



HAL
open science

ÉLÉMENTS DE SOCIOÉCONOMIE DE LA LIBRAIRIE

Florence Lethurgez, Carole Poirel

► **To cite this version:**

Florence Lethurgez, Carole Poirel. ÉLÉMENTS DE SOCIOÉCONOMIE DE LA LIBRAIRIE. Congrès National des IUT, IUT de Pau, 2003, Pau (FRA), France. hal-03940870

HAL Id: hal-03940870

<https://hal.science/hal-03940870v1>

Submitted on 16 Jan 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

ÉLÉMENTS DE SOCIOÉCONOMIE DE LA LIBRAIRIE : LES AMBIVALENCES DE LA LOI LANG

Florence Lethurgez

Université de la méditerranée
I.U.T. d'Aix-en-Provence
Département Information-Communication
413, avenue Gaston Berger
13625 Aix-en-Provence Cedex 1
flethurgez@univ-aix.fr

Carole Poirel

Centre de recherche sur le
transport et la logistique
I.U.T. d'Aix-en-Provence
413, avenue Gaston Berger
13625 Aix-en-Provence Cedex 1
cpoirel@univ-aix.fr

Résumé : *Cet article se propose d'analyser la librairie en France à la lumière de la loi Lang. Elle permet de révéler trois ambivalences, entre protection et contrainte, solidarité et domination, diversité et concentration. Émerge un cadre d'analyse pertinent pour rendre compte des mouvements socio-économiques les plus actuels : offre croissante et segmentée, concentration éditoriale et commerciale, arrivée d'internet venant modifier la demande, l'offre et l'organisation des métiers.*

Mots-clés : *Socio-économie, Librairie, Loi Lang, Stratégies, Édition, Internet*

1. Introduction :

La librairie est un objet de recherche à la fois oublié et flou. En tant que commerce culturel, elle échappe aux logiques économiques dominantes ; en tant que commerce, même culturel, elle n'apparaît pas comme une institution spécifique d'offre pour la sociologie de la culture. Et c'est même la société toute entière qui cerne mal cette activité, comme en témoignent les classifications administratives et les outils institutionnels les plus reconnus [1] [2] [3].

L'INSEE agrège dans sa nomenclature d'activités françaises (NAF) la vente au détail de livres avec celle de journaux et de papeterie (code d'activité principale exercée 524R), ce qui est encore le cas dans la version toilettée en vigueur depuis janvier 2003 [4]. Alors que la librairie figure dans l'enquête du Ministère de la Culture et de la Communication, département des études et de la prospective sur l'emploi dans le secteur de la culture [5], elle disparaît dans celle qui concerne les professions culturelles [6] où sont pourtant présents les cadres de l'édition et de la bibliothèque. L'INSEE recense 25 000 points de vente dont seulement 2500 réalisent plus de 50% de leur chiffre d'affaires avec le livre. La librairie est un canal de distribution qui effectue selon la dernière enquête SOFRES [7] 20,8% des parts de marché. Les grandes surfaces spécialisées (dont Fnac) effectuent 17,2%, les grands magasins 1,4%, les maisons de la presse 9,1%, les grandes surfaces non spécialisées (dont hyper) 17,2%, la VPC et clubs (dont France Loisirs) 24,1%, le courtage 1,6%, les soldeurs/occasion 3,1%, enfin les autres canaux (comités d'entreprise, kiosques, gares, salons, etc.) 4,9% des parts de marché. En outre, le canal de distribution librairie n'est pas non plus homogène puisque les classements professionnels distinguent les librairies de 1^{er} et de 2^e niveaux.

Ainsi, à l'oubli et au flou qui accompagnent cette activité s'ajoute l'extrême hétérogénéité des entreprises du commerce du livre ainsi que le caractère arbitraire des classifications qui en rendent compte. Cet état de fait rend l'exploitation de données statistiques ou typologiques délicate, de même que la définition et le découpage pertinents de l'objet.

Cependant, suite à la concurrence par les prix que la Fnac et des enseignes de la grande distribution ont systématiquement pratiquée dans les années soixante-dix, le législateur a travers la loi Lang sur le prix unique du livre entrée en vigueur en janvier 1982 a souhaité indirectement promouvoir un certain type de librairie. Celle-ci se caractérise essentiellement par une politique d'assortiment diversifié où les livres de grande vente permettent de proposer à la clientèle des ouvrages plus rares. Il s'agit pour ses concepteurs de développer la lecture et la création éditoriale à travers le maintien d'un réseau dense et diversifié de « vraies » librairies. La finalité axiologique de la loi Lang (promouvoir une certaine culture) se double d'une définition axiologique de son outil principal (promouvoir une certaine librairie). Cette double dimension axiologique devrait naturellement nous inciter à nous distancier de cette entrée. L'objet de cet article est pourtant de considérer les configurations nouées autour du prix du livre avec la loi Lang comme une entrée pertinente pour rendre compte de quelques logiques socio-économiques spécifiques de la librairie. La loi Lang cristallise des configurations particulièrement ambivalentes que nous pouvons ramener ici à trois items relatifs à ce qu'elle « apporte » : protection, solidarité et diversité, et à ce qu'elle « retire » : contrainte, dépendance, concentration, de façon concomitante.

2. Protection et contrainte :

Sans doute, cette ambivalence entre contrainte et protection n'est pas nouvelle et s'inscrit dans la continuité de l'histoire du commerce de la librairie. La prise en compte de cette histoire peut être éclairante au sens où elle contient des éléments qui peuvent encore aujourd'hui le déterminer.

2.1 Un ancrage social et culturel

La librairie n'a jamais été un commerce comme les autres. C'est surtout la tension entre activité publique / activité privée qui traverse les textes officiels chargés d'encadrer cette activité. Entreprise pourtant privée, lui sont associés des effets touchant aux intérêts publics. Avant la loi sur la liberté de la presse de 1881, elle est considérée comme dangereuse, est l'objet de mesures de contrôle étayées sur des informations très précises sur les hommes dans leur singularité. Aujourd'hui comme par le passé, le travail du libraire doit permettre l'accomplissement individuel et reposer sur une certaine forme de prise de risque [9]. Les recensements des points de vente ont donc toujours été le fait des pouvoirs publics. Seule la finalité a changé : de sécuritaire, elle est devenue culturelle.

Les librairies demandent depuis toujours une protection auprès des pouvoirs publics qui vise une reconnaissance institutionnelle de leur métier. De fait, c'est principalement autour de deux axes que les analyses de la librairie se sont toujours orientées, en ne faisant avancer que notre compréhension des logiques socio-économiques les plus génériques de ce commerce. L'opposition entre les dimensions culturelle et commerciale ont permis certes de mieux cerner les tensions et les écarts entre « libraire » et « vendeur de livre » [1], mais dans la continuité d'analyses toutes redevables de la théorie de la Consommation culturelle du sociologue Pierre Bourdieu et maintes fois réitérées [10]. Par ailleurs, une des transformations, repérées également pour d'autres entreprises culturelles concerne le statut de l'argument économique [11].

Les antagonismes sociaux entre « mission culturelle » et « logique de rentabilité » ont tendance à s'éteindre ; une bonne gestion devient la condition de la survie de l'entreprise. La librairie ne subit plus dans les faits comme dans les discours cette double dimension inhérente à son activité comme un écartèlement [2] [3].

2.1 Subside économique ou outil de politique culturelle ?

L'intervention du politique ne répond pas à un souci corporatiste mais à un souci culturel. La loi Lang n'est pas conçue comme un subside économique mais comme l'outil d'une politique culturelle, à l'instar de la librairie, dont la fonction l'a amené à s'engager dans le devenir de la démocratie au 19^e et au 20^e siècles. Une politique du livre ne concerne pas seulement les lecteurs mais l'ensemble de la société.

Les libraires indépendants favorables à l'instauration d'un prix unique se sont tournés vers les pouvoirs publics pour obtenir une réglementation du prix du livre qui a accru leur dépendance avec les éditeurs, seuls habilités à fixer prix et remises. Il s'agissait du prix à payer pour conserver la marge de liberté constitutive de leur profession et qui allait désormais s'exprimer pleinement dans le service.

La littérature professionnelle qui retrace l'histoire de la loi Lang montre l'importance des arbitrages au sein de la profession. La loi préside dès le début aux destinées et aux recompositions du paysage syndical de la librairie.

Le débat sur le droit de prêt vient renforcer aujourd'hui ces effets spécifiques de repositionnement en ce qu'il entraîne un amendement de la loi. Fondée sur un mécanisme de répartition des rémunérations très complexe, elle reformule les liens de dépendance de la librairie avec encore plus d'acteurs. Elle noue l'ensemble de la chaîne du livre et de la société selon une configuration singulière, où la défense des droits d'auteur ne peut se penser indépendamment des politiques en faveur de la lecture publique.

L'amendement de la loi Lang qui stipule que désormais les remises consenties aux collectivités par les libraires n'excéderont pas 9%, en même temps que celui-ci devra en reverser 6% au profit du droit de prêt, et ce à l'exception du livre scolaire, s'inscrit dans la même dynamique complexe [12].

La librairie devient l'outil d'une politique culturelle qu'elle ne peut pas toujours maîtriser et qui dépasse ses intérêts corporatistes.

2.3 Les nouvelles technologies de la communication et de l'information

Un autre débat, qui mobilise également le législateur, concerne les effets d'internet et de l'édition numérique sur l'ensemble de la filière du livre car ils affectent à la fois les contenus, les formes de production et de distribution du livre, de même que les relations entre les différents intervenants de la filière. Ils obligent les acteurs à évoluer en matière culturelle, de compétences et d'alliances stratégiques avec d'autres acteurs de l'industrie du livre. Cependant, ils ne sont pas révolutionnaires car l'innovation a toujours été décisive dans la filière du livre. La singularité et la diversité de cette économie favorisent l'adaptation aux innovations, à travers le renouvellement et la segmentation permanents de l'offre.

Une synthèse non exhaustive des arguments avancés contre ou en faveur d'Internet et de l'édition numérique est à ce sujet éclairante [13] [14]. Pour ses détracteurs, les nouvelles technologies bouleversent l'écologie du système. Les critères traditionnels qui déterminent les taux de remise consentis par les éditeurs aux libraires ne pourraient s'appliquer mécaniquement aux librairies électroniques. Si les libraires traditionnels ne vendent que ce qu'ils ont préalablement acheté, les libraires en ligne n'achètent que ce qu'ils ont préalablement vendu. Les librairies en ligne représenteraient une nouvelle forme de

concurrence, parfois déloyale. De nouvelles formes de commercialisation des livres (chapitre par chapitre ou avec licences) casseraient l'unité du livre, au détriment du droit des auteurs et de la législation sur le prix unique. S'ensuit pour Marc Minon « *une modification des standards de qualité sur l'ensemble de la chaîne du livre* »[15].

Pour ses défenseurs, les nouvelles technologies constituent des innovations majeures pour les libraires sur le triple plan des coûts, des services et de la diffusion du livre. Le libraire doit d'une part tenir compte, du fait de la montée en puissance du paradigme interactif, d'une efficacité accrue de la chaîne de production par accélération des processus et allègement des stocks et d'une offre désormais virtuelle actualisable en temps réel à la demande de la clientèle. Disparition des surcoûts liés au stock, donc à la distribution, meilleure satisfaction des besoins de la clientèle, disponibilité des ouvrages de fonds, offre de services « commutatifs » personnalisés, relations plus efficaces entre clients et fournisseurs, enfin nouveau canal de vente et nouvelles formes de commercialisation permettant d'atteindre de nouvelles clientèles, ouverture d'un nouveau marché avec l'édition à la demande, la numérisation de livres épuisés, sont autant d'opportunités pour la chaîne du livre, le rêve d'une librairie infinie aux titres personnalisés et à moindre coût, étant enfin réalisé.

Les schèmes argumentatifs autour d'Internet se moulent dans ceux plus traditionnels qui concernent, à travers la loi Lang, la défense de la librairie indépendante. Appel est fait aux pouvoirs publics afin de pallier les capacités d'investissement insuffisantes de la librairie indépendante et de réguler l'écrit dans le nouvel univers numérique. Cette dernière requête, gravitant autour du renforcement du droit moral, prend aujourd'hui une dimension européenne comme en témoignent plus particulièrement les directives communautaires sur le commerce électronique et sur les droits d'auteur [16]. Les demandes envers une plus forte régulation d'Internet telle qu'elle apparaît dans le débat sur le prix unique dans la communauté européenne, la question de la taxe associée au photocopillage sur les nouveaux supports, prolongent ce témoignage. En outre apparaissent de nouveaux acteurs, étrangers à la filière (Amazon par exemple), de nouvelles stratégies de rationalisation par les grands groupes de communication.

Ainsi la loi Lang, n'est-elle pas une grille d'analyse mécanique, implacable et commode. Elle parvient à intégrer en évoluant à son tour les changements qui affectent la filière du livre.

3. Solidarité et domination :

Une des singularités de la filière du livre est qu'elle implique un très grand nombre d'acteurs (auteurs, traducteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs, libraires, bibliothécaires, etc.) selon une dynamique interne qui fait que chacun dépend de tous les autres. La loi Lang qui rend l'éditeur responsable de la fixation des prix de vente et donc des marges des libraires participe de cette singularité.

3.1 Responsabilités croisées entre éditeurs et libraires

Le prix du livre tel que l'établit la loi Lang consolide les solidarités entre les différents maillons de la chaîne du livre telle qu'elles s'expriment à travers toute la mécanique de production et de répartition de la valeur. Mais ce sont les éditeurs qui font le marché, qui élaborent l'offre en sélectionnant les textes, le nombre de livres, leur tirage et enfin leur prix de vente. Ainsi elle instaure un rapport socio-économique dans lequel s'exprime une forme de domination.

De fait, les marges commerciales dépendent des remises que les éditeurs attribuent aux détaillants sur la base d'une assiette qu'ils leur imposent, c'est-à-dire le prix de vente public. Le taux appliqué sur cette assiette varie en fonction du volume des ventes d'une part et des

risques commerciaux inhérents à la détention du stock et au lancement des nouveautés d'autre part. Le premier volet est essentiellement d'ordre quantitatif (il correspond à des remises quantitatives) alors que le second introduit des critères qualitatifs dans la rémunération des détaillants (il correspond à des remises qualitatives). Le mécanisme prix – remise – marge demeure par conséquent sous le contrôle de l'édition, bien qu'il ne soit pas totalement hors du champ d'influence des acteurs du commerce. Quelle que soit la répartition entre les parts quantitative et qualitative des remises, le taux global de remise est un plafond que le taux de marge commerciale ne peut pas dépasser.

Le régime de prix unique favorise également l'emprise éditoriale sur le commerce en permettant aux éditeurs de disposer d'informations commerciales à prix inchangé. Ces dernières remontent en effet de l'aval vers l'amont sans que les détaillants aient la possibilité de modifier le prix de vente [17]. Cette remontée de l'information le long de la filière est facilitée par la présence de grands groupes d'édition au stade de la distribution physique des livres [18]. Les éditeurs savent, en conséquence, où sont vendus leurs livres et dans quelles conditions, informations précieuses qui les avantagent pour diriger l'ensemble de la filière dans le sens de leurs intérêts stratégiques.

La loi Lang accompagne et renforce le pouvoir de l'éditeur et lui rappelle en même temps le poids de ses responsabilités vis-à-vis du commerce du livre en général et de la librairie en particulier. Son objectif est de préserver la diversité de la production par la présence d'un réseau de libraires acceptant de jouer le jeu de la péréquation, c'est-à-dire, depuis que Diderot l'a formulée en 1763 dans la première édition de *Lettre sur le Commerce de la librairie* en ces termes, « [de posséder] un nombre plus ou moins considérable de livres [...] assorti de manière que la vente sûre mais lente des uns, compensée avec avantage avec la vente aussi sûre mais plus rapide des autres, facilite l'accroissement de la première possession » [19]. En maintenant les marges sur les livres à rotation rapide, la loi Lang donne la possibilité économique aux libraires de détenir des livres à rotation lente et donc de participer à la préservation de la diversité éditoriale. Elle établit et consolide, au delà d'une simple réciprocité, une nécessaire solidarité entre éditeurs et libraires.

3.2 Des conditions générales de vente, entre rigueur et arbitraire

Les échanges entre éditeurs et libraires sont réglés par des conditions commerciales définies par les éditeurs, en concertation avec leurs diffuseurs, c'est-à-dire des prestataires spécialisés auxquels les éditeurs délèguent la présentation et la défense de leur production auprès des points de vente ainsi que l'ensemble de la négociation commerciale (remises, délais de règlement, conditions de retours des invendus, opérations spéciales et suivi global de la relation). C'est pourquoi ces conditions sont dénommées « conditions générales de vente » et non « d'achat », expression qui n'a pas cours dans la filière du livre.

Pour bénéficier des conditions générales de vente les plus avantageuses, les librairies doivent être classées par l'édition et la diffusion dans le premier niveau de clientèle, c'est-à-dire être identifiées, en regard des critères de la segmentation commerciale, comme des lieux de vente privilégiés, à la fois en termes de chiffre d'affaires réalisé, de savoir-faire promotionnel et de gestion du fonds (le fonds comprend les livres de plus d'un an de parution). Pour avoir les remises les plus importantes, les libraires peuvent jouer sur la taille de leur magasin, faire valoir leurs compétences distinctives en matière de lancement des nouveautés et de promotion du fonds [1] et *in fine* accepter les règles du jeu commercial.

Ce sont principalement des échelles quantitatives qui permettent de convertir le travail réalisé par des points de remise. Ces échelles portent sur des montants minimums de vente, sur des barèmes d'accroissement du chiffre d'affaires, sur des quantités de références et d'exemplaires détenus en stock et sur le nombre de participations à des actions

promotionnelles dans l'année. Aussi, ce type d'échelles incite-t-il inévitablement les libraires à gonfler leur stock pour bénéficier d'une meilleure rémunération et à conforter la propension de l'édition à « pousser les livres » dans la filière.

Cependant, l'appartenance au premier niveau ne dépend pas uniquement de l'application objective des conditions générales de vente par la diffusion à la librairie. En dépit de la grande précision des critères présidant à la fixation des remises, peut exister une part d'arbitraire. Elle sera plus importante pour les critères les plus subjectifs comme ceux relatifs à l'animation et à la promotion du point de vente. Mais même les critères les plus objectifs peuvent donner lieu à des négociations. La rigueur des conditions générales de vente provoque paradoxalement de nombreux ajustements dont la nécessité s'impose aux yeux des libraires. Ceux-ci se déroulent au niveau le plus fin de la relation entre édition et librairie, entre responsable de rayon et représentant d'édition. C'est là que les libraires exercent une résistance et que les arbitrages réels se font. Ainsi le classement des librairies en niveaux, qui se dote de critères rigoureux et objectifs, est-il le résultat d'arbitrages complexes.

3.3 Les inquiétudes actuelles des libraires suite au rachat de Vivendi Universal Publishing par Hachette

A l'automne 2002, Hachette, numéro deux de l'édition française a été désigné comme le reprenneur du pôle éditorial du groupe Vivendi, numéro un de l'édition française. Il en résulte une nette accélération de la concentration à tous les stades de la filière du livre, qu'il s'agisse de l'édition (pour le livre scolaire et le format de poche en particulier), de la diffusion et de la distribution. Aux yeux des libraires, un fournisseur « monstrueux » est en train de naître.

Les inquiétudes des libraires, aisément compréhensibles, concernent en premier lieu la position hégémonique que Hachette occuperait si l'opération de rachat était finalisée. De quelles marges de manœuvres réelles pourraient-ils disposer face à un fournisseur dont dépendrait entre la moitié et les trois-quarts de leur chiffre d'affaires ? En outre, les conditions commerciales de Hachette sont relativement draconiennes. En 2000, Albin Michel, cinquième éditeur français, décide de retirer sa logistique de distribution à Vivendi pour la confier à Hachette, et les libraires constatent une baisse conséquente de leurs remises. Enfin, Hachette n'a jamais participé aux accords interprofessionnels qui se sont concrétisés dans les domaines du transport et de l'échange de données informatisées [20]. Ce comportement de retrait, s'il devait perdurer et s'étendre à l'avenir, mettrait encore en danger une coopération interprofessionnelle déjà fragile.

Les moyens à disposition de la librairie pour empêcher la formation d'un tel fournisseur et dans le cas contraire pour résister à son pouvoir ne sont guère nombreux. Il s'agit, en premier lieu d'exploiter la voie légale. Près de cinq cents libraires réunis en un syndicat, le syndicat de la librairie française, se sont exprimés par la voix de leurs élus auprès des instances européennes pour expliquer leurs inquiétudes et exposer les implications tant économiques que culturelles de la toute puissance de Hachette sur la librairie. Il s'agira, en second lieu, de négocier avec l'intéressé. Une remise à plat des conditions générales de vente devrait être envisagée sous l'égide d'un médiateur nommé par le Ministre de la Culture, comme cela a déjà été le cas en 1991 avec Patrice Cahart, alors chargé de clarifier, dix ans après l'adoption de la loi Lang, les usages commerciaux de la librairie. Cette lutte supplémentaire s'inscrit dans la « longue marche des libraires » dont la loi Lang est une étape.

4. Diversité et concentration :

La loi Lang renforce-t-elle les configurations existantes ou fait-elle advenir des configurations inédites ? Là aussi, les constats sont contrastés. Elle a permis aux librairies traditionnelles de résister, mieux, de faire émerger de nouveaux acteurs aux profils singuliers, tandis qu'elle a favorisé dans le même temps, le livre devenant un produit rentable, les stratégies de concentration et de renforcement de l'existant majoritaire. Elle a ainsi accompagné le remodelage spécifique de l'ensemble du commerce du livre.

4.1 De la diversité du commerce de la librairie

La densité et la diversité du tissu commercial sont considérées par les défenseurs de la loi Lang comme des conditions *sine qua non* de la liberté de création dans l'édition. Une certaine équité est en même temps recherchée en favorisant la répartition la plus homogène possible des points de vente du livre sur l'ensemble du territoire. Les éditeurs ont ainsi leurs livres partout, la clientèle y a ainsi accès partout. La concentration commerciale est considérée comme un mouvement économique nuisible à la qualité de la production éditoriale. En interdisant la concurrence par les prix, la loi Lang s'emploie précisément à le contenir. Dénonçant en 1978, en période de prix conseillé, la politique systématique de discount de la Fnac, Jérôme Lindon, P.D.G. des Éditions de Minuit, exprime ce point de vue en affirmant que « *la perte de cinquante bonnes librairies [...] ne saurait être contrebalancée, même de loin, par un ou deux magasins* » [21].

Pour les détracteurs du régime de prix unique, l'argument est critiquable dans la mesure où la filière se prive ainsi d'une plus grande efficacité de fonctionnement en aval [22] [23] [24]. Des économies d'échelle ne peuvent pas être réalisées ; la gestion de la distribution peine à se rationaliser. En maintenant l'émiettement du tissu commercial, la loi Lang met l'édition à l'abri de trop fortes pressions de la part des acteurs du commerce et favorise par conséquent la domination de l'édition dans la filière.

Après l'entrée en vigueur du régime de prix unique en 1982, la librairie a pu profiter d'un répit dans la lutte concurrentielle avec la Fnac et les grandes surfaces (en particulier Carrefour, Auchan et Leclerc). Si la baisse des prix est devenue une arme inutilisable, les services offerts à la clientèle sont désormais les éléments fondamentaux de la stratégie de différenciation entre canaux de distribution, entre enseignes et entre magasins. La librairie entre dans une phase de modernisation en se dotant d'outils informatiques et en améliorant ses techniques de vente [25] [26] et se débarrasse peu à peu de son image de petit commerce traditionnel. Il résulte que la loi Lang contribue dès les années 1980 à remodeler le commerce du livre en estompant les frontières jusque là bien marquées entre librairie spécialisée et grande distribution, entre libraire et vendeur de livres.

4.2 Le remodelage du commerce du livre : renchérissement de l'offre en hypermarchés, essor de la formule multimédia et concentration commerciale

En interdisant la baisse des prix, la loi Lang a fait du livre un produit rentable. La grande distribution qui a dès le début des années 1970 proposé des rayons livres dans ses super et hypermarchés, en a profité pour renchérir son offre. Les marges s'avèrent d'autant plus intéressantes pour elle – la moyenne du taux de marge brute est environ de 33% – qu'elle n'accompagne pas son offre livres de la présence permanente d'un personnel qualifié dans les rayons et qu'elle réduit son assortiment aux titres de grande vente. La grande distribution joue un rôle d'amplification des ventes pour l'édition en travaillant des titres dont le potentiel a été préalablement démontré et suscité dans les librairies. La politique de service n'est pas

totalelement absente mais elle n'entre pas dans le cadre préconisé par la loi Lang. Elle concerne la mise à disposition d'un assortiment restreint, mais surtout des services génériques comme la possibilité de faire l'ensemble de ses courses au même endroit et de garer son véhicule facilement [22]. Certaines enseignes de la grande distribution, au premier rang desquelles figure Leclerc, ont opté pour une autre stratégie visant à un renchérissement qualitatif de l'offre. L'assortiment en livres se fait plus dense, comprend des ouvrages plus recherchés, est complété par d'autres produits culturels et peut parfois même être installé à l'extérieur de l'enceinte de l'hypermarché et occuper un espace à part dans la galerie marchande.

La formule de distribution consistant à vendre le livre avec le disque et la vidéo, parfois la papeterie et le matériel technique, a également participé au remodelage du commerce du livre. C'est la Fnac qui initie la formule multimédia en 1974 en ouvrant à Paris dans le quartier de Montparnasse sa première librairie. L'essor de la Fnac au rang de premier distributeur de livres en France (environ 12% de part de marché) ainsi que le développement d'autres enseignes (Virgin, Extrapole, Forum espace culture, Médiastore) prouvent le succès auprès du public de la grande surface spécialisée dans les loisirs [27] [28].

Le remodelage du commerce du livre se fait enfin dans un mouvement de concentration. Si le maintien de la diversité du commerce du livre fait partie des objectifs recherchés par la loi Lang, celle-ci n'a pas pu empêcher, voire a même accompagné, le phénomène de concentration commerciale. Les stratégies recherchent la croissance en multipliant les mètres carrés de surface commerciale. Les distributeurs en produits culturels sont concernés de même que les libraires spécialisés. Après avoir agrandi le magasin initial, ceux-ci ouvrent de nouveaux points de vente généralement dans une zone géographique définie. Cette stratégie géographique est d'ailleurs en mesure de rétablir les rapports de force avec l'édition en donnant au réseau un poids non négligeable dans sa région.

La concentration conduit la Fnac à adopter une stratégie singulière pour la filière du livre mais courante dans d'autres secteurs d'activité. Elle consiste à remonter la filière vers l'amont en créant une centrale d'achat ainsi qu'une plate-forme. À la Fnac, les livres du « cœur de l'offre » (soit les 5% des références qui constituent 60% du chiffre d'affaires) ne relèvent plus, depuis 1999, de l'initiative locale des vendeurs mais de celle d'un collège d'acheteurs rattaché à la direction du groupe. L'ensemble des livres destinés à la soixantaine de magasins en France transite par la plate-forme. Cette stratégie destinée à réaliser des économies de coûts et à éviter les ruptures sur les livres à rotation rapide a pour effet de gêner l'accès direct des éditeurs aux informations relatives à leur marché. Ceux-ci connaissent les mouvements de marchandises sortant de la plate-forme mais pas ceux relatifs aux ventes effectives par magasins.

4.3 La différenciation par les services

La loi Lang encourage une stimulation par les services. Elle stipule en particulier l'obligation de servir gratuitement les commandes à l'unité. Le premier des services qu'elle soutient est la mise à disposition de la clientèle d'un assortiment diversifié capable à la fois de répondre aux demandes de l'actualité et de susciter des curiosités [29]. L'assortiment n'est pas la copie représentative en miniature de l'offre éditoriale, elle est une proposition de sens, le libraire sélectionnant ou promouvant un maximum de livres selon cette complexe équation entre sélectivité et diversité. La présence dans la surface de vente de libraires disponibles et compétents est un service qui marque nettement les différences entre établissements compte tenu de son coût. Le poids des charges de personnel tient d'ailleurs plus au nombre de personnes embauchées et à l'amplitude des horaires d'ouverture – laquelle participe aussi de la politique de services – qu'au niveau des salaires (ce qui n'est pas sans conséquence sur l'attractivité de la profession et à terme sur la formation). Ainsi, l'assortiment, le personnel et

la commande-client constituent le cœur de la politique de services que la loi Lang souhaite promouvoir et qui définissent la librairie en tant que telle.

D'autres services entrent également dans l'esprit de la loi. Il s'agit d'une part, de l'agencement des rayons et des tables ainsi que l'organisation des livres dans les rayonnages, bref tout ce qui relève du merchandising. Ce type de service a la particularité de provenir de techniques éprouvées par la grande distribution et que la librairie peut reprendre en les adaptant à ses spécificités. Il s'agit d'autre part, de l'animation (débat avec les auteurs, séances de dédicaces, etc.) qu'elle peut parfois organiser hors les murs. L'insertion de la librairie dans le tissu local relève d'une politique de promotion dont les retombées économiques ne sont pas toujours immédiates mais qui contribue à lui donner une image d'acteur dynamique de la vie culturelle. Ce service est plus particulièrement proposé par certaines librairies spécialisées en livres pour la jeunesse ; elles jouent un rôle qui rapproche la librairie de la bibliothèque. La librairie franchit ainsi les limites marchandes du secteur privé pour endosser une mission plus large de sensibilisation et de développement de la lecture. Il est symptomatique de voir les Espaces culturels Leclerc participer activement à des manifestations autour du livre, proposant les mêmes services que les libraires, pour convaincre le public de l'authenticité de ses intentions culturelles et estomper son image d'épicier. Mais le service, s'il reste ce par quoi va s'exprimer la spécificité du libraire, a un coût et demande des investissements. Là encore les configurations possibles relèvent de logiques complexes.

5. Conclusion :

Ainsi, la loi Lang apparaît comme un élément accompagnant plus que structurant. Elle n'est pas le cadre structurel qui organise le domaine, car les facteurs agissants sont loin d'être uniques. Mais les trois ambivalences que nous avons identifiées, entre protection et contrainte, solidarité et domination, diversité et concentration nous permettent d'approcher le commerce de la librairie dans sa singularité et sa diversité. Singularité, car la librairie n'est pas un commerce comme les autres. La loi Lang lui permet d'échapper aux impératifs économiques génériques ; diversité, car chaque livre est unique sauf à considérer certaines plages de substituabilité entre les titres.

Ici encore, la loi Lang montre son ambivalence. D'abord parce que le prix unique s'applique au livre, à tous les livres, quels qu'ils soient [8]. La fixation du prix par l'éditeur s'applique selon des distinctions par grandes catégories d'offre de plus en plus marquées sous les effets du marketing ; les prix y sont relativement écrasés et alignés. La loi Lang n'induit-elle pas cette uniformisation des prix en favorisant la concurrence entre éditeurs sur des catégories de livres de plus en plus homogènes ? Cet alignement des prix correspondant à un alignement des catégories d'offre n'est-il pas tout simplement imputable à la segmentation accrue du marché, aux stratégies d'imitation entre éditeurs accompagnées de formes ad hoc de marketing ? Dans tous les cas, ces stratégies sont rendues plus visibles par la loi sur le prix unique.

Il reste à soumettre à l'épreuve empirique les réflexions amorcées dans cet article. Un matériau particulièrement intéressant nous est fourni par des entretiens, dans le cadre d'un travail sur les formes de résistance des librairies de premier niveau (de la grande librairie traditionnelle à la grande surface spécialisée) aux pressions éditoriales [30].

Le marché du livre est un marché qui doit innover constamment et donc prendre des risques. Aussi fait-il appel à des mécanismes « assurantiels » et normatifs : accords interprofessionnels, mécanismes de péréquation et enfin de régulation. La loi Lang est un des pivots de ces logiques de résistance qu'il s'agit de spécifier dans un contexte en évolution.

Références bibliographiques :

- [1] Leblanc F. (1998), *Libraire : un métier*, Coll. Logiques sociales, L'Harmattan.
- [2] Ferrier N. (1992), *Notes sociologiques à propos du métier de libraire*, Mémoire de Maîtrise, Nicole Ramognino (sous la dir.), Université de Provence, Ronéoté.
- [3] Ferrier N. (1994), *Pour une observation sociologique de l'exercice du commerce de la librairie*, Diplôme d'études approfondies, Roger Establet (sous la dir.), EHESS, ronéoté.
- [4] <http://www.insee.fr/fr/nomenclatures/naf/pages/naf.htm>
- [5] « (L')Emploi dans le secteur de la culture en 2001 d'après l'enquête Emploi de l'Insee » (2002), *Les notes de l'observatoire de l'emploi culturel*, Série « Données de cadrage », n°28, Ministère de la Culture et de la Communication/Département des études et de la prospective.
- [6] « (L')Emploi dans les professions culturelles en 2001 d'après l'enquête Emploi de l'Insee » (2002), *Les notes de l'observatoire de l'emploi culturel*, Série « Données de cadrage », n°29, Ministère de la Culture et de la Communication/Département des études et de la prospective.
- [7] <http://www.culture.fr/culture/guides/dll/fiche10chiffres2000-2001.html> (SOFRES pour OEL/CNL, achats de livres d'un panel de 10 000 personnes de 15 ans et plus, hors livres scolaires et encyclopédies en fascicules).
- [8] *Prix du livre mode d'emploi* (1992), Ministère de la Culture et de la Francophonie/Direction du Livre et de la Lecture.
- [9] <http://www.syndicat-librairie.fr> (Cf. *Charte pour un syndicat de la librairie unique, efficace, fort*, Syndicat de la librairie française)
- [10] Bourdieu P. et Darbel A. (1966), *L'amour de l'art*, Éd. De Minuit.
- [11] Chiapello, E. (1998), *Artistes versus Managers. Le management culturel face à la critique artiste*, Métailié.
- [12] <http://www.senat.fr/leg/pj101-271.html> (Projet de loi relatif à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs).
- [13] <http://www.culture.gouv.fr/culture/europe/atelier3strasbourg.htm> (Cf. Collectif (2000), *L'économie du livre dans l'espace européen. Atelier 3 : L'impact du numérique : vers une nouvelle économie du livre ?*).
- [14] <http://www.culture.fr/culture/actualités/rapports/sommaire.htm> (Cf. Cordier, A. (1999), *Rapport de la Commission de réflexion sur le Livre numérique*, Ministère de la Culture et de la Communication).
- [15] <http://www.culture.gouv.fr/culture/europe/atelier2strasbourg.htm>) Cf. Marc Minon (2000) *L'économie du livre dans l'espace européen. Atelier 2 : La diffusion des livres : évolutions et enjeux*, Synthèse du Colloque de Strasbourg).
- [16] <http://www.europa.eu.int/eur-lex/fr/search-oj.html> (Les textes de ces deux directives (2000/31/CE et 2001/29/CE) se trouvent respectivement dans le JO n°L178 du 17/07/2000 p.0001-0016 et le JO n°L179 du 02/07/2001 p.001-0045).
- [17] Rouet F. (1986), « Le système de prix et les évolutions de la distribution du livre », *Revue française de marketing*, n°106, Vol.1, pp.107-116.
- [18] Poirel C. (2002) « Approche sociopolitique et stratégique du pouvoir de l'édition dans le canal de distribution du livre en France », in *5^e colloque Étienne Thil*, La Rochelle, 26/27 septembre 2002 (uniquement disponible sur cédérom).
- [19] Diderot D. (1984), *Lettre sur le commerce de la librairie*, Librairie Fontaine ; première édition : 1763.
- [20] Poirel C. (2000), « Les enjeux de la coopération logistique entre industriels et distributeurs : l'exemple de la plate-forme interprofessionnelle Prisme en France », in *Les actes des Troisièmes Rencontres Internationales de la Recherche en Logistique (RIRL)*, 9,10 et 11 mai 2000, Trois-Rivières, Province de Québec, Canada, éditeurs René Gélinas et Yvon Bigras.
- [21] Lindon J. (1978), *La Fnac et les livres - intervention dans le cadre de la rencontre « Perspectives du livre et de la distribution le 9 novembre 1978 »*, Éditions de Minuit.
- [22] Ecalte F. (1988), « une évaluation de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre », *Economie et Prévision*, n°34, 1988, pp.20-46.
- [23] Fauvelais C. et Glain J.-Y. (1983), *le prix unique pour le livre. Enquête sur une loi au-dessus de tout soupçon*, éditions de l'institut économique de Paris, 1983.

- [24] Messerlin P. (1985), « les étranges effets de la loi Lang », *Le Monde*, 23 janvier.
- [25] Rouet F. (1993), *Le Livre Mutations d'une industrie culturelle*, Coll. les études de la documentation française, La Documentation Française.
- [26] Rouet F. (2000), *Le Livre Mutations d'une industrie culturelle*, Coll. les études de la documentation française, La Documentation Française.
- [27] Minon M. (1992), « Chaînes et groupements de librairies en Europe », Éditions du Cercle de la Librairie, *Cahiers de l'économie du livre*, Hors série n°2.
- [28] Favier A. et Normand C. (2003), « Librairies 2002. L'année des grandes surfaces spécialisées », *Livres-Hebdo*, n° 495, pp. 6-9.
- [29] Bouvaist J.-M. (1993), « L'obsession de la taille critique », *Cahiers de l'économie du livre*, n°9, Observatoire de l'économie du livre / Ministère de l'éducation nationale et de la culture, Éditions du Cercle de la Librairie, pp.46-66.
- [30] Poirel, C. (2003), *Contribution à l'analyse sociopolitique et stratégique du canal de distribution à partir des comportements de résistance. Le cas de la distribution du livre en France*, Thèse pour l'obtention du doctorat es sciences de gestion, Jacques Colin (sous la dir.), Université de la Méditerranée, à paraître.