

chapitre 3

Le marché du livre au Québec

L'analyse de l'industrie du livre, comme de la plupart des autres industries culturelles d'ailleurs, se heurte à l'absence de données publiques fiables et cohérentes. Ainsi, aucune enquête ne recense les ventes finales de livres au Québec¹, donnée pourtant essentielle, non seulement pour les observateurs de l'industrie, mais aussi pour les acteurs de la filière. Ces derniers en sont en effet réduits, la plupart du temps, à fonder leurs analyses sur des perceptions ou des visions partielles de la réalité, lesquelles sont évidemment grandement dépendantes de la place qu'ils occupent au sein de la filière.

L'absence de données publiques fiables ne nous laisse toutefois pas sans recours. Ainsi, sur la base des ventes des éditeurs et des diffuseurs exclusifs recensées par Statistique Canada, ajustées par un ensemble d'éléments structurels propres à la configuration de la commercialisation du livre au Québec, il est possible de proposer des estimations sur l'ampleur, l'évolution et la segmentation du marché final. Tout en gardant en tête que, comme pour tout travail de ce type, ces données sont toujours susceptibles de souffrir d'un certain nombre de biais et d'erreurs, les estimations proposées dans les pages qui suivent constituent, croyons-nous, les évaluations les plus sensées et les plus représentatives du marché qu'il est actuellement possible de produire.

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 institutions et les ventes directes aux consommateurs. Soulignons que l'Observatoire de la culture et des communications a mis en place une enquête mensuelle sur les ventes finales de livres en 2001.

Nous présenterons donc, dans la première section de ce chapitre, des estimations sur l'ampleur et l'évolution récente des ventes finales de livres au Québec. Dans la seconde, nous évaluerons 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, avant de conclure sur l'impact de l'évolution des prix et des revenus sur cette demande.

3.1 Le marché final à la consommation

ampleur du marché

Selon nos estimations, la valeur des ventes finales de livres au Québec, tous canaux de distribution confondus, atteignaient **588 millions de dollars en 1998**². Ce qui représente, à un prix de vente moyen de **23 \$**³, environ **25,6 millions de livres vendus**.

Cette valeur peut sembler relativement minime à l'aune du PIB québécois, qui était de **193 milliards de dollars en 1998**, selon l'Institut de la statistique du Québec. Mais il faut tout de même noter que l'industrie du livre figure parmi les poids lourds des industries culturelles. Ainsi, le marché du disque était évalué à **279 millions de dollars en 1997**, soit **18,3 millions de disques vendus** (Ménard, 1998). En ce qui concerne l'audiovisuel, les recettes cinématographiques en salles étaient de **146,1 millions de dollars en 1999** (ISQ, 2000), les achats de vidéocassettes atteignaient environ **61 millions de dollars** et les recettes de location, **261 millions** (en 1996)⁴. Les recettes de la

2. La méthode d'estimation utilisée repose sur les déclarations de ventes des éditeurs et des diffuseurs exclusifs au Québec et tient compte des remises aux détaillants, de l'évolution du rapport entre l'indice de prix au détail et l'indice de prix de gros du livre et d'une estimation des rabais accordés par les différents canaux de vente. Voir les détails à l'annexe 1.

3. Le prix de vente moyen (non pondéré par les tirages) estimé par la BNQ est de **25,57 \$** en 1998. En utilisant une pondération basée sur les prix et les tirages des **66 catégories éditoriales** recensées par la BNQ, on obtient un prix moyen de **24,07 \$**. Comme il s'agit du prix de détail suggéré, il faut retrancher la valeur moyenne des rabais accordés par les détaillants (estimés à **4,2 %**), ce qui ramène le prix à **23,06 \$**. Cette valeur ne concerne toutefois que les nouveautés et les rééditions. Les réimpressions, qui représentaient **45 %** du tirage total des éditeurs agréés en 1998 (comme nous le verrons au chapitre 5), demeurent au prix de leur lancement initial et sont donc en théorie moins chères, du seul fait de l'inflation. Pour 1998, toutefois, la progression du prix des livres, tel que mesuré par l'indice canadien du prix du détail du livre de Statistique Canada, fut d'exactement **0 %**. Nous retenons donc la valeur de **23 \$** pour 1998.

4. Données estimées d'après l'enquête sur les dépenses des ménages, Statistique Canada, *Dépenses des ménages au Québec*, IPS 62F0021.

télédiffusion privée, quant à elles, étaient de 352 millions de dollars en 1996⁵. Enfin, du côté des autres supports de lecture, on pouvait estimer les dépenses des ménages en journaux à environ 465 millions de dollars en 1996, et les dépenses en revues et périodiques à 200 millions⁶.

Si les ventes de livres ne représentaient, en 1996, que 0,5% des dépenses totales de consommation au Québec, elles accaparaient cependant 6,5% de l'ensemble des dépenses de loisirs et de matériel de lecture (biens et services, y compris l'équipement)⁷, un fort pourcentage si l'on considère l'accroissement phénoménal de l'offre de cet ensemble au cours des dernières décennies, particulièrement du côté de l'audiovisuel, de l'informatique et des jeux vidéos.

Un marché d'importance, donc, tant en termes absolus que relatifs. Pourtant le marché du livre, depuis quelques années, souffre de toute évidence d'un manque de dynamisme.

évolution récente du marché

Selon nos estimations, le marché final du livre au Québec serait passé de 378 millions de dollars, en 1987, à 588 millions en 1998, ce qui correspond à un taux de croissance annuel moyen de 4,1%. À première vue, on peut parler d'une bonne croissance.

Or l'évolution des ventes, comme on peut le constater à l'examen du Tableau 3.1, se partage en trois périodes bien caractéristiques : la croissance est soutenue de 1987 à 1991 (taux de croissance annuel moyen de 11,9%), plus modeste de 1991 à 1994 (croissance annuelle moyenne de 3,3%) et carrément négative de 1994 à 1998 (-2,5% par année en moyenne). Cette chute des ventes depuis 1994 fut telle que l'on est revenu, en 1998, au niveau des ventes de 1991.

L'estimation de l'évolution réelle des ventes (c'est-à-dire en retranchant l'effet de l'inflation) est un peu délicate, considérant l'introduction, en 1991, de la taxe fédérale sur les produits et services (TPS). L'indice des prix à la consommation du livre incluant les taxes, à partir de 1991 nous avons ajouté

5. Statistique Canada, cat. 56-204. L'ensemble des recettes publicitaires télévisuelles (chaînes traditionnelles privées et publiques et chaînes spécialisées) au Québec pouvaient toutefois être estimées à 461 millions de dollars (Ménard et Le Bouar, 1999).

6. Données estimées d'après l'enquête sur les dépenses des ménages, Statistique Canada, *Dépenses des ménages au Québec*, IPS 62F0021.

7. *Ibid.*

la TPS à la valeur des ventes courantes, avant de les déflater au moyen de cet indice. En termes réels (en dollars 1992), la croissance entre 1987 et 1998 n'est plus que de 1,0 % par année en moyenne, tandis que de 1994 à 1998, la chute des ventes atteint 4,9 % par année. En termes réels, les ventes de 1998 sont donc à peine supérieures à celles de 1988.

Tableau 3.1 Estimation des ventes finales de livres au Québec, 1987-1998
(en milliers de dollars)

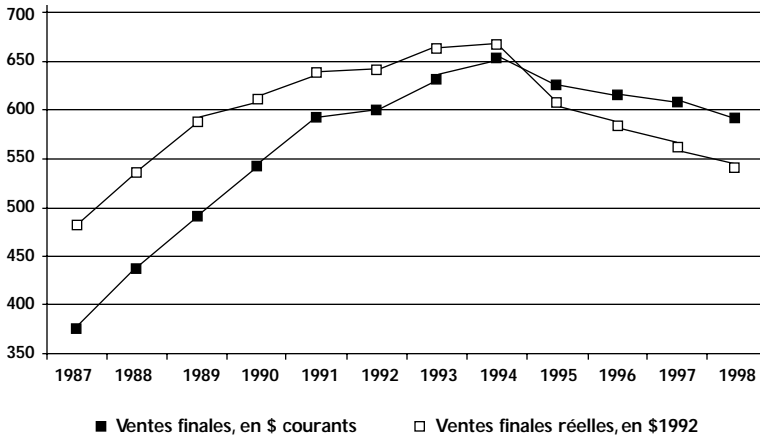
	Ventes finales (en \$ courants)	Taux de croissance annuel	Ventes finales réelles (en \$1992)	Taux de croissance annuel
1998	588 387	-2,8%	541 802	-2,8%
1997	605 234	-2,0%	557 315	-4,7%
1996	617 305	-1,0%	585 045	-3,2%
1995	623 560	-4,3%	604 356	-8,9%
1994	651 755	3,7%	663 538	0,5%
1993	628 495	4,8%	659 951	2,9%
1992	599 448	1,3%	641 409	0,4%
1991	591 517	9,2%	638 671	4,8%
1990	541 733	10,2%	609 373	4,1%
1989	491 779	12,6%	585 452	9,3%
1988	436 608	15,6%	535 716	10,5%
1987	377 741	n.d.	484 905	n.d.
TCAM ¹				
1987-1998	—	4,1%	—	1,0%
1987-1991	—	11,9%	—	7,1%
1991-1994	—	3,3%	—	1,3%
1994-1998	—	-2,5%	—	-4,9%

1. Taux de croissance annuel moyen.

Source: Estimation SODEC, d'après les données de Statistique Canada, cat. 87-210/87F0004XPB et CANSIM (matrice 9957) pour l'indice de prix à la consommation, Canada.

Comme on peut le voir à la Figure 3.1, l'impact de l'introduction de la TPS ne fut pas immédiat, la courbe des ventes ne s'infléchissant qu'à partir de 1992. Mais encore faut-il souligner que l'évolution d'ensemble de l'économie, caractérisée par le ralentissement de la croissance à partir de 1989 et une récession en 1991, a également affecté les ventes de livres, tout comme les transformations au sein de la structure de commercialisation du livre, conjonction de facteurs qui rend difficile la lecture. Nous reviendrons sur ces différents éléments.

Figure 3.1 Évolution des ventes finales de livres au Québec, 1987-1998
(en millions de dollars)



Source : Tableau 3.1

Signalons que ces estimations ne représentent pas, à strictement parler, les ventes de livres au Québec, mais plutôt leur approximation par les ventes canadiennes des éditeurs et des diffuseurs exclusifs installés au Québec. Bien qu'il s'agisse de la meilleure estimation dont on dispose, encore faut-il se demander dans quelle mesure celle-ci peut s'écarter du marché intérieur final. Ainsi, pour passer des ventes canadiennes des entreprises québécoises à ce marché final québécois, il faudrait : 1) retrancher de la première valeur les expéditions de livres au Canada hors Québec (les exportations internationales sont déjà exclues) ; 2) ajouter les importations directes de livres en provenance du Canada (hors Québec) et ne transitant pas par un diffuseur ou un distributeur québécois ; 3) ajouter les importations internationales de livres ne transitant pas par un diffuseur ou distributeur québécois. À cet égard, quoique l'on soit en terrain nettement moins solide, on peut proposer une évaluation permettant d'établir un ordre de grandeur. On peut ainsi estimer que la valeur du marché intérieur final québécois se situait entre 575 et 614 millions de dollars en 1998⁸. Par rapport à notre estimation initiale de 588 millions, il s'agit d'un écart inférieur à 5%. Une telle « marge d'erreur » peut

8. Voir les détails de l'estimation à l'annexe 1.

être considérée comme satisfaisante, étant donné l'état des données disponibles. Malheureusement, rien ne nous permet de supposer que cet écart puisse demeurer constant à l'avenir.

Les importations internationales directes, en particulier, quoique très variables (elles varient entre 6 et 32 millions de dollars pour la période 1994-1998), semblent afficher une tendance à la hausse. Il s'agit d'achats directs à l'étranger de la part de librairies, de bibliothèques publiques ou privées, y compris les bibliothèques universitaires, d'entreprises et d'individus. Ces importations constituent une donnée relativement fiable, mais non exhaustive, les douanes étant incapables de repérer, par exemple, un livre expédié sous enveloppe et non identifié comme tel. Ainsi, non seulement une quantité non négligeable de livres sont importés au Québec sans transiter par la structure traditionnelle de distribution, mais avec le développement du commerce électronique, ce segment de marché risque fort de prendre de l'ampleur au cours des prochaines années⁹.

mise en perspective internationale

On peut évidemment s'interroger sur l'ampleur relative du marché québécois par rapport aux autres marchés du livre sur la scène mondiale. On trouvera au Tableau 3.2 des comparaisons avec le Canada dans son ensemble, les États-Unis et la France. Si l'homogénéité des données présentées n'est pas parfaite, les sources utilisées étant nombreuses et la méthodologie pas toujours explicite, la comparaison est néanmoins éclairante. Si le marché québécois était estimé à 588 millions de dollars en 1998, l'ensemble du marché canadien pouvait quant à lui être évalué à 2,3 milliards, le marché américain à 42,6 milliards et le marché français à 9,2 milliards (toutes les valeurs sont ici en dollars canadiens). Les ventes par habitant correspondantes sont de 80 \$ pour le Québec et de 76 \$ pour le Canada, mais de 158 \$ pour les États-Unis et de 156 \$ pour la France. Des écarts du simple au double, ce qui semble à première vue énorme.

Comme c'est toujours le cas en la matière, les différences nationales dans la répartition des ventes par types d'ouvrages peuvent expliquer en partie les écarts repérés. Mais plus important encore, les distorsions dans les taux de change résultant de la surévaluation de certaines monnaies (comme le franc

9. On trouvera, à l'annexe 2, les données détaillées des importations et des exportations internationales québécoises de livres, de 1994 à 1998.

Tableau 3.2 Marché du livre: comparaisons internationales, 1998
(en dollars canadiens)

	Québec	Canada	États-Unis	France
Au taux de change courant :				
Marché total (en millions de \$)	588	2 301	42 575	9 184
Ventes par habitant (en \$)	80	76	158	156
Valeurs ajustées par la PPA¹:				
Marché total (en millions de \$)	588	2 301	33 630	6 365
Ventes par habitant (en \$)	80	76	125	108

1. Parité de pouvoir d'achat.

Source: Tableau 3.1 pour le Québec; rapport entre les dépenses des ménages en livres au Québec et au Canada (Statistique Canada, *Dépenses des ménages*, 1996), pour le Canada; Book Industry Study Group pour les États-Unis; Syndicat national de l'édition pour la France, OCDE pour les PPA.

suisse, pour prendre un exemple notoire) ou de la sous-évaluation de certaines autres (le dollar canadien, en particulier), tendent à retirer toute signification réelle aux données internationales libellées en une devise particulière.

À cet égard, l'utilisation des parités de pouvoir d'achat (PPA) fournit une base d'ajustement simple et utile¹⁰. Les troisième et quatrième lignes du Tableau 3.2 présentent les valeurs ajustées pour tenir compte des différences entre le pouvoir d'achat respectif des différentes monnaies. Comme on peut le voir, les écarts se sont considérablement amenuisés, mais sans pour autant disparaître: les ventes par habitant, ajustées par la PPA, sont maintenant de 125\$ aux États-Unis et de 108\$ en France, soit des écarts respectifs avec le Québec de 56% et 35%. Une partie de cet écart peut s'expliquer par un effet de richesse. Tel que mesuré par le PIB par habitant ajusté par la PPA, les Américains sont en effet 30% plus riches que les Québécois. Les Français, en revanche, sont 15% plus pauvres. Dans un cas comme dans l'autre, l'écart ne peut être totalement expliqué par les seuls facteurs économiques de base et il

10. 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 une 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\$US dans un pays, par exemple, corresponde à la même ponction sur le pouvoir d'achat dans tous les pays.

relève, en fin de compte, de variables socio-culturelles. Par conséquent, si le marché québécois du livre est, relativement parlant, un peu plus développé que le marché canadien, il est sensiblement sous-développé lorsqu'on le compare aux marchés américain et français.

3.2 La répartition des ventes par canaux de distribution

Nous avons souligné l'importance historique de l'élargissement et de la complexification des canaux de distribution du livre au Québec. Il est donc utile de présenter une évaluation de la répartition du marché en fonction de ces différents canaux et l'évolution de cette répartition au cours des dernières années. Nous n'examinerons toutefois que les données disponibles depuis 1991. Ces estimations reposent sur l'enquête de Statistique Canada concernant les ventes des éditeurs et des diffuseurs exclusifs. Or l'examen des données de cette enquête pour les années antérieures à 1991 permet de relever des incohérences notables concernant la répartition des ventes par canaux de distribution d'une année à l'autre, ce qui rend ces données peu fiables. Nous avons donc préféré les exclure.

D'après nos estimations présentées au Tableau 3.3, les ventes des détaillants représentent le segment le plus important du marché, avec 371 millions de dollars de vente en 1998, soit 63,0 % du total de 588 millions de dollars. Sur cette somme, les ventes de livres par les librairies représentaient 311 millions (52,9 % du marché), celles par les magasins à grande surface 45 millions (7,6 %), dont 27 millions (4,7 %) pour les clubs-entrepôts et les magasins de rabais (Price-Costco, Maxi, WallMart, etc.). Les ventes par correspondance (VPC) et celles des clubs de livre représentaient 7 millions (1,2 %), celles des autres détaillants, 8 millions (1,3 %) et les ventes des détaillants sur Internet, un maigre 42 000 \$. Dans ce dernier cas, toutefois, il s'agit des ventes des éditeurs et des diffuseurs québécois à des détaillants Internet, et non pas de l'ensemble des achats de livres faits dans Internet par les Québécois.

Quant aux points de vente desservis par les grossistes, ils représentaient 103 millions de dollars, soit 17,5 % du marché total. Le grossiste indépendant traditionnel est un distributeur non exclusif desservant une multitude de petits points de vente non spécialisés dans le livre, souvent sous le mode du *rack-jobbing*. Si ce type de grossiste est en voie de disparition, l'activité ayant été en grande partie récupérée par les grands distributeurs, le segment

demeure tout de même important, mais difficile à préciser, compte tenu du fait que l'enquête de Statistique Canada ne repère pas la destination finale de ces ventes. On peut toutefois caractériser ce segment par trois types d'entreprises: 1) quelques grossistes traditionnels encore en activité, distribuant principalement des revues et des magazines, mais possédant également un secteur livre, principalement anglophone (Messageries de Presses Benjamin, Messageries Dynamiques, notamment); 2) des grossistes-détaillants spécialisés dans le livre et les fournitures scolaires, et desservant, en particulier, les écoles privées; 3) des grossistes situés au Canada hors Québec, puisque les ventes des éditeurs comprennent, rappelons-le, des expéditions au Canada, hors Québec.

Quant aux ventes finales au secteur institutionnel, constitué principalement d'établissements d'enseignement, elles étaient de 90 millions de dollars, soit 15,3% du total. Cette valeur ne représente pas l'ensemble du marché institutionnel, puisqu'une partie des ventes aux institutions transitent par les librairies. Rappelons en effet que la loi 51 oblige les bibliothèques publiques à s'approvisionner auprès des librairies agréées.

Enfin, les autres ventes, principalement constituées de ventes directes, étaient de 25 millions de dollars, soit 4,2% du marché total.

On remarquera que de 1991 à 1998, la part des détaillants est en légère progression, passant de 60% du total à 63%; celle des points de vente desservis par les grossistes est stable autour de 17%, de même que celle des ventes aux clients institutionnels, autour de 15%. Enfin, les ventes directes sont en baisse, étant passées de 7,3% à 4,2% du total.

On remarquera que, parmi les détaillants, la part des librairies est à peu près stable, variant entre 50% et 53% du total, tandis que la part des magasins à grande surface s'accroît dans un premier temps, passant de 7,1% à 10,5% entre 1991 et 1996, puis baisse par la suite, glissant à 7,6% en 1998. Cette évolution contrastée dissimule toutefois une transformation majeure, soit la montée en puissance des clubs-entrepôts et magasins de rabais depuis le milieu des années 1990, au détriment des grands magasins traditionnels (La Baie, Sears, etc.). Or ces clubs-entrepôts et ces magasins de rabais, dont le mode de fonctionnement repose sur une petite sélection de titres pour lesquels ils offrent des rabais sur le prix courant pouvant atteindre jusqu'à 25%, ont beaucoup plus d'impact sur l'ensemble du marché que les grands magasins traditionnels, notamment par leur capacité à concurrencer les librairies sur ce segment de marché, qui est étroit mais fort rentable.

Tableau 3.3 Estimation de la répartition des ventes finales au Québec par types de points de vente, 1991-1998

a) En milliers de dollars courants

	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99
Ventes totales	591 517	599 448	628 495	651 755	623 560	617 305	605 234	588 387
Grossistes	99 549	104 020	100 231	109 216	103 081	100 647	101 916	102 801
Détaillants	352 710	363 345	397 124	417 289	401 233	399 188	386 992	370 734
Librairies	293 450	301 661	330 152	343 929	327 464	322 605	317 420	311 420
Grands magasins	41 766	44 024	51 249	59 329	61 136	64 862	56 412	44 778
dont clubs-entrepôts	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	27 405
VPC et clubs de livres	3 129	3 214	4 793	6 786	6 133	5 714	6 337	6 914
Détaillants Internet	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	42
Autres détaillants	14 365	14 446	10 930	7 245	6 500	6 007	6 822	7 581
Institutions	96 093	89 516	90 072	100 568	93 042	88 958	89 719	90 156
Biblio. gov. et spécialisées	2 663	916	1 147	777	1 313	1 864	1 809	1 750
Biblio. publiques	22 053	1 752	1 100	2 999	2 847	2 796	2 626	2 454
Établ. enseign. prim. et sec.	55 953	76 355	63 696	76 457	73 076	72 269	72 593	72 667
Établ. enseign. post-sec.	11 106	7 642	18 530	16 693	11 890	7 721	9 756	11 674
Autres	4 318	2 850	5 599	3 642	3 917	4 307	2 935	1 611
Autres	43 164	42 567	41 068	24 682	26 204	28 512	26 607	24 696
Ventes directes	39 464	36 309	37 148	22 186	18 664	15 935	15 574	15 178
Autres et non identifiées	3 700	6 257	3 921	2 496	7 540	12 577	11 033	9 518

b) En % des ventes totales

	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99
Ventes totales	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grossistes	16,8%	17,4%	15,9%	16,8%	16,5%	16,3%	16,8%	17,5%
Détaillants	59,6%	60,6%	63,2%	64,0%	64,3%	64,7%	63,9%	63,0%
Librairies	49,6%	50,3%	52,5%	52,8%	52,5%	52,3%	52,4%	52,9%
Grands magasins	7,1%	7,3%	8,2%	9,1%	9,8%	10,5%	9,3%	7,6%
dont clubs-entrepôts	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	4,7%
VPC et clubs de livres	0,5%	0,5%	0,8%	1,0%	1,0%	0,9%	1,0%	1,2%
Détaillants Internet	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0,007%
Autres détaillants	2,4%	2,4%	1,7%	1,1%	1,0%	1,0%	1,1%	1,3%
Institutions	16,2%	14,9%	14,3%	15,4%	14,9%	14,4%	14,8%	15,3%
Biblio. gov. et spécialisées	0,5%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%
Biblio. publiques	3,7%	0,3%	0,2%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%
Établ. enseign. prim. et sec.	9,5%	12,7%	10,1%	11,7%	11,7%	11,7%	12,0%	12,4%
Établ. enseign. post-sec.	1,9%	1,3%	2,9%	2,6%	1,9%	1,3%	1,6%	2,0%
Autres	0,7%	0,5%	0,9%	0,6%	0,6%	0,7%	0,5%	0,3%
Autres	7,3%	7,1%	6,5%	3,8%	4,2%	4,6%	4,4%	4,2%
Ventes directes	6,7%	6,1%	5,9%	3,4%	3,0%	2,6%	2,6%	2,6%
Autres et non identifiées	0,6%	1,0%	0,6%	0,4%	1,2%	2,0%	1,8%	1,6%

Estimations faites à partir de la répartition des ventes des entreprises francophones.

Source: Estimation SODEC, d'après Statistique Canada, cat. 87-210/87F0004XPB.

Tableau 3.4 Répartition des ventes aux particuliers et des ventes aux institutions, 1992-1998

	1992-1993	en %	1996-1997	en %	1998-1999	en %
Ventes aux particuliers	451 231	100,0%	470 312	100,0%	427 347	100,0%
Librairies	242 960	53,8%	264 570	56,3%	240 536	56,3%
librairies agréées	118 585	26,3%	155 112	33,0%	185 801	43,5%
autres librairies	124 375	27,6%	109 458	23,3%	54 735	12,8%
Magasins à grande surface	44 024	9,8%	64 862	13,8%	44 778	10,5%
grands magasins	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	17 372	4,1%
clubs-entrepôts, rabais	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	27 405	6,4%
Pts de vente grossistes	104 020	23,1%	100 647	21,4%	102 801	24,1%
VPC et clubs de livres	3 214	0,7%	5 714	1,2%	6 914	1,6%
Autres détaillants	14 446	3,2%	6 007	1,3%	7 581	1,8%
Détaillants Internet	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	42	0,01%
Ventes directes	36 309	8,0%	15 935	3,4%	15 178	3,6%
Autres et non identifiées	6 257	1,4%	12 577	2,7%	9 518	2,2%
Ventes aux institutions	147 551	100,0%	146 993	100,0%	161 040	100,0%
Des éditeurs/diffuseurs	89 516	60,7%	88 958	60,5%	90 156	56,0%
Des librairies agréées	58 035	39,3%	58 035	39,5%	70 884	44,0%

Source: Tableau 3.3 et chapitre 7.

On aura toutefois une plus juste vision des choses si on compare ce qui est comparable. Il est donc utile de distinguer les ventes aux particuliers des ventes institutionnelles, ces dernières constituant un marché à la dynamique fort particulière, soumis en grande partie aux limites des budgets établis par l'État. Pour ce faire, il faut évidemment non seulement isoler le segment des ventes directes des éditeurs et diffuseurs aux institutions, mais aussi séparer les ventes des librairies agréées selon qu'elles s'adressent aux particuliers ou aux institutions. Ce qui permet, incidemment, de mieux préciser la place réelle occupée par les librairies sur ces deux marchés.

D'abord, comme on peut le remarquer au Tableau 3.4, il ressort clairement que la baisse du marché, dans la seconde moitié des années 1990, est entièrement attribuable à la baisse des ventes de livres aux particuliers (-43 millions de dollars entre 1996 et 1998). Le marché des ventes aux particuliers, qui représentait 75,4 % du total en 1992 et 76,2 % en 1996, glisse ainsi à 72,6 % en 1998. Le marché institutionnel, entre les deux mêmes années, affiche une progression de 14 millions de dollars.

On constate également qu'au sein des ventes aux particuliers, la part des librairies progresse légèrement entre 1992 et 1998, étant passée de 53 % du

total à 56 % ; mais leurs ventes, en valeur absolue, sont en baisse. Et dans ce sous-segment, les librairies agréées sont en forte progression (de 26,3% du total à 43,5%), tandis que la part des « autres » librairies se rétrécit beaucoup (de 27,6 % à 12,8 %). On peut donc parler d'un considérable déplacement du marché en faveur des librairies agréées.

La tendance est assez semblable du côté des ventes aux institutions, puisque la part des librairies agréées s'accroît là aussi, passant de 39,3% à 44,0 %, au détriment des ventes directes des éditeurs et des diffuseurs (principalement de livres scolaires).

Dans un cas comme dans l'autre, par conséquent, en dépit d'un marché qui se resserre sérieusement, et malgré la poussée et la concurrence des magasins à grande surface non spécialisés, les librairies, et tout particulièrement les librairies agréées, semblent avoir particulièrement bien résisté aux aléas économiques des années 1990. On peut mieux en juger si on compare la situation québécoise avec la répartition des ventes aux particuliers des marchés américains et français (voir le Tableau 3.5).

La part des librairies au Québec, à 56 %, est nettement plus grande qu'en France (37 %) et aux États-Unis (42 %). À l'inverse, la part des magasins à grande surface non spécialisés y est plus faible, à 11 %, contre 17 % pour la France et 19 % pour les États-Unis. Quant à la vente par correspondance, elle est négligeable au Québec, alors qu'elle est considérable en France comme aux États-Unis.

La situation des librairies québécoises paraît donc relativement solide si on en juge par leur part de marché dans les ventes aux particuliers. D'autant plus qu'à ces ventes s'ajoute une forte participation au marché institutionnel,

Tableau 3.5 Répartition des achats de livres des particuliers, Québec, France et États-Unis

	Québec (1998)	France (1998)	États-Unis (1997)
Librairies	56%	37%	42%
Grandes surfaces non spécialisées	11%	17%	19%
VPC et clubs de livres	2%	21%	26%
Autres points de vente	31%	25%	13%

Note: Pour la France, la FNAC est incluse dans les librairies.

Source: Tableau 3.4 pour le Québec; *Mini chiffres-clés*, Département des études et de la prospective, pour la France; BISG, *New Consumer Research Study on Book Publishing*, pour les États-Unis.

les ventes aux institutions représentant près de 30 % de leurs ventes aux particuliers. En France et aux États-Unis, au contraire, la participation des librairies au marché institutionnel est beaucoup plus réduite, puisque c'est la vente directe des éditeurs ou des grossistes qui prédomine dans ces pays.

Solidité que l'on doit tout de même mettre en perspective. La baisse récente du marché a fragilisé ces entreprises du point de vue de la rentabilité, comme nous le verrons en détail au chapitre 7. Et on peut aussi penser que la faible part relative occupée au Québec par les magasins à grande surface signifie simplement qu'il reste encore, pour ces derniers, beaucoup d'espace à occuper.

Il y a évidemment un grand absent dans ce tableau, et ce sont les ventes par Internet. Aux États-Unis, selon les données du Book Industry Study Group (BISG)¹¹, les ventes sur Internet représentaient 0,3 % du total des ventes de livres pour adultes en 1997, 1,9 % en 1998 et 5,4 % en 1999. Rapportées aux dépenses de consommation de l'ensemble des livres aux États-Unis, ces ventes représentent environ 550 millions de dollars américains en 1998 et 1,65 milliard en 1999. Largement dominées par Amazon.com et Barnesandnoble.com, ces seules ventes étaient donc supérieures, dès 1998, à l'ensemble du marché québécois du livre.

Au Québec, une étude récente de SOM (2000) évalue le marché des livres achetés par Internet à 28,3 millions de dollars en 1999-2000, avec une marge d'erreur de plus ou moins 10 millions. Cela représente de 3 à 6 % du marché total. Cette évaluation, en plus d'être fort imprécise, paraît très élevée en regard de la même donnée pour les États-Unis, qui est de 5,4 % en 1999, et du fait que le Québec affiche un retard marqué par rapport aux États-Unis en matière de diffusion et d'utilisation des nouvelles technologies de l'information et des communications, généralement de l'ordre de 2 à 3 ans. Ainsi, en appliquant mécaniquement les pourcentages américains au Québec avec un retard de deux ans, on obtiendrait des ventes de 2 millions de dollars en 1999, 12 millions en 2000 et 32 millions en 2001, des chiffres beaucoup plus modestes. Mais quoi qu'il en soit de la valeur exacte de ces ventes, on peut miser sur leur progression rapide. SOM, notamment, prévoit un marché de plus de 60 millions de dollars en 2003. Et l'impact de ce développement sera d'autant plus puissant sur l'industrie québécoise du livre qu'une part substantielle de ces ventes risque fort d'être le fait d'entreprises étrangères: toujours

11. Voir <http://www.bisg.org>.

selon l'étude de SOM, la part des sites québécois dans l'ensemble des achats en ligne était de seulement 13% en 1999-2000, contre 38% pour les sites canadiens et 49% pour les sites américains.

3.3 Les déterminants de la demande de livres au Québec : éléments d'interprétation

L'évolution récente du marché du livre au Québec permet de penser qu'en plus de l'impact majeur de l'offre croissante de produits culturels et de divertissement, l'évolution du prix du livre et celle des revenus des consommateurs ont pu avoir des effets particulièrement déprimants sur la consommation de livres au cours des années 1990. Examinons donc ces différents éléments.

une consommation – et une concurrence –
croissante des autres produits culturels

Nul besoin d'analyser longtemps la situation pour conclure que l'offre de produits culturels et de divertissement est en croissance soutenue depuis une vingtaine d'années au Québec. On n'a qu'à penser au développement de l'offre télévisuelle (chaînes spécialisées), du cinéma (en salles et sur vidéo-cassettes), de la musique enregistrée (surtout depuis l'introduction du disque compact), de l'informatique (matériel et logiciels, mais aussi Internet) et des jeux vidéos (sur ordinateur ou sur consoles spécialisées), pour comprendre que le livre doit faire face à une concurrence exacerbée pour l'attention et le portefeuille du consommateur.

À cet égard, l'enquête de Statistique Canada sur les dépenses des ménages est éclairante, quoique imparfaite à certains égards¹². De larges écarts apparaissent, même lorsqu'on compare les dépenses de 1992 et de 1996, une période pourtant assez courte (voir le Tableau 3.6). Au Québec, les dépenses moyennes des ménages en biens et services de loisirs sont en effet passées de 1 926 \$ à 2 139 \$ entre 1992 et 1996, ce qui correspond à une croissance annuelle moyenne de 2,7 %, à mettre en rapport avec la maigre croissance de

12. Les résultats dépendent des déclarations concernant les dépenses des ménages effectuées au cours d'une année entière. Or il est évident que l'on se rappellera plus précisément les sommes consacrées à l'achat d'un ordinateur ou à un abonnement au câble qu'aux achats de livres, actes éparpillés sur l'année et qui peuvent répondre à l'impulsivité ou au désir de les offrir en cadeaux.

Tableau 3.6 Dépenses des ménages au Québec, 1992-1996

	1992	1996	TCAM' 1992-1996
Revenu avant impôts	41 784	44 962	1,8%
Consommation courante totale	29 152	29 659	0,4%
Impôts personnels	9 242	9 894	1,7%
Loisirs	1 926	2 139	2,7%
Ordinateurs	7	166	120,7%
Logiciels	8	20	25,7%
Cassettes, CD et disques	79	92	3,9%
Vidéocassettes	6	20	35,1%
Location de vidéocassettes	74	86	3,8%
Cinéma	40	51	6,3%
Événements sportifs	20	32	12,5%
Spectacles sur scène	43	46	1,7%
Télédistribution	178	237	7,4%
Matériel de lecture et autres imprimés	235	234	-0,1%
Journaux	106	110	0,9%
Revue et périodiques	57	48	-4,2%
Livres et brochures (sauf scolaires)	64	69	1,9%

1. Taux de croissance annuel moyen.

Source: Statistique Canada, *Dépenses des ménages*, 1992 et 1996.

0,4 % pour l'ensemble des dépenses de consommation des ménages. De plus, certains postes ont affiché des croissances particulièrement soutenues, par exemple les ordinateurs (+121 %) et les logiciels (+26 %), les achats de vidéo-cassettes (+35 %), les événements sportifs (+12 %) et la télédistribution (+7 %).

En comparaison, les dépenses des ménages en matériel de lecture font figure de parents pauvres, étant demeurées stables au cours de la même période, à 234-235 \$. Si parmi celles-ci les dépenses en livres et brochures (hors scolaire) affichent une croissance, elles demeurent nettement en deçà de l'ensemble des loisirs, étant passées de 64 \$ à 69 \$ par ménage, soit une hausse annuelle moyenne de 1,9 %.

La même tendance est également visible lorsqu'on examine l'évolution des taux de lecture ou du nombre de livres lus au Québec. Selon les enquêtes du ministère de la Culture et des Communications du Québec (1999), le taux de lecture, tel que mesuré par le nombre de lecteurs assidus et moyens, c'est-à-dire ayant déclaré lire très souvent et assez souvent, varie entre 51 % et 57 %

entre 1979 et 1999, sans qu'une tendance très nette à la hausse ou à la baisse puisse être repérée. Quant au nombre de livres lus annuellement, il est également stable de 1989 à 1999, variant entre 20 et 21.

des prix relatifs en hausse

Si la concurrence des autres produits culturels est féroce, elle s'aggrave du fait que le prix du livre augmente plus rapidement que l'ensemble des prix. À cet égard, l'examen des indices de prix à la consommation de Statistique Canada est fort instructif.

L'indice des prix à la consommation (IPC) mesure les taux de variation dans le temps du coût à l'achat d'un panier fixe de biens et de services, représentant les achats d'un groupe déterminé de population. Son élaboration repose sur le choix d'un groupe cible le plus représentatif possible de l'ensemble de la population, sur la détermination et la pondération des éléments composant le panier de consommation et sur la fixation d'une année de base¹³. Statistique Canada relève donc les prix d'un ensemble de produits de façon mensuelle, puis combine les indices de produits suivant la hiérarchie de sa classification, tout en appliquant les pondérations pertinentes. Comme il s'agit du prix final payé par le consommateur, les prix tiennent compte des taxes, de même que des rabais des commerçants.

On trouvera, au Tableau 3.7, les taux de croissance annuels de quelques indices de prix pour le Québec et le Canada. En ce qui concerne d'abord l'IPC de l'ensemble de l'économie, on notera que l'inflation moyenne, depuis 1987, est de 2,4% par année au Québec. Mais une rupture très nette est visible en 1991, année d'introduction de la TPS, ce qui explique le bond de tous les indices de prix à la consommation à ce moment-là. Ainsi, de 1987 à 1991, l'inflation atteint 4,8% par année en moyenne, mais elle n'est plus que de 0,6% entre 1991 et 1994, et de 1,6% de 1994 à 1999. Quant à l'indice de prix du matériel de lecture, lequel comprend les livres et les brochures (à l'exclusion des manuels scolaires), les journaux, les revues et les magazines, sa croissance est significativement supérieure à celle de l'IPC d'ensemble, avec

13. La composition de l'actuel panier de consommation repose sur les données des dépenses des ménages déterminées par le dernier recensement, soit 1996. L'année de base est celle pour laquelle on attribue la valeur de 100 à l'indice, et elle est modifiée régulièrement pour coïncider avec le changement des périodes de base des autres grandes séries statistiques. La période de base actuelle est 1992.

Tableau 3.7 Indices de prix à la consommation, Québec et Canada, 1987-1999
(Taux de croissance annuels)

	Québec		Canada		
	Ensemble de l'économie	Matériel de lecture	Ensemble de l'économie	Matériel de lecture	Livres et brochures ¹
1999	1,5%	3,3%	1,7%	1,8%	2,1%
1998	1,4%	0,3%	0,9%	0,4%	0,0%
1997	1,5%	3,7%	1,6%	3,0%	2,9%
1996	1,6%	4,1%	1,6%	4,6%	2,3%
1995	1,8%	7,8%	2,2%	6,5%	5,0%
1994	-1,4%	1,2%	0,2%	3,2%	3,1%
1993	1,4%	0,3%	1,8%	1,7%	1,9%
1992	1,8%	0,6%	1,5%	1,3%	0,9%
1991	7,3%	18,9%	5,6%	13,7%	11,5%
1990	4,3%	6,2%	4,8%	5,6%	5,8%
1989	4,3%	3,1%	5,0%	5,0%	3,1%
1988	3,7%	5,1%	4,0%	5,7%	4,6%
1987	4,4%	8,0%	4,4%	7,7%	10,5%
TCAM ²					
1987-1999	2,4%	4,4%	2,6%	4,3%	3,6%
1987-1991	4,8%	8,2%	4,9%	7,4%	6,2%
1991-1994	0,6%	0,7%	1,2%	2,1%	2,0%
1994-1999	1,6%	3,8%	1,6%	3,2%	2,4%

1. Hors manuel scolaire.

2. Taux de croissance annuel moyen.

Source: Statistique Canada (CANSIM, matrices 9962 et 9957).

une croissance moyenne de **4,4 %** par année entre **1987** et **1999**, contre **2,4 %** pour l'IPC global¹⁴.

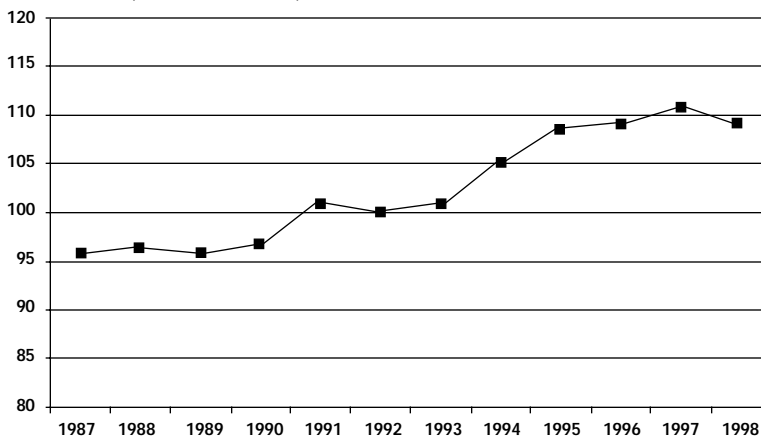
On retrouve la même tendance au Canada, soit une progression supérieure, entre **1987** et **1999**, de l'IPC matériel de lecture (**4,3 %** par année) que de l'IPC d'ensemble (**2,6 %**) de **1987** à **1999**. Statistique Canada compile cependant, à l'échelle canadienne, un indice de prix plus désagrégé, soit un indice de prix des livres et brochures (excluant le manuel scolaire). Comme on peut le voir, toujours au Tableau 3.7, cet indice, à **3,6 %** par année entre **1987** et **1999**, progresse lui aussi plus rapidement que l'IPC d'ensemble, mais moins rapidement que celui du matériel de lecture; ce qui signifie, bien sûr,

14. L'IPC du matériel de lecture progresse également plus rapidement que l'indice de prix des loisirs, de la formation et de la lecture (lequel représente globalement l'évolution des prix des concurrents les plus directs du livre) : **2,9 %** par an en moyenne entre **1992** et **1999**, contre **1,8 %** pour ce dernier.

que le prix des journaux, revues et magazines augmente plus rapidement que celui des livres et des brochures.

Toutefois, la plupart des économistes s'entendent pour affirmer qu'en matière de prix, c'est le prix relatif qui compte le plus pour le consommateur. Il est en effet plausible que le consommateur réagisse davantage, au moins intuitivement, à des variations de prix relatives qu'à des variations absolues. Autrement dit, si le prix du livre augmente de 2 % au cours d'une année, les consommateurs jugeront probablement que le prix du livre demeure inchangé si l'IPC d'ensemble s'élève, lui aussi, de 2 %. Or, du fait de la progression plus rapide de l'indice des prix du livre que de celui de l'ensemble de l'économie, le prix relatif du livre est évidemment à la hausse tout au long de la période. Mais comme on peut le voir à la Figure 3.2, cette progression s'est faite par plateaux, avec une hausse très nette en 1991, puis une autre s'étalant de 1994 à 1997. Pour les autres années, le prix relatif est à peu près stable¹⁵.

Figure 3.2 Indices de prix relatif du livre au Canada¹, 1987-1998
(Base 1992 = 100)



1. Rapport entre l'indice des prix du livre et l'indice général des prix à la consommation.

Source : Statistique Canada (CANSIM, matrices 9957).

15. Cela ne nous indique évidemment pas dans quelle mesure l'indice de prix canadien du livre est représentatif de l'évolution des prix du livre au Québec. Le seul élément de comparaison dont nous disposons, à cet égard, est la mise en rapport des indices de prix du matériel de lecture au Canada et au Québec. Leur taux de croissance, entre 1987 et 1999, est très similaire, 4,4 % au Québec et 4,3 % au Canada. De plus, le coefficient de corrélation entre ces deux indices est de 0,999 (valeur significative pour un seuil de confiance de 99 %). Sans pour autant préjuger d'une stricte correspondance des prix du livre en valeur absolue, il semble donc que l'on puisse affirmer que l'évolution des prix canadiens du livre reflète probablement assez fidèlement celles des prix du livre au Québec.

Le prix du livre a donc progressé plus rapidement que l'ensemble des prix depuis 1987. La demande de livres s'en est forcément trouvée négativement affectée. Quant à la raison de cette hausse systématique du prix relatif, il semble qu'elle trouve son principal fondement dans la hausse des coûts unitaires des éditeurs, comme nous le verrons au Chapitre 5.

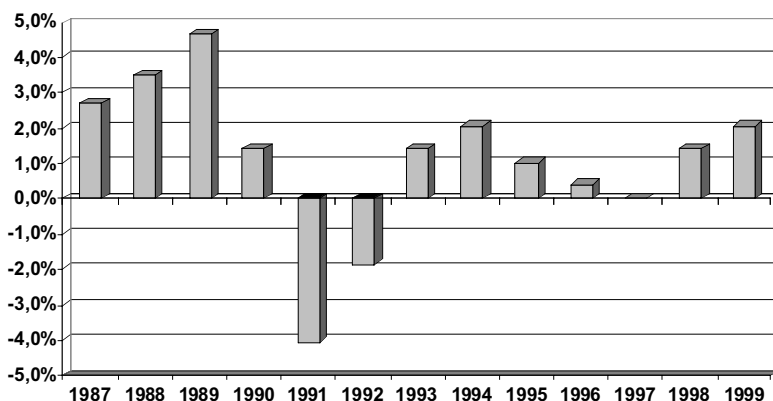
des revenus stagnants

La croissance économique au Québec, telle que mesurée par l'évolution du produit intérieur brut (PIB), fut fort dynamique dans la seconde moitié des années 1980. Elle s'est toutefois avérée anémique en 1989 et 1990, avec une progression de +0,9 % et +0,2 %, et même négative, à -2,0 %, en 1991. La reprise fut laborieuse par la suite, et ce n'est que depuis 1997 qu'une croissance solide et régulière est au rendez-vous.

Le revenu personnel disponible (lequel mesure le revenu après taxes et impôts) constitue cependant une mesure du pouvoir d'achat de la population plus juste que le PIB, surtout lorsqu'on considère la part croissante des taxes et impôts dans le PIB depuis plusieurs années. Or, comme on peut le voir à la Figure 3.3, le revenu personnel disponible (en dollars 1992), après une croissance relativement soutenue jusqu'en 1990, chute brutalement en 1991 et en 1992, avant de reprendre sa croissance de manière faible et erratique à partir de 1993. Ainsi, entre 1987 et 1999, le revenu personnel disponible ne progresse que de 1,0 % par année en moyenne, et ce n'est pas avant 1998 qu'on réussit à retrouver le niveau de 1990. Cette stagnation prolongée du pouvoir d'achat, aggravée par le haut taux d'endettement des ménages, a donc très certainement limité les possibilités de croissance du livre tout au long des années 1990.

A contrario, toutefois, le proche avenir est un peu plus prometteur. Considérant d'abord le délai de réaction habituel du revenu personnel disponible face à l'évolution du PIB et ensuite le fait que, tant au provincial qu'au fédéral, des réductions d'impôts sont entrées en vigueur en 2000 et devraient se poursuivre, on en conclut que le revenu personnel disponible devrait progresser à un rythme plus soutenu au cours des prochaines années. Ce qui créera forcément pour le livre un potentiel de croissance (insistons toutefois sur le mot « potentiel »).

Figure 3.3 Taux de croissance annuel du revenu personnel disponible au Québec, 1987-1999 (en dollars 1992)



Source : Institut de la statistique du Québec.

3.4 En guise de conclusion : l'impact des prix et des revenus sur la demande de livres au Québec

Le marché du livre, au Québec, peut donc être estimé à 588 millions de dollars en 1998, ce qui correspond à environ 80 \$ par habitant. Si les ventes étaient en solide croissance jusqu'en 1991, elles se sont toutefois nettement essouffées depuis. De plus, si on le mesure à l'aune des ventes par habitant, le marché québécois demeure relativement sous-développé comparé aux marchés américain et français. Toutefois, au contraire de la situation que l'on retrouve dans ces deux pays, la part occupée par les librairies dans le marché des ventes aux particuliers est grande au Québec. Position qui est, de plus, renforcée par une participation active de ces librairies sur le marché institutionnel, cas international unique qui est redevable à la loi 51, laquelle institue un marché protégé en faveur des librairies agréées. À l'inverse, la part des grandes surfaces non spécialisées et celle de la vente par correspondance sont beaucoup plus faibles au Québec.

Depuis 1995, la baisse des ventes de livres au Québec pose un défi considérable à l'ensemble de l'industrie. Il est essentiel de bien comprendre ce qui est en jeu dans cette dynamique. Dans la seconde partie de cet ouvrage, nous examinerons en profondeur l'offre, avec ses acteurs, ses structures et ses caractéristiques ; mais pour le moment, c'est la façon dont le problème se pose du côté de la demande qu'il s'agit de bien comprendre.

Or, de ce point de vue, il est assez clair que tout au long des années 1990, la demande de livres au Québec a été laminée par l'action conjuguée de trois facteurs : 1) l'accroissement soutenu de l'offre de l'ensemble des produits culturels et de loisirs, ce qui s'est traduit par une croissance plus rapide des dépenses de consommation pour ces produits et services (particulièrement dans le domaine de l'informatique et de l'audiovisuel) que celles consacrées au livre ; 2) une hausse régulière du prix relatif du livre, tant par rapport à l'indice général des prix qu'à celui des autres biens et services culturels et de loisirs ; 3) la stagnation, tout au long des années 1990, du revenu personnel disponible des ménages.

Quant à préciser l'importance relative qu'ont pu avoir ces différents facteurs, il faut noter que l'inextricable complexité des relations en jeu rend difficile toute estimation statistique. Il est cependant possible de tirer des enseignements utiles d'une étude menée par Szenberg (1989) et portant sur les livraisons des éditeurs américains. Quoique un peu ancienne (elle couvre la période 1967-1982), cette analyse a l'avantage d'examiner conjointement l'effet du prix et du revenu réel disponible sur la demande de livres.

Les résultats des analyses économétriques menées par Szenberg montrent que la demande totale de livres semble plutôt insensible au prix, mais assez sensible à l'augmentation du revenu disponible (les élasticités respectives étant de +0,45 et +2,02). L'élasticité-prix est toutefois positive, alors qu'elle devrait être, théoriquement, négative. Comme la demande agrégée intègre des demandes pour des catégories de livres dont les sensibilités aux prix sont différentes (résultat de la forte segmentation du marché), il est peu surprenant que les résultats globaux ne concordent pas avec la théorie.

C'est pourquoi l'auteur segmente ensuite son analyse entre livres à couverture rigide et livres à couverture souple puis, pour ces derniers, entre livres à couverture souple destinés à la grande diffusion (*mass market paperbacks*) et livres vendus principalement en librairies (*trade paperbacks*). Cette dernière analyse propose des résultats fort intéressants. Pour les livres destinés à la grande diffusion, il obtient de faibles élasticités-revenu (+0,3) par sa première méthode d'estimation, et une très forte élasticité-prix, à -4,0, par sa deuxième méthode (cette élasticité-prix est toutefois faiblement positive pour la première méthode)¹⁶. Pour les livres vendus aux librairies, au contraire,

16. Pour le lecteur intéressé, mentionnons que l'auteur utilise, comme première méthode, les moindres carrés ordinaires pour les équations d'offre et de demande prises séparément et,

l'élasticité-prix est plus faible (+0,5 ou -0,9, selon la méthode utilisée), mais l'élasticité-revenu plus élevée (+2,1 ou +2,5, selon la méthode).

Que doit-on en conclure? En dépit de résultats qui ne sont statistiquement pas aussi solides que l'on pourrait le souhaiter, ceux-ci nous permettent tout de même de préciser beaucoup nos intuitions. D'abord, l'élasticité-prix du livre semble moins élevée que pour les produits indifférenciés et, dans certains cas, elle est même inférieure à un, tandis que l'élasticité-revenu est non seulement positive, mais dans la plupart des cas supérieure à l'élasticité-prix¹⁷. Ensuite, il semble qu'à une forte segmentation du marché par catégories éditoriales s'ajoute, en aval de la filière, une segmentation par types de commerce, laquelle serait liée à 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 au risque.

Autrement dit, on peut supposer que la demande des consommateurs fréquentant les librairies serait moins sensible au prix et plus sensible au revenu, mais aussi plus sensible à la « qualité » du service (la présence d'un vaste assortiment, d'un classement et d'un étalage facilitant la recherche, d'une fonction de conseil de la part du libraire, d'une possibilité de commande de titres, etc.), moins sensible au risque (ces consommateurs sont davantage prêts à expérimenter) et moins sensible aux coûts de transaction (c'est-à-dire le temps consacré à la recherche de l'information sur les livres et le temps consommé lors de l'achat). À l'inverse, la demande des consommateurs fréquentant les grandes surfaces et autres points de vente non spécialisés serait plus sensible au prix et moins sensible au revenu, mais aussi moins sensible à la qualité du service et plus sensible aux coûts de transactions, tandis que l'aversion au risque de ces consommateurs (la crainte de choisir un livre que l'on n'aimera pas) serait plus élevée.

Pour les acteurs de l'industrie, il peut paraître ironique que le facteur affectant probablement le plus la demande du livre, l'évolution des revenus des consommateurs, soit précisément celui sur lequel ils n'ont aucun contrôle. En revanche, le positionnement du livre dans l'univers des produits

comme seconde méthode, les moindres carrés en deux étapes pour le système d'équations simultanées.

17. Résultat assez usuel pour un bien culturel. Par exemple, dans une étude extensive sur le disque au Royaume-Uni, Burke (1996) obtient des estimations de l'élasticité-revenu de la demande assez élevées (variant entre 1,4 et 2,1 selon la méthode utilisée) et des élasticités-prix assez faibles (entre -0,8 et -0,9).

culturels et de loisirs, son accessibilité et sa diversité (par la multiplication des points de vente et leur raffinement, y compris dans leurs versions numériques, mais aussi par la profondeur des assortiments disponibles) ainsi que le contrôle de l'évolution des prix relatifs, voilà des éléments qui affectent également la demande et sur lesquels ces acteurs peuvent et doivent agir s'ils désirent dynamiser leur marché.