéraire ou les titres spécialisés, et surtout dans sa capacité à mettre cette offre en correspondance avec les goûts, les attentes et les besoins du lecteur. Par sa connaissance large et sa lecture approfondie des ouvrages qu'il propose, il se situe temporellement en amont de la mise en branle des systèmes de prescription automatisés et de bouche-à-oreille, et effectue un rôle similaire à celui d'un laboratoire de recherche et développement au service de l'éditeur dont il référence les titres.

Nous allons maintenant nous attacher à montrer comment un prix unique plus souple, accompagné par une évolution des relations contractuelles entre éditeurs et libraires, permettrait de mieux assurer la pérennité de ce rôle spécifique du libraire. Pour ce faire, nous allons d'abord parcourir rapidement la gamme des aides publiques au livre pour montrer ensuite comment un tel dispositif occuperait une place que n'occupe aucun autre outil existant.

LES MULTIPLES MODALITÉS DE L'AIDE PUBLIQUE

Un taux de TVA réduit

Conformément à l'idée que la demande agrégée de livres est sensible aux prix, la plupart des pays dans le monde font bénéficier le livre d'un taux de TVA réduit (voir tableau 1), jusqu'à 0 % dans certains pays (majoritairement des pays sans prix unique du livre). Dans le cas français, l'absence de réponse de l'indice du prix des livres à la réduction de la TVA en 1989 indique que cette mesure n'a pas été au final employée pour augmenter la demande de livres, mais qu'elle a été absorbée par une augmentation des marges des éditeurs, des distributeurs ou des libraires. Elle constitue

donc une subvention indirecte au secteur, difficile à évaluer (entre 100 et 300 millions d'euros).

Dans les autres pays, l'étude de J. Prieto-Rodriguez *et alii* est la seule à notre connaissance qui tente d'évaluer l'impact de ce taux de TVA réduit¹. Utilisant des microsimulations, les auteurs trouvent qu'une telle réduction est bénéfique à la société dans son ensemble en termes de bien-être collectif et d'efficacité. Elle a cependant un effet régressif, la réduction du prix bénéficiant disproportionnellement aux ménages les plus aisés.

En termes d'organisation de la filière, la réduction du taux de TVA, si elle n'est pas transmise dans le prix final, bénéficie mécaniquement aux maillons disposant du pouvoir de marché le plus important. Dans le cas français, il serait ainsi utile de savoir quel a été le bénéficiaire final de la mesure. En tout état de cause, la réduction du taux de TVA n'est sans doute pas un instrument efficace pour soutenir les acteurs les plus petits ou les plus fragiles ni, semble-t-il, encourager la lecture par le biais d'une baisse des prix.

Les aides directes

En France, les autres formes d'aides à la filière du livre, essentiellement *via* des subventions directes ou des prêts à taux préférentiels, représentaient en 2009 un total d'environ 2,9 millions d'euros, somme modeste, et répartie en un très grand nombre d'aides de faible ampleur². Contrairement à d'autres secteurs artistiques où l'intervention publique hésite à procéder par choix discrétionnaires par crainte de favoriser un « art officiel », les subventions dans le secteur du livre sont accordées sur des critères

1. J. Prieto-Rodriguez *et al.*, « Is a tax cut on cultural goods consumption actually desirable ? », p. 549-575.

2. Pour une description plus complète des différents systèmes d'aide, voir F. Rouet, *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, p. 351 *sq.*

qualitatifs, et préférentiellement à des ouvrages difficiles, le plus souvent pour encourager des traductions. Favorisées dans les années 1980 et 1990, les aides remboursables ont vu leur part diminuer au cours de la dernière décennie, sans doute du fait des plus grandes facilités de financement à taux faibles.

Prises dans leur ensemble, ces aides ne définissent pas une politique publique du livre cohérente et articulée. Elles ne viennent qu'en appoint d'un système dont le prix unique est censé assurer l'essentiel de la régulation.

Les bibliothèques

Les bibliothèques constituent un autre mode de soutien à la filière du livre. Il s'agit non seulement des bibliothèques municipales et départementales (56 % des achats de l'ensemble des bibliothèques¹), mais aussi celles des établissements d'enseignement (29 %), ainsi que celles de certaines entreprises ou associations (5 %). Elles représentent à la fois un marché non négligeable, de près de 200 millions d'euros en 2004 (4 % des exemplaires vendus, mais près de 10 % des ventes en valeur) et une aide à la lecture et à la promotion du livre. Depuis les années 1980, leur budget et leur périmètre ont significativement augmenté, de nombreuses bibliothèques urbaines passant au modèle de la médiathèque.

En termes de marché, les bibliothèques constituent surtout une demande fixe, pratiquement captive, pour un certain nombre d'ouvrages : prix littéraires pour les bibliothèques publiques, manuels, encyclopédies et ouvrages de référence pour les bibliothèques d'enseignement. Ces dernières jouent ainsi un grand rôle dans la stratégie des éditions scientifiques et érudites. Dans l'édition générale, F. Rouet relève que les bibliothèques assurent un travail de promotion des titres similaires à celui des libraires,

1. *Ibid.*, p 362.

proposant à côté des succès réclamés par les lecteurs des ouvrages plus difficiles ou moins connus dans le cadre d'un rôle d'ensemble de médiation culturelle autour du livre et de la lecture. Par l'intermédiaire d'un plafonnement des remises à 9 % à partir de 2002¹, les bibliothèques subventionnent également les librairies locales, qui peuvent mettre en avant un service « qualitatif » à partir du moment où elles ne subissent plus de concurrence en prix.

Les bibliothèques restent cependant des acteurs contestés dans la chaîne du livre. Longtemps considérées comme la source d'une concurrence déloyale par les libraires, elles ont dû faire la démonstration que le service public de lecture qu'elles offraient conduisait au fil du temps à une augmentation de la demande de livres. Plus récemment, un débat de ce type est revenu sur le devant de la scène, avec la revendication d'un droit de prêt unitaire. La solution finalement retenue est une contribution des bibliothèques aux éditeurs et au régime de retraite complémentaire des auteurs au moyen des sommes collectées par la Sofia², créant une nouvelle subvention indirecte aux effets distributifs peu clairs.

L'AVENIR DU PRIX UNIQUE DU LIVRE

Nous avons montré comment l'évolution technologique avait modifié le rôle des libraires. Traditionnellement, ils avaient à remplir trois rôles : fournir de l'information sur les titres inconnus, assurer l'appariement entre les lecteurs et les titres, et garantir la mise à disposition d'un grand nombre d'ouvrages sur l'ensemble du territoire. Du fait des gains d'efficacité dans le commerce à distance, le troisième de ces rôles est en train d'être repris par

1. Auparavant, les remises effectives variaient entre 20 et 30 %.

2. Société française des intérêts des auteurs et de l'écrit (créée en 2000). Voir l'article L. 133-4 du Code de la propriété intellectuelle.

des acteurs mieux armés pour le remplir: Parallèlement, l'accroissement des flux d'information permet un accès relativement aisé et un appariement raisonnablement bon pour les titres ayant déjà su attirer un certain nombre de lecteurs. L'apport essentiel des libraires à la chaîne du livre concerne désormais des ouvrages spécifiques. Les phénomènes de bouche-à-oreille, maintenant augmentés par les outils de réseau, ne peuvent se mettre en route que s'il existe au départ assez de personnes ayant lu l'ouvrage en question. C'est à ce point qu'interviennent les libraires. Ils identifient les titres potentiellement intéressants, les conseillent aux lecteurs curieux, permettant ainsi l'initialisation du bouche-à-oreille et des autres mécanismes décentralisés de prescription.

Dans sa forme actuelle, le prix unique du livre incite certes les détaillants à remplir ce rôle en leur permettant de se rembourser des coûts ainsi supportés sur les ventes des succès de librairie. Ce faisant, il leur fournit également des incitations à promouvoir les livres à succès, puisque la vente de ces derniers est nécessaire à la viabilité de leur activité. Il fournit également une rente aux détaillants qui, ne faisant aucun effort de promotion, se contentent de proposer des succès du jour. Nous proposons donc ici des mécanismes contractuels et réglementaires, rendus possibles par la meilleure gestion des prix et des stocks en temps réel, qui permettraient de fournir des incitations similaires à celle du prix unique du livre tout en diminuant le poids de la rente capturée par les détaillants n'apportant pas la valeur ajoutée de leur conseil à des titres nouveaux ou risqués.

Un assouplissement du prix unique du livre

Dans les autres secteurs proposant des biens prototypes, la mise en marche des phénomènes de bouche-à-oreille passe par la subvention, au moyen de prix réduits, des premiers consommateurs achetant le bien. Dans sa forme actuelle, le prix unique du livre est difficile à adapter à la

demande et couvre une très longue durée (deux ans, alors que le cycle de vie de la plupart des ouvrages va de quelques semaines à six mois¹). Il ne permet pas d'avantager les lecteurs qui acceptent de prendre le risque d'acheter un livre inconnu, et qui jouent un rôle crucial dans la détermination du devenir de l'ouvrage. En remplacement d'un prix éditeur imprimé sur la couverture, il faudrait donc envisager un prix fixé de manière souple, révisable par l'éditeur soit à tout moment, soit à des points donnés du cycle de vie de l'ouvrage. L'éditeur pourrait ainsi jouer le jeu de prix d'introduction réduisant le risque prix par les premiers lecteurs à découvrir le texte. L'éditeur doit également pouvoir disposer de la possibilité de ne pas fixer de prix de vente, laissant les détaillants libres de le faire. Il peut en effet exister des cas où l'éditeur lui-même considère que les libraires seront mieux à même d'utiliser le levier des prix dans leurs opérations commerciales qu'il ne peut le faire. Une forme particulière d'emploi de ce levier peut être de consentir des prix réduits pour les lecteurs dont les comportements d'achat (nouveautés, livres difficiles) jouent également un rôle moteur dans la diffusion de l'information sur les nouveaux livres.

On peut ici remarquer qu'un arrangement de ce type entre éditeurs et libraires est communément utilisé dans les pays anglo-saxons par l'intermédiaire d'un droit au retour se faisant selon des modalités et des abattements directs dépendant des relations entre éditeurs et détaillants. Ce droit au retour se combine avec un prix conseillé pouvant être imprimé sur la couverture.

Simultanément à la subvention des lecteurs audacieux, les mêmes outils pourraient être utilisés pour récompenser les efforts faits pour la promotion des ouvrages nouveaux, risqués ou rares. Le rapport Gaymard de 2009 remarque à juste titre que l'information dont disposent les éditeurs sur

1. Voir J. Beck, « The sales effect of word of mouth : a model for creative goods and estimates for novels ».

l'état des ventes de leurs ouvrages est très imparfaite en France, alors que dans d'autres pays, des données issues de sorties de caisse leur permettent de connaître ces grandeurs pratiquement en temps réel¹. Une telle information permettrait aux éditeurs, mieux qu'aujourd'hui, de moduler les marges des détaillants en fonction de leur contribution à l'effort de promotion des ouvrages. Ils pourraient offrir des marges nettement plus importantes aux détaillants vendant les premiers exemplaires des nouveaux titres, cruciaux pour le bouche-à-oreille, ainsi que ceux continuant à proposer et à vendre un ouvrage que l'éditeur pense de qualité, mais qui tarde à trouver son public. Ils rendraient ainsi justice au fait qu'un libraire qui vend le dixième ou le millième exemplaire d'un ouvrage rend un service bien plus grand que quand il vend le cent millième exemplaire d'un ouvrage à succès. Une telle modulation des marges dans le temps, en fonction du cycle de vie de chaque ouvrage et du nombre d'exemplaires vendus, permettrait de rétribuer l'effort réalisé par les détaillants motivés qui innovent, et de réduire considérablement la rente accordée à ceux qui se contentent de proposer des ouvrages établis, réputés se vendre tout seuls. La mise en place de tels contrats passe évidemment par un effort conséquent de modernisation de la chaîne du livre dans son ensemble et d'accord sur des protocoles communs de gestion des flux et des stocks.

La combinaison des deux dispositifs ci-dessus aurait en outre l'avantage de remettre à plat la question du partage des risques entre libraires et éditeurs. Elle permettrait également de tirer parti des avantages propres aux différents types de détaillants et de promotion du livre. La connaissance des volumes vendus par titre et par détaillant autorise en effet la mise en évidence d'efforts spécifiques. Un libraire mettant en valeur l'ensemble de son fonds pourrait ainsi se voir accorder des marges élevées

1. H. Gaymard, « Situation du livre », p. 97. Le plus souvent, cet état des ventes est en effet *mensuel* en France.

au titre de la valorisation des titres à vente longue dans le catalogue de l'éditeur. Inversement, un détaillant ayant réalisé un effort de promotion sur des ouvrages particuliers pourrait mettre en évidence un pic de ventes pour lequel il recevrait une rémunération particulière de l'éditeur. En somme, il s'agit de donner plus de poids dans la rémunération des libraires aux conséquences observables des compétences et des investissements qui font déjà l'objet des remises qualitatives, auxquelles nos propositions s'ajoutent plus qu'elles ne se substituent. En mettant l'accent sur les résultats plus que sur les moyens, des contrats à marge variable permettent de mieux mettre en évidence l'apport spécifique des libraires à la chaîne du livre.

L'exemple d'un autre secteur

Le manque de données détaillées portant sur les éléments essentiels du marché – comme la population exacte des libraires, le cycle de vie précis des livres, la sensibilité de la demande au prix et aux modes de promotion – nous empêche de définir plus avant le type de contrat à mettre en place et l'ampleur de l'évolution des marges en fonction du temps et des ventes. Cette opacité de la chaîne du livre à la recherche et à elle-même constitue en soi un handicap à surmonter face au secteur du livre numérique où, par construction, cette information et la rédaction de contrats reposant sur elle semblent aller de soi.

Le type de contrat que nous envisageons peut cependant être illustré par celui liant aux États-Unis les exploitants de salles aux distributeurs de films¹. La situation présente en effet des similarités importantes avec celle du livre : un bien culturel au cycle de vie court, un poids très important des gros succès et des exploitants utilisant très inégalement leur pouvoir de prescription. Ces contrats reposent sur la combinaison d'un seuil de

1. Les modalités et le rôle de ces contrats sont définis plus en détail par R. E. Caves, *Creative Industries*, p. 162 sq.

recette négociable film par film, qualifié de *house nut*, en-dessous duquel l'exploitant ne verse rien au distributeur, et d'une clef de partage des recettes une fois le *house nut* atteint. Pour les premières semaines de vente, le *house nut* peut être élevé, mais en cas de succès, le distributeur récupère jusqu'à 90 % des recettes au-delà du *house nut*. Au fil des semaines d'exploitation, le *house nut* diminue, tandis que la part des recettes supplémentaires allant à l'exploitant augmente jusqu'à atteindre 60 % pour les films restant longtemps en salle. Cette famille de contrats donne un exemple de la manière dont la combinaison d'une partie fixe et d'une marge variable permet de réguler le partage des risques et des efforts. Dans le cas de l'édition, la possibilité du retour offre un instrument supplémentaire de partage du risque, conduisant sans doute à une moindre importance de la part fixe qu'est le *house nut*. En revanche, l'ampleur de la variation des marges laissées à l'exploitant indique, nous semble-t-il, qu'éditeurs, diffuseurs et libraires pourraient envisager des écarts de rémunération, dans le temps et d'un titre à l'autre, nettement plus importants qu'à l'heure actuelle, afin de se donner les moyens d'une véritable rémunération des efforts de promotion et de mise en valeur d'un fonds, et inversement de réduire, autant que l'état du marché le permet, les rentes allant aux détaillants n'acceptant que des ventes sûres.

On ne saurait exclure la possibilité d'une aide publique ponctuelle et ciblée pour accompagner cet effort de modernisation et de réorganisation. Cette aide pourrait également passer par des dérogations spécifiques au droit commun de la concurrence, en permettant par exemple aux librairies d'une même zone géographique de mutualiser leur fonds en contrepartie de l'adhésion à une charte de qualité définissant le service rendu. L'important est toutefois de souligner que la mise en place de marges variables dans le temps et d'autres dispositifs rendant justice à l'effort des bons libraires n'est pas du domaine de la puissance publique, mais des acteurs de la filière eux-mêmes. Ceux-ci pourraient ainsi décider de mettre en place dans le cadre du système actuel du prix unique

ce genre de relations avant de basculer, éventuellement à titre transitoire (pour cinq ans, par exemple), vers un système de fixation du prix plus souple.

Toutes ces possibilités auraient vocation à être soutenues par le déploiement d'outils destinés à fournir à l'édition numérique elle-même l'apport particulier des libraires. Leur rôle d'information et de conseil n'est en effet pas lié au support du texte. On peut ainsi imaginer la mise en place de véritables librairies virtuelles où les lecteurs ne viendraient pas chercher simplement un livre, ou l'avis d'autres lecteurs, mais une opinion informée, sous la forme d'articles et de notes de lecture. Sur le modèle de ce qui existe déjà dans d'autres secteurs, de telles librairies en ligne seraient ainsi à même de générer vers les sites de vente des textes eux-mêmes, sous forme physique comme numérique, un trafic conséquent pouvant servir de base à leur rémunération. Là encore, un tel service peut être rapidement mis en place pourvu que les acteurs essentiels du secteur en aient la volonté, en avant même des possibilités de l'action publique.

Conclusion

Nous espérons avoir montré dans cet opuscule que si le débat concernant les mérites du prix unique du livre en termes de diversité ou de qualité de l'offre éditoriale n'était pas aisément tranchable à l'aide des outils de l'analyse économique, ces outils permettent toutefois d'apporter un éclairage neuf sur le mode d'organisation de la filière du livre.

Assurément, le prix unique du livre était, au début des années 1980, un outil adapté pour préserver les différentes fonctions alors tenues par les libraires. Le cours du temps et les comparaisons internationales ont à notre avis démontré que si les inquiétudes quant à l'avenir des libraires qui ont présidé à la mise en place de cette mesure étaient exagérées, ses effets négatifs, en particuliers en termes de prix, ne semblaient pas non plus un inconvénient majeur.

Toutefois, l'évolution des technologies de traitement des objets comme de l'information a progressivement décalé les objectifs initiaux du prix unique du livre – la fourniture d'information sur les livres et l'accessibilité du livre – du moyen employé – le seul maintien de la librairie de fonds sur l'ensemble du territoire. De nouveaux acteurs, plus efficaces dans la mise à disposition d'un fonds large, sont entrés sur le marché, tandis que l'information sur les livres sortait des magazines littéraires à la faveur de la multiplication des modes de discussion et d'agrégation des avis liés aux technologies de réseau. Face à cette évolution, le prix unique du livre des années 1980, en obligeant les libraires à partager leurs efforts entre le fonds, les bonnes ventes et les nouveautés, a contribué à ralentir la modernisation de la vente au détail dans son ensemble. Surtout, il a empêché les libraires de se repositionner sur ce qui est désormais leur rôle central, la détection précoce des bons ouvrages et la politique de conseil qui permet la mise en branle des phénomènes de bouche-à-oreille faisant les succès de librairie.

Nous pensons donc qu'il est temps, pour le bien de la chaîne du livre et des libraires eux-mêmes, d'assouplir le prix unique du livre. Un tel assouplissement ne saurait constituer un remède, ni une fin en soi : la valorisation du rôle de recherche et développement tenu par les libraires est indispensable et doit s'inscrire dans les relations contractuelles entre libraires et éditeurs, ces derniers récompensant l'effort de ceux qui savent promouvoir les ouvrages nouveaux ou difficiles. L'effort de modernisation des librairies et de la gestion du cycle de vie du livre peut évidemment être accompagné par la puissance publique, mais les acteurs de la filière du livre ont déjà en main les outils nécessaires pour assurer la continuité du service de découverte et d'information rendu par les libraires.

Bibliographie

- Allain M.-L., Chambolle C. et Vergé T., *La Loi Galland sur les relations commerciales. Jusqu'où la réformer ?*, Paris, Rue d'Ulm, « Collection du Cepremap » n° 13, 2008.
- Anderson C., *The Long Tail : Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion Books, 2006.
- Appelman M. et Van Der Broek A., « Boek en markt. Effectiviteit en efficiëntie van de vaste boekenprijs », *CPB. SCP*, Technical report, SCP/CPB, 2002.
- Archambault É. et Lallement J., « L'évolution des librairies et le prix du livre », rapport technique, ministère de la Culture, Département des études et de la prospective, 1987.
- Autorité de la concurrence, « Avis n° 09-A-56 relatif à une demande d'avis du ministre de la culture et de la Communication portant sur le livre numérique », 18 décembre 2009.
- Backhaus J. et Hansen R., « Resale price maintenance for books in Germany and the European Union : a legal and economic analysis », Technical Report, Maastricht, METEOR, Maastricht Research School of Economics of Technology and Organization, 2000.
- Barluet S. (dir.), *Pour que vive la politique du livre*, Rapport « Livre 2010 », Paris, La Documentation française, ministère de la Culture et de la Communication, 2007.
- Beck J., « The sales effect of word of mouth : a model for creative goods and estimates for novels », *Journal of Cultural Economics*, 2007, 31(1), p. 5-23.
- , « Fixed, focal, fair ? Book prices under optional resale price maintenance », WZB, *Markets and Political Economy Working Papers*, n° SP II 2004-15, 2004.

- Benghozi P. et Benhamou F., « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? », *Culture Prospective*, rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques, 2008.
- Benhamou F., « L'instauration du prix unique du livre (loi dite "Lang") » et « La loi confrontée à la concentration de la vente au détail », in F. Leblanc, *Encyclopédie de la librairie*, Paris, Cercle de la librairie, 2008.
- , *Les Dérèglements de l'exception culturelle. Plaidoyer pour une perspective européenne*, Paris, Le Seuil, 2006.
- , *L'Économie de la culture*, Paris, La Découverte, 2003.
- , *L'Économie du Star System*, Paris, Odile Jacob, 2002.
- , « Essai d'analyse d'une pratique culturelle : la lecture et l'achat de livres », thèse de doctorat, université Paris I Panthéon-Sorbonne, 1985.
- Bittlingmayer G., « The elasticity of the demand for books, resale price maintenance and the Lerner index », *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 1992, 148(4), p. 588-606.
- Boin J., « Le commerce du livre : quelques éléments d'histoire », *Les Cahiers du SLF*, 2004, 1(1).
- Butz D. A., « Vertical price controls with uncertain demand », *Journal of Law and Economics*, 1997, 40(2), p. 433-459.
- Caillaud B. et Tregouët T., « Les marchés bifaces », *Revue Lamy de la concurrence* 2006, 9, p. 106-112.
- Caillet B., « Le circuit du livre. L'évolution de la diffusion », *Les Cahiers du SLF*, 2004, 1(1).
- Canoy M., Van Der Ploeg F. et Van Ours J. C., « The economics of books », in V. A. Ginsburgh et D. Throsby (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Oxford, Elsevier, 2006, p. 722-759.
- Caves R. E., *Creative Industries*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 2002.
- Centre for Competition Policy at University of East Anglia, « An evaluation of the impact upon productivity of ending resale price maintenance on books », Office of Fair Trading, OFT981, février 2008.

- Clerides S. K., « Book value : intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books », *International Journal of Industrial Organization*, 2002, 20, p. 1385-1408.
- Coase R., « Durable goods monopolists », *Journal of Law and Economics*, 1972, 15, p. 143-150.
- De Grauwe P. et Gielens G., « Pe prijs van het boek en de leescultur », CES Working Paper n° 12, 1993.
- De Vany A., « The movies », in V. A. Ginsburgh et D. Throsby (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Oxford, Elsevier, 2006, p. 615-665.
- Deneckere R., Marvel H. P. et Peck J., « Demand uncertainty and price maintenance : markdowns as destructive competition », *The American Economic Review*, 1997, 87(4), p. 619-641.
- , « Demand uncertainty, inventories, and resale price maintenance », *The Quarterly Journal of Economics*, 1996, 111(3), p. 885-913.
- Écalle F., « Une évaluation de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre », *Économie et prévision*, 1988, 86.
- Fishwick F., « Le commerce du livre au Royaume-Uni en 2004 », *Les Cahiers du SLF*, 2005, 2, p. 33-44.
- Fjeldstad A., « Å sette pris på bøker. Om prissystema for bøker i ein del europeiske land », Technical report, Norsk Kulturråd, 2001.
- Gaillard Y. (dir.), *La Politique du livre face au défi du numérique*, Rapport d'information de la Commission des finances du Sénat n° 338 (2009-2010), 2010.
- Gallimard A., *Rapport de la Mission de réflexion sur la librairie indépendante*, ministère de la Culture et de la Communication, 2007.
- Gaymard H., « Situation du livre. Évaluation de la loi relative au prix unique et questions prospectives », rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, 2009.
- Hjorth-Andersen C., « A model of the Danish book market », *Journal of Cultural Economics*, 2000, 24, p. 27-43.
- Jullien B. et Rey P., « Resale price maintenance and collusion », GREMAQ et IDEI, Université des sciences sociales Toulouse I, 2000.

- Lacroix C. (dir.), « Statistiques de la culture, chiffres clés », rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, 2009.
- Olivennes D., « Le développement et la protection des œuvres sur les nouveaux réseaux », rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, 2007.
- Patino B., « Rapport sur le livre numérique », rapport technique, ministère de la Culture et de la Communication, 2008.
- Perona M., « Essai de mesure de l'élasticité-prix de la demande de livres et de disques en France, 1960-2003 », mémoire de master, EHESS-DELTA, 2004.
- Prieto-Rodriguez J., Romero-Jordán D. et Sanz-Sanz J. F., « Is a tax cut on cultural goods consumption actually desirable ? A microsimulation analysis applied to Spain », *Fiscal Studies* 2005, 26(4), p. 549-575.
- Renard H. (dir.), « Situation économique de la librairie indépendante », rapport technique, Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre, 2007.
- Rey P. et Tirole J., « The logic of vertical restraints », *The American Economic Review*, 1986, 76(5), p. 921-939.
- Ringstad V., « On the cultural blessings of fixed book price », *International Journal of Cultural Policy*, 2004, 10(3), p. 351-365.
- et Løyland K., « The demand for books, estimated by means of consumer survey data », *Journal of Cultural Economics*, 2006, 30, p. 141-155.
- Rouet F., *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, 2007.
- Tesler L. G., « Why should manufacturers want fair trade ? », *Journal of Law and Economics*, 1960, 3, p. 86-105.
- Van Der Ploeg F., « Beyond the dogma of the fixed book price agreement », *Journal of Cultural Economics*, 2004, 28, p. 1-20.
- Van Ours J. C., « De Nederlandse boekenmarkt tussen stabiliteit en verandering », *Massacommunicatie*, 1990, 18, 22-35.

ORGANIGRAMME DU CEPREMAP

Direction

Président : Jean-Pierre Jouyet

Directeur : Daniel Cohen

Directeur adjoint : Philippe Askenazy

Directeurs de programme

Programme 1 – La politique macroéconomique en économie ouverte

Yann Algan

Philippe Martin

Xavier Ragot

Programme 2 – Travail et emploi

Ève Caroli

Andrew Clark

Gilles Saint-Paul

Programme 3 – Économie publique et redistribution

Brigitte Dormont

Claudia Senik

Karine Van Der Straeten

Programme 4 – Marchés, firmes et politique de la concurrence

Gabrielle Demange

Anne Perrot

Jérôme Pouyet

Programme 5 – Commerce international et développement

Marc Gurgand

Sylvie Lambert

Thierry Mayer

Mise en pages
TyPAO sarl
75011 Paris

Imprimerie Jouve
N° d'impression : ****
Dépôt légal : mai 2010