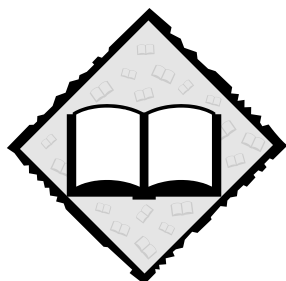


PARTIE 3

LA COMMERCIALISATION



CHAPITRE 7

LA DISTRIBUTION DE LIVRES AU QUÉBEC

Marc Ménard et Benoit Allaire

Introduction

La diffusion et la distribution occupent une place centrale dans la filière du livre. Ces deux activités complémentaires permettent d'assurer l'acheminement de l'information sur les livres et les livres eux-mêmes vers de nombreux points de vente éparpillés dans un vaste territoire. Les diffuseurs obtiennent des éditeurs l'autorisation d'agir comme leurs représentants exclusifs pour la commercialisation de leurs ouvrages. Quant aux distributeurs, ils sont responsables de la logistique des opérations, c'est-à-dire le traitement et l'expédition des livres, la facturation et la remontée des recettes vers l'amont. Dans la plupart des cas, au Québec, les distributeurs agissent également à titre de diffuseurs.

Le bon fonctionnement du secteur est évidemment essentiel à la performance de l'ensemble de la filière. Cependant, la lourdeur relative des investissements nécessaires à la distribution (entrepôts

et systèmes informatiques, principalement) et l'envergure des ressources humaines liées à l'activité de diffusion (équipe de représentants) exigent la présence de barrières à l'entrée ou, si l'on préfère, la nécessité d'atteindre une taille minimale pour que les opérations soient rentables. Ces barrières à l'entrée, l'existence d'économies d'échelle et l'étroitesse du marché québécois expliquent que peu d'éditeurs diffusent ou distribuent eux-mêmes leurs propres ouvrages. Ces facteurs expliquent aussi qu'il y ait, comme dans plusieurs autres secteurs économiques, peu de joueurs dans le secteur de la diffusion-distribution en comparaison de l'amont (édition) et de l'aval (commerce de détail), et que la tendance à la concentration soit marquée.

En dépit de son importance économique tout autant qu'opérationnelle, ce secteur est souvent occulté et mal connu, voire ignoré. Ainsi, il n'y a jamais eu d'enquête complète effectuée sur la distribution de livres au Québec avant celle qu'a lancée

l'Observatoire de la culture et des communications du Québec à la fin de 2003. Par ailleurs, l'enquête mensuelle menée par le même organisme sur la vente de livres au Québec depuis 2001 permet de compléter notre analyse par un certain nombre de renseignements sur les flux financiers associés à la distribution de livres, de même que sur cette variable stratégique essentielle que constitue le taux de retour. Ce sont ces deux sources de données que nous utiliserons dans cette analyse pour caractériser le plus finement possible la distribution et la diffusion de livres au Québec.

La première section présente brièvement la méthodologie de l'enquête menée auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Dans la deuxième section, nous exposons les principales caractéristiques de la distribution de livres au Québec. Enfin, la troisième section comporte une brève analyse financière du secteur.

La méthodologie de l'enquête menée auprès des distributeurs

La collecte des données de l'enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs exclusifs de livres, par questionnaire postal, s'est déroulée du 5 avril au 10 novembre 2003. La période de collecte a dû être allongée en raison d'une certaine confusion entre cette enquête et l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs*. L'univers de l'enquête est composé des 36 distributeurs et diffuseurs exclusifs de livres faisant partie de l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs*. Sur ces 36 répondants, 31 ont retourné le questionnaire, partiellement ou complètement rempli. Le taux de réponse global est donc de 86,1 %. D'après les données de l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs*, les ventes de livres des répondants n'ayant pas retourné le questionnaire représentent 0,2 % de toutes les ventes de livres faites par les distributeurs en 2002. Les questions ayant le plus faible taux de réponse sont des questions à propos de certains postes de dépense. Leur taux de réponse est de 80,6 %.

Des valeurs ont donc été imputées pour les non-répondants à ces questions selon des ratios tenant compte du volume des ventes, en fonction des types de livres pour des groupes d'établissements présentant des caractéristiques similaires.

Le questionnaire était composé de 12 questions et de 82 sous-questions réparties en deux parties distinctes. La première partie concernait les revenus et les dépenses des répondants, tandis que la deuxième concernait les activités de distribution selon certaines caractéristiques telles que la langue des ouvrages distribués ou leur provenance.

La distribution de livres au Québec

L'enquête de l'Observatoire permet de qualifier de manière relativement précise la façon dont les distributeurs de livres mènent leurs activités au Québec¹. Comme on peut le voir au tableau 7.1, les 36 distributeurs qui ont répondu à l'enquête distribuaient les livres de 2 553 éditeurs. Parmi ceux-ci, 724 étaient des éditeurs québécois (28,4 % du total), 42 étaient des éditeurs canadiens hors Québec (1,6 % du total) et 1 787 étaient des éditeurs étrangers (70,0 % du total).

Tableau 7.1
Nombre d'éditeurs distribués par les distributeurs du Québec, Québec, 2002-2003

	n	%
Nombre d'éditeurs distribués	2 553	100,0
Nombre d'éditeurs québécois distribués	724	28,4
Nombre d'éditeurs canadiens distribués	42	1,6
Nombre d'éditeurs étrangers distribués	1 787	70,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

1. Il est important de noter que l'expression « diffuseurs et distributeurs québécois » signifie, dans le présent chapitre, que ceux-ci ont des établissements au Québec, sans égard à la propriété des entreprises.

Ce nombre de 724 éditeurs québécois pourra évidemment sembler excessif², mais cela ne signifie pas qu'il existe 724 éditeurs actifs au Québec, mais bien que des livres (comprenant des titres anciens) édités par 724 éditeurs québécois (encore actifs ou non, y compris des productions à compte d'auteur) sont actuellement disponibles chez les distributeurs.

En 2002-2003, le nombre total de titres distribués (c'est-à-dire disponibles en inventaire), selon les déclarations des distributeurs, était de 325 070 (tableau 7.2). Un chiffre pour le moins impressionnant, et qui indique bien à quel point le renouvellement constant de l'offre se traduit par un univers de titres disponibles en expansion continue. Sur ces 325 070 titres, 290 787 étaient

en français (89,5 % du total) et 34 283 en anglais (10,5 % du total)³. Par ailleurs, pas moins de 56 668 titres étaient d'origine québécoise, soit 17,4 % du total (dont 55 611 titres québécois en langue française), contre seulement 4 372 titres d'origine canadienne (hors Québec), mais 264 030 titres d'origine étrangère (dont 234 205 en langue française).

On constatera, par conséquent, que le réseau de distribution québécois du livre semble très bien faire son travail en ce qui concerne la mise à disposition de l'ensemble du patrimoine livresque en langue française. Électre⁴, en juin 2004, recensait un peu plus de 530 000 titres francophones disponibles, tandis que l'enquête de Statistique Canada sur les éditeurs et les diffuseurs de

livres au Québec (voir note 1) recensait tout près de 50 000 titres inscrits au catalogue par les 201 éditeurs québécois en 2000-2001. C'est donc vraisemblablement la quasi-totalité des catalogues québécois et environ 55 % de l'ensemble des catalogues francophones qui sont effectivement disponibles par l'entremise des distributeurs et des diffuseurs québécois. Comme nous l'avons déjà mentionné, la structure canadienne de distribution du livre anglophone ne nous permet pas de porter un jugement sur l'accessibilité réelle des livres en anglais au Québec, puisqu'une partie de ceux-ci sont distribués directement à partir des entrepôts ontariens. Tout porte à croire, cependant, considérant la faible distance de ces entrepôts, que cette accessibilité est également assez bonne.

Tableau 7.2
Nombre de titres distribués par les distributeurs du Québec selon la langue et l'origine des livres, 2002-2003

	Français			Anglais			Total	
	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon l'origine	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon l'origine	Nombre	Pourcentage selon l'origine
	n	%		n	%		n	%
Titres québécois	55 611	98,1	19,1	1 057	1,9	3,1	56 668	17,4
Titres canadiens	971	22,2	0,3	3 401	77,8	9,9	4 372	1,3
Titres étrangers	234 205	88,7	80,5	29 825	11,3	87,0	264 030	81,2
Total	290 787	89,5	100,0	34 283	10,5	100,0	325 070	100,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

2. Dans son enquête sur les éditeurs et les diffuseurs de livres, Statistique Canada recensait 201 éditeurs actifs au Québec en 2000-2001. Statistique Canada, *Éditeurs et diffuseurs exclusifs de livres. Tableaux de données*, novembre 2003 (87F004XIF).
3. Signalons que de nombreux livres en anglais vendus au Québec sont distribués par des entreprises situées à l'extérieur du Québec. Le nombre de titres anglais disponibles au Québec est donc nettement supérieur à 34 000.
4. Électre est une bibliothèque électronique française de recherche bibliographique qui recense les ouvrages publiés en français dans 76 pays (voir www.electre.com).

On remarquera par ailleurs, au tableau 7.3, que les livres de littérature générale représentent la très grande majorité des livres disponibles (89,6 % du total), contre 8,6 % pour ce qui est des livres didactiques (catégorie comprenant les livres universitaires et collégiaux) et 1,8 % pour ce qui concerne les manuels scolaires. On notera également que c'est dans la catégorie des livres didactiques que la part des livres en anglais est la plus importante, soit 22,7 % du total, contre seulement 7,3 % dans la catégorie des livres scolaires et 9,4 % dans celle des livres de littérature générale.

Avec plus de 4 300 nouveautés au Québec en 2002 (selon la Bibliothèque nationale du Québec,

éditeurs commerciaux⁵ seulement) et plus de 45 000 nouveautés et rééditions en France au cours de la même année (selon Électre), l'accroissement des catalogues devient forcément un problème de plus en plus difficile à gérer, le nombre de nouveautés excédant largement le nombre de titres épuisés et non réédités. Si la gestion de l'information sur ces titres est complexe, elle n'est pas insoluble, grâce à l'évolution des systèmes informatiques. En revanche, en l'absence d'une réelle impression sur demande de qualité et peu coûteuse, la possibilité que tous les titres en catalogue demeurent effectivement disponibles se heurte à des limites objectives, d'ordre logistique tout autant que monétaire.

Bien que la production de nouveautés québécoises et le nombre total de titres disponibles soient en hausse constante depuis de nombreuses années, il faut tout de même noter que la part de marché des éditeurs québécois est assez faible lorsqu'on la mesure en fonction du nombre de titres distribués : elle n'est alors que de 17,4 %. Il n'est donc pas exagéré de dire, sur cette base, que chaque année le marché québécois est littéralement inondé par les titres étrangers.

En revanche, lorsqu'on mesure leur part de marché en fonction du nombre d'exemplaires distribués, le portrait s'améliore nettement. Comme on peut le voir au

Tableau 7.3
Nombre de titres distribués par les distributeurs du Québec selon la langue et la catégorie de livres, 2002-2003

	Français			Anglais			Total	
	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon la catégorie	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon la catégorie	Nombre	Pourcentage selon la catégorie
	n	%		n	%		n	%
Manuels scolaires	5 291	92,7	1,8	418	7,3	1,2	5 709	1,8
Livres didactiques	21 684	77,3	7,5	6 377	22,7	18,6	28 061	8,6
Littérature générale	263 812	90,6	90,7	27 488	9,4	80,2	291 300	89,6
Total	290 787	89,5	100,0	34 283	10,5	100,0	325 070	100,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

5. C'est-à-dire à l'exclusion des éditeurs gouvernementaux, des maisons d'enseignement, des compagnies et institutions financières, des associations, etc.

tableau 7.4, c'est plus de 26,8 millions d'exemplaires que les distributeurs du Québec ont distribués en 2002-2003⁶. De cette quantité, près de 11 millions d'exemplaires de livres étaient d'origine québécoise (40,8 % du total)⁷, 1,9 million d'origine

canadienne hors Québec (7,1 %) et tout près de 14 millions d'origine étrangère (52,1 %). Les exemplaires en langue française étaient au nombre de 24,1 millions (soit 89,7 % du total), contre 2,8 millions en langue anglaise (10,3 %).

Encore une fois, comme on peut le voir au tableau 7.5, ce sont les livres de littérature générale qui représentent la très grande majorité des exemplaires distribués (23 millions d'exemplaires ou 85,9 % du total), contre 2,1 millions pour ce qui est des livres

Tableau 7.4
Nombre d'exemplaires distribués par les distributeurs du Québec selon la langue et l'origine des livres, 2002-2003

	Français			Anglais			Total	
	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon l'origine	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon l'origine	Nombre	Pourcentage selon l'origine
	n	%		n	%		n	%
Exemplaires québécois	10 482 402	95,7	43,6	470 449	4,3	17,1	10 952 851	40,8
Exemplaires canadiens	778 244	40,9	3,2	1 123 657	59,1	40,9	1 901 901	7,1
Exemplaires étrangers	12 807 862	91,7	53,2	1 156 132	8,3	42,0	13 963 994	52,1
Total	24 068 507	89,7	100,0	2 750 238	10,3	100,0	26 818 745	100,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

Tableau 7.5
Nombre d'exemplaires distribués par les distributeurs du Québec selon la langue et la catégorie de livres, 2002-2003

	Français			Anglais			Total	
	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon la catégorie	Nombre	Pourcentage selon la langue	Pourcentage selon la catégorie	Nombre	Pourcentage selon la catégorie
	n	%		n	%		n	%
Exemplaires de manuels scolaires	1 528 810	91,9	6,4	134 675	8,1	4,9	1 663 486	6,2
Exemplaires de livres didactiques	1 507 648	71,4	6,3	603 015	28,6	21,9	2 110 663	7,9
Exemplaires de livres de littérature générale	21 032 050	91,3	87,4	2 012 547	8,7	73,2	23 044 597	85,9
Total	24 068 507	89,7	100,0	2 750 238	10,3	100,0	26 818 745	100,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

6. Ce qui ne représente pas le nombre total de livres vendus au Québec, puisqu'il y a également des ventes directes aux consommateurs de la part des éditeurs, et qu'une part des ventes des détaillants provient de distributeurs-diffuseurs situés hors Québec.
7. Cette estimation ne tient pas compte des ventes finales des éditeurs aux consommateurs, individus ou établissements (ventes qui sont importantes, en particulier dans le domaine scolaire, où la part de marché des éditeurs québécois est plus importante). La part de marché réelle des éditeurs québécois se situe donc vraisemblablement entre 40 % et 45 %, soit une valeur assez semblable à celle qui avait été estimée pour 1998, soit 43 %. Voir M. MÉNARD, *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec*, Montréal, SODEC, 2001, p. 165.

didactiques (7,9 %) et 1,7 million en ce qui concerne les livres scolaires (6,2 %).

Enfin, on notera que le nombre d'exemplaires distribués par titre est nettement supérieur en matière de livres québécois (193 exemplaires distribués par titre en moyenne) que de livres étrangers (83 exemplaires distribués par titre en moyenne). Ainsi, en dépit du fait que le marché québécois est inondé par les titres étrangers, les ventes moyennes des éditeurs québécois sont près de deux fois et demie supérieures à celles des titres étrangers. Il semble donc exister une bonne adéquation entre l'offre et la demande québécoises. De même peut-on conclure que les distributeurs diffusent et distribuent avec une efficacité certaine les livres québécois sur le marché local.

Les résultats de l'enquête mensuelle de l'Observatoire sur les ventes de livres neufs au Québec nous permettent également d'établir la répartition des ventes nettes des distributeurs (les ventes brutes moins les retours) selon les principaux canaux de distribution (tableau 7.6). Comme on peut le voir, les ventes finales en 2003 (37,0 millions de dollars) ne représentaient que 13,4 % des revenus totaux, le reste étant destiné à des détaillants pour la revente aux particuliers et aux établissements. Dans le secteur de la revente, le réseau des librairies était nettement dominant, avec des ventes de 161,4 millions de dollars en 2003, soit 58,3 % de l'ensemble des ventes nettes des distributeurs. Suivaient les grandes surfaces (60,8 millions ou 22,0 % du total) et les autres points de vente (17,5 millions ou 6,3 % du total).

Pour la mise en marché des nouveautés, rappelons que le Québec, depuis les années 1970, a adopté le système français de l'office, en l'adaptant à ses besoins⁸. Ce système est basé sur des envois automatiques et réguliers de la part des éditeurs et des diffuseurs aux librairies, par l'entremise des distributeurs, envois assortis d'un droit de retour. Cette pratique favorise la diffusion rapide et automatique des nouveaux ouvrages, de même que la diversité de choix pour les consommateurs. Un deuxième outil d'importance est le prénoté, introduit quant à lui à la fin des années 1970. À l'origine une commande ferme (c'est-à-dire sans droit de retour), cet outil s'ajoutait à l'office, qu'il complétait et raffinait, mais était livré avant ce dernier. Cependant, avec les années, le prénoté est devenu une commande livrée

Tableau 7.6
Répartition des ventes nettes¹ des distributeurs, 2001-2003

	2001		2002		2003	
	Ventes	Pourcentage du total	Ventes	Pourcentage du total	Ventes	Pourcentage du total
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Ventes totales des distributeurs	260,0	100,0	271,6	100,0	276,6	100,0
Reventes	231,6	89,1	239,5	88,2	239,7	86,6
Librairies et coopératives	146,8	56,5	160,4	59,1	161,4	58,3
Grande diffusion	84,7	32,6	79,1	29,1	78,3	28,3
Grandes surfaces	71,2	27,4	64,3	23,7	60,8	22,0
Autres points de vente	13,5	5,2	14,8	5,5	17,5	6,3
Ventes finales	28,4	10,9	32,0	11,8	37,0	13,4

1. Ventes brutes moins retours.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec*, 2003.

8. Voir *Rapport du Comité sur les pratiques commerciales dans le domaine du livre* (comité Larose), Montréal, SODEC, 2000.

aux mêmes conditions et en même temps que l'office. Il a également pris de plus en plus d'importance, puisqu'il représente, de nos jours, plus de 50 % des envois de nouveautés.

Pour les distributeurs – mais aussi pour l'ensemble des maillons de la chaîne du livre –, l'ampleur et l'évolution du taux de retour⁹ des nouveautés nuisent grandement à l'efficacité et à la rentabilité des opérations. Compte tenu d'un taux de retour global de 24,7 % en 2003 (tableau 7.7), il semble qu'on puisse conclure à une relative stabilité depuis la fin des années 1990¹⁰. Les taux semblent en revanche supérieurs à ceux qu'on observe en France, où il existe un système de diffusion des nouveautés relativement semblable. En 2003, le taux de retour des librairies était d'un peu plus de 21 % en France¹¹, comparativement à 27,8 % au Québec la même année. Toutefois, cet écart n'est pas forcément le signe d'une moindre efficacité de la distribution québécoise, puisqu'il faut tenir compte de la densité moins forte de la population québécoise et de son éparpillement dans un territoire beaucoup plus vaste, ce qui engendre des coûts supplémentaires. En revanche, il semble que les taux de retour en France aient baissé depuis 1998, ce qui

Tableau 7.7

Taux de retour des distributeurs selon les différents secteurs clients, 2001-2003

	2001	2002	2003
	%		
Ventes totales des distributeurs¹	25,0	25,5	24,7
Librairies et coopératives	28,0	27,4	27,8
Grande diffusion	19,2	24,9	21,9
Grandes surfaces	15,0	21,5	17,6
Autres points de vente	35,9	36,7	34,0

1. Pour revente, c'est-à-dire sans les ventes finales et les exportations; les ventes brutes représentent, dans la terminologie des distributeurs, la quantité « mouvementée ».

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

s'explique peut-être par la concentration accrue des entreprises de distribution dans ce pays.

Les taux de retour varient de façon importante d'un mois à l'autre, ceux-ci étant particulièrement élevés de janvier à mars, période où les ventes baissent et où les librairies retournent les invendus de la période des Fêtes. L'examen par mois des taux de retour peut ainsi être trompeur. C'est pourquoi il est nécessaire de désaisonnaliser ces données pour obtenir un portrait plus juste de la situation. L'utilisation d'une moyenne mobile sur 12 mois¹² est une méthode simple et efficace qui permet d'atteindre cet objectif. Comme on peut le voir à la figure 7.1, l'emploi de cette méthode pour la période allant de

décembre 2001 à février 2004 donne des résultats éclairants. Le taux de retour global apparaît comme parfaitement stable sur l'ensemble de la période, soit un peu plus de 25 %. Les taux de retour des librairies et des coopératives ainsi que des autres points de vente sont également stables, mais ils affichent une plus grande variabilité dans ce dernier cas. Par contre, le taux de retour des magasins à grande surface montre une hausse régulière de décembre 2001 à février 2003 (passant de 15,0 % à 21,1 %), puis une chute jusqu'en février 2004 (où il atteint 17,1 %). Cette évolution contrastée du taux de retour est cohérente avec la baisse des ventes affichée par ce segment de vente au détail¹³, la réaction des grandes surfaces à cette diminution

9. Lequel est mesuré par le rapport entre les retours et le nombre total de livres expédiés.

10. Voir le chapitre 9 du présent ouvrage.

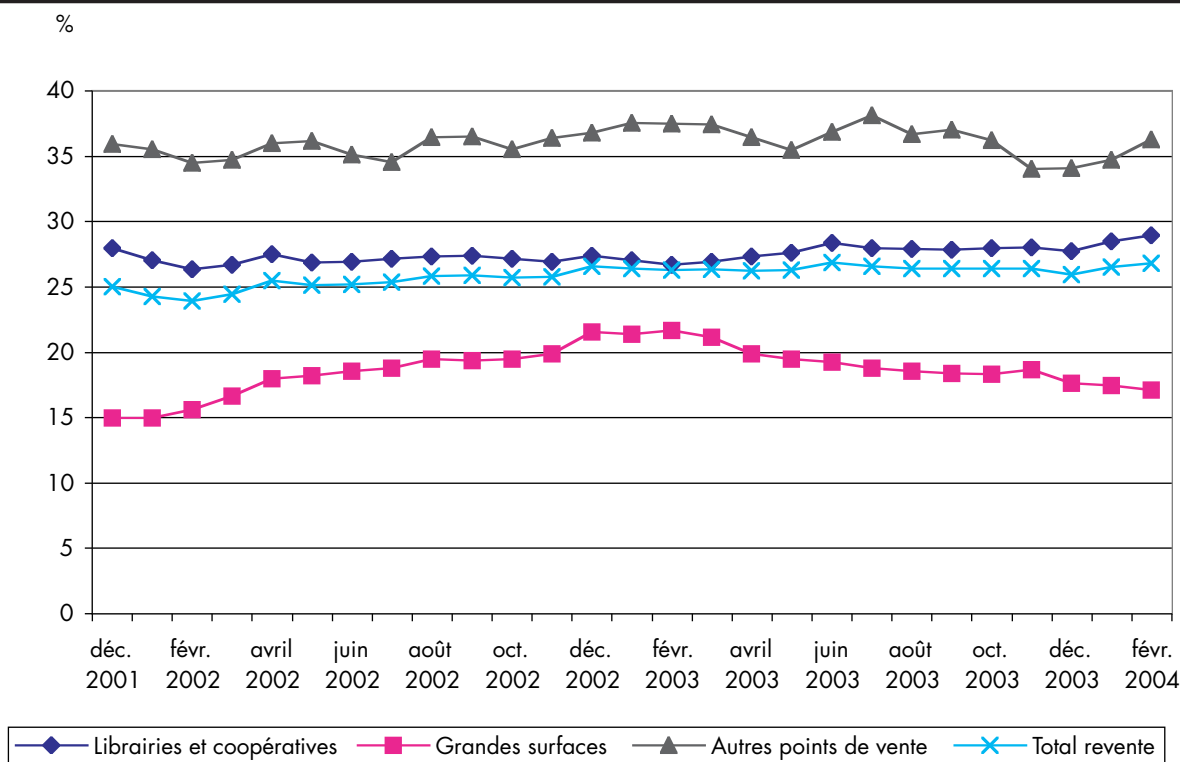
11. « Le marché du livre 2004 », supplément à *Livres hebdo*, n° 549, 19 mars 2004, p. 59.

12. Il s'agit tout simplement d'établir, chaque mois, une moyenne pondérée du taux de retour des 12 mois précédents.

13. Voir le chapitre 9 du présent ouvrage.

Figure 7.1

Taux de retour mensuel des distributeurs (moyennes mobiles de 12 mois)



ayant probablement été de retourner les titres dont le roulement était plus faible, de façon à conserver un assortiment plus réduit, mais composé de titres à fort taux de roulement.

La répartition des coûts unitaires de distribution des livres en fonction des différentes opérations que cette activité nécessite – comme nous avons pu les déterminer lors de l'étude sur les flux de trésorerie en 1998-1999¹⁴ – indique bien l'ampleur des coûts associés à la manipulation d'un grand nombre de livres. On trou-

vera, au tableau 7.8, la présentation du coût unitaire, d'une part en fonction du nombre d'unités appropriées à l'opération¹⁵ et, d'autre part, en fonction du nombre d'unités vendues (ce qui représente le coût réel final de l'opération, en tenant compte des invendus).

Le coût d'achat des livres à l'éditeur représente évidemment le poste le plus important, soit 9,63 \$ l'exemplaire en moyenne. Le coût de traitement des livres reçus (réception, saisie des données dans le système infor-

matique, gestion des stocks et entreposage) est de 0,27 \$ par exemplaire reçu. Le coût de conditionnement – pose d'un bandeau pour un auteur à succès ou gagnant d'un prix littéraire, pelliculage et étiquetage pour la grande diffusion – est en moyenne de 0,21 \$ et les frais d'envoi (emballage et transport), de 0,09 \$. Enfin, le coût de traitement des retours (réception des marchandises, saisie informatique des données, entreposage) s'élève à 0,16 \$ par exemplaire reçu¹⁶.

14. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 176.

15. Le coût unitaire du traitement des livres étant mesuré en fonction du nombre de livres traités, le coût unitaire du traitement des retours en fonction du nombre de livres retournés, etc.

16. Le coût de transport des expéditions est aux frais du distributeur et celui des retours, aux frais du détaillant.

Considérant ces différents types de coûts et l'importance du nombre d'exemplaires manipulés (un taux de retour de 24,7 % signifie qu'il faut manipuler 133 livres pour en vendre 100), on comprendra aisément que le profit des distributeurs et des diffuseurs puisse être grandement modifié par l'évolution du taux de retour. Ainsi, un livre retourné par un libraire, reçu par le distributeur, conditionné de nouveau et réexpédié à un autre libraire, porte un coût supplémentaire de 0,41 \$, ce qui diminue d'autant la marge, assez faible comme nous le verrons plus loin, du distributeur. Comme nous avons pu l'estimer en 1998-1999¹⁷, une hausse (une baisse) de 1 % du taux de retour global se traduit, pour les distributeurs, par une hausse (une baisse) de leur marge brute de 0,12 %, ce qui correspond, toutes choses étant égales par ailleurs, à une variation de 0,1 % de leur profit net avant impôt. Les taux de retour pouvant varier de plusieurs points de pourcentage en quelques mois, l'effet sur la rentabilité peut être considérable et immédiat. Dans un contexte où le nombre de titres à distribuer est en hausse, les ventes moyennes en baisse et le nombre de points de vente en croissance, la pression sur les coûts unitaires exige que la performance logistique des distributeurs soit constamment améliorée.

Tableau 7.8

Coût unitaire, distribution de nouveautés d'éditeurs québécois (hors du secteur scolaire), 1998-1999

	Par unité appropriée à l'opération	Par unité vendue
	\$	
Coût unitaire		
Coût d'achat des livres aux éditeurs	9,63	9,63
Coût de traitement des livres	0,27	0,42
Coût de conditionnement	0,21	0,34
Pour les librairies	0,18	0,29
Pour la grande diffusion	0,29	0,48
Frais des envois	0,09	0,14
Pour les librairies	0,08	0,12
Pour la grande diffusion	0,11	0,18
Coût de traitement des retours	0,16	0,09
Pour les librairies	0,15	0,07
Pour la grande diffusion	0,19	0,12
Total	...	10,62

Source : M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 176.

Le caractère industriel, ou quasi industriel, du secteur de la distribution rend possible le calcul précis de nombreux indicateurs qui permettent à ces entreprises de gérer au plus serré, c'est-à-dire de calculer le coût et donc de facturer chaque service ou prestation, et d'établir des critères de rentabilité. C'est le seul secteur de la filière où l'on peut véritablement quantifier et prévoir l'ensemble des opérations, préalable obligatoire de tout effort de rationalisation. Or, toute rationalisation, considérant les économies d'échelle inhérentes à ce type d'activité, favorise la concentration des entreprises.

C'est donc sans grande surprise qu'on constatera que le niveau de concentration dans le secteur de la distribution est relativement élevé. Le tableau 7.9 présente les parts appartenant aux principaux distributeurs dans le total des ventes au réseau de détail (y compris les ventes qui ne transitent pas par ces distributeurs). Les 3 principaux distributeurs regroupent ainsi 44,4 % des ventes totales, les 5 principaux 54,3 %, et les 10 principaux 64,6 %. La concentration est légèrement plus élevée en matière de ventes aux magasins à grande surface qu'aux librairies, et elle est encore plus élevée pour ce qui est

17. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 114.

des ventes aux autres points de vente (part de marché de 86 % pour les trois principaux distributeurs et de 99,7 % pour les cinq principaux). Dans ce dernier cas, la distribution dans ces points de vente divers exigeant un important travail de conditionnement des livres et de mise en place par les représentants, on constate sans surprise que les économies d'échelle favorisent la concentration.

Toutefois, considérant que, pour l'essentiel, nos distributeurs ne sont présents que sur le marché du livre francophone, un indicateur plus pertinent de la concentration est celui qui mesure la part des ventes des principaux distributeurs dans leurs ventes au réseau de détail (à l'exclusion des ventes qui ne transitent pas par eux). Sur cette base, les taux de concentration des 3, 5 et 10 principaux distributeurs sont alors respectivement de 62,2 %, de 76,2 % et de 90,6 % (tableau 7.10). Il s'agit d'un niveau de concentration qu'on peut qualifier d'assez élevé. Mais surtout, le niveau de concentration est à la hausse depuis 1998, si l'on compare les taux avec ceux qui avaient été estimés en 1998, soit respectivement 49 %, 63 % et 73 % pour les 3, 5 et 10 principaux distributeurs sur le marché francophone. On se rapproche donc progressivement, selon toute vraisemblance, des taux de concentration fort élevés qu'on observe depuis longtemps dans la distribution en France, au Canada anglais et aux États-Unis.

Tableau 7.9

Concentration¹ dans le secteur de la distribution de livres, part des ventes des principaux distributeurs sur l'ensemble des ventes au réseau de détail, 2002

	3 principaux distributeurs	5 principaux distributeurs	10 principaux distributeurs
	%		
Librairies et coopératives	38,4	48,5	57,6
Grandes surfaces	66,6	79,3	93,8
Autres points de vente	86,0	99,7	100,0
Ensemble du réseau de détail	44,4	54,3	64,6

1. Calculée sur la base de l'estimation des coûts de revient des librairies, coopératives, grandes surfaces et autres points de vente.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs*.

Tableau 7.10

Concentration dans le secteur de la distribution de livres, part des ventes des principaux distributeurs sur leurs ventes au réseau de détail, Québec, 2002

	3 principaux distributeurs	5 principaux distributeurs	10 principaux distributeurs
	%		
Librairies et coopératives	60,9	76,8	91,2
Grandes surfaces	69,6	82,9	98,1
Autres points de vente	85,2	98,8	100,0
Ensemble du réseau de détail	62,2	76,2	90,6

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs*.

La situation financière des distributeurs et des diffuseurs de livres au Québec

Pour cerner la situation financière d'un secteur, ses forces et ses faiblesses, sa solidité et sa rentabilité, la compilation des revenus et dépenses des entreprises composant ce secteur s'avère une démarche obligée. On trouvera, au tableau 7.11, la compilation de l'information financière con-

cernant l'état des revenus et dépenses des 36 entreprises actives dans la diffusion et la distribution de livres au Québec pour l'année 2002-2003. Comme on peut le voir, les recettes de distribution représentent 73,4 % des 434,5 millions de dollars de revenus totaux de ces entreprises, et les recettes de diffusion, 8,0 %. Les revenus tirés de l'édition de livres sont également importants (13,3 % du total), mais les autres activités, de même que les subventions (attribuées

d'ailleurs pour les activités autres que la distribution et la diffusion) sont des activités marginales. On parle donc, en ce qui concerne ces entreprises, d'un haut degré de spécialisation dans la distribution et la diffusion.

Du côté des dépenses, le coût total des ventes représente 70,5 % des revenus, où le coût des ouvrages vendus (44,6 % des revenus) prédomine largement. Parmi les frais d'exploitation, ce sont les frais d'entreposage, d'exécution des commandes et d'expédition (7,7 % des revenus), de marketing, vente et promotion (6,9 %) et, enfin, les frais d'administration (5,2 %) qui priment, les autres postes étant négligeables.

La marge bénéficiaire brute (revenus totaux moins coût des ventes) est ainsi de 29,5 %, et la marge bénéficiaire nette (avant impôt), de 5,6 %. Sur les 36 entreprises, 29 affichent un profit positif, tandis que 7 essuient une perte. Ces 36 entreprises emploient 1 205 personnes à temps complet et 95 à temps partiel, ce qui correspond à une rémunération totale de 40,8 millions de dollars ou 9,4 % des revenus totaux.

En dépit du fait que la majorité des revenus de ces 36 entreprises sont tirés des activités de distribution et de diffusion, il n'en demeure pas moins que l'inclusion d'importants revenus d'édition (près de 58 millions de dollars) tend à créer des distorsions dans les différents postes de dépense (importance plus grande des autres coûts de vente et de la

Tableau 7.11

État des revenus et dépenses des établissements actifs dans la diffusion et la distribution de livres¹, Québec, 2002-2003

	k\$	%
Nombre d'entreprises (n)	36	...
Revenus totaux	434 502	100,0
Revenus de distribution	319 051	73,4
Revenus de diffusion	34 740	8,0
Revenus d'édition	57 704	13,3
Revenus de librairie	896	0,2
Revenus de subventions	5 450	1,3
Autres revenus	16 660	3,8
Dépenses totales	409 954	94,4
Coût total des ventes	306 421	70,5
Coût des ouvrages vendus	193 616	44,6
Autres coûts de vente	112 805	26,0
Frais d'exploitation	103 541	23,8
Frais d'occupation	6 281	1,4
Amortissement (sans les stocks)	3 026	0,7
Frais et intérêts bancaires	1 714	0,4
Entreposage, exécution des commandes et expédition	33 459	7,7
Marketing, vente et promotion	29 854	6,9
Frais d'administration	22 620	5,2
Mauvaises créances	372	0,1
Autres frais d'exploitation	6 215	1,4
Marge bénéficiaire brute	128 081	29,5
Marge bénéficiaire nette	24 540	5,6
Nombre d'entreprises affichant un profit (n)	29	...
Nombre d'entreprises affichant une perte (n)	7	...
Nombre d'employés à temps plein (n)	1 205	...
Nombre d'employés à temps partiel (n)	95	...
Rémunération totale	40 793	9,4

1. Comprend tous les établissements actifs dans la distribution et la diffusion de livres, y compris ceux dont ce n'est pas l'activité principale tels certains éditeurs qui font leur propre distribution.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

rémunération de la main-d'œuvre, notamment) et, surtout, à hausser le taux de profit. Pour toute activité de distribution, en effet, qu'il s'agisse de livres, de pièces automobiles ou d'équipement de plomberie, les marges sont toujours extrêmement réduites, la rentabilité étant fonction du volume des produits distribués. L'édition, au contraire, nécessite des marges plus élevées pour soutenir les investissements (les coûts de pro-

duction de chaque titre) et gérer le risque élevé de la production (8 titres et plus sur 10 étant généralement déficitaires, la rentabilité repose sur quelques grands succès de vente).

Il est donc utile, pour tracer un portrait financier plus « pur » des activités de distribution et de diffusion du livre au Québec, de compiler les données financières pour les établissements dont la

distribution et la diffusion de livres est l'activité principale (tableau 7.12). Nous sommes alors placés devant 23 entreprises ayant des revenus totaux de 216,1 millions de dollars. Pour ces 23 entreprises, les revenus de distribution représentent 171,3 millions de dollars (79,3 % des revenus totaux) et les revenus de diffusion, 31,5 millions de dollars (14,6 % des revenus totaux). La spécialisation devient alors évidemment massive (ces deux activités représentant 94 % des revenus), ce qui se traduit par une accentuation de certains traits du côté des dépenses.

D'abord, si le coût total des ventes est légèrement plus élevé (75,4 % des revenus), c'est surtout l'ampleur du poste « coût des ouvrages vendus » qui devient prédominant, car il représente maintenant 70,7 % des revenus, ce qui est typique d'une activité caractérisée principalement par la manipulation d'un produit qui ne fait que transiter vers le réseau de vente au détail. De plus, la marge bénéficiaire brute décline, à 24,6 %, et la marge bénéficiaire nette décline encore davantage, à 1,5 %. À ce niveau, on peut même la qualifier de déficiente¹⁸. Par contre, seules 3 entreprises sur 23 déclarent une perte. Ainsi, la distribution semble se caractériser par de très faibles marges, mais une quasi-assurance de rentabilité. Enfin, les 23 entreprises emploient 575 personnes à

Tableau 7.12

État des revenus et dépenses des distributeurs et diffuseurs de livres¹, Québec, 2002-2003

	k\$	%
Nombre d'entreprises (n)	23	...
Revenus totaux	216 134	100,0
Revenus de distribution	171 300	79,3
Revenus de diffusion	31 454	14,6
Revenus d'édition	923	0,4
Revenus de librairie	782	0,4
Revenus de subventions	288	0,1
Autres revenus	11 387	5,3
Dépenses totales	212 860	98,5
Coût total des ventes	162 927	75,4
Coût des ouvrages vendus	152 751	70,7
Autres coûts de vente	10 176	4,7
Frais d'exploitation	49 933	23,1
Frais d'occupation	4 225	2,0
Amortissement (sans les stocks)	2 216	1,0
Frais et intérêts bancaires	900	0,4
Entreposage, exécution des commandes et expédition	15 820	7,3
Marketing, vente et promotion	11 810	5,5
Frais d'administration	9 093	4,2
Mauvaises créances	168	0,1
Autres frais d'exploitation	5 700	2,6
Marge bénéficiaire brute	53 207	24,6
Marge bénéficiaire nette	3 274	1,5
Nombre d'entreprises affichant un profit (n)	20	...
Nombre d'entreprises affichant une perte (n)	3	...
Nombre d'employés à temps plein (n)	575	...
Nombre d'employés à temps partiel (n)	69	...
Rémunération totale	18 465	8,5

1. Comprend seulement les établissements dont la distribution et la diffusion de livres est l'activité principale.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres du Québec, 2003*.

temps complet et 69 à temps partiel, c'est-à-dire une rémunération totale de 18,5 millions de dollars, soit une part légèrement inférieure – 8,5 % des revenus totaux – à celle de l'ensemble des entreprises ayant une activité de distribution et de diffusion.

Au total, les particularités du système de distribution québécois –

faible densité de la population, vaste territoire et système de l'office pour l'envoi des nouveautés – se traduisent, dans la réalité, par des taux de retour sensiblement élevés bien que stables au cours des dernières années et, surtout, par une faible rentabilité pour les distributeurs.

18. À tout le moins nettement inférieure à celle des petits distributeurs américains indépendants, dont le taux de profit était de 3,6 % en 1999. Voir M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 183.

Conclusion

Le secteur de la diffusion et de la distribution comporte des joueurs économiquement importants, mais qui sont peu nombreux et forment, de ce fait, un groupe relativement concentré d'entreprises.

Chaque année, ces entreprises diffusent et distribuent un nombre impressionnant de titres au Québec : plus de 325 000, dont 290 000 francophones et près de 57 000 québécois. Ce sont ainsi près de 27 millions d'exemplaires qui ont été distribués en 2002-2003, dont 40,8 % d'origine québécoise. Environ 86 % de ces exemplaires étaient des livres de littérature générale, 8 % des livres didactiques et 6 % des manuels scolaires. Un tel volume d'opération nécessite évidemment un appareillage logistique et informationnel puissant et complexe, d'autant plus qu'il faut tenir compte de l'importance du nombre de fournisseurs (près de 2 600 éditeurs distribués en tout) et du nombre de points de vente desservis (de 3 000 à 4 500 pour les plus gros distributeurs).

Les diffuseurs et les distributeurs québécois affichent une efficacité certaine quant à leurs opérations. Le marché est bien desservi et le taux de retour des livres tourne autour de 25 % depuis quelques années. En ce qui concerne les librairies et les coopératives, le taux de retour

est d'environ 28 %, ce qui est supérieur de quelques points de pourcentage au taux de retour en France, où existe un système comparable de mise en marché des nouveautés. Malgré l'efficacité avec laquelle elles mènent leurs opérations, ces entreprises connaissent une faible rentabilité, nettement inférieure à tout le moins à celle de leurs équivalentes américaines. Des coûts unitaires plus élevés, résultat d'un mode de mise en marché (l'office) qui favorise une plus grande diversité et une meilleure disponibilité des produits, mais qui impose aussi des contraintes plus élevées, la taille réduite du marché québécois et sa faible densité de population, de même qu'un nombre de nouveautés par habitant plus élevé qu'aux États-Unis¹⁹, permettent dans une large mesure d'expliquer cette moindre performance.

Il faut également noter que la maîtrise du marché, dans le secteur, exige un savoir-faire qui se fonde largement sur des compétences techniques et sur la capacité de compiler, d'analyser et d'interpréter les données sur les flux logistique et monétaire, caractéristiques qui permettent une rationalisation croissante des opérations.

Cette rationalisation s'impose lorsque le système de commercialisation (l'office) se dérègle et que le taux de retour s'élève.

Néanmoins, même hors de telles périodes (comme c'est apparemment le cas depuis 2001), certains éléments poussent vers cette rationalisation. D'abord, l'augmentation continue du nombre de titres, laquelle résulte de la dynamique propre au secteur de l'édition. À cela s'ajoutent les demandes des librairies, qui exigent un raffinement croissant des mises en place (accroissement du nombre de prénotés, évolution des grilles d'office, plus grande précision des envois, etc.) en même temps que leur gestion se caractérise de plus en plus par le maintien de stocks minimaux et par des opérations en flux tendus. Ces tendances favorisent l'émiettement des commandes et la réduction de la taille des colis expédiés, d'où une complexification croissante de l'activité logistique, couplée à une forte pression sur les coûts unitaires. Les distributeurs doivent ainsi, chaque année, être plus performants que l'année précédente.

Les économies d'échelle étant importantes dans ce domaine, la nécessité de la rationalisation des activités et de l'amélioration de la performance constitue une puissante incitation à la concentration des entreprises, laquelle, justement, semble s'être accrue depuis 1998. Nous avons déjà souligné les dangers potentiels d'une concentration excessive²⁰. Un bref rappel s'impose.

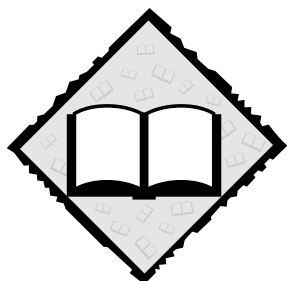
19. Voir M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 129.

20. *Ibid.*, p. 186-187.

Une concentration excessive peut d'abord peser lourdement sur le secteur de l'édition. En effet, un ouvrage disposant d'une forte mise en place est toujours plus facile et plus rentable à distribuer qu'un ensemble de plusieurs titres aux ventes plus réduites et plus aléatoires. Dans une situation de concentration excessive, les contraintes de rationalisation et de rentabilité rendent fort tentant, pour un distributeur, de concentrer ses activités sur les titres à fortes mises en place et à refuser de distribuer les titres dont les ventes sont inférieures à un certain seuil. Ainsi, la diffusion et la distribution des plus petits éditeurs peuvent devenir plus aléatoires ou celles des ouvrages plus difficiles, et donc constituer un puissant frein à la diversité et à l'innovation dans le secteur de l'édition.

Mais cette concentration peut également peser sur les librairies, en particulier les librairies indépendantes ou à vocation littéraire, ou encore qui sont situées en région éloignée. Les librairies qui ne peuvent commander que de petites quantités pourraient se trouver isolées et mal desservies par des distributeurs dont les seuils de rentabilité et les exigences en matière de quantité minimale à expédier s'élèveraient. Cela constituerait, une fois encore, un frein à la diversité et à l'accessibilité des livres dans l'ensemble du territoire.

Le diffuseur-distributeur constitue un intermédiaire dont on ne peut se passer et vis-à-vis duquel les attentes sont fortes, tant de la part des éditeurs que des librairies. Les bons résultats de ce secteur sont ainsi essentiels aux bons résultats de l'ensemble de la filière. Mais ces bons résultats sont aussi conditionnels à la prise en compte, par les distributeurs – comme ils l'ont toujours fait d'ailleurs jusqu'ici – de la nécessaire diversité des titres offerts et distribués, de même que de leur accessibilité dans l'ensemble du territoire.



CHAPITRE 8

LES LIBRAIRIES AGRÉÉES AU QUÉBEC

Marc Ménard et Benoît Allaire

Introduction

De nombreux commerces sont actifs dans la vente de livres, qu'il s'agisse de librairies, de magasins à grande surface (grands magasins traditionnels, clubs-entrepôts ou magasins à rabais), de petits points de vente (tabagies, kiosques à journaux, pharmacies, etc.) ou de commerces spécialisés ayant un rayon de livres adapté à leur spécialisation (jardinage, quincaillerie, alimentation naturelle, jouets, etc.). À cela il faut ajouter la vente directe de livres aux consommateurs par les clubs de livres, les ventes directes par correspondance ou par courtage, ou par des éditeurs et distributeurs dont ce n'est pas, à l'exception des éditeurs scolaires, la vocation première.

Cette multiplicité des points de vente permet de rejoindre un très large public. Les librairies occupent néanmoins une place privilégiée dans cet univers, parce qu'il s'agit des seuls commerces spécialisés dans la vente de livres

et, de ce fait, les seuls à être pleinement intégrés à la filière du livre.

C'est pourquoi la librairie est le seul commerce qui offre un vaste assortiment d'ouvrages et un véritable service à la clientèle, c'est-à-dire une fonction de conseil, de recherche bibliographique et de commande des titres recherchés. Il reste qu'il existe des disparités importantes entre librairies, selon leur taille, leur appartenance ou non à un réseau, leur caractère généraliste ou spécialisé, leur emplacement ou leur situation géographique.

Dans le présent chapitre, nous analysons la situation des librairies agréées au Québec. Il y a près de 450 librairies au Québec, dont 211, en 2000, étaient agréées. L'agrément, du fait des normes à respecter, authentifie en quelque sorte le « professionnalisme » de son titulaire. De plus, les librairies agréées étant tenues par la loi de déposer annuellement au ministère de la Culture et des Communications un certain nombre de renseigne-

ments factuels et financiers, nous disposons à leur égard de données précieuses qu'il est possible d'exploiter.

Dans la première section, nous présentons quelques éléments qui permettent de situer la place des librairies dans l'ensemble du marché du livre, et de préciser les principales caractéristiques de l'agrément. Dans la seconde, nous analysons l'évolution des librairies agréées depuis 1983. Enfin, la dernière section est consacrée à l'analyse des caractéristiques économiques et financières des librairies agréées, en particulier des librairies indépendantes.

Les librairies dans l'ensemble du marché du livre

La librairie constitue un canal de distribution clé du livre. Comme on peut le voir au tableau 8.1, les ventes finales de l'ensemble des librairies au Québec atteignaient 378 millions de dollars en 2001, soit 61,3 %

de l'ensemble des ventes finales de livres, et 418 millions en 2003, soit 63,4 % du total. Une place importante, donc, et même en croissance au cours des dernières années.

Bien que les périodes ne coïncident pas parfaitement, il est possible d'estimer la part des librairies agréées dans ce panorama. Comme nous le verrons plus loin, les 211 librairies agréées déclaraient des ventes de livres de 270 millions de dollars en 2000-2001. Rapportées à l'ensemble du marché en 2001, ces ventes représentent 43,8 % du total et 71,5 % des ventes de l'ensemble des librairies. Les librairies agréées constituent donc bel et bien le noyau dur de la vente au détail au Québec.

Mais pourquoi les librairies cherchent-elles à être agréées ? Il faut d'abord comprendre que le marché du livre, au Québec, est réglementé par la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre (loi 51). Cette loi avait pour objectif, au moment de son implantation en 1981, d'assurer la diffusion de la littérature québécoise et d'augmenter l'accessibilité du livre, notamment en favorisant l'implantation d'un réseau de librairies professionnelles dans toutes les régions du Québec.

L'un des dispositifs essentiels de cette loi est l'agrément des librairies. Pour être agréé, un libraire doit répondre à certaines exigences liées à la nature des stocks et

Tableau 8.1

Répartition des ventes finales par canal de distribution, 2001-2003

	2001		2002		2003	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Ventes totales	616,2	100,0	647,2	100,0	660,3	100,0
Éditeurs	108,2	17,6	111,7	17,3	110,8	16,8
Distributeurs	28,4	4,6	32,0	4,9	37,0	5,6
Commerces de détail	479,6	77,8	503,5	77,8	513,1	77,7
Librairies	377,7	61,3	409,8	63,3	418,4	63,4
Grande diffusion	101,9	16,5	93,7	14,5	94,7	14,3
Grandes surfaces	86,3	14,0	76,7	11,8	74,0	11,2
Autres points de vente	15,5	2,5	17,0	2,6	20,1	3,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

à la qualité du service offert, ainsi qu'à des critères de vente. Il doit en effet avoir en main au moins 2 000 titres différents publiés au Québec et 4 000 publiés ailleurs. De plus, la vente de livres doit représenter au moins 50 % de son chiffre d'affaires total ou s'élever à au moins 300 000 \$ si cette librairie est située dans une municipalité de plus de 10 000 habitants, et à 150 000 \$ si la municipalité abrite 10 000 habitants et moins.

En contrepartie de ces exigences, la loi demande aux distributeurs et aux éditeurs d'accorder aux librairies agréées des remises minimales (40 % pour ce qui est des ouvrages de littérature générale et 30 % quant aux ouvrages techniques et scientifiques) et aux acheteurs des établissements de se procurer leurs livres sans remise dans les librairies agréées de leur région. De plus, l'aide publique du gouvernement québécois ne peut être octroyée qu'aux seuls détenteurs de l'agrément.

L'agrément, par sa conjugaison d'obligations et d'avantages, est donc une mesure qui repose sur un équilibre délicat entre les critères de professionnalisme et d'assortiment, les remises minimales, les achats des établissements, les niveaux de vente de livres exigés et l'étendue du réseau.

Les titulaires de l'agrément sont tenus de présenter annuellement au ministère de la Culture et des Communications un rapport d'agrément comprenant de l'information de base sur leurs activités ainsi que leurs états financiers. Ce sont donc les données tirées des rapports d'agrément et des états financiers des entreprises qui sont principalement utilisées dans le présent chapitre. Les renseignements économiques et financiers contenus dans ces documents ont été saisis, traités et compilés pour les années 1998-1999, 1999-2000 et 2000-2001. En dépit des exigences de la loi 51, les données n'étaient pas toujours complètes.

Un certain nombre d'imputations ont donc dû être effectuées pour obtenir des résultats globaux¹.

Les librairies agréées depuis 1983

Le ministère de la Culture et des Communications compile périodiquement, depuis 1983, certains renseignements financiers sur les librairies agréées à partir des documents que celles-ci lui font parvenir. En complétant ces données par nos propres compilations relatives à l'année 2000-2001, on obtient un portrait assez révélateur de l'évolution historique du secteur.

Comme on peut le voir au tableau 8.2, le nombre de librairies agréées est passé de 168 en 1983, à 218 en 1998, puis à 211 en 2000. Dans l'ensemble, donc, on repère une augmentation appréciable du nombre de librairies agréées. Toutefois, la plus grande partie de cette augmentation s'est produite entre 1986 et 1992.

En ce qui concerne les revenus totaux des librairies agréées, ils ont affiché une solide croissance durant toute la période, passant de 123 millions de dollars en 1983 à 484,3 millions en 2000, ce qui correspond à une

croissance annuelle moyenne de 8,4 %. Une progression remarquable, surtout lorsqu'on considère la stagnation et le repli du marché du livre au cours des années 1990 (voir le chapitre 9 du présent ouvrage). Comme on pourra le constater, cependant, la croissance des revenus autres que la vente de livres, de 9,8 % par année en moyenne, est supérieure à celle des ventes de livres, qui est de 7,4 % par année. Ainsi, tandis que les ventes de livres représentaient, jusqu'en 1996, environ les deux tiers des revenus totaux des librairies agréées, cette proportion glisse à 55,7 % en 2000.

Tableau 8.2
Évolution des revenus des librairies agréées au Québec, 1983-2000

	Unité	1983	1986	1989	1992	1996	1998	2000	TCAM ¹ 1983- 2000 %
Nombre	n	168	172	189	211	210	218	211	...
Ventes de livres	k\$	79 684	99 422	147 214	177 286	213 147	246 886	269 957	7,4
Ventes aux particuliers	k\$	52 895	67 621	95 985	118 585	155 112	184 539	202 218	8,2
Ventes aux établissements	k\$	26 790	31 800	51 229	58 701	58 035	62 347	67 740	5,6
Autres ventes et revenus	k\$	43 441	51 667	72 647	85 353	129 392	202 476	214 358	9,8
Revenus totaux	k\$	123 125	151 089	219 861	262 639	342 539	449 362	484 315	8,4
Ventes de livres	%	64,7	65,8	67,0	67,5	62,2	54,9	55,7	...
Ventes aux particuliers	%	43,0	44,8	43,7	45,2	45,3	41,1	41,8	...
Ventes aux établissements	%	21,8	21,0	23,3	22,4	16,9	13,9	14,0	...
Autres ventes et revenus	%	35,3	34,2	33,0	32,5	37,8	45,1	44,3	...

1. Taux de croissance annuel moyen.

Sources : 1983-1996 : M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 192; 1998 et 2000 : rapports d'agrément et états financiers des entreprises.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

1. Les écarts que l'on pourra relever entre les données présentées dans M. MÉNARD, *op. cit.*, et les données qui suivent s'expliquent par des imputations différentes (les données disponibles et manquantes n'étant pas les mêmes), et par la difficulté de traiter les données des librairies en réseau dans un contexte où ces réseaux ont subi des transformations importantes au cours des dernières années (fusions, ouverture et fermeture de succursales).

Il est également intéressant d'examiner la répartition des ventes de livres selon leur destination, particuliers ou établissements. On constate alors que la croissance des ventes de livres aux particuliers, de 8,2 % par année en moyenne sur l'ensemble de la période, est sensiblement supérieure à celle des ventes aux établissements, dont la progression moyenne est de 5,6 %. De ce fait, les ventes aux particuliers représentaient 41,8 % des revenus totaux des librairies agréées en 2000, pourcentage à peu près stable sur l'ensemble de la période, tandis que la part des ventes aux établissements est en baisse, celle-ci étant passée d'un sommet de 23,3 % en 1989 à un creux de 14,0 % en 2000.

Plusieurs facteurs permettent d'expliquer les tendances que nous venons de dégager. On assiste d'abord à l'ouverture d'un grand nombre de librairies depuis la mise en place de la loi 51. Quoique les données à cet égard soient assez imprécises, on peut estimer que le nombre de librairies au Québec est passé d'environ 250 en 1977 à 450 en 2000. Entre ces deux mêmes années, le nombre de librairies agréées passait de 137 à 211². Cette augmentation du nombre de librairies s'est ainsi traduite par une meilleure desserte de l'ensemble du territoire québécois.

Dans un deuxième temps, tandis que le nombre de librairies agréées ne progresse plus dans les années 1990 (leur nombre varie de 210 à 218 entre 1992 et 2000), leur part dans les ventes de livres de l'ensemble des librairies s'est sensiblement accrue, en passant d'environ 59 % en 1992 à 72 % en 2000³. L'effet de la loi 51 semble ainsi très net : elle a favorisé, dans les années 1980, l'ouverture d'un grand nombre de librairies puis, dans les années 1990, un transfert massif des ventes des librairies non agréées vers les librairies agréées, sans nul doute grâce aux avantages octroyés par la possession d'un agrément, soit la garantie de remises minimales et la possibilité de vendre aux collectivités.

Enfin, dernier élément important, il faut noter le développement des librairies à succursales multiples et, surtout, à partir de la fin des années 1990, le développement des réseaux de librairies (un réseau étant défini, par convention, comme ayant quatre succursales et plus). La part des librairies à succursales multiples dans les ventes de livres de l'ensemble des librairies est en effet passée, entre 1992 et 1998, de 13,5 % à 30,5 %⁴. Quant à la part des réseaux de librairies dans les ventes de livres de l'ensemble des librairies, elle atteint 24,4 % en 2000, comme nous le verrons plus loin. Or, l'une des particu-

rités de ces librairies à succursales multiples et en réseau est d'offrir un ensemble de produits beaucoup plus large que les seuls livres, ce qui comprend, en particulier, des disques compacts et des DVD. À cet égard, l'entrée en scène et l'expansion rapide du réseau de librairies Archambault, lequel était jusqu'alors un réseau de disquaires, semble avoir, sinon imprimé une impulsion notable au domaine, du moins accompagné parfaitement cette tendance à la diversification des activités des librairies.

Un dernier élément, enfin, doit être considéré pour mieux évaluer la croissance des ventes des librairies agréées, soit l'inflation. On trouvera, à la figure 8.1, un graphique qui présente l'évolution des revenus de ces librairies depuis 1983, une fois l'inflation retranchée. Comme on peut le voir, la plus grande part de la hausse des revenus totaux apparaît entre 1992 et 1998. Les ventes de livres sont également en hausse, mais beaucoup moins que les ventes d'autres produits. Même une fois l'inflation retranchée, les tendances demeurent donc assez nettes. En termes réels, les ventes de livres par les librairies agréées augmentent tout de même de 4,4 % par année en moyenne entre 1983 et 2000, comparativement à une progression de 6,8 % par année en ce qui a trait aux revenus autres que les ventes de livres.

2. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 192.

3. Valeurs obtenues en croisant les données de M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 76, et celles du tableau 8.1.

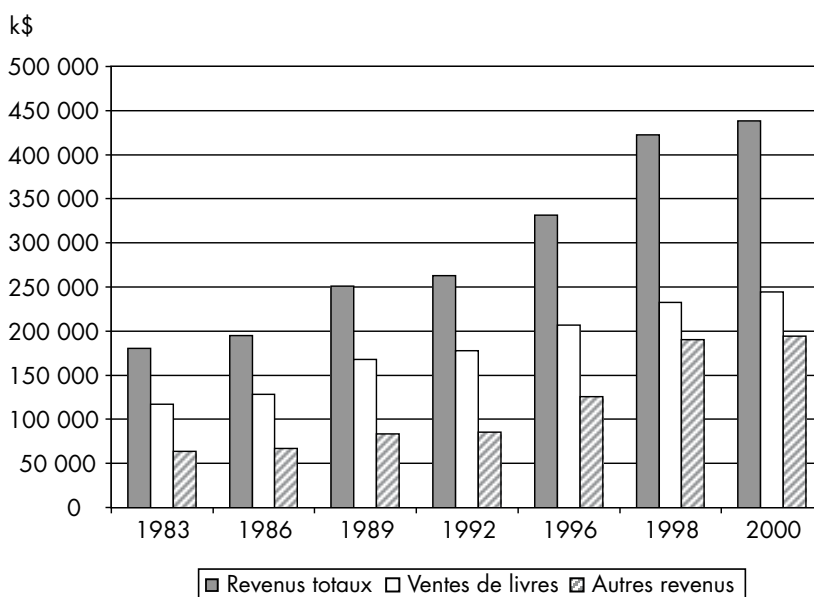
4. Valeurs obtenues en croisant les données de M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 194 et 76.

L'analyse économique et financière des entreprises

Il existe donc un élément primordial qui structure le secteur des librairies agréées : l'appartenance, ou non, à un réseau. Une librairie membre d'un réseau devrait, en théorie, posséder des avantages par rapport à une librairie indépendante, notamment en ce qui concerne son pouvoir d'achat et de négociation auprès de ses fournisseurs, des économies d'échelle dans la gestion et le traitement des commandes, une certaine flexibilité dans la gestion des stocks entre succursales, etc. Il est évidemment difficile de déterminer à partir de quel seuil – c'est-à-dire à partir de quel nombre de succursales – ces effets entrent en jeu de façon marquée. Comme il est d'usage, dans le milieu du livre au Québec, de considérer un réseau comme étant composé de quatre succursales et plus, nous retiendrons ce critère de distinction.

Il faut également tenir compte de la présence des librairies scolaires et universitaires. Pas totalement assimilables à des librairies indépendantes, ni vraiment membres d'un réseau au sens strict, elles sont souvent de grande taille, professionnelles et agréées, et elles forment pour la plupart des coopératives. Leur marché est toutefois très particulier, leur clientèle étant largement composée d'étudiants, si bien que la demande qui leur est adressée

Figure 8.1
Évolution réelle des revenus des librairies agréées au Québec, 1983-2000 (en milliers de dollars de 1992)



Source : Tableau 8.1 et Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

est fortement déterminée par les besoins pédagogiques des établissements auprès desquels elles sont situées. Ces conditions particulières se traduisent, notamment, par des ventes concentrées au début des sessions et un très fort roulement se rapportant à un nombre relativement réduit de titres.

La compilation des rapports d'agrément et des états financiers des entreprises permet de tracer un portrait économique et financier assez précis des librairies agréées en fonction de leur forme de regroupement, comme on peut le voir au tableau 8.3.

Sur les 211 librairies agréées repérées en 2000-2001, 147 (69,7 % du total) pouvaient être qualifiées de librairies indépendantes, 46 (21,8 %) faisaient partie d'un réseau et 18 (8,5 %) étaient des librairies scolaires ou universitaires.

Les librairies en réseau accaparaient 36,5 % des revenus totaux du secteur, comparativement à 42,3 % pour ce qui est des librairies indépendantes et à 21,1 % quant aux librairies scolaires et universitaires. La taille moyenne des succursales de chaque type de regroupement, en fonction des revenus totaux par succursale, était de 3,8 millions de dollars en ce qui concerne les librairies en réseau (dont 2 millions

Tableau 8.3

État des revenus et dépenses des librairies agréées en fonction de leur forme de regroupement, Québec, 2000-2001

	Unité	Ensemble des librairies agréées		En réseau ¹		Indépendantes ²		Scolaires et universitaires	
		%		%		%		%	
Nombre	n	211	...	46	...	147	...	18	...
Ventes	k\$	477 519	98,6	176 238	99,6	199 741	97,4	101 541	99,1
Ventes de livres	k\$	269 957	55,7	91 955	52,0	127 647	62,3	50 356	49,2
Ventes aux particuliers	k\$	202 218	41,8	77 768	44,0	78 789	38,4	45 661	44,6
Ventes aux établissements	k\$	67 740	14,0	14 187	8,0	48 858	23,8	4 695	4,6
Autres ventes	k\$	207 562	42,9	84 283	47,7	72 094	35,2	51 185	50,0
Subventions	k\$	696	0,1	431	0,2	263	0,1	1	0,0
Autres revenus	k\$	6 100	1,3	204	0,1	4 993	2,4	902	0,9
Revenus totaux	k\$	484 315	100,0	176 874	100,0	204 997	100,0	102 444	100,0
Coût des ventes	k\$	335 306	69,2	116 593	65,9	139 324	68,0	79 389	77,5
Stocks (début)	k\$	87 348	18,0	34 460	19,5	44 322	21,6	8 566	8,4
Achats	k\$	335 649	69,3	115 029	65,0	140 597	68,6	80 023	78,1
Stocks (fin)	k\$	87 774	18,1	32 896	18,6	45 678	22,3	9 201	9,0
Frais de vente	k\$	..	..	..	..	32 422	15,8	14 332	14,0
Frais d'administration	k\$	..	..	..	..	26 681	13,0	6 462	6,3
Frais financiers	k\$	..	..	..	..	2 573	1,3	604	0,6
Dépenses totales	k\$	..	..	..	..	201 000	98,1	100 786	98,4
Marge bénéficiaire nette	k\$	..	..	..	..	5 624	2,7	1 658	1,6

1. Ayant quatre succursales ou plus.

2. Ayant moins de quatre succursales.

Source : Rapports d'agrément et états financiers des entreprises.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

au chapitre des seules ventes de livres), de 1,4 million quant aux librairies indépendantes (dont 0,9 million en ventes de livres) et de 5,7 millions pour ce qui est des librairies scolaires et universitaires (dont 2,8 millions en ventes de livres). Une librairie indépendante était donc, en moyenne, 2,8 fois plus petite qu'une succursale de librairie en réseau et 4,1 fois plus petite qu'une succursale de librairie scolaire et universitaire.

La répartition des ventes permet de souligner quelques traits distinctifs. La part des ventes de livres, de 62,3 % des revenus totaux, est nettement plus grande dans les librairies indépendantes que dans les librairies en réseau (52,0 %) et les librairies scolaires et universitaires (49,2 %). Les librairies de ces deux derniers types sont donc beaucoup plus diversifiées que les librairies indépendantes. La part des ventes aux établissements est égale-

ment beaucoup plus grande dans les librairies indépendantes (23,8 % du total) que dans les autres (à peine 8 % pour ce qui est des librairies en réseau et 4,6 % en ce qui concerne les librairies scolaires et universitaires). Dans tous les cas, les subventions sont minimes⁵.

Du côté des dépenses, le coût des ventes, mesuré en pourcentage des revenus, est évidemment le principal poste, soit

5. Seule la SODEC offrait, jusqu'à tout récemment, un programme d'aide aux librairies agréées, visant la promotion, la modernisation, l'informatisation, la consolidation et l'aide au transport de livres.

69,2 % dans l'ensemble des librairies. Il est encore plus important dans les librairies scolaires et universitaires, soit 77,5 %, ce qui s'explique par les remises plus réduites sur les manuels et les livres scientifiques et techniques (30 %, parfois à peine 20 %).

Les frais de vente, les frais d'administration et les frais financiers ne peuvent malheureusement pas être précisés pour ce qui est des librairies en réseau⁶, et donc pas davantage dans l'ensemble des librairies agréées.

Les frais de vente représentent 15,8 % des revenus des librairies indépendantes, et ils sont un peu moins élevés pour les librairies scolaires et universitaires, soit de 14,0 %. Quant aux frais d'administration, ils s'établissent à 13,0 % des revenus pour les librairies indépendantes, mais à seulement 6,3 % pour les librairies scolaires et universitaires. Les frais financiers représentent 1,3 % des revenus des librairies indépendantes, et à peine 0,6 % des revenus des librairies scolaires et universitaires.

Enfin, le taux de profit avant impôt, mesuré en pourcentage des revenus, s'établit à 2,7 % pour ce qui est des librairies indépendantes et à 1,6 % en ce qui concerne les librairies scolaires et universitaires. Ce

taux de profit peut sembler plutôt faible, mais les marges sont rarement élevées dans le commerce de détail. Aux États-Unis, le taux de profit d'un échantillon de 85 petites librairies est de 2,3 %, tandis qu'en France, une enquête portant sur 47 librairies « de premier niveau » estime à seulement 0,5 % le taux de profit en 1992⁷. Des données partielles concernant les librairies en réseau, disponibles à la SODEC, laissent croire que le taux de profit de celles-ci est du même ordre de grandeur que celui des librairies indépendantes.

La lourdeur des coûts d'exploitation des librairies, considérant l'importance des entrées et sorties de livres résultant du système de l'office, est le principal élément qui permet d'expliquer la faible rentabilité des librairies. Nous avons pu établir, en 2001, à l'aide d'un modèle de flux de trésorerie, la valeur des principaux coûts et revenus unitaires liés à la vente, par les librairies, des nouveautés d'éditeurs québécois de littérature générale (c'est-à-dire hors du secteur scolaire)⁸. La première colonne du tableau 8.4 présente ces données en fonction des opérations appropriées (le coût d'achat étant divisé par le nombre de livres achetés, le coût des retours par le nombre de livres retournés, etc.). La seconde colonne évalue ces différents coûts unitaires en fonction du nombre

d'unités vendues, ce qui représente le coût réel final des opérations, en tenant compte des inventus retournés aux distributeurs.

Le coût d'achat des livres au distributeur est évidemment le poste le plus important, soit de 12,47 \$ en moyenne. Le coût de traitement des livres reçus (réception, saisie des données dans le système informatique et disposition des livres sur les rayons) est de 0,60 \$ par livre reçu. En ce qui concerne les collectivités, le coût de promotion (ce qui comprend, dans certains cas, les coûts liés à une salle de montre) peut être évalué à 0,16 \$ par exemplaire expédié aux collectivités, et les frais d'envoi, à 0,25 \$. Le coût de traitement des retours (analyse des titres à retourner, manipulation des livres et saisie des données) est de 0,76 \$ par livre retourné, et l'emballage et l'expédition des exemplaires retournés représentent 0,23 \$ par livre. Ainsi, un livre reçu, mais retourné au distributeur parce qu'invendu, coûte en moyenne 1,59 \$ à la librairie, sans aucun revenu en contrepartie. Un livre reçu, expédié en office à une bibliothèque mais retourné par celle-ci puis retourné ensuite par la librairie au distributeur, coûte quant à lui 2,00 \$, sans qu'aucun revenu n'ait été perçu par la librairie.

6. À la suite de la consolidation des activités de certaines librairies en réseau avec des ensembles financiers plus vastes, une part substantielle des frais de vente, des frais d'administration et des frais financiers des librairies sont assumés par la maison mère, ce qui crée d'importantes distorsions relativement aux données des librairies, notamment en ce qui concerne les taux de profit. Nous avons donc décidé de les exclure de notre analyse.

7. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 199.

8. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 204.

Tableau 8.4

Coût et revenu unitaires des librairies agréées, livres de littérature générale d'éditeurs québécois, 1998-1999

	Unité	Par unité appropriée à l'opération	Par unité vendue
Coût unitaire			
Coût d'achat des livres aux distributeurs	\$	12,47	12,47
Coût de traitement des livres reçus	\$	0,60	0,89
Collectivités	\$		
Promotion	\$	0,16	0,05
Frais des envois	\$	0,25	0,07
Coût des retours	\$		
Traitement	\$	0,76	0,37
Frais d'envoi aux distributeurs	\$	0,23	0,12
Coût de promotion des livres reçus	\$	0,07	0,11
Coût unitaire total	\$	...	14,08
Revenu unitaire			
Ventes au détail	\$	21,37	21,37
Ventes aux collectivités	\$	14,34	14,34
Revenu unitaire total	\$	20,37	20,37

Source : M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 204.

Au total, en fonction des unités vendues, la marge brute des librairies est donc de 6,29 \$ (soit le revenu unitaire total de 20,37 \$ moins le coût unitaire total de 14,08 \$), ce qui représente 30,9 % de leurs revenus.

En dépit d'une marge unitaire apparemment élevée, la conjonction de taux de retour importants – ils étaient de 27,7 % dans les librairies et les coopératives en 2003 (voir le chapitre 9 du présent ouvrage) – et de coûts unitaires de traitement et de retour des livres substantiels a ainsi une incidence marquée sur la rentabilité des librairies. Nous avons estimé, en 2001, toujours concernant les livres des éditeurs québécois, qu'une baisse du taux de retour de 1 % se traduirait par une hausse de 0,16 %

de la marge brute des libraires soit, toutes choses étant égales par ailleurs, une hausse d'environ 0,08 % du taux de profit net. Autrement dit, pour reprendre les données globales, une baisse du taux de retour de 5 points de pourcentage (de 27,7 % à 22,7 %) pourrait se traduire (encore une fois toutes choses étant égales par ailleurs) par une hausse du taux de profit net moyen de 0,4 %. Et vice-versa dans le cas d'une hausse du taux de retour, ce qui est loin d'être négligeable, compte tenu du taux de profit net des librairies indépendantes, soit 2,7 %. Par conséquent, pour les librairies comme pour tous les autres acteurs de la filière du livre, si le système de l'office s'avère essentiel à la diffusion la plus large possible des livres au Québec, le maintien de

taux de retour à des valeurs acceptables constitue un élément clé de l'efficacité et de la rentabilité.

Pour préciser la situation réelle de chaque forme de regroupement, il est utile de comparer l'évolution des revenus de 1998-1999 à 2000-2001 (tableau 8.5). Comme on peut le voir, la progression des revenus totaux des librairies en réseau est de 27,1 %, tandis que celle des librairies scolaires et universitaires est de 10,4 %. En revanche, les revenus totaux des librairies indépendantes chute de 5,7 %. Ces dernières sont les seules, par ailleurs, à voir leur nombre s'abaisser, soit de 158 à 147.

L'examen des différents postes de revenu permet de faire ressortir

Tableau 8.5
Évolution des revenus des librairies agréées au Québec, de 1998-1999 à 2000-2001

	Unité	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Croissance de 1998-1999 à 2000-2001 %
Librairies en réseau					
Nombre	n	43	46	46	...
Ventes	k\$	138 989	180 005	176 238	26,8
Ventes de livres	k\$	77 668	81 686	91 955	18,4
Ventes aux particuliers	k\$	63 128	67 165	77 768	23,2
Ventes aux établissements	k\$	14 539	14 521	14 187	-2,4
Autres ventes	k\$	61 322	98 319	84 283	37,4
Revenus totaux	k\$	139 146	180 524	176 874	27,1
Librairies indépendantes¹					
Nombre	n	158	147	141	...
Ventes	k\$	213 118	201 094	199 741	-6,3
Ventes de livres	k\$	115 613	137 085	127 647	10,4
Ventes aux particuliers	k\$	71 938	80 952	78 789	9,5
Ventes aux établissements	k\$	43 675	56 133	48 858	11,9
Autres ventes	k\$	97 505	64 009	72 094	-26,1
Revenus totaux	k\$	217 432	205 857	204 997	-5,7
Librairies scolaires et universitaires					
Nombre	n	17	18	18	...
Ventes	k\$	92 299	98 474	101 541	10,0
Ventes de livres	k\$	53 606	52 237	50 356	-6,1
Ventes aux particuliers	k\$	49 473	47 321	45 661	-7,7
Ventes aux établissements	k\$	4 133	4 916	4 695	13,6
Autres ventes	k\$	38 693	46 237	51 185	32,3
Revenus totaux	k\$	92 783	99 119	102 444	10,4

1. Ayant moins de quatre succursales.

Source : Rapports d'agrément et états financiers des entreprises.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

des tendances assez marquées selon les différentes formes de regroupement des librairies. On remarque d'abord une augmentation importante, du côté des librairies en réseau, des ventes aux particuliers (+ 23,2 %) et des autres ventes (+ 37,4 %), mais une baisse des ventes aux établissements (- 2,4 %). Du côté des librairies scolaires et universitaires, les ventes aux particuliers sont en baisse (- 7,7 %), mais

les ventes aux établissements (+ 13,6 %) et les autres ventes, surtout, sont en hausse (+ 32,3 %). Enfin, du côté des librairies indépendantes, les ventes aux particuliers sont en hausse (+ 9,5 %), mais de façon nettement moins importante que pour les librairies en réseau, tandis que les ventes aux établissements sont en progression solide (+ 11,9 %). Les autres ventes, en revanche, connaissent une chute dramatique,

soit de 26,1 %, ce qui marque un revirement important par rapport à la tendance que nous avons notée de 1996-1997 à 1998-1999. On observait alors une baisse des ventes de livres aux particuliers et une hausse importante des autres ventes⁹. Tout semble donc se passer comme si, après une première vague de diversification, les librairies indépendantes s'étaient recentrées sur leur premier métier, soit la vente de livres.

9. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 209-210.

Au bilan, si les ventes aux collectivités semblent demeurer la chasse gardée des librairies indépendantes (celles-ci accaparent 72,1 % des 67,7 millions de dollars de ventes de livres aux collectivités en 2000-2001), les librairies en réseau, de leur côté, s'emparent d'une part croissante des ventes aux particuliers. Ces ventes sont en effet passées de 184,5 millions de dollars en 1998-1999 à 202,2 millions en 2000-2001, tandis que la part des librairies en réseau dans ces ventes augmentait de 34,2 % à 38,5 %.

On trouvera, aux tableaux 8.6 et 8.7, une description plus détaillée de la situation financière des librairies indépendantes de 1998-1999 à 2000-2001. Comme on peut le voir, la marge bénéficiaire nette avant impôt de ces librairies chute de 23,9 % entre ces deux années, passant de 3,4 % à 2,7 %. Ainsi, tandis que ces librairies, après un creux atteint en 1996-1997, affichaient un solide redressement de leur rentabilité au cours des deux années suivantes¹⁰, elles connaissent de nouveau une baisse.

Le redressement affiché entre 1996-1997 et 1998-1999 semblait principalement dû à la baisse des frais de vente, ce qui créait une tendance dangereuse à long terme concernant la qualité du service à la clientèle, principal élément de compétitivité de ces librairies face aux librairies en réseau et aux magasins à grande surface. Mais tout autre est la situation récente : la chute de la rentabilité découle d'une augmentation légère, mais conjointe, du coût des ventes (qui passe de 67,0 % de revenu à

Tableau 8.6

État des revenus et dépenses des librairies agréées indépendantes¹, Québec, de 1998-1999 à 2000-2001

	Unité	1998-1999	1999-2000	2000-2001	Croissance de 1998-1999 à 2000-2001 %
Nombre	n	158	147	147	...
Ventes	k\$	213 118	201 094	199 741	-6,3
Ventes de livres	k\$	115 613	137 085	127 647	10,4
Ventes aux particuliers	k\$	71 938	80 952	78 789	9,5
Ventes aux établissements	k\$	43 675	56 133	48 858	11,9
Autres ventes	k\$	97 505	64 009	72 094	-26,1
Subventions	k\$	677	253	263	-61,2
Autres revenus	k\$	3 637	4 510	4 993	37,3
Revenus totaux	k\$	217 432	205 857	204 997	-5,7
Coût des ventes	k\$	145 733	140 030	139 324	-4,4
Stocks (début)	k\$	44 486	41 902	44 322	-0,4
Achats	k\$	149 876	142 997	140 597	-6,2
Stocks (fin)	k\$	48 629	44 840	45 678	-6,1
Frais de vente	k\$	34 016	31 734	32 422	-4,7
Frais d'administration	k\$	27 869	26 180	26 681	-4,3
Frais financiers	k\$	2 423	2 244	2 573	6,2
Dépenses totales	k\$	210 040	200 188	201 000	-4,3
Marge bénéficiaire nette	k\$	7 393	5 901	5 624	-23,9

1. Ayant moins de quatre succursales.

Source : Rapports d'agrément et états financiers des entreprises.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

10. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 210.

Tableau 8.7

État des revenus et dépenses des librairies agréées indépendantes¹, Québec, de 1998-1999 à 2000-2001
(en pourcentage des revenus totaux)

	Unité	1998-1999	1999-2000	2000-2001
Nombre	n	158	147	147
Ventes	%	98,0	97,7	97,4
Ventes de livres	%	53,2	66,6	62,3
Ventes aux particuliers	%	33,1	39,3	38,4
Ventes aux établissements	%	20,1	27,3	23,8
Autres ventes	%	44,8	31,1	35,2
Subventions	%	0,3	0,1	0,1
Autres revenus	%	1,7	2,2	2,4
Revenus totaux	%	100,0	100,0	100,0
Coût des ventes	%	67,0	68,0	68,0
Stocks (début)	%	20,5	20,4	21,6
Achats	%	68,9	69,5	68,6
Stocks (fin)	%	22,4	21,8	22,3
Frais de vente	%	15,6	15,4	15,8
Frais d'administration	%	12,8	12,7	13,0
Frais financiers	%	1,1	1,1	1,3
Dépenses totales	%	96,6	97,2	98,1
Marge bénéficiaire nette	%	3,4	2,9	2,7

1. Ayant moins de quatre succursales.

Source : Rapports d'agrément et états financiers des entreprises.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

68,0 %), des frais de vente (de 15,6 % à 15,8 %), des frais d'administration (de 12,8 % à 13,0 %) et des frais financiers (de 1,1 % à 1,3 %). Autrement dit, c'est la baisse des revenus totaux (-5,7 %) qui est à la source des charges relatives plus lourdes, donc d'une baisse de rentabilité. Si la rentabilité globale des librairies indépendantes, à 2,7 %, demeure nettement plus satisfaisante qu'elle ne l'était au cours de la première moitié des années 1990, le principal problème de ces librairies reste celui de maintenir la progression de leurs revenus totaux. Autrement dit, c'est leur compétitivité générale, surtout par rapport aux librairies en réseau, qui est en jeu.

Conclusion

Un solide réseau de librairies, offrant un vaste assortiment de titres et présent dans l'ensemble du territoire, est assurément une condition essentielle à la bonne santé du commerce du livre et à celle de toute la filière, y compris les éditeurs et ceux qu'ils représentent, les écrivains. Il est donc rassurant de constater la progression remarquable, depuis 1983, des librairies agréées au Québec. Cette progression a été le reflet, dans les années 1980, de la stimulation suscitée par la loi 51 dans un contexte de forte croissance de la demande de livres. Les ventes de livres ont stagné au cours des années

1990 tant aux particuliers qu'aux établissements. La progression des librairies agréées s'est pourtant poursuivie.

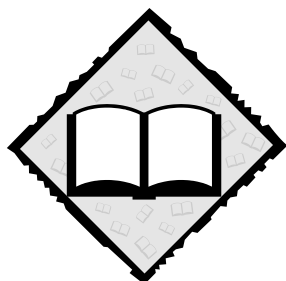
La progression des ventes de livres est plus marquée depuis le début des années 2000, même si cette augmentation demeure inférieure à celle de nombreux autres biens culturels (voir le chapitre 9 du présent ouvrage). Mais ce sont surtout les librairies en réseau qui ont tiré profit du dynamisme récent des ventes aux particuliers. Les librairies indépendantes sont un peu demeurées à la traîne sur ce plan. Même si elles conservent leur mainmise sur les ventes aux collectivités, il faut bien comprendre que ces

ventes demeurent davantage délimitées par les contraintes budgétaires des bibliothèques, des administrations municipales et du gouvernement provincial que par la demande des consommateurs. La capacité à tirer profit du dynamisme récent de la demande des consommateurs pour les biens culturels est donc l'élément clé de l'avenir des librairies.

Dans ce contexte, la situation économique et financière des librairies indépendantes – lesquelles demeurent les principales garantes de l'accessibilité d'un vaste assortiment de livres dans l'ensemble du territoire québécois – demeure fragile. Quoique rehaussée depuis quelques années, leur rentabilité est toujours menacée par des coûts unitaires élevés et croissants, sans compter qu'elle est très sensible à l'efficacité du système de l'office et à la variation des taux de retour. D'où l'importance, pour ces librairies, de bien s'adapter à la demande et de gérer au plus près, de façon efficace et rationnelle. Il existe toutefois fort peu de marge de manœuvre du côté de l'autofinancement, considérant la relative rigidité des pratiques commerciales en cours. Ce facteur est aggravé par des capacités d'endettement limitées par l'état des bilans des libraires et la tiédeur des banquiers à l'égard de ce type d'entreprise, surtout pour les investissements les plus lourds (modernisation et informatisation, ainsi qu'intégration des nouvelles technologies).

À cet égard, si les objectifs pre-

miers de la loi 51 sont toujours d'actualité, en particulier l'implantation d'un réseau de librairies professionnelles dans toutes les régions du Québec et la diffusion de la littérature québécoise, il semble que le soutien de l'État aux librairies indépendantes demeure une prémisses incontournable.



CHAPITRE 9

LE MARCHÉ DU LIVRE AU QUÉBEC : UN BILAN

Marc Ménard

Introduction

L'analyse de l'industrie du livre s'est longtemps heurtée à l'absence de données publiques fiables et cohérentes. Même en ce qui regarde une donnée aussi fondamentale que les ventes finales de livres¹, le commentateur ou le chercheur était réduit à fonder ses analyses sur des estimations plus ou moins fiables du marché. Fort heureusement, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec a mis en place, depuis janvier 2001, une enquête primaire sur les ventes de livres au Québec, dont les résultats sont publiés mensuellement².

Le présent chapitre a pour objectif de présenter les principaux résultats des trois premières années de cette enquête. Dans la mesure du possible, nous comparerons ces données avec celles

qui avaient été produites antérieurement³, de façon à tracer un portrait global de l'évolution du marché du livre au Québec.

Nous présenterons, dans la première section, la valeur du marché des ventes finales de livres, son évolution récente ainsi que quelques comparaisons internationales. Dans la seconde, nous décrirons la répartition de ces ventes selon les principaux canaux de diffusion. Enfin, dans la troisième, nous discuterons des principaux déterminants de la demande de livres.

Ampleur et évolution récente du marché

La valeur des ventes finales de livres au Québec, tous canaux de distribution confondus, a atteint 660 millions de dollars en 2003. Comme on peut le voir au tableau 9.1, les ventes de

livres au Québec sont en progression depuis le début de l'enquête de l'Observatoire, puisqu'elles étaient de 616 millions de dollars en 2001 et de 647 millions en 2002. Le marché a ainsi progressé de 5,0 % en 2002 et de 2,0 % en 2003, soit des taux de croissance respectables.

Ce marché peut paraître assez restreint lorsqu'on le mesure à l'aune du PIB québécois, qui était de 245,8 milliards de dollars en 2002, selon l'Institut de la statistique du Québec. Mais l'industrie du livre figure tout de même parmi les poids lourds des industries culturelles. À titre de comparaison, signalons que le marché du disque était évalué à environ 288 millions de dollars en 2001 et celui du spectacle de variétés, à 52 millions en 1997-1998. Du côté de l'audio-visuel, les recettes cinématogra-

1. Par vente finale, on entend la dernière transaction commerciale concernant un produit, c'est-à-dire sans revente ultérieure, ce qui comprend les ventes au détail, les ventes aux établissements et les ventes directes aux consommateurs de la part des éditeurs et des diffuseurs et distributeurs.
2. Voir www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/livre_biblt/livre/index.htm. Les données utilisées dans ce texte sont les données révisées par l'Observatoire, disponibles en juillet 2004.
3. Sur la base des estimations produites dans Marc MÉNARD, *op. cit.*

phiques en salle étaient de 183,5 millions de dollars en 2002, et la location de vidéo-cassettes et de DVD pouvait être estimée (d'après les dépenses moyennes des ménages) à près de 280 millions de dollars en 2001. Quant aux recettes de la télédiffusion privée traditionnelle, elles atteignaient 450 millions de dollars en 2002, comparative-ment à 271 millions pour les chaînes spécialisées et payantes en 2001⁴.

Si l'on tente de replacer l'évolution du marché du livre dans un

Tableau 9.1

Ventes finales de livres au Québec, 2001-2003

	Ventes finales	Croissance
	k\$	%
2001	616 228,5	...
2002	647 169,6	5,0
2003	660 282,4	2,0

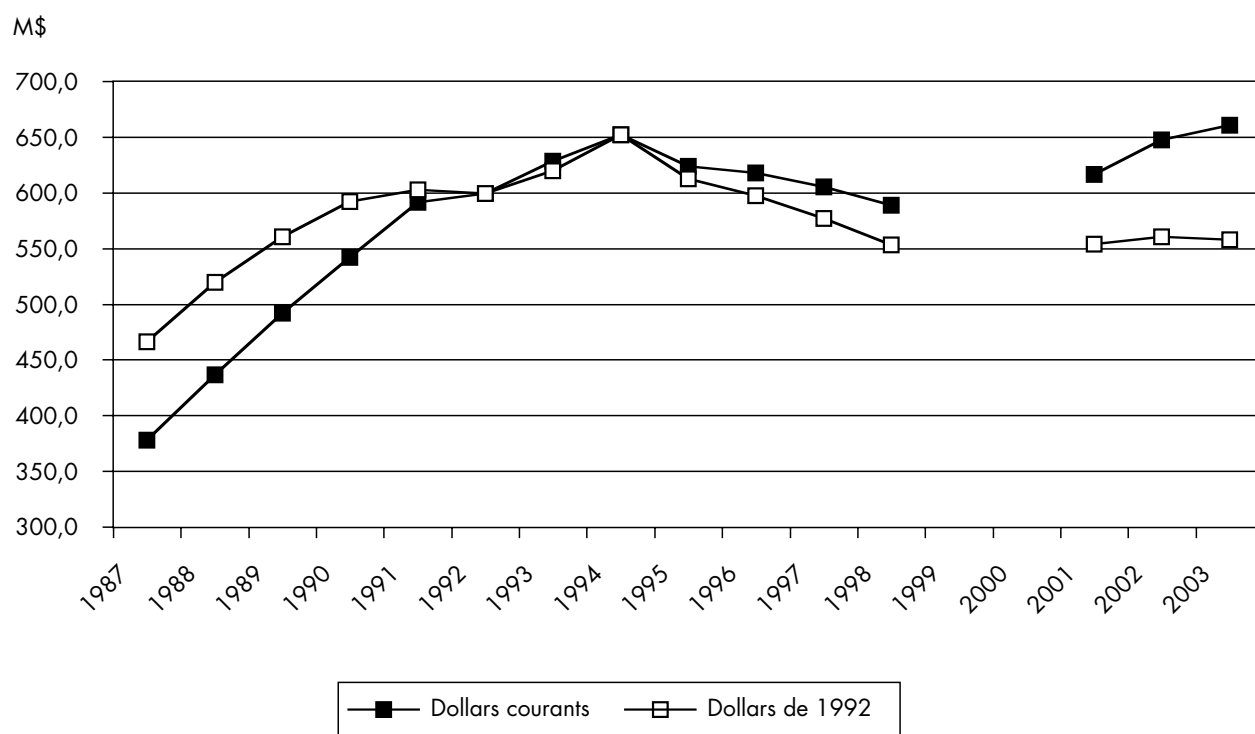
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

contexte historique plus long en couplant les récentes données avec des estimations plus anciennes, on obtient, comme on peut le voir à la figure 9.1, un portrait intéressant. L'évolution du marché, depuis la fin des années

1980, se caractérise par trois périodes bien distinctes : une première période de forte croissance, de 1987 à 1994, une période de chute marquée entre 1994 et 1998 et, enfin, une reprise de 1998 à 2003.

Figure 9.1

Évolution des ventes finales de livres au Québec, 1987-2003



Sources : M. MÉNARD, *op. cit.*, pour 1987-1988; Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, pour 2001-2003.

4. Sources : SODEC, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, et ministère de la Culture et des Communications du Québec.

Comme on peut le voir à la figure 9.1, la chute des ventes fut si prononcée, entre 1994 et 1998, qu'il a fallu attendre 2002 pour se retrouver au sommet atteint en 1994. En dollars constants de 1992 (c'est-à-dire une fois retranchée l'inflation), les ventes de 2003 sont à peine équivalentes à celles de 1998, et nettement inférieures aux ventes de 1994. Malgré la forte reprise des trois dernières années, on est donc forcé de constater que le marché a été plutôt stagnant au cours de la dernière décennie.

Le constat se renforce lorsque l'on compare l'évolution du marché du livre à celle du PIB québécois (en dollars courants). Le marché du livre progresse nettement plus rapidement que l'ensemble de l'économie durant la période 1987-1994 (8,1 % par année pour ce qui est du livre, contre 4,1 % quant au PIB). Mais sa chute, durant la période 1994-1998 (-2,5 % par année), contraste fortement avec l'évolution du PIB, dont la croissance se poursuit, quoiqu'à un moindre rythme (3,6 % par année). Enfin, s'il y a bel et bien reprise du marché du livre entre 1998 et 2003 (2,3 % par année), la progression demeure inférieure, durant cette période, à celle du PIB (5,5 % par année)⁵.

Le livre au Québec constitue donc un marché imposant, mais qui a affiché d'importantes variations au cours de la dernière décennie. À quel point ce marché peut-il soutenir la comparaison avec ceux des principaux pays développés ? Notons d'abord que les ventes de livres par habitant, en 2002 (tableau 9.2), pouvaient être estimées (aux taux de change courants) à 87 dollars canadiens au Québec, soit une valeur identique à celles de l'ensemble du Canada, mais nettement inférieure à celles des États-Unis (202 dollars), de la Belgique (159 dollars), de l'Alle-

magne (153 dollars) ou de la France (134 dollars). Des écarts importants, comme on peut le constater.

Comme c'est toujours le cas en la matière, toutefois, les distorsions dans les taux de change résultant de la surévaluation ou de la sous-évaluation des monnaies tendent à retirer toute signification réelle aux données internationales illustrées par une devise en particulier. À cet égard, l'utilisation de la parité de pouvoir d'achat (PPA) fournit une base d'ajustement précieuse⁶.

Tableau 9.2

Comparaisons internationales : ventes de livres par habitant, 2002 (en dollars canadiens)

	Au taux de change courant	Valeurs ajustées par la PPA ¹
	\$	
États-Unis	202	153
Belgique	159	140
Allemagne	153	124
France	134	119
Espagne	96	101
Pays-Bas	105	91
Québec	87	87
Canada	87	87
Suisse	139	85
Royaume-Uni	100	80

1. Parité de pouvoir d'achat.

Sources : Observatoire de la culture et des communications du Québec, Statistique Canada, Institut de la statistique du Québec, Survey of Current Business, Centre national du livre, Euromonitor et OCDE.

5. Source : Institut de la statistique du Québec.

6. Sommairement, il s'agit de comparer le prix d'un même panier de biens d'un pays à l'autre. Les différents prix, transformés en indices, rendent compte des disparités respectives du pouvoir d'achat des monnaies. Il est alors possible, à partir de ces indices, d'évaluer des taux de change qui correspondent, théoriquement, à la parité de pouvoir d'achat d'un pays à l'autre. Autrement dit, on peut transformer les taux de change de façon à ce qu'un achat de 15 dollars américains dans un pays, par exemple, corresponde à la même ponction sur le pouvoir d'achat dans tous les pays.

Comme on peut le voir à la deuxième colonne du tableau 9.2, la parité de pouvoir d'achat permet de réduire considérablement les écarts. La consommation québécoise par habitant devient alors à peu près équivalente à celle des Pays-Bas, de la Suisse ou du Royaume-Uni, mais elle demeure encore largement inférieure à celle des États-Unis (153 dollars, soit 74 % de plus que la consommation québécoise) ou à celle de la France (119 dollars, soit 35 % de plus).

Une partie de cet écart, bien sûr, peut s'expliquer par un effet de richesse. Le livre étant, comme tous les autres produits culturels, un bien dit « de luxe » (c'est-à-dire non essentiel à la subsistance), sa consommation est forcément supérieure dans les sociétés plus riches. Or, ainsi que mesuré par le PIB par habitant et ajusté en fonction de la PPA, les États-Uniens sont environ 33 % plus riches que les Québécois; Français et Québécois, en revanche, ont à peu près le même niveau de richesse⁷. Dans un cas comme dans l'autre, par conséquent, les écarts de consommation par habitant ne peuvent être totalement expliqués par les distorsions dans les taux de change ou par les seuls facteurs économiques de base. Ces écarts relèvent principalement, en fin de compte, de différences sociocul-

turelles fondamentales liées aux habitudes de lecture et de consommation des uns et des autres.

Qui plus est, la situation s'est aggravée au cours des dernières années. L'évolution du marché, mesurée en monnaie locale, montre en effet une croissance de 2,4 % par année en moyenne au Québec entre 1998 et 2002, comparativement à une progression de 3,3 % en France et de 3,9 % aux États-Unis⁸. Seul élément positif : compte tenu d'une croissance de 5 % en 2002 et de 2 % en 2003, la situation québécoise est peut-être en voie de redressement. Mais encore faudra-t-il que ce récent dynamisme se poursuive pour qu'un réel rattrapage puisse se faire.

En dépit de sa maturité et de son importance, et malgré une solide reprise au cours des dernières années, le marché du livre québécois demeure donc sensiblement sous-développé par rapport à plusieurs marchés du livre des principaux pays développés, notamment les marchés états-unien et français.

Répartition des ventes selon les principaux canaux de distribution

Historiquement, l'élargissement et la ramification des canaux de

distribution du livre furent un processus non seulement continu, mais également essentiel au développement et à la croissance du marché, au Québec comme ailleurs. La répartition des ventes finales, présentée au tableau 9.3, le montre bien.

Comme on peut le voir, le commerce de détail est le segment le plus important du marché, avec des ventes de 513 millions de dollars en 2003, soit 77,7 % du marché total de 660 millions. De cette somme, les ventes de livres par les librairies représentaient 418 millions de dollars (soit 63,4 % du marché total) et les ventes en grande diffusion, 95 millions (14,3 % du total). Les ventes en grande diffusion se répartissaient à leur tour entre magasins à grande surface (Costco, Maxi, Wal-Mart, etc.), qui affichent des ventes de 74 millions de dollars (11,2 % du marché), et divers autres points de vente non spécialisés qui récoltent 20 millions (3,0 % du total). Les ventes directes des éditeurs (comprenant principalement, mais non exclusivement, des manuels scolaires et didactiques) représentaient quant à elles 111 millions de dollars (soit 16,8 % du marché), tandis que les ventes directes des distributeurs étaient beaucoup plus marginales, à 37 millions (5,6 % du marché total).

7. Source : Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

8. Sources : Centre national du livre en ce qui concerne la France, et Association of American Publishers pour ce qui est des États-Unis.

Tableau 9.3
Répartition des ventes finales par canal de distribution, 2001-2003

	2001		2002		2003	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Ventes totales	616,2	100	647,2	100,0	660,3	100,0
Éditeurs	108,2	17,6	111,7	17,3	110,8	16,8
Distributeurs	28,4	4,6	32,0	4,9	37,0	5,6
Commerce de détail	479,6	77,8	503,5	77,8	513,1	77,7
Librairies	377,7	61,3	409,8	63,3	418,4	63,4
Grande diffusion	101,9	16,5	93,7	14,5	94,7	14,3
Grandes surfaces	86,3	14,0	76,7	11,8	74,0	11,2
Autres points de vente	15,5	2,5	17,0	2,6	20,1	3,0

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

L'évolution des ventes, de 2001 à 2003, peut être caractérisée par des tendances assez nettes en ce qui concerne les parts de marché des différents canaux de distribution. Premier trait marquant : la hausse de la part des librairies, qui passe de 61,3 % du total à 63,4 %. Deuxième trait marquant : la baisse de la part des magasins à grande surface, qui glisse de 14,0 % à 11,2 %. Les ventes en librairies se sont ainsi accrues de 10,8 % entre 2001 et 2003. À l'inverse, les ventes dans les grandes surfaces chutaient de 14,3 %.

Cette évolution est pour le moins étonnante quand on considère les tendances à l'œuvre dans le domaine du livre dans le monde et, plus généralement, dans l'ensemble du commerce de détail, au Québec comme ailleurs. L'une des transformations principales dans ce domaine, en effet, est la montée en puissance, depuis les années 1990, des grandes

surfaces de type clubs-entrepôts et magasins de rabais, au détriment des commerces traditionnels. Or, le mode de fonctionnement de ces clubs-entrepôts et magasins de rabais repose sur une petite sélection de titres (évidemment des succès de librairie ou *best-sellers*) pour lesquels ils offrent des rabais sur le prix courant, pouvant atteindre jusqu'à 25 %. Leur incidence sur l'ensemble du marché dépasse ainsi largement leur seul poids dans les ventes, notamment parce qu'ils concurrencent les librairies sur le segment de marché étroit, mais fort rentable, des livres à succès.

Il est difficile d'avancer une explication complète et satisfaisante au renforcement de la position des librairies. Toutefois, toute personne fréquentant régulièrement les librairies aura remarqué le dynamisme récent affiché par plusieurs d'entre elles. Qu'il s'agisse de la rénovation, de la

modernisation ou du réaménagement des locaux, de l'implantation de nouveaux systèmes informatiques plus performants ou de l'organisation d'activités d'animation ou de rencontres avec des auteurs, les gestes posés sont susceptibles de rendre les librairies plus conviviales et accueillantes tout en améliorant la qualité du service à la clientèle⁹.

Il est également possible que les réseaux de librairies, dont le déploiement fut important au cours des dernières années, soient les principaux responsables de la croissance des ventes des librairies, grâce à une présence active et répétée dans des lieux commerciaux à grande fréquentation (centres commerciaux, entre autres) qui leur aurait permis de concurrencer efficacement les magasins à grande surface. À cet égard, les données compilées sur les librairies agréées et portant sur les années 1998-1999 à 2000-2001 (voir le chapitre 8 du

9. À cet égard, le programme d'aide aux librairies agréées de la SODEC, en particulier les volets d'aide à la modernisation et à l'informatisation, a certainement joué un rôle marquant.

présent ouvrage) fournissent un indice. La progression des ventes de livres entre ces deux années a été de 18,4 % en ce qui concerne les librairies en réseau et de 10,4 % pour ce qui est des librairies indépendantes, tandis que les ventes étaient en baisse, de - 6,1 %, dans les librairies universitaires et scolaires. Double phénomène, par conséquent : certes, les librairies indépendantes ont amélioré leur sort; mais les librairies en réseau, encore davantage.

À l'inverse, il semble que certains magasins à grande surface, ayant constaté que le livre constituait un produit d'appel moins efficace que d'autres produits culturels (CD et DVD, en particulier) tout en dégagant des marges de profit réduites, ont sensiblement restreint leur assortiment, ce qui a pu avoir un effet dépressif sur leurs ventes de livres.

Il est malheureusement impossible, dans l'état actuel des données disponibles, de tenter de

préciser l'importance relative de ces différents facteurs dans l'évolution des parts des principaux canaux de distribution du livre jusqu'en 2003. D'autant plus que d'autres facteurs économiques fondamentaux (prix des livres et évolution du revenu des consommateurs, en particulier) ont également pu jouer un rôle, comme nous le verrons à la prochaine section.

L'examen des ventes brutes des distributeurs et de la répartition de ces ventes selon les principaux segments de leur clientèle, au tableau 9.4, permet de renforcer le constat d'une consolidation de la position des librairies. Comme on peut le voir, les ventes brutes totales des distributeurs sont passées de 308,7 millions de dollars à 324,2 millions entre 2001 et 2003, soit une croissance de 5,1 %. L'évolution du taux de retour est un élément clé du système de commercialisation du livre, puisqu'il constitue un indicateur de l'efficacité de la mise à disposition des nouveau-

tés, et en particulier de l'office. Il n'existe aucune donnée fiable qui permettrait de quantifier précisément l'évolution à long terme des taux de retour. Cependant, les spécialistes du milieu s'entendent généralement pour affirmer que les taux ont tendance à croître à long terme. On signale également des poussées périodiques indiquant des moments de dérèglement du système de l'office.

Comme on peut le voir, toujours au tableau 9.4, le taux de retour global des distributeurs affiche une relative stabilité entre 2001 et 2003, variant entre 25 % et 26 %. Pour ce qui est du segment des librairies et des coopératives, le taux de retour est légèrement plus élevé, mais stable, autour de 27 % ou de 28 %. En revanche, le taux est plus faible en grande diffusion, particulièrement en ce qui concerne les grandes surfaces. Mais, dans ce dernier cas, le taux de retour est en hausse, de 15,0 % en 2001 à 17,6 % en 2003, ayant même poussé une pointe à 21,5 % en

Tableau 9.4
Répartition des ventes brutes¹ des distributeurs et taux de retour, 2001-2003

	2001		2002		2003	
	Ventes brutes	Taux de retour	Ventes brutes	Taux de retour	Ventes brutes	Taux de retour
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Ventes totales des distributeurs	308,7	25,0	326,3	25,5	324,2	24,7
Librairies et coopératives	203,8	28,0	221,0	27,4	223,5	27,8
Grande diffusion	104,8	19,2	105,3	24,9	100,7	21,8
Grandes surfaces	83,8	15,0	81,9	21,5	73,8	17,6
Autres points de vente	21,1	35,9	23,4	36,7	26,4	34,0

1. Pour revente, c'est-à-dire hors ventes finales et exportations; les ventes brutes représentent, dans la terminologie des distributeurs, la quantité « mouvementée ».

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2002. Ventes en hausse et taux de retour stable du côté des librairies, ventes en pleine chute et taux de retour à la hausse du côté des magasins à grande surface : on ne saurait trouver tendances plus opposées.

Il faut bien noter que des variations en apparence infimes dans les taux de retour peuvent avoir des incidences importantes sur la rentabilité de tous les acteurs de la filière du livre, compte tenu de l'importance des frais de manipulation, de transport et de gestion qu'entraînent les allers et retours des livres¹⁰. Nous avons ainsi estimé, à l'aide d'un modèle de flux de trésorerie¹¹, qu'en 1998-1999, une baisse du taux de retour global de 1 % pouvait se traduire par des hausses du taux de profit avant impôt de 0,07 % pour les librairies, de 0,1 % pour les distributeurs et de 0,55 % pour les éditeurs. Une variation brusque de plusieurs points de pourcentage dans les taux de retour peut donc se traduire par des effets importants et immédiats sur la rentabilité des entreprises de toute la chaîne du livre.

Les estimations que nous avons effectuées sur les taux de retour en 1998-1999 concluaient à un taux de retour global de 30,8 %, lequel se partageait en un taux de 29,6 % quant aux librairies et de 34,4 % relativement à la

grande diffusion¹². L'enquête ayant permis de faire ces estimations ne portait toutefois que sur 15 distributeurs représentant un peu plus de 40 % des ventes totales du secteur. Ces résultats sont donc beaucoup moins fiables que ceux qui proviennent de l'enquête exhaustive de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. On peut ainsi conclure que nous avons probablement surestimé les taux de retour de 1998-1999, surtout en ce qui concerne la grande diffusion. On peut également affirmer sans trop de risque, à l'examen de ces données, que les taux de retour n'ont sans doute pas augmenté entre 1998 et 2003, et qu'ils ont même, selon toute évidence, légèrement baissé. Ce serait le signe d'un marché en meilleure santé, d'un recours plus extensif aux moyens informatiques en matière de gestion des offices et des stocks de la part des librairies, et peut-être même d'une rentabilité supérieure des principaux acteurs en cause.

Qu'en estil, par ailleurs, des ventes par Internet ou des ventes de livres électroniques, dont certains commentateurs enthousiastes prédisaient, il y a peu, qu'ils allaient balayer le marché et transformer le livre de papier en artefact obsolète ? Force est d'admettre que, si les ventes par Internet ont

gonflé au point de devenir un canal de distribution réel (mais marginal) du livre, le livre électronique relève encore, quant à lui, de l'épiphénomène. Selon la firme Forester Research, en effet, les ventes de livres par Internet aux États-Unis (c'est-à-dire commandés par Internet et expédiés par la poste, selon le modèle désormais classique de Amazon.com) s'élevaient à 2,8 milliards de dollars américains en 2003, ce qui représente un peu plus de 7 % du marché total¹³. Quant aux livres électroniques, Euromonitor estimait leurs ventes à 13 millions de dollars américains aux États-Unis et à environ 1 million de dollars canadiens au Canada, c'est-à-dire une somme dérisoire dans un cas comme dans l'autre.

L'enquête de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec ne nous permet malheureusement pas de traduire en chiffres précis la situation au Québec, notamment pour respecter la confidentialité des données. Il est néanmoins possible d'estimer, à partir des données disponibles, à un peu moins de 5 % du marché total les ventes par correspondance des librairies en 2002. Comme cette catégorie comprend tout à la fois les ventes postales traditionnelles et les ventes effectuées par Internet, la part de ces dernières se limite donc encore, pour l'instant, à

10. De manière plus concrète, un taux de retour de 25,9 % (soit le taux global de 2003) signifie qu'il faut manipuler 135 livres pour en vendre 100.

11. Voir M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 113-115.

12. *Ibid.*, p. 172.

13. Source : American Booksellers Association.

quelques points de pourcentage, soit une part sensiblement inférieure à celle que l'on observe aux États-Unis.

Dernier élément approprié à l'analyse : l'évolution mensuelle des ventes. Le marché du livre se caractérise, en effet, par des pointes de vente circonscrites à des périodes précises de l'année, comme on peut le voir à la figure 9.2, où sont présentées les ventes mensuelles, sur trois ans, dans l'ensemble du commerce au détail. Les mois les plus actifs sont décembre, janvier, août et septembre. Ces pointes de vente sont évidemment associées aux rentrées scolaires d'automne et d'hiver, ainsi qu'à la période des

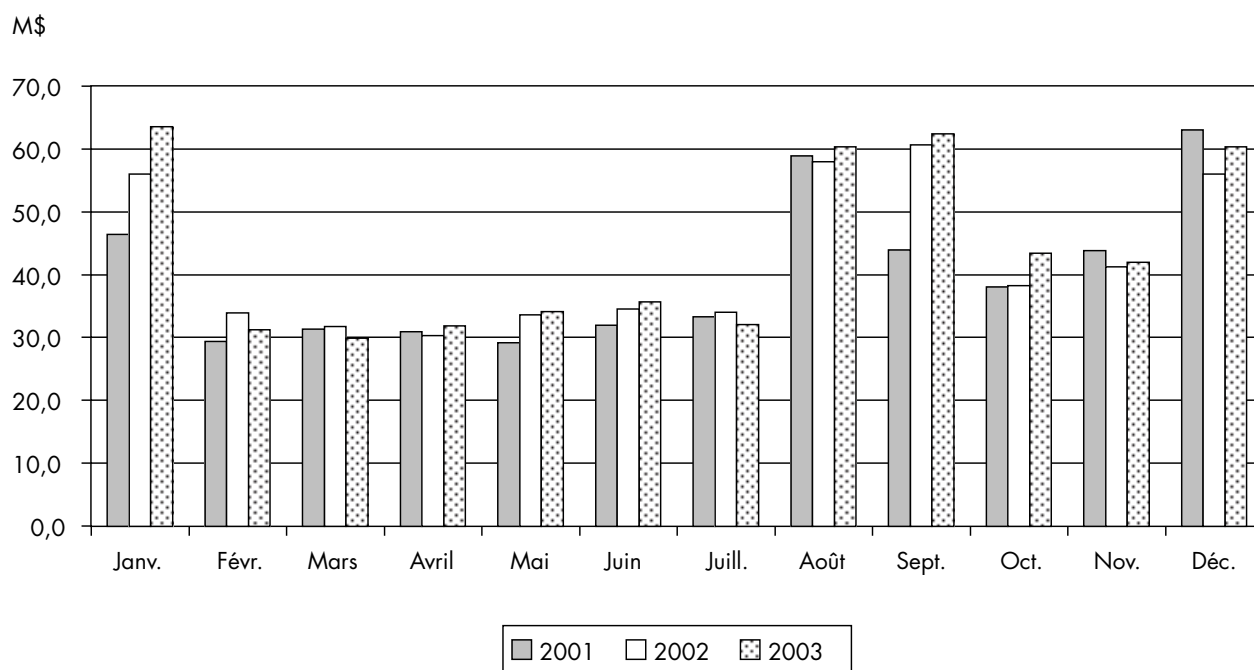
Fêtes. En 2003, les ventes conjuguées de ces quatre mois ne représentaient pas moins de 46,8 % du total des ventes de l'année.

On remarquera que la répartition des ventes par mois affiche une grande constance au cours des trois années recensées, à deux exceptions près. Le mois de janvier prend plus d'importance, les ventes étant passées de 46,4 millions de dollars en 2001 à 63,5 millions en 2003, de même que septembre, où les ventes passent de 43,9 millions de dollars à 62,3 millions. La croissance des ventes fut à ce point marquée que janvier est maintenant devenu un mois plus actif que décembre.

Les déterminants de la vente de livres au Québec

Plusieurs facteurs influent sur la demande de livres : le sexe (les femmes lisent davantage que les hommes), la scolarité (plus elle est élevée, plus élevé est le taux de lecture), l'âge (on lit davantage quand on est jeune et quand on est vieux, un peu moins à l'âge où l'on est en début de carrière et où l'on fonde une famille) et, par conséquent, la pyramide des âges d'une société. Il s'agit toutefois de facteurs qui évoluent fort lentement et dont l'influence n'est perceptible qu'à long terme.

Figure 9.2
Évolution des ventes mensuelles de livres, ensemble des ventes au détail, 2001-2003



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

D'autres facteurs, en revanche, ont des répercussions beaucoup plus immédiates. En premier lieu, l'évolution de l'offre de livres et son insertion dans l'univers de l'ensemble des loisirs culturels, lesquels constituent les concurrents directs du livre. Mais les facteurs économiques de base que sont le prix relatif des livres et l'évolution des revenus des ménages jouent également un rôle clé dans la formation de la demande. Voyons chacun de ces facteurs plus en détail.

Examinons d'abord quelques indicateurs de l'offre de livres au Québec depuis 1989 (tableau 9.5). Comme on peut le voir, le nombre d'éditeurs agréés au Québec augmente régulièrement, selon un taux de croissance annuel moyen de 4,9 %. La progression est particulièrement marquée entre 1998 et 2002 (croissance annuelle moyenne de 8,7 %). C'est donc sans surprise que l'on constate que le nombre de nouveaux titres publiés par l'ensem-

ble des éditeurs commerciaux¹⁴ augmente lui aussi de façon régulière – taux de croissance annuel moyen de 3,6 % depuis 1989 –, ce qui représente une forte progression. En revanche, le tirage total de ces nouveautés a faiblement augmenté (1,0 % par année en moyenne), ce qui signifie, évidemment, que le tirage moyen est en chute (– 2,5 % par année). L'évolution des ventes totales de livres, en dollars de 1992 (croissance nulle entre 1989 et 2002), confirme cette tendance très nette de l'industrie québécoise à lancer, sur un marché relativement stagnant, une quantité toujours croissante de nouveaux titres dont les ventes moyennes sont de plus en plus réduites.

La concurrence est donc féroce entre éditeurs et entre chacun de ces nouveaux titres qui doivent non seulement trouver des lecteurs, mais d'abord et avant tout simplement faire savoir qu'ils existent. Cette rivalité exerce une

pression énorme sur la rentabilité des éditeurs, dont les coûts unitaires de production subissent des pressions à la hausse, à la suite de la baisse des tirages et des ventes moyennes par titre. À l'autre extrémité de la chaîne, les librairies sont inondées par une offre croissante, d'où des tensions continues sur le système de l'office, qui doit faire transiter livres et renseignements sur les livres aux bons endroits et aux bons moments, rapidement et efficacement.

La situation est d'autant plus critique que l'offre d'ensemble des produits culturels et du divertissement est également croissante. Chaque jour, de nouveaux produits, de nouveaux moyens de diffusion, de nouvelles activités et de nouveaux attrait, sinon même de nouveaux gadgets électroniques, sont offerts aux consommateurs. Le marché de la culture et du divertissement s'avère, globalement, extrêmement dynamique. Comme on peut le voir au

Tableau 9.5
Évolution de l'offre de livres au Québec : principales tendances, 1989-2002

	Unité	1989	1998	2002	TCAM ¹ 1989-2002
					%
Nombre d'éditeurs agréés	n	85	113	158	4,9
Nombre de nouveaux titres ²	n	2 757	3 825	4 362	3,6
Tirage total des nouveautés ²	M	8 404 731	8 889 166	9 581 421	1,0
Tirage moyen des nouveautés	n	3 049	2 324	2 197	-2,5
Ventes de livres (en M\$ de 1992)	M\$	560,0	553,0	560,3	—

1. Taux de croissance annuel moyen.

2. Ensemble des éditeurs commerciaux.

Sources : Ministère de la Culture et des Communications du Québec et Bibliothèque nationale du Québec.

14. Publications des éditeurs agréés et non agréés, mais à l'exclusion des publications gouvernementales, celles des maisons d'enseignement, des compagnies et institutions financières, des associations, etc.

tableau 9.6, entre 1998 et 2001, les dépenses totales des ménages québécois en loisirs progressent plus rapidement (5,6 % par année en moyenne) que l'ensemble des dépenses de consommation (3,5 % par année). Quant aux dépenses en loisirs culturels, quoiqu'elles progressent un peu moins vite que l'ensemble des dépenses en loisirs (4,5 % par année), leur croissance demeure néanmoins sensiblement supérieure à celle de l'ensemble des dépenses de consommation des ménages.

Parmi les dépenses en loisirs culturels, certains postes affichent des taux de croissance des dépenses largement supérieurs à la moyenne entre 1998 et 2001 : c'est le cas notamment de l'équipement télévisuel (17,8 % par année), du cinéma (6,3 %), du spectacle en salle (5,5 %), de l'équipement audio (5,2 %) ainsi que de la câblodistribution et de la diffusion par satellite (5,2 %). Mais, comme on peut le constater, les dépenses en matériel de lecture, qui affichent un taux de croissance négatif de - 0,9 % par année entre 1998 et 2001, font figure de parents pauvres dans cet univers en expansion. Quant aux dépenses propres aux livres et aux brochures (hors du secteur scolaire), elles obtiennent des résultats légèrement supérieurs à ceux de l'ensemble du matériel de lecture, soit une croissance moyenne de 4,1 % par année, mais cette augmentation demeure tout de même inférieure à celle des dépenses en loisirs culturels.

Autrement dit, en dépit d'une offre extrêmement dynamique – vitalité qui génère d'ailleurs ses propres effets pervers, en particulier des pressions à la hausse sur les coûts unitaires des éditeurs et des tensions sur le système de l'office –, le livre parvient difficilement à conserver sa place dans l'univers des loisirs et de la culture.

Pourtant, d'autres facteurs économiques fondamentaux se répercutent sur la demande, notamment le prix du livre. Or, une augmentation du prix du livre qui serait plus

rapide que l'ensemble des prix – ce qui ne serait guère surprenant dans un contexte de pressions à la hausse sur les coûts unitaires des éditeurs – rendrait d'autant plus néfaste la concurrence des autres produits culturels.

Statistique Canada ne compile malheureusement plus d'indice de prix propre au livre. À l'heure actuelle, la seule source disponible en matière de prix du livre demeure les compilations annuelles de la Bibliothèque nationale du Québec (BNQ). En pondérant

Tableau 9.6
Revenus et dépenses des ménages (en dollars courants par ménage),
1998-2001

	1998	2001	TCAM ¹ 1998-2001
	\$		%
Revenu personnel disponible	44 668	49 790	3,7
Dépenses totales de consommation	42 098	46 679	3,5
Dépenses en loisirs	2 332	2 749	5,6
Dépenses en loisirs culturels	1 049	1 196	4,5
Radio, système de son et télévision	665	799	6,3
Équipement audio	67	78	5,2
Équipement télévisuel	115	188	17,8
Disques compacts, cassettes audio, vidéocassettes et DVD	101	103	0,7
Cassettes et vidéocassettes vierges	14	13	-2,4
Location de vidéocassettes et de DVD	92	95	1,1
Câblodistribution et diffusion par satellite	276	321	5,2
Sorties	148	167	4,1
Cinéma	74	89	6,3
Spectacles en salle	52	61	5,5
Musées et autres expositions	22	18	-6,5
Matériel de lecture	235	229	-0,9
Journaux	108	102	-1,9
Revue et périodiques	57	49	-4,9
Livres et brochures ²	62	70	4,1

1. Taux de croissance annuel moyen.

2. À l'exclusion du manuel scolaire.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

le prix moyen de chaque catégorie de livres de la BNQ par le tirage de cette catégorie, il est possible de construire un indicateur de prix, lequel connaît toutefois des limites importantes. D'abord, il ne représente que le prix des livres québécois. Or, en occupant une part de marché de près de 60 %, c'est tout de même le livre étranger qui prédomine au Québec. Et, compte tenu, notamment, des fluctuations des taux de change, le prix des livres étrangers est susceptible de varier différemment du prix des livres québécois. Ensuite, cet indice représente le prix de vente suggéré des nouveautés, pondéré par les tirages de nouveautés; il ne tient donc pas compte

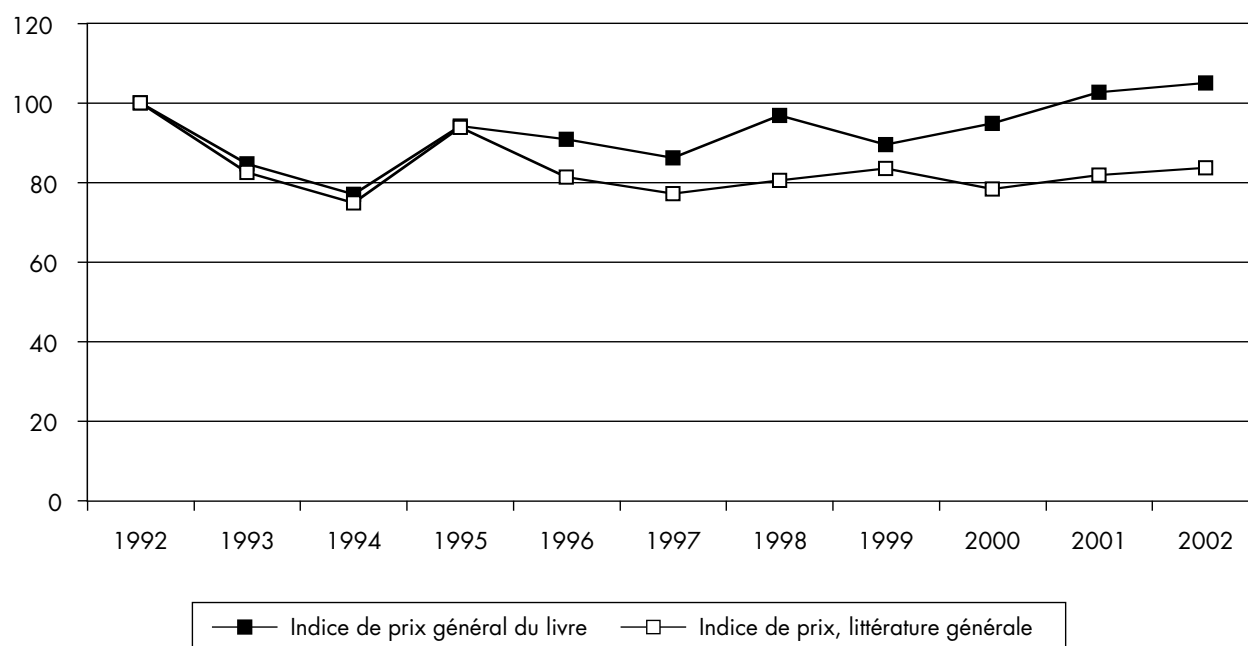
de la quantité réelle vendue, du prix des livres imprimés les années précédentes, ni des rabais offerts par les commerçants ou des taxes de vente.

Malgré ces limites, l'examen de cet indice de prix est éclairant. On trouvera, à la figure 9.3, l'évolution de l'indice de prix relatif du livre québécois entre 1992 et 2002, et un indice de prix du livre de littérature générale, c'est-à-dire à l'exclusion du manuel scolaire. La notion de prix relatif est importante. C'est en effet le prix relatif qui, pour le consommateur, compte le plus. Celui-ci réagira en effet davantage (au moins intuitivement) à des variations de prix relatives qu'à des variations absolues.

Autrement dit, si le prix du livre augmente de 4 % au cours d'une année, tandis que l'indice général des prix s'élève de 2 %, les consommateurs jugeront que le prix du livre s'est accru. En revanche, si l'indice général des prix s'est lui aussi élevé de 4 %, les consommateurs jugeront probablement que le prix du livre est stable.

Lorsqu'on examine l'indice de prix général du livre québécois, on constate une évolution pour le moins contrastée entre 1992 et 2002. On remarque d'abord une diminution importante de l'indice entre 1992 et 1994, puis, par la suite, une remontée régulière. La baisse constatée entre 1992 et 1994 correspond pro-

Figure 9.3

Évolution du prix relatif¹ du livre québécois, 1992-2002 (indice de base 1992 = 100)

1. Rapport entre l'indice de prix du livre (moyenne des prix par catégorie de livres, pondérée par les tirages) et l'indice général des prix à la consommation.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

blement à un ajustement des prix après la hausse importante induite par l'introduction de la taxe sur les produits et services (TPS) fédérale, en 1991. Entre 1994 et 2002, par contre, la croissance de l'indice des prix relatifs est constante, au point que le niveau des prix dépasse de 5 %, en 2002, celui de 1992. Il s'agit d'un faible écart, bien sûr, pour une période de dix ans; néanmoins, on pourrait considérer la tendance comme inquiétante.

Il faut toutefois tenir compte du fait que le prix du manuel scolaire n'est pas déterminé par les mêmes facteurs que le prix du livre de littérature générale. En effet, le prix du manuel scolaire est grandement influencé par le coût de développement des livres, les normes et les règles établies

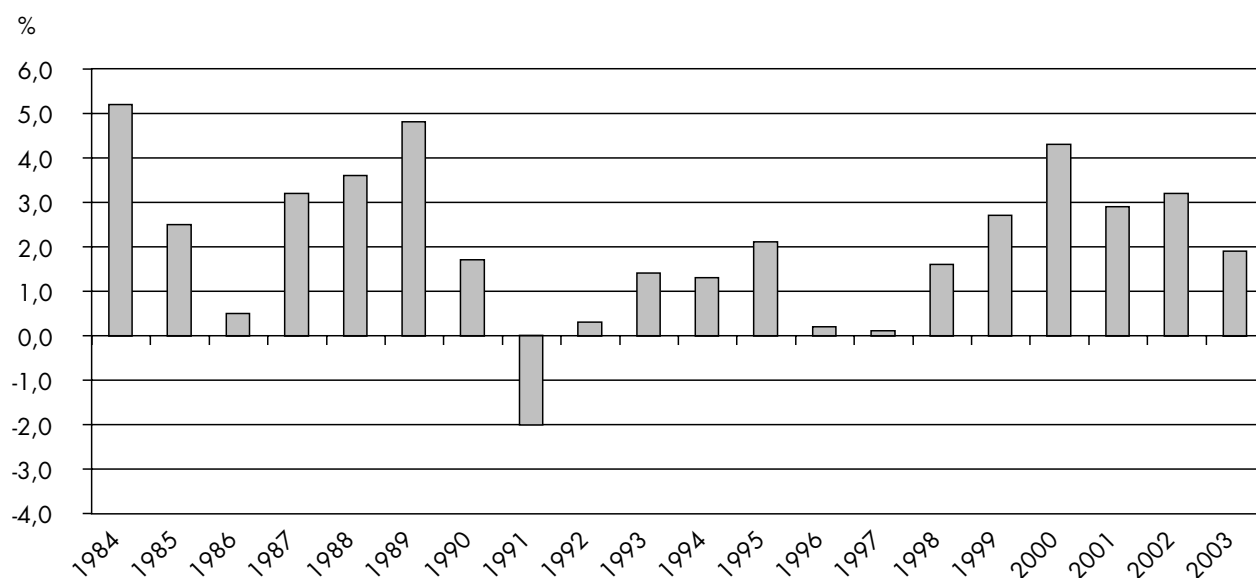
par le ministère de l'Éducation, le cycle de remplacement, les budgets des commissions scolaires, etc. Il est donc parfaitement logique d'examiner de façon isolée l'évolution du prix du livre de littérature générale (c'est-à-dire en excluant le manuel scolaire, lequel compte pour environ 25 % du marché total). Or, comme on peut le voir, toujours à la figure 9.3, ce deuxième indice affiche une évolution très différente du premier après 1995 : il chute en 1996, puis montre par la suite une remarquable stabilité. Autrement dit, le prix des livres québécois de littérature générale, après une forte baisse entre 1992 et 1996, a évolué au même rythme que l'indice général des prix à la consommation. On peut donc conclure à la neutralité du prix sur la consommation de livres

québécois de littérature générale entre 1996 et 2002. En dépit des pressions à la hausse sur leurs coûts unitaires, les éditeurs québécois ont ainsi, selon toute apparence, réussi à contenir la hausse des prix.

L'autre facteur fondamental qui modifie la demande de livres est évidemment la conjoncture économique. Notons immédiatement que le revenu personnel disponible (lequel mesure le revenu après taxes et impôts) constitue une mesure plus juste du pouvoir d'achat réel de la population que le produit intérieur brut (PIB), surtout lorsqu'on considère la part croissante, au cours des dernières décennies, des taxes et impôts dans le PIB. Or, comme on peut le voir à la figure 9.4, le revenu personnel disponible

Figure 9.4

Taux de croissance annuel du revenu personnel disponible au Québec, 1983-2002 (en dollars de 1997)



Note : Cumulatif au mois d'octobre pour 2003.

Source : Institut de la statistique du Québec.

(mesuré en dollars de 1997), après une croissance relativement soutenue jusqu'en 1990, chute brutalement en 1991 et affiche, au cours des années qui suivent, un comportement plutôt erratique. Ainsi, entre 1990 et 1998, le revenu personnel disponible ne progresse que de 0,6 % par année en moyenne. Cette stagnation prolongée du pouvoir d'achat, aggravée par le haut taux d'endettement des ménages, a très certainement limité les possibilités d'expansion du marché du livre durant les années 1990.

On assiste toutefois à une reprise plus solide, et relativement constante, depuis 1998. Entre 1998 et 2003, en effet, le revenu personnel disponible s'accroît de 3,0 % par année en moyenne. Cette croissance du revenu personnel disponible a sans nul doute joué un grand rôle dans la croissance récente du marché du livre au Québec.

En ce sens, la bonne santé du marché du livre dépend en grande partie d'une conjonction relativement favorable de l'évolution du prix relatif du livre québécois et du revenu personnel disponible des ménages québécois. Autrement dit, au cours des dernières années, la stabilité du prix du livre et la hausse des revenus des ménages semblent avoir plus que contrecarré la concurrence des autres biens culturels et de loisirs; rien ne nous assure, toutefois, qu'il en sera de même au cours des prochaines années.

Conclusion

Le marché du livre, au Québec, peut être estimé à 660 millions de dollars en 2003, ce qui correspond à environ 87 \$ par habitant. Si elles étaient en croissance notable jusqu'en 1994, les ventes se sont nettement essouffées depuis. Ce n'est qu'au cours des deux ou trois dernières années que l'on peut constater une reprise solide des ventes de livres. Pourtant, les ventes en 2003 dépassent à peine le niveau atteint en 1994. Dans l'ensemble, le marché du livre au Québec a donc été stagnant au cours de la dernière décennie.

Ainsi qu'il est mesuré par les ventes par habitant ajustées selon la parité de pouvoir d'achat, le marché québécois peut se comparer à celui de pays comme les Pays-Bas, la Suisse ou le Royaume-Uni, mais il demeure sous-développé par rapport au marché des États-Unis ou de la France. Qui plus est, au cours des dernières années, loin d'avoir effectué un rattrapage, le Québec semble avoir accru son retard sur ces deux pays.

Contrairement à la situation que l'on observe aux États-Unis et en France, toutefois, non seulement la part occupée par les librairies demeure importante, soit plus de 63 % des ventes finales totales, mais elle est même en hausse depuis 2001. À l'inverse, la part occupée par les magasins à grande surface est en régression.

Cette consolidation de la position des librairies peut s'expliquer par la conjonction de trois facteurs : l'effort de modernisation, d'informatisation et d'organisation d'activités d'animation entrepris par plusieurs librairies indépendantes au cours des dernières années, l'extension des réseaux de librairies et une relative réduction de l'offre de livres de la part des grandes surfaces.

Les changements survenus dans les facteurs économiques fondamentaux ont également joué un rôle décisif dans l'évolution récente du marché. En effet, en dépit d'une offre croissante, la consommation de livres tend à augmenter moins rapidement que la consommation de loisirs culturels, particulièrement celle des biens et services liés à l'audiovisuel et à l'informatique. Pourtant, tout semble montrer que la stabilité relative du prix du livre québécois de littérature générale et la hausse du revenu des consommateurs se sont conjuguées pour soutenir une croissance marquée du marché depuis 2001. La capacité des éditeurs d'absorber les pressions à la hausse sur les coûts unitaires (inhérentes à la multiplication des titres et à la baisse des ventes moyennes), la performance accrue des distributeurs en matière logistique et le dynamisme récent affiché par les librairies ont joué un rôle crucial dans la capacité de l'industrie du livre de profiter du pouvoir d'achat accru des ménages.

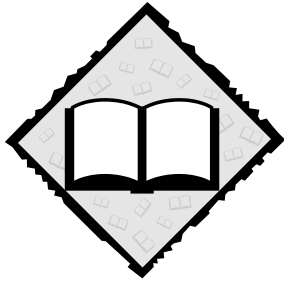
Un dernier élément d'analyse peut aider à mieux comprendre le rôle joué par les librairies dans l'évolution récente du marché du livre québécois. Comme nous l'avions mentionné dans *Les chiffres des mots*¹⁵, des analyses économétriques portant sur les expéditions des éditeurs américains permettent de conclure en une segmentation marquée du marché selon les types de commerces, en fonction de la sensibilité des consommateurs aux prix, aux revenus, à l'assortiment et au service, de même qu'à la valeur qu'ils accordent à leur temps et à leur degré d'aversion pour le risque. La demande des consommateurs qui fréquentent les librairies serait, en particulier, moins sensible au prix et plus sensible au revenu, mais aussi à la « qualité » du service (vaste assortiment, étalage facilitant la recherche et le furetage, service de commande, convivialité des lieux, etc.). À l'inverse, la demande des consommateurs des grandes surfaces et des autres points de vente non spécialisés serait plus sensible au prix et moins sensible au revenu ainsi qu'à la qualité du service.

Dans un tel cadre de relations structurelles, il est parfaitement compréhensible que les importants efforts de modernisation, d'informatisation et de revitalisation entrepris par les librairies, dans un contexte où les prix des livres de littérature générale sont

stables et où les revenus des ménages se sont accrus, aient pu se traduire par la croissance rapide de leurs ventes, au point de constituer la principale source du dynamisme récent du marché du livre.

Autrement dit, bien que les acteurs de l'industrie n'aient aucun contrôle sur l'un des plus importants facteurs de la demande, soit l'évolution du revenu des consommateurs, il leur est possible de tirer avantage d'une évolution favorable de ces revenus s'ils portent leurs efforts sur les éléments les plus susceptibles de constituer des avantages concurrentiels, et donc de dynamiser leur propre marché. C'est précisément ce qui semble s'être passé au cours des dernières années. En ce sens, le bilan est encourageant, car il souligne une certaine prise en main de l'industrie par elle-même. Il demeure toutefois provisoire, puisque la poursuite du redressement nécessite que les efforts entrepris puissent être poursuivis. Ce qui, d'un strict point de vue financier, ne va pas forcément de soi.

15. Voir M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 87-88.



CHAPITRE 10

ÉVALUATION DU MARCHÉ DU LIVRE QUÉBÉCOIS

Benoît Allaire

Depuis le printemps 2001, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) publie mensuellement des données sur les ventes finales de livres au Québec. C'est la première fois que de telles données sont disponibles en ce qui concerne tous les acteurs du domaine du livre et des bibliothèques. Comme l'appétit vient en mangeant, le comité consultatif des domaines du livre et des bibliothèques de l'OCCQ nous a demandé s'il était possible de connaître la part de marché du livre québécois, c'est-à-dire le montant des ventes finales de livres québécois.

Pour satisfaire cette demande, la première étape consistait à définir l'objet à mesurer, et la deuxième, à déterminer la stratégie appropriée pour mesurer cet objet. Le comité consultatif a convenu de dire que, dans le contexte de l'enquête mensuelle sur les ventes de livres, un livre québécois est un livre publié par un éditeur québécois. Il ne s'agit donc pas d'une mesure de la littérature

québécoise, mais plutôt de l'édition québécoise. Voilà pour la première étape.

Maintenant, comment mesurer les ventes finales de livres québécois ? Dans la chaîne du livre, les ventes finales sont réalisées par trois types d'acteurs : les éditeurs, les distributeurs et les points de vente au détail tels que les librairies et les coopératives, les grandes surfaces et les autres points de vente. La somme des ventes finales de livres québécois par ces trois types d'acteurs révèle la valeur des ventes finales de livres québécois.

Ces acteurs sont-ils actuellement en mesure de fournir des renseignements relatifs à leurs ventes finales de livres québécois ? Prenons-les dans l'ordre. Par définition, les ventes finales des éditeurs québécois (ceux dont le siège social est situé au Québec) sont des ventes finales de livres québécois. Les distributeurs québécois pourraient également être en mesure de fournir des renseignements quantitatifs sur leurs ventes finales de livres québécois

à l'aide des redevances qu'ils versent aux éditeurs québécois, mais cette information ne leur est pas demandée dans l'enquête sur les ventes de livres. Une enquête spéciale auprès des distributeurs pourrait fournir cette information. Par contre, les librairies et les coopératives, de même que les grandes surfaces et les autres points de vente, ne sont pas en mesure de fournir ces données. Actuellement, les ventes finales des grandes surfaces et des autres points de vente sont estimées à partir des ventes des distributeurs à ceux-ci. Si l'on ne peut mesurer, au sens fort du terme, les ventes de livres québécois par les librairies et les coopératives, il faut alors tenter de les évaluer indirectement à partir des données mesurées des autres maillons de la chaîne du livre. Et la valeur du modèle global dépend en très grande partie de la justesse de la méthode d'estimation et de la confiance que tous les acteurs de l'industrie du livre et des bibliothèques peuvent avoir dans cette méthode.

Le schéma¹ ci-après illustre les flux monétaires entre les différents acteurs à partir des éditeurs jusqu'aux points de vente. Pour faciliter la compréhension du modèle, nous avons omis la valeur des retours; les montants indiqués expriment donc les ventes nettes (les ventes moins les retours).

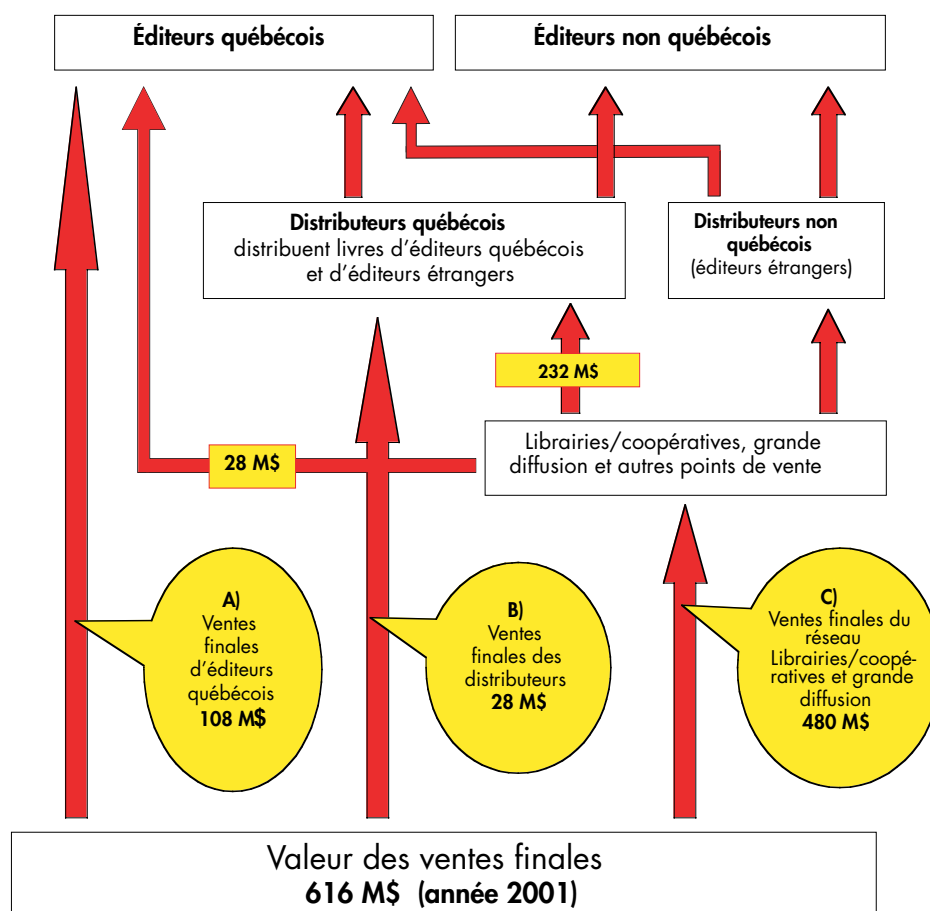
Reprenons les ventes de l'année 2001. On connaît la valeur des ventes finales des éditeurs québécois (bulle A de la figure 10.1),

soit 108 M \$. On connaît également la valeur des ventes finales des distributeurs québécois (bulle B du schéma), soit 28 M \$. Ce qu'on veut savoir, c'est la part québécoise de ces ventes finales. Cette information nous a été fournie par l'*Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres* que nous avons menée en 2003. On connaît aussi la valeur des ventes finales des librairies, des coopératives, des grandes surfaces et des autres points de

vente (bulle C du schéma). Pourtant, ce qu'on ignore toujours, c'est la portion relative aux ventes finales de livres québécois dans ce vaste ensemble de 480 M \$.

Comme les librairies, les coopératives, etc. sont incapables de fournir cette information, il faut estimer les ventes finales de livres québécois dans ce réseau grâce à une approche indirecte, à savoir l'approche par le coût des marchandises vendues.

Figure 10.1
Schéma des flux monétaires dans l'industrie du livre, Québec, 2001



1. Nous remercions notre collègue Richard Cloutier, de l'Institut de la statistique du Québec, qui a réalisé la première version de ce schéma et, surtout, qui a mis sur pied l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs*.

L'approche par le coût des marchandises vendues

Dorénavant, pour simplifier, nous appellerons « réseau de détail » l'ensemble des librairies, des coopératives, des grandes surfaces et des autres points de vente. L'idée générale de l'approche consiste d'abord à estimer la part du livre québécois dans le marché de la vente au réseau de détail (la flèche de 232 M \$ dans le schéma) et de reporter cette proportion sur le marché de la vente finale du même réseau. Le résultat est ensuite ajouté aux ventes finales de livres québécois par les éditeurs et les distributeurs. Cette approche comporte donc trois étapes :

1. La première consiste à évaluer le coût des livres vendus (coût de revient) par le réseau de détail.
2. La deuxième est de calculer le pourcentage des ventes de livres québécois à partir des ventes des éditeurs et des distributeurs québécois sur le marché de la revente.
3. La troisième revient à reporter ce pourcentage sur les ventes finales du réseau de détail. On ajoute ensuite les ventes finales des éditeurs et les ventes finales de livres québécois par les distributeurs.

1^{re} étape : Le calcul du coût de revient

On obtient une approximation du coût de revient de la façon suivante :

A. On enlève les 40 % de remise aux ventes finales des librairies et des coopératives. Rappelons-nous qu'il s'agit d'une approximation. Cette remise de 40 % est la norme prévue par la Loi sur le livre. Dans les faits, il existe des situations où cette norme est plus ou moins appliquée, comme dans le domaine du livre scolaire où les remises sont souvent inférieures, ou encore dans le réseau des librairies anglophones où les remises peuvent être supérieures. Néanmoins, il s'agit d'un standard suffisamment répandu pour servir de base à notre estimation.

B. On enlève 15 % aux ventes des grandes surfaces et des autres points de vente. Attention ! Il ne s'agit pas d'un taux de remise de 15 %. Il s'agit du taux qui est appliqué aux ventes nettes des distributeurs aux grandes surfaces et aux autres points de vente dans l'estimation des ventes finales de ces derniers.

Quelques explications. En pratique, la remise consentie aux grandes surfaces est de 30 % du prix de détail suggéré (PDS). Ce taux de 30 % est réparti entre le bénéfice du commerçant et le rabais consenti au consommateur. Dans certaines grandes surfaces (Zellers, Wal-Mart, etc.), le rabais consenti au consommateur est toujours de 25 % du PDS et le bénéfice du commerçant est alors de 5 % du PDS. Pour ce qui est

d'autres grandes surfaces, cette répartition dépend du volume de vente attendu, et le bénéfice peut varier entre 5 % et 12 % du PDS. Les distributeurs de l'Association des distributeurs et diffuseurs exclusifs de livres en langue française (ADELF) s'entendent toutefois pour estimer le bénéfice du commerçant à 15 % du *prix coûtant*, en moyenne.

Par exemple, un livre dont le PDS est de 30 \$ sera vendu 30 \$ en librairie. Le libraire garde donc 12 \$ (40 %) et le coût de revient du livre est de 18 \$. Le même titre pourra être vendu 24,15 \$ en grande surface, puisque la « remise » de 30 % sera répartie entre le rabais consenti au consommateur (5,85 \$ ou 19,50 % du PDS) et le bénéfice du commerçant (3,15 \$ ou 10,50 % du PDS ou 15 % du prix coûtant).

On peut dès maintenant modéliser cette étape à l'aide des données de l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs* de l'Institut de la statistique du Québec relatives à l'année 2002. Le tableau 10.1 illustre cette étape.

2^e étape : Le calcul de la part des livres québécois sur le marché de la revente

À partir des mêmes données, nous calculons la part de l'approvisionnement direct auprès des éditeurs québécois par le réseau de détail, soit 69 M \$ sur 326 M \$,

ce qui donne 21 %. Ces 69 M \$ proviennent de la soustraction des ventes finales des éditeurs de leurs ventes totales, soit 181 M \$ moins 112 M \$.

Ensuite, nous calculons la part de l'approvisionnement auprès des distributeurs québécois par le même réseau, soit 240 M \$ sur 326 M \$, ce qui donne 74 %. Il restera à déterminer la partie québécoise de ces 74 %. L'enquête auprès des distributeurs révèle que leurs ventes de livres québécois au réseau de détail s'élevaient à environ 91 M \$ en 2002, ce qui représente 38 % des ventes des distributeurs à ce réseau. Les livres québécois vendus par les distributeurs québécois comptent donc pour 38 % des 74 %, c'est-à-dire 28 % de l'approvisionnement du réseau de détail.

Enfin, il reste 17 M \$, soit 5 %, qui proviennent de fournisseurs étrangers. Selon nos sources d'information dans l'industrie du livre, il s'agit d'une estimation un peu faible de la portion des ventes attribuables aux fournisseurs étrangers, comparative-ment aux données de 2001. Cette diminution est principalement attribuable à la forte augmentation de la part des ventes des éditeurs dans les ventes au réseau de détail.

Tableau 10.1

Calcul du coût de revient des ventes finales (librairies, coopératives et grandes surfaces)

	Ventes finales		Coût de revient
Ventes finales des librairies et des coopératives	410 M \$	- 40 % =	246 M \$
Ventes finales des grandes surfaces	77 M \$	- 15 % =	65 M \$
Ventes finales des autres points de vente	17 M \$	- 15 % =	15 M \$
TOTAL	504 M \$		326 M \$

3^e étape : L'estimation de la part québécoise des ventes finales au réseau de détail (librairies, coopératives et grandes surfaces)

On applique maintenant les pourcentages calculés à la deuxième étape aux ventes finales du réseau de détail, et on ajoute la portion québécoise des ventes finales des distributeurs, soit 60 % de ces dernières selon l'enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs de livres.

Toujours à partir des données de l'*Enquête mensuelle sur la vente de livres neufs* de l'OCCQ relatives à l'année 2002, la structure de calcul des ventes de livres

québécois se présente alors comme le montre le tableau 10.2.

Ces 378 M \$ représentent 58 % des ventes de livres au Québec en 2002. Cette proportion peut sembler assez élevée, mais il faut se rappeler que celle-ci s'applique à l'ensemble du marché du livre. Or, dans ce marché, on sait que les ventes de livres scolaires, c'est-à-dire de livres destinés à tous les ordres d'enseignement, occupent une place importante et que la plus grande partie de ces ventes est le fait d'éditeurs québécois. Le calcul de la part québécoise du marché du livre de littérature générale montrerait assurément une différence notable avec celle qui se rapporte à l'ensemble du marché.

Tableau 10.2

Estimations de la valeur des flux des ventes de livres québécois, Québec, 2002

Estimation des ventes des éditeurs aux détaillants au prix de détail (21 % de 504 M \$)	107 M \$
Estimation au prix de détail de la part québécoise des ventes des distributeurs au marché de la revente (28 % de 504 M \$)	140 M \$
Ventes finales des éditeurs québécois	112 M \$
Portion québécoise des ventes finales des distributeurs (60 % de 32 M \$ de ventes finales)	19 M \$
TOTAL – Ventes finales de livres québécois	378 M \$

Les parts de marché selon le genre de livre

Afin de déterminer quelle est la part qui revient à l'édition québécoise selon les marchés – livres de littérature générale et livres scolaires –, nous avons employé une approche semblable à celle que l'on a utilisée pour le calcul de la part québécoise dans l'ensemble du marché. Le lecteur gardera à l'esprit qu'il s'agit bien de données approximatives, puisque l'enquête sur la vente de livres ne permet pas de mesurer directement les ventes par marché dans l'ensemble des établissements de la chaîne du livre. Il faut donc procéder avec des ratios élaborés à partir d'autres enquêtes, tout en étant conscients que les imperfections de l'approche indirecte employée dans le calcul de la part québécoise du marché du livre se répercutent d'autant lorsqu'il s'agit de calculer des parts de

marché. Nous ne déclinons pas ici le détail des calculs comme nous avons pu le faire plus haut, d'une part, parce qu'il s'agit d'un exercice assez fastidieux et, d'autre part, parce que certaines données confidentielles seraient ainsi dévoilées.

Avant de calculer la part québécoise dans le marché de la littérature générale, il est nécessaire d'estimer la hauteur de ce marché et, par soustraction, celui du marché scolaire. Nos estimations évaluent le marché de la littérature générale à 394 M\$ en 2002, soit 61 %. Les ventes de livres scolaires s'élevaient donc à 253 M\$. Cette donnée concorde avec la répartition des ventes de livres des éditeurs selon leur spécialité éditoriale dans l'enquête de Statistique Canada auprès des éditeurs de livres en 2000-2001. Les ventes des éditeurs de littérature générale y comptent pour 62 % des ventes de livres de tous les éditeurs.

Quelques « coups de sonde » auprès d'acteurs importants de l'industrie du livre ont fourni des chiffres parfois inférieurs, d'autres fois supérieurs, ce qui tend à nous conforter dans notre estimation.

L'évaluation de la part québécoise de ces marchés est un exercice un peu plus périlleux où il n'y a pas vraiment de comparaison possible. Dans le marché du livre de littérature générale, la part québécoise était de 49 % en 2002, tandis qu'elle était de 72 % dans le marché du livre scolaire. Il s'agit là d'une progression notable par rapport aux estimations produites par Marc Ménard² à partir des données disponibles relativement à 1998, quand ces parts de marché étaient respectivement de 35 % et de 60 %.

Bien que ces parts de marché soient très inférieures à celles que l'on peut observer en France ou aux États-Unis, elles sont

Tableau 10.3

Parts de marché des livres québécois selon le marché, Québec, 2002

	Ventes finales totales	Ventes finales totales de livres québécois	Part québécoise selon le marché
	M\$		%
Marché du livre scolaire	253	183	72
Marché du livre de littérature générale	394	194	49
Total	647	378	58

Note: Les totaux peuvent être différents de la somme des parties à cause de l'arrondissement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

2. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 165.

meilleures que les parts québécoises dans les industries du film (13 % en 2003)³ et du disque (25 % en 1997)⁴.

Les limites du modèle

Il est important de noter que le modèle présenté comporte plusieurs limites. Par exemple, dans sa forme actuelle, il ne tient pas compte des variations des taux de remise selon les types de livres. Éventuellement, il sera possible d'intégrer au modèle des taux de remise qui tiennent compte des remises effectives accordées dans le domaine du livre didactique, du manuel scolaire ou du livre de littérature générale afin d'en parfaire la précision et la fiabilité. De plus, il n'est applicable qu'en ce qui concerne l'année 2002, puisque les calculs relatifs à la part québécoise dépendent en bonne partie de *l'Enquête auprès des distributeurs et des diffuseurs exclusifs de livres* que l'OCCQ a réalisée en 2003 et qui n'est pas récurrente. Il y aurait bien sûr d'autres moyens plus « simples »

d'obtenir cette information, mais ils demandent tous d'apporter des modifications à l'enquête sur la vente de livres, modifications qui auraient l'inconvénient d'augmenter le fardeau des répondants.

Enfin, il convient de noter que ce modèle d'estimation est basé sur les pratiques commerciales généralement acceptées dans l'industrie du livre. Il ne peut tenir compte des ristournes cachées et autres traitements de faveur susceptibles d'être accordés par certains acteurs de l'industrie.

Conclusion

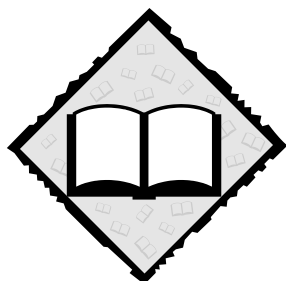
Nous croyons qu'avec ce modèle, il est possible d'obtenir une estimation assez fiable de la vente de livres québécois. Naturellement, la mesure directe des ventes de livres québécois donnerait une image plus précise et encore plus fiable. Il semble bien que la part de marché de l'édition québécoise ait augmenté au cours des dernières années, quoique, d'une manière générale, les parts de marché puissent varier sensiblement d'une année à l'autre. De là à conclure que tout va bien pour les éditeurs québécois, il y a un pas que nous refusons de faire⁵. Augmenter sa part dans un marché stagnant ne peut être qu'une solution temporaire.

2. M. MÉNARD, *op. cit.*, p. 165.

3. Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec : www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/film/trimestres/2003trimestre4.htm.

4. M. MÉNARD, *L'industrie du disque et du spectacle de variétés au Québec*, Montréal, SODEC, 2002, p. 10.

5. Lire le chapitre 5 du présent ouvrage à propos de l'édition au Québec.



CHAPITRE 11

SALONS DU LIVRE AU QUÉBEC DE 1997 À 2002

Dominique Jutras

Faits saillants

- L'analyse porte sur des données recueillies dans les rapports d'activité et les états financiers des salons de 1997 à 2002.
- Une croissance de 6 % de l'assistance, de 13 % des revenus de billetterie, de 16 % des stands loués et de 28 % des revenus de location de stands, voilà une progression intéressante qui prend sa source dans un effort promotionnel important de la part des organisateurs des salons et d'une sensibilisation accrue du public, marquée par la présence appréciée des auteurs qui viennent de plus en plus présenter leurs livres dans les salons. Tout cela est lié à une solide confiance des éditeurs dans cette activité promotionnelle.
- Donc, le nombre de stands loués dans l'ensemble des salons a augmenté de 16 %,

tandis que les revenus de location de ces stands ont progressé de 28 %. Il y a plus d'exposants et ceux-ci paient plus cher leur espace d'exposition. Cette plus forte présence des exposants contribue à l'augmentation notable de la présence des auteurs dans les salons.

- Le budget des événements a augmenté de 41 %, entre 1997 et 2002, et il était, pour cette dernière année, de 4,3 M \$. En 2002, le tiers du financement provenait du soutien public; ce dernier avait connu une progression sensible, passant de 860 000 \$ à 1,6 M \$. Par ailleurs, près des deux tiers du financement venaient des revenus autonomes des salons, passant de 2,2 M \$ à 2,7 M \$, croissance moins nette que celle du soutien public. On remarque, notamment, une baisse des revenus provenant des commandes et de la publicité, ce qui étonne dans un contexte de fréquentation accrue.

- Les dépenses ont augmenté de 53 %, passant de 2,9 M \$ à 4,5 M \$. La hausse la plus marquée est attribuable aux frais d'animation qui ont progressé de 131 %. On observe également que, malgré une progression de 33 % des frais d'administration, ceux-ci ont été contenus. En effet, ces frais représentent, en 2002, 22 % des dépenses totales (964 000 \$), alors qu'ils atteignaient 25 % (727 000 \$) au début de la période étudiée.
- Enfin, le ratio d'autofinancement permet d'illustrer l'autonomie des salons. Il établit le rapport entre les revenus autonomes et les dépenses totales. Ainsi, en 1997, les salons du livre disposaient d'une plus grande indépendance face au soutien public avec un ratio d'autofinancement de 75 %, tandis qu'il était de 61 % en 2002.

Le contexte

Parmi les différents mandats dont est responsable la Direction générale des politiques, communications et relations internationales de la SODEC, il y a celui qui vise à participer à la connaissance des industries culturelles. L'objectif principal est de favoriser la compréhension des différentes facettes des industries culturelles par une analyse continue de leurs composantes et la diffusion de l'information.

Cet état de situation sur les salons du livre au Québec doit d'abord être reçu comme une contribution à une meilleure connaissance de cette activité importante pour la diffusion et la promotion du livre. Il est aussi l'occasion de faire le point sur l'incidence des contributions publiques à ces activités. Enfin, il s'inscrit comme une contribution à l'analyse de la filière du livre produite par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

L'état de situation porte sur trois principaux paramètres d'analyse. D'abord, il expose l'évolution des salons à l'aide d'indicateurs généraux que sont notamment la fréquentation, la participation des professionnels et la présence des auteurs. Puis, il propose une analyse du financement des salons, soit les revenus autonomes et le soutien public. Troisièmement, il offre une analyse des principaux résultats financiers.

La méthodologie

Pour produire cet état de situation, des choix et des compromis ont été effectués afin de concilier les renseignements disponibles d'un salon à l'autre et de créer des séries de données comparables.

Les sources des données

L'analyse est effectuée à partir des rapports d'activité et des états financiers des neuf salons du livre soutenus par la SODEC. Elle couvre une période de six ans, soit de 1997 à 2002. Cette période s'est imposée puisque l'intervalle de cinq ans, habituellement utilisé, aurait compliqué l'analyse comparative et l'évolution globale, puisque le Salon du livre de Québec n'a pas eu lieu en 1998.

Pour protéger la confidentialité des données, les salons ont été regroupés, selon les besoins de la démonstration, en trois sous-groupes.

Le regroupement des salons

Afin de constituer des groupes homogènes, nous avons convenu d'établir les regroupements en fonction de la densité de population desservie par les salons. Une fois cet exercice réalisé (tableau 11.1), on observe qu'il y a trois salons desservant une faible densité de population (30 000 personnes en moyenne)

et ceux-ci sont situés dans les régions éloignées, alors qu'il y a trois autres salons installés dans une zone intermédiaire desservant une population d'environ 150 000 personnes. Enfin, le troisième groupe est davantage hétérogène puisqu'il est composé des salons actifs dans les trois principaux centres urbains du Québec, lesquels connaissent un important écart de population.

Les principaux indicateurs

La disponibilité des données a déterminé en grande partie la nature des principaux indicateurs retenus. C'est ainsi que les données portant sur la fréquentation, la location des stands et la participation des auteurs ont été retenues, car elles font partie des rapports d'activité remis par les organisateurs des salons.

La fréquentation

D'emblée, on remarque que la participation du public s'est accrue, marquée par une croissance de 6 % de la fréquentation entre 1997 et 2002, et qu'elle a atteint cette année-là 273 800 entrées (figure 11.1). Le phénomène est particulièrement remarquable à l'extérieur des centres urbains. Car, en 2002, les trois salons tenus dans des villes de régions à faible densité de population accueillent une assistance totale qui correspond à près de 40 % de la population totale de ces municipalités. Cela indique

Tableau 11.1

Regroupement des salons selon la densité de population desservie

Densité	Nom du salon	Population (2001) n
Faible	Salon du livre de l'Abitibi-Témiscamingue ¹	20 196
	Salon du livre de la Côte-Nord	26 952
	Salon du livre de Rimouski	47 688
	Population moyenne	31 612
Intermédiaire	Salon du livre de l'Estrie	153 811
	Salon du livre du Saguenay-Lac-Saint-Jean	158 800
	Salon du livre de Trois-Rivières	141 200
	Population moyenne	151 270
Centres urbains	Salon du livre de Montréal	3 426 350
	Salon du livre de l'Outaouais	1 063 664
	Salon du livre de Québec	694 000
	Population moyenne	1 728 005

1. Population moyenne des villes de Amos, LaSarre, Rouyn, Val-d'Or et Ville-Marie.

que ces événements ont un rayonnement dans toute la région. Néanmoins, en région à densité intermédiaire de population, l'assistance équivaut à 11 % et, en centres urbains, à 4 % de la population totale des municipalités dans lesquelles se déroulent les salons. Cette comparaison démontre tout de même la force d'attraction de ces événements en région.

La billetterie

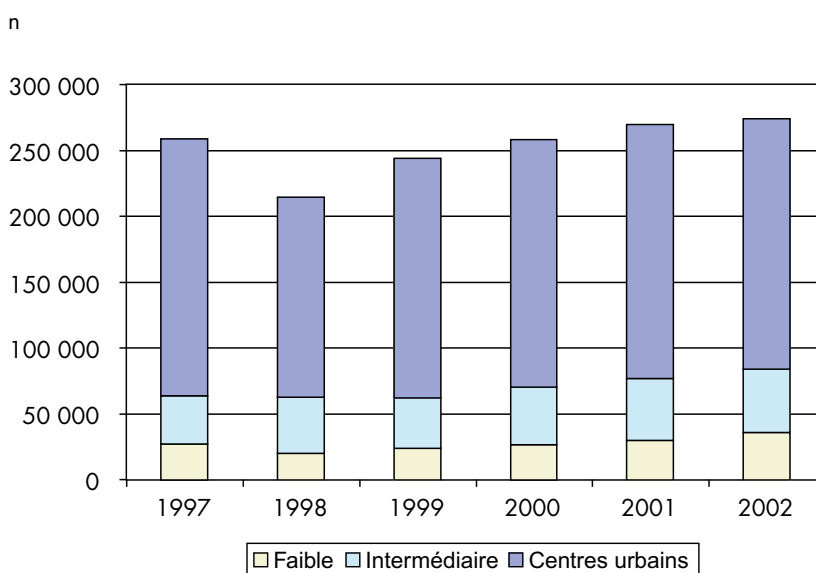
Tous les salons ont un revenu de billetterie. Ce revenu a augmenté de 13 % durant la période et il totalise 332 000 \$ en 2002. La plus forte croissance, 23 %, a été enregistrée dans les régions à faible densité de population, suivie par celle des centres urbains (16,6 %). Par contre, ces revenus en région à densité intermédiaire ont connu un recul de 8,7 %.

Il est difficile d'établir un prix

moyen d'entrée qui illustre la réalité, car la plupart des salons offrent des réductions, forfaits ou

autres gratuités difficiles à prendre en compte pour établir un prix moyen.

Figure 11.1

Assistance totale par regroupement de salons¹

1. En 1998, le Salon du livre de Québec n'a pas eu lieu.

Source : SODEC.

Toutefois, il est possible de mettre en perspective l'évolution du prix d'entrée moyen en présentant les résultats sur la base d'un indice commun en 1997 et d'en suivre l'évolution (figure 11.2). Dès lors, il apparaît qu'après un sommet atteint en 1999, le prix d'entrée moyen s'est installé dans une courbe décroissante. D'ailleurs, dans le cas des salons implantés dans des zones à densité intermédiaire, le prix n'a cessé de décroître. À l'opposé, dans les centres urbains, ce n'est qu'en 2002 que le prix d'entrée moyen a connu une véritable diminution.

Globalement, les prix d'entrée moyens ont augmenté de 6,5 %, mais cette hausse est uniquement attribuable aux salons des centres urbains. Sauf en ce qui concerne deux salons, le prix d'entrée moyen était inférieur en 2002 à celui de 1997.

La location de stands

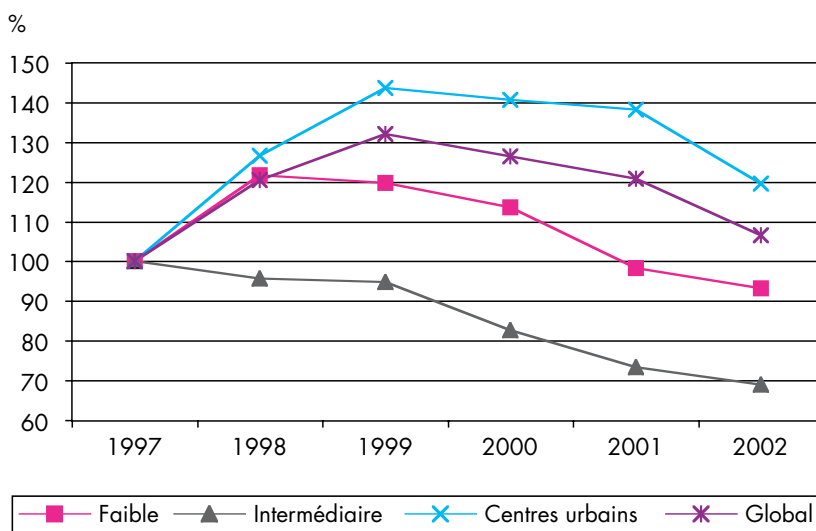
Parmi les facteurs qui influent sur la fréquentation des salons, on note le volume de l'offre qui se décline par la participation des éditeurs et des autres entreprises de la filière du livre ainsi que par la présence très recherchée des auteurs.

Durant la période, on observe une confiance accrue des professionnels de l'industrie dans la contribution à la sensibilisation du public et à la promotion du livre offerte par les salons du livre. Cette confiance s'exprime par le nombre de stands loués

(figure 11.3) qui a progressé de 15,6 %, passant de 1 575 à 1 820 stands loués dans l'ensem-

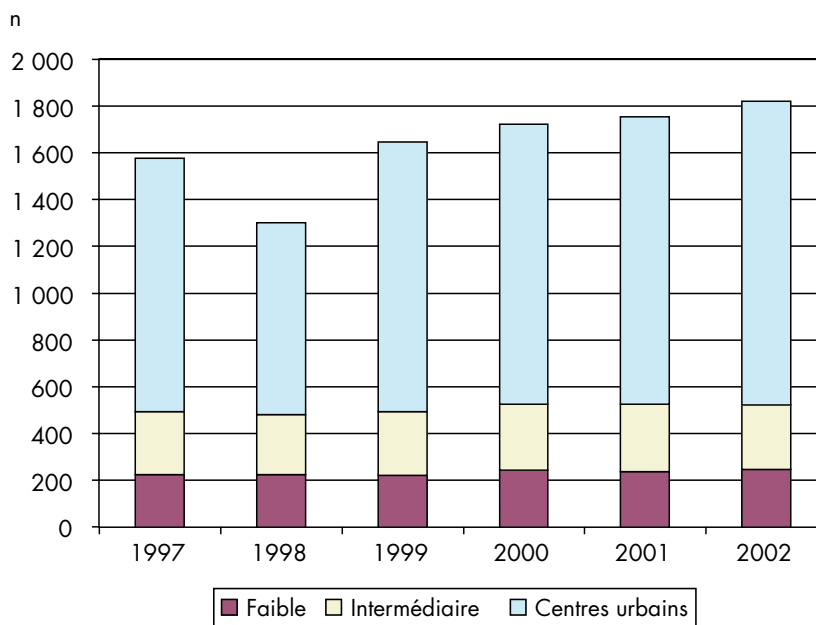
ble des neuf salons; les revenus qui en découlent ont aussi substantiellement augmenté.

Figure 11.2
Évolution du prix d'entrée moyen



Source : SODEC.

Figure 11.3
Nombre de stands loués par regroupement de salons¹



1. En 1998, le Salon du livre de Québec n'a pas eu lieu.
Source : SODEC.

Les salons, à l'exception de deux d'entre eux, ont pu augmenter le nombre de stands loués. Il y a même une croissance dans les trois catégories de salons. Ce sont les salons des centres urbains qui ont connu la plus forte croissance, soit près de 20 % de plus de stands loués.

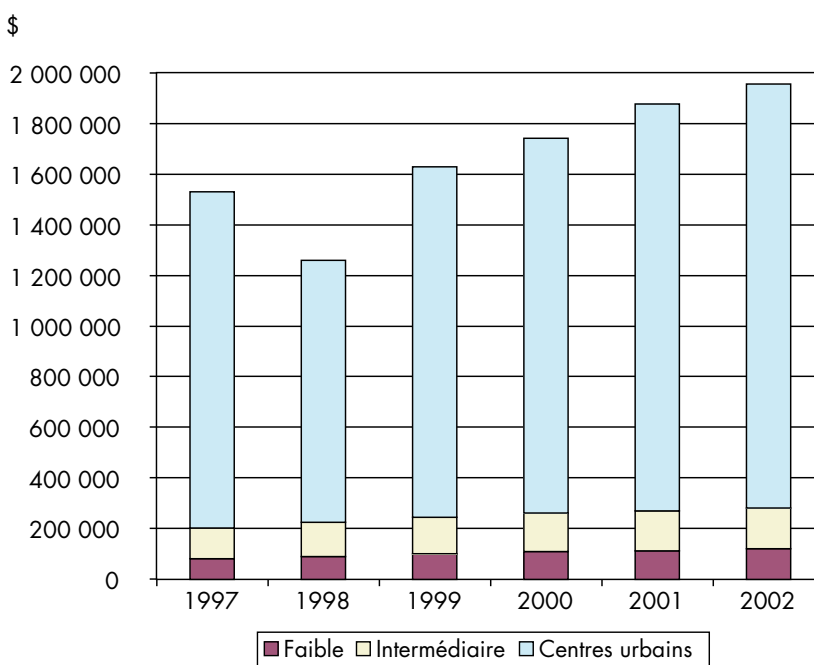
Les revenus de location de stands constituent la principale source de financement des salons. Ces revenus ont augmenté de 28 % (figure 11.4). Ils sont passés de 1,5 M \$ en 1997 à 2,0 M \$ en 2002. La plus forte augmentation a été constatée dans le groupe de régions à faible densité de population où ces revenus ont augmenté de 50 %, passant de 80 000 \$ à 120 000 \$.

L'essentiel de cette croissance est attribuable à l'augmentation du prix de location des stands. Le prix moyen de location a augmenté de 37 % dans les régions à faible densité, de 29 % dans les régions à densité intermédiaire et de 5 % dans les centres urbains où, par contre, le prix moyen de location atteint près de 1 300 \$ par stand, alors qu'il est respectivement de 490 \$ et de 580 \$ dans les autres regroupements.

La présence des auteurs

Une croissance de 6 % de l'assistance, de 13 % des revenus de billetterie, de 16 % des stands loués et de 28 % des revenus de location de stands, voilà une

Figure 11.4
Revenus de location de stands¹



1. En 1998, le Salon du livre de Québec n'a pas eu lieu.
Source : SODEC.

progression intéressante, qui prend sa source dans un effort promotionnel important de la part des organisateurs des salons, mais également dans la confiance des éditeurs qui invitent les auteurs à venir présenter leurs livres.

En effet, il y a une forte présence des auteurs dans les salons. Ils sont passés de 670 auteurs présents en moyenne dans l'ensemble de salons à plus de 1 000, soit une augmentation de 52 %.

Dans les régions à faible densité de population, la présence moyenne des auteurs est passée de 48 à 72, entre 1997 et 2002; en région à densité

intermédiaire, leur croissance a connu un bond de 125 à 211, et les salons en centres urbains, de 495 à 734.

Le financement

La première répartition des revenus des salons du livre s'effectue entre les revenus autonomes et les revenus de subventions.

En 2002, ces revenus étaient respectivement de 2,7 M \$ et de 1,6 M \$, soit des revenus globaux atteignant 4,3 M \$, comparativement à 3,1 M \$ en 1997, ce qui représente une croissance de 41 % (tableau 11.2).

Les revenus autonomes

Les revenus autonomes des salons sont principalement constitués des droits d'entrée, de la location de stands et des revenus de commandites et de publicité. Il y a aussi un poste budgétaire qui regroupe diverses sources de revenus (ateliers, forums, banquets, produits dérivés, etc.). Globalement, les revenus autonomes ont connu une hausse de 24 % durant la période, et ils ont atteint 2,7 M \$ en 2002 (tableau 11.3).

C'est la location de stands qui constitue la principale source de financement des salons. Ces revenus totalisent presque 2 M \$, en 2002, soit une hausse de 28 %. Ils représentent 71 % des revenus autonomes et plus de 45 % des revenus totaux.

L'écart le plus marquant est sans doute la baisse des revenus de commandites et de publicité (surtout attribuable à la chute des revenus de publicité). Dans un contexte où les indicateurs généraux sont tous positifs, on se serait plutôt attendu à une croissance de ce poste. Nous n'avons pas l'intention de faire l'analyse de ces revenus particuliers; toutefois, on peut se demander si l'ensemble des entreprises de la filière du livre (imprimeurs, distributeurs, libraires, entreprises de services spécialisés, graphistes, etc.) contribuent activement au succès des salons. De plus, les gens des autres domaines d'activité sont-ils suffisamment

Tableau 11.2
Revenus des salons

	1997		2002		Écart
	\$	%	\$	%	%
Subventions	860 922	28,1	1 568 979	36,5	82,0
Subventions du Québec	523 590	17,1	1 006 233	23,4	92,0
Subventions fédérales	265 770	8,7	437 546	10,2	65,0
Subventions municipales et autres subventions	71 562	2,3	125 200	2,9	75,0
Revenus autonomes	2 200 918	71,9	2 731 298	63,5	24,0
Total	3 061 840	100,0	4 300 277	100,0	41,0

Source : SODEC.

Tableau 11.3
Revenus autonomes

	1997		2002		Écart 1997-2002
	\$	%	\$	%	%
Droits d'entrée	294 246	13,4	332 126	12,2	12,9
Location de stands	1 530 152	69,5	1 955 095	71,6	27,8
Commandites et publicité	326 170	14,8	255 222	9,3	-21,8
Autres	50 350	2,3	188 855	6,9	275,1
Total	2 200 918	100,0	2 731 298	100,0	24,1

Source : SODEC.

renseignés quant à la clientèle de choix qu'ils pourraient découvrir en s'associant aux salons ?

Le soutien public

Les revenus autonomes sont complétés par le soutien public qui constitue 36 % du financement des salons. Celui-ci est passé de 861 000 \$ à 1,6 M \$, c'est-à-dire une hausse de 82 % en six ans.

Le financement provenant des organismes publics du Québec représente 23 % de l'ensemble des revenus, comparativement à

10 % pour ce qui est du soutien public fédéral et 3 % pour celui des instances municipales. Le soutien du Québec a presque doublé durant la période, atteignant plus de 1 M \$ en 2002. Cette même année, le soutien de la SODEC représentait 52 % des subventions et 19 % des revenus globaux.

Cette augmentation a été soutenue en partie par la Politique du livre et de la lecture pour la réalisation d'activités hors les murs. La SODEC octroyait annuellement 200 000 \$ à la réalisation de ces activités particulières.

L'autofinancement

Il peut être difficile de prendre conscience de la dynamique existant entre les besoins financiers et l'apport du soutien public. Pour illustrer cette relation, le ratio d'autofinancement permet, en général, de déceler une tendance dans la relation entre les revenus autonomes et les dépenses. Le résultat (tableau 11.4) indique clairement une diminution rapide du ratio d'autofinancement, ce qui démontre une plus grande dépendance envers le soutien public, seule source de revenu susceptible de combler la différence. En somme, on note un écart grandissant entre les revenus autonomes et les dépenses.

Tableau 11.4
Ratio d'autofinancement

Année	Ratio
	%
1997	75,0
1998	75,0
1999	71,0
2000	70,0
2001	66,0
2002	61,0

Source : SODEC.

L'exploitation

Les dépenses globales des salons se sont accrues de 53 % et elles s'établissent à 4 462 000 \$ en 2002 (tableau 11.5), comparativement à des revenus de 4 327 000 \$. Il y a donc, cette année-là, un dépassement de 135 000 \$ des dépenses par rapport aux revenus, soit 3 %.

Les dépenses

Les principaux postes de dépense ont connu une croissance marquée. La plus forte hausse est attribuée aux frais d'animation qui ont augmenté de 131 %. Les frais d'exploitation se sont haussés de 54 % tout en se maintenant au-dessus de 36 % des dépenses totales. Quant aux frais d'administration, ils ont gonflé de 237 000 \$, mais la part relative qu'ils occupent par rapport aux dépenses totales a diminué. Ainsi, tandis qu'ils s'approchaient de 25 % des dépenses totales en 1997, ils

ont représenté 21,6 % de l'ensemble des dépenses en 2002 (tableau 11.6).

Les excédents et les déficits

L'évolution des revenus et des dépenses durant la période de six ans confirme une tendance à la croissance plus rapide des dépenses par rapport aux revenus. De plus, l'augmentation annuelle des dépenses est en moyenne de 8,8 %, alors que l'augmentation des revenus, y compris les subventions, est de 7,2 % annuellement.

Tableau 11.5
Dépenses globales par principal poste budgétaire

Poste budgétaire	1997		2002		Écart
	\$	%	\$	%	%
Frais d'exploitation	1 064 904	36,4	1 637 285	36,7	54,0
Frais d'administration	726 756	24,8	963 652	21,6	33,0
Frais d'animation	372 175	12,7	859 298	19,3	131,0
Frais de promotion	653 716	22,3	914 028	20,5	40,0
Autres dépenses	108 032	3,7	87 373	2,0	-19,0
Total	2 925 583	100,0	4 461 636	100,0	53,0

Source : SODEC.

Tableau 11.6
Évolution des revenus et dépenses entre 1997 et 2002

Salons	Revenus	Dépenses
	%	%
Régions à faible densité	113,4	143,0
Régions intermédiaires	62,5	74,9
Centres urbains	27,3	37,0
Ensemble des salons	41,3	52,5

Source : SODEC.

En 2002, la situation financière des salons s'est détériorée à cause, notamment, de la croissance de 10 % des dépenses et de la stabilisation des revenus (tableau 11.7). Par conséquent, en 2001, un seul salon était déficitaire, alors qu'en 2002, ce sont six salons sur neuf qui affichaient un exercice déficitaire (tableau 11.8).

Les résultats indiquent que les salons des régions ont pu augmenter leurs revenus, mais de façon sensiblement moins importante que leurs dépenses, tandis que les salons des centres urbains ont connu une baisse de leurs revenus accompagnée d'une augmentation, tout de même limitée, de leurs dépenses.

La situation des salons déficitaires pourrait être critique si les déficits se succédaient, année après année, et que les surplus accumulés, lorsqu'il y en a, ne suffisaient plus à les combler. Toutefois, parmi les neuf salons du livre, deux n'ont pas déclaré de déficit durant la période et deux autres ont déclaré un pre-

Tableau 11.7

Évolution des revenus et dépenses entre 2001 et 2002

Salons	Revenus	Dépenses
	%	
Régions à faible densité	23,0	35,0
Régions intermédiaires	6,0	22,0
Centres urbains	-5,0	3,0
Ensemble des salons	-	10,0

Source : SODEC.

Tableau 11.8

Excédent (déficit) d'exploitation et ratio¹

	1997		2002	
	\$	%	\$	%
Salons à faible densité de population	50 531	16,0	31 041	5,0
Salons à densité intermédiaire	(13 933)	-3,0	(81 314)	-11,0
Salons centres urbains	99 659	4,0	(84 364)	-3,0
Total	136 257	4,0	(134 637)	-3,0

1. Rapport de l'excédent (déficit) sur le total des revenus.

Source : SODEC.

mier déficit. Par ailleurs, aucun n'a un historique constitué de déficits récurrents. En général, ces déficits d'exercice sont assez faibles : ils se situent en deçà de 3 % des revenus (tableau 11.9).

Enfin, certains disposent d'un surplus accumulé leur permettant de faire face à cette situation ponctuelle et d'appliquer rapidement les correctifs qui s'imposent.

Tableau 11.9
Compilation des salons du livre^{1,2}

	Unité	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Écart 1997- 2002
		%	%	%	%	%	%	%
Assistance	n	258 371	214 190	243 706	257 950	269 305	273 797	6,0
Stands loués	n	1 574	1 301	1 644	1 720	1 752	1 819	15,6
Contrats d'exposants	n	665	586	696	724	774	708	6,4
Présence d'auteurs	n	2 005	1 715	2 291	2 669	2 757	3 053	52,3
Revenus	\$	3 061 840	2 738 294	3 561 845	3 873 612	4 316 008	4 326 499	41,3
Subventions	\$	860 922	767 501	1 215 986	1 344 066	1 655 228	1 595 201	85,3
Subventions du Québec	\$	523 590	490 556	805 475	852 398	985 640	1 005 733	92,1
Subventions du fédéral	\$	265 770	216 700	291 530	384 138	508 812	437 546	64,6
Municipalités	\$	68 334	52 440	81 900	73 850	123 950	125 200	83,2
Autres subventions	\$	3 228	7 805	37 081	33 680	36 826	26 722	727,8
Revenus autonomes	\$	2 200 918	1 970 793	2 345 859	2 529 546	2 660 780	2 731 298	24,1
Droits d'entrée	\$	294 246	293 695	366 428	371 549	370 297	332 126	12,9
Location de stands	\$	1 530 152	1 257 718	1 626 802	1 739 972	1 874 531	1 955 095	27,8
Commandites								
et publicité	\$	326 170	366 121	287 706	244 166	240 499	255 222	-21,8
Autres	\$	50 350	53 259	64 923	173 859	175 453	188 855	275,1
Dépenses	\$	2 925 583	2 613 522	3 318 696	3 632 276	4 047 668	4 461 636	52,5
Frais d'exploitation	\$	1 064 904	1 001 258	1 257 568	1 339 857	1 397 852	1 637 285	53,7
Frais d'administration	\$	726 756	627 710	765 380	799 072	934 677	963 652	32,6
Frais d'animation	\$	372 175	346 664	475 951	574 748	749 368	859 298	130,9
Frais de promotion	\$	653 716	552 890	744 738	833 599	880 771	914 028	39,8
Autres dépenses	\$	108 032	85 000	75 059	85 000	85 000	87 373	-19,1
Excédent (déficit)	\$	136 257	124 772	243 149	241 336	268 340	(135 137)	-199,2

1. En 1998-1999, le Salon de Québec fut annulé, ce qui explique les chiffres inférieurs pour cette année-là.

2. Liste des salons du livre dont les états financiers sont inclus dans la compilation : Abitibi, Côte-Nord, Estrie, Montréal, Outaouais, Québec, Rimouski, Saguenay, Trois-Rivières.

Conclusion

Les activités de sensibilisation du public et de promotion du livre que pratiquent les salons du livre depuis quelques années sont clairement appuyées par les professionnels. Ces activités ont certainement un effet d'entraînement, puisque la fréquentation connaît une croissance notable, surtout en région. Ce succès tient assurément à la qualité de l'offre qui repose sur la présence des exposants, essentiellement des

éditeurs accompagnés d'auteurs qui contribuent à animer ces salons.

Bien que la plupart des indicateurs soient positifs, l'équilibre financier des salons est difficile à maintenir. Le financement ne peut reposer davantage sur les éditeurs puisqu'ils investissent déjà massivement dans cette activité et que, par ailleurs, on ne dispose pas de données précises sur le rendement de cette participation. En outre, le maintien au minimum du

prix d'entrée semble nécessaire pour assurer la fréquentation des lieux. En effet, on observe une hausse de fréquentation consécutive à un abaissement du prix d'entrée moyen. Par conséquent, les salons, qui doivent élaborer chaque année des stratégies pour renouveler leur clientèle, sont également tenus d'explorer de nouvelles avenues de financement sans quoi ils seront dans l'obligation de réduire ou tout au moins de stabiliser leurs dépenses pour maintenir l'équilibre budgétaire.

