



Direction
du livre et
de la lecture

La librairie, repères économiques

→ Un objet statistique incertain

La librairie est mal cernée au plan statistique. À la différence de l'édition, elle ne bénéficie ni d'un code d'activité propre au sein de la nomenclature d'activités française ¹ ni d'une enquête annuelle de branche s'inscrivant dans le cadre des statistiques obligatoires ².

Si chacun perçoit intuitivement ce qu'est une « librairie », la difficulté à traduire en termes statistiques cette perception en complique singulièrement les approches chiffrées. Comment traduire par exemple un élément aussi constitutif de l'idée de librairie que la capacité de conseil au lecteur ? Quant aux critères les plus objectifs — réaliser l'essentiel du chiffre d'affaires dans la vente de livres, offrir un large assortiment de titres — ils ne permettent pas non plus à eux seuls de rendre véritablement compte de la très grande diversité des commerces de livres. Les éléments chiffrés présentés ci-dessous doivent donc être regardés avec prudence et constituent plus un reflet de l'existant qu'une exacte cartographie.

→ Le nombre de librairies

Le nombre total de points de vente du livre se situerait, selon les sources, entre 20.000 et 25.000. Sur ce total, 15.000 ont un compte ouvert chez au moins l'un des deux grands distributeurs, ce qui signifie qu'ils ont une activité régulière de vente de livres. Enfin, 2.500 à

¹ Dans la NAF, les entreprises de librairie sont regroupées avec les revendeurs de presse, de papeterie et de fournitures de bureau au sein du code 52.4R (Commerce de détail de livres, journaux et papeterie). Il s'ensuit que les enquêtes annuelles d'entreprise de l'INSEE ne permettent pas d'analyser avec précision les évolutions des entreprises spécialisées dans la vente de livres neufs.

² Loi du 7 juin 1951 sur les statistiques obligatoires. Pour l'édition, l'enquête de branche est déléguée au Syndicat national de l'édition par le Service des études et des statistiques industrielles (SESSI) du ministère chargé de l'Industrie.

3.000 points de vente reçoivent le service des nouveautés des principaux distributeurs, ce qui correspondrait à la population des « librairies professionnelles ».

Le tableau ci-dessous présente une version simplifiée de la typologie des réseaux de vente publiée par l'ASFODELP en 1995.

| | estimation du nombre de points de vente | assortiment |
|--|---|--------------------------|
| grandes surfaces spécialisées et multispécialistes | 50 | plus de 50.000 titres |
| librairies générales à assortiment diversifié | 2 300 | de 5.000 à 50.000 titres |
| librairies spécialisées | 500 | de 2.000 à 20.000 titres |
| librairies-papeteries à choix restreint | 3 000 | de 1.000 à 5.000 titres |
| hypermarchés | 1 000 | de 1.000 à 5.000 titres |
| points de vente de presse | 11 990 | moins de 5.000 titres |
| supermarchés et magasins populaires | 7 250 | moins de 5.000 titres |
| total | 26 090 | |

d'après ASFODELP, Le Métier de libraire, ECL, 1995

→ Les segmentations des diffuseurs

Les entreprises de diffusion du livre ont adopté des segmentations en « niveaux » de clientèles, qui visent à organiser la multiplicité des points de vente du livre en populations relativement homogènes tant par des critères objectifs (taille du point de vente, largeur de l'assortiment, degré de spécialisation, position sur la zone de chalandise) qu'en regard de l'importance du point de vente pour la production des éditeurs diffusés. La définition des différents « niveaux » de clientèles varie donc sensiblement d'un diffuseur à l'autre.

Classiquement, cette segmentation distingue :

- le 1^{er} niveau de points de vente, qui regroupe les 700 à 1300 clients les plus importants (librairies et grandes surfaces culturelles), bénéficie de visites plus fréquentes des représentants et des remises commerciales les plus élevées ; il représente de 60% à 75% du chiffre d'affaires des diffuseurs ;
- les 700 à 800 hypermarchés, qui bénéficient d'une équipe spécifique de représentants ;
- le 2^{ème} niveau (4.000 à 12.000 points de vente selon les diffuseurs), qui regroupe les petits points de vente de proximité, les supermarchés et les magasins populaires.

Les plus petits points de vente et les points de vente occasionnels, parfois appelés « 3^{ème} niveau », n'ont pas de compte ouvert chez les distributeurs et s'approvisionnent auprès de grossistes ou des plates-formes régionales des distributeurs.

On notera également, chez plusieurs diffuseurs, l'existence d'un « effet réseau » pour la classification en 1^e ou 2^e niveau : un point de vente appartenant à un chaîne de librairies ou de grandes surfaces spécialisées pourra ainsi être traité en 1^e niveau alors qu'isolé, il aurait, au regard de ses caractéristiques propres, plutôt relevé du 2^e niveau.

→ La complémentarité des différents « niveaux » de librairie

Au-delà de son poids économique, le 1^{er} niveau est déterminant en termes qualitatifs pour les éditeurs dans la mesure où ce « cœur de la librairie française », par les larges assortiments qui le caractérisent, joue un rôle de « lanceur » irremplaçable, en permettant aux éditeurs de

mettre sur le marché et de tester, notamment grâce au service des nouveautés (« l'office »), la quasi totalité de leur production.

Ce rôle déterminant ne doit pas cependant occulter l'importance des autres réseaux de vente du livre, en particulier du réseau de proximité, dont la densité et la bonne santé constituent des facteurs évidents d'amplification du marché. Le dernier inventaire communal réalisé par l'INSEE en 1998³ fournissait à cet égard des éléments plutôt encourageants, puisque le nombre de communes équipées d'au moins une librairie-papeterie (5.545 sur les 36.667 communes françaises) était en hausse de 4% par rapport à 1988.

→ Le poids des librairies dans le marché du livre

— *sur le marché des ménages :*

Les librairies et les grandes surfaces culturelles représentent aujourd'hui près de la moitié des achats de livres des ménages, qui représentent eux-même environ 90% du marché intérieur. Dans cet ensemble, on observe cependant une forte poussée des grandes surfaces culturelles, qui traduit notamment l'ouverture de nouveaux points de vente, tandis que la part de marché des librairies connaît une lente érosion.

Dans les autres canaux, on notera également le développement continu des grandes surfaces non spécialisées, l'effondrement des ventes par courtage (encyclopédies) et la relative stabilité de la VPC et des clubs, due en partie au développement des ventes par internet.

La nomenclature utilisée par TNS Sofres, principale source d'information sur la répartition du marché par canaux, ne permet pas de mesurer avec précision le poids du « 1^{er} niveau », puisqu'il conviendrait d'ajouter à l'ensemble librairies/GSS/grands magasins les ventes des plus grosses maisons de la presse. On peut cependant estimer qu'il représente plus de 40% des ventes aux ménages, dont une petite moitié pour les librairies.

| Achats en valeur (hors livres scolaires et encyclopédies en fascicules) | 1993 | 1998 | 2003 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| librairies (librairies spécialisées et librairies-presse) | 31% | 32% | 29% |
| <i>librairies spécialisées</i> | 20% | 21% | 18% |
| <i>grands magasins</i> | 1% | 1% | 1% |
| <i>maison de la presse, librairies-papeteries</i> | 10% | 9% | 9% |
| grandes surfaces spécialisées | 10% | 15% | 20% |
| grandes surfaces non spécialisées | 12% | 16% | 20% |
| courtage | 16% | 7% | 0,3% |
| VPC, clubs | 23% | 21% | 21% |
| <i>dont Internet</i> | /// | 0,04% | 3% |
| soldeurs/occasion | } 7% | 3% | 3% |
| autres (comités d'entreprises, achat direct à l'éditeur, kiosques, gares, salons, marchés, ...) | | 7% | 6% |
| | 100% | 100% | 100% |

source : TNS-Sofres pour Observatoire de l'économie du livre (CNL), panel de 10.000 personnes de 15 ans et plus

On soulignera par ailleurs que le poids des différents niveaux peut varier sensiblement selon les secteurs : ainsi, le 1^{er} niveau représente plus de 60% des achats dans des domaines comme les sciences humaines ou les livres d'art, mais n'est que d'environ 20% pour les livres pratiques et de moins de 10% pour les romans sentimentaux.

³ Le prochain inventaire devrait être réalisé en 2008.

— *sur le marché des ventes aux collectivités :*

Le marché des ventes aux collectivités représente environ 10% du marché intérieur du livre et se répartit de façon à peu près équivalente entre les ventes aux bibliothèques et les ventes aux établissements scolaires.

Jusqu'en 2003, les ventes de livres aux collectivités n'étaient pas soumises au rabais maximal de 5% prévu par la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre.

Au cours de la décennie 1990, on a assisté à une surenchère croissante sur les rabais accordés aux collectivités qui a contribué à fragiliser la situation des librairies : celles qui concédaient des rabais plus élevés voyaient leur marge sur cette activité se rétrécir, voire devenir négative, et celles qui décidaient de renoncer à ces marchés connaissaient une baisse de la remise obtenue de la plupart des fournisseurs du fait de la diminution du volume d'affaires traité.

Entre 1992 et 2003, malgré un doublement du volume d'achat des bibliothèques, la part des ventes aux collectivités dans le chiffre d'affaires des librairies de 1^e niveau a ainsi reculé de 22% à 19%, tandis que le rabais moyen accordé passait de 15,5% à 18,5%.

A la veille du vote de la loi du 18 juin 2003, les librairies ne détenaient plus que la moitié du marché des ventes aux bibliothèques et un tiers de celui des ventes aux établissements scolaires.

En plafonnant à 9% le rabais sur les marchés de fourniture aux bibliothèques, la loi du 18 juin 2003 semble avoir permis un retour important des librairies sur ces marchés, comme en attestent de premières analyses des avis d'attribution de marchés publics d'achats de livres. En revanche, l'adoption par plusieurs régions de procédures centralisées pour l'introduction de la gratuité des manuels dans les lycées a contribué à accentuer encore le recul de la part de la librairie sur les marchés scolaires..

— *sur le marché de détail :*

Un retraitement des données Sofres en excluant la VPC, les clubs et les livres d'occasion et en intégrant les ventes de livres scolaires, permet d'estimer de la façon suivante la répartition des ventes de livres neufs sur le marché de détail :

| | |
|--|-----|
| - librairies (1 ^e et 2 ^e niveau) | 41% |
| - GSS | 28% |
| - GS non spécialisées | 24% |
| - Soldeurs livres neufs | 1% |
| - Autres lieux (salons, expositions, GSS hors livres) | 6% |

Cette répartition est proche des chiffres donnés par le panel de points de ventes Ipsos en 2004 (43% pour les librairies, 34% GSs, 23% GSns).

→ **La situation économique de la librairie**

En 1992, la première enquête réalisée sur la situation économique des librairies de 1^{er} niveau avait souligné la faiblesse de la rentabilité moyenne de ces commerces, liée notamment au poids des frais de personnel (17% du CA) et à un cycle d'exploitation plutôt défavorable en

termes de trésorerie : le résultat net s'y élevait en moyenne à 0,5% du chiffre d'affaires contre 0,9% pour l'ensemble du commerce de détail.

Dix ans plus tard, l'enquête menée en 2003 par le ministère de la culture ⁴ montre qu'une grande partie de ce constat demeure : la rentabilité de la librairie de 1^{er} niveau est certes un peu plus élevée qu'en 1992 (2,0%), mais se situe à un niveau très modeste compte tenu de la bonne santé du marché du livre sur la période 2000-2003, et reste inférieure à celle du reste du commerce.

L'amélioration des conditions commerciales accordées par une partie des diffuseurs (remises) a été d'une part contrebalancée par un raccourcissement des délais de paiement et d'autre part absorbée par le rétrécissement des marges sur les ventes aux collectivités et la hausse sensible des loyers et des coûts de transport.

Si la loi du 18 juin 2003 sur la rémunération du prêt en bibliothèques a mis partiellement fin à la surenchère sur les rabais aux collectivités, la morosité qui s'est installée sur le marché du livre depuis la fin de 2004 laisse à penser que la situation s'est encore tendue pour la librairie, en particulier pour les plus petites d'entre elles.

Une nouvelle enquête, réalisée à l'initiative du SLF, du SNE et du ministère de la culture, sur un échantillon de librairies de toutes tailles et de tous niveaux, permettra d'en prendre la mesure⁵.

Observatoire de l'économie du livre, décembre 2005

⁴ Situation économique des librairies de 1^{er} niveau, <http://www.centrenationaldulivre.fr>, rubrique Chiffres et statistiques.

⁵ Les premiers résultats de cette étude sont attendus pour mars 2006.