

*Raymond Bérard*  
Conservateur de la Bibliothèque  
de l'Institut français  
du Royaume Uni

## *Le Marché du livre en Grande-Bretagne*

Une présentation du marché du livre en Grande-Bretagne ne peut évidemment pas s'envisager sans référence à la situation économique générale du pays : d'un côté, un nombre de chômeurs très élevé (3,2 millions), un commerce extérieur qui, sans l'apport de devises du pétrole de la mer du Nord, serait fortement déficitaire, une baisse indéniable du niveau de vie ; mais aussi une forte diminution de l'inflation (24 % en 1975, plus de 20 % en 1979, aujourd'hui un rythme inférieur à 5 %), une baisse des taux d'intérêt, largement inférieurs aux taux français, des exportations stimulées par la faiblesse de la livre sterling, une paix sociale rarement troublée, sinon dans quelques domaines bien particuliers, très touchés par la crise (automobile, charbonnages). D'après plusieurs experts, la crise n'est certes pas terminée en Grande-Bretagne, mais de timides signes de reprise semblent se manifester, après une longue période de purge : le PNB (produit national brut) a augmenté de 1,5 point au dernier trimestre 1982, la production industrielle du 1<sup>er</sup> trimestre 1983 est en hausse de 2 % par rapport à la période correspondante de 1982 et les bénéfices des sociétés ont augmenté de 8 % du 3<sup>e</sup> au 4<sup>e</sup> trimestre 1982. Cette reprise bénéficie en premier lieu à l'industrie, la consommation des ménages ne devant pas connaître d'augmentation notable avant longtemps.

Dans ce contexte, comment le marché du livre évolue-t-il ? De façon assez contradictoire, semble-t-il. John Elsley, président de l'Association des libraires déclarait en 1982, dans le *Bookseller*<sup>1</sup> : « Les perspectives sont sombres... Nous avons devant nous une année difficile. »

L'Association des éditeurs, dans son rapport annuel publié en mai 1982, n'était guère plus optimiste : la situation demeurait sérieuse, malgré les meilleurs résultats financiers de certaines maisons. Les éditeurs étaient particulièrement préoccupés par le très faible taux de rentabilité des librairies, et

admettaient que la récession avait un effet très perturbateur sur le marché.

De fait, les chiffres ne sont guère encourageants : de 1972 à 1981, les ventes ont baissé de 9,2 % en monnaie courante, même si elles ont augmenté de 4,1 % en nombre de livres vendus (ce qui traduit un glissement des ventes vers les livres à bon marché). Pire encore, de janvier à décembre 1982, le nombre de livres vendus a lui-même baissé<sup>2</sup>. En même temps, plusieurs maisons d'édition enregistrent depuis 1981 une amélioration sensible de leurs résultats financiers, 1980 ayant été une des années les plus sombres de la profession.

C'est ainsi que Hutchinson est passé d'un déficit de 3 millions de livres en 1980<sup>3</sup> à un bénéfice avant impôt de 700 000 £ en 1982<sup>4</sup>. Heinemann, dont fait partie Secker and Warburg, a réalisé un bénéfice de 4,3 millions en 1982 contre 3,09 en 1981. Collins, qui vient de racheter le département livres de Granada, passe de 2,03 millions de bénéfice en 1980 à 4,7 millions en 1982. Il en va de même pour Penguin, qui connaît un rétablissement spectaculaire après plusieurs années de pertes, pour Longman, Oxford University Press, etc. Ces résultats satisfaisants sont dus à une légère réduction de la production mais aussi à des coupes sombres dans les frais fixes et à la hausse du dollar permettant à la Grande-Bretagne de retrouver ses positions sur les marchés étrangers, qui représentent près de 40 % du chiffre d'affaires de la profession, alors que ces dernières années la surévaluation du sterling avait favorisé les éditeurs américains dans des pays qui étaient traditionnellement réservés aux Britanniques. Autre facteur déterminant : la baisse sensible des taux d'intérêt, réduisant d'autant les frais financiers des entreprises.

2. Chiffres cités par Mr. Clarke, du Book marketing council.

3. 1 £ = 10,50 F.

4. En Grande-Bretagne, l'année fiscale couvre la période du 1<sup>er</sup> avril au 31 mars.

1. *The Bookseller*, 15 janvier 1983.

Quant à la librairie, il semble qu'elle évolue — lentement — dans le même sens. John Elsley écrivait en mai 1982 que « les libraires entraient dans la crise un an ou deux après les éditeurs et se trouvaient à présent au creux de la vague »<sup>5</sup>. Un an plus tard, à l'image de l'édition, la situation s'est améliorée : après un bon second semestre 1982, les libraires ont réalisé de très bonnes ventes à l'occasion des fêtes de fin d'année ; Blackwell, célèbre libraire d'Oxford, s'est même porté acquéreur, récemment, des parts d'Oxford University Press dans le groupe « University Booksellers », dont le chiffre d'affaires atteint 10 millions de livres. De même, deux grandes chaînes de distribution de livres, John Menzies et W.H. Smith ont enregistré de meilleurs résultats financiers en 1982.

Après ce bref instantané de la situation économique du livre en Grande-Bretagne, un examen détaillé du marché du livre et de son évolution récente devra s'appuyer — malgré leur caractère aride et parfois incomplet — sur un certain nombre de données statistiques.

5. *The Bookseller*, 1-8 janvier 1983.

### Les éditeurs

Leur nombre s'est stabilisé aux alentours de 2 000 depuis déjà plusieurs années<sup>6</sup> :

1962	1661	1972	2272
1963	1656	1973	2280
1964	1639	1974	2263
1965	1561	1975	2279
1966	1593	1976	2265
		1977	2223
1967	2188	1978	—
1968	2076	1979	—
1969	2138	1980	2382
1970	2195	1981	2116
1971	2273	1982	2217

On constate une explosion du nombre des éditeurs en 1967 (+ 595 par rapport à 1966) et une baisse sensible en 1981, correspondant à la crise traversée alors par l'édition. Ces chiffres doivent en fait être maniés avec précaution, la situation étant très fluctuante :

6. *Quarterly statistical Bulletin*, publié par « The Publishers' association », mars 1981 et *The Bookseller*, 5 février 1983.

ainsi, de janvier à juin 1982, on recensait 1 963 éditeurs, et, de juillet à décembre de la même année, 2 217 : quelle conclusion en tirer sinon que le nombre d'échecs — sanctionnés ou non par une faillite — est élevé, mais ne décourage apparemment pas les nouvelles entreprises. En l'absence de chiffres précis, on peut toutefois affirmer que la majeure partie de la production est le fait d'un nombre restreint de gros éditeurs, qui appartiennent pour la plupart à des groupes financiers, souvent très diversifiés, tels Thomson, IPC (International Publishing Corporation) dont

font partie Hamlyn et Butterworth, Pergamon et BPC, qui sont tous deux la propriété de Mr. Maxwell.

Comme on peut s'y attendre, ce sont les gros éditeurs, qui disposent de solides assises financières, et les plus petits, dont les frais fixes sont peu élevés et les structures très souples, qui survivent le mieux, les entreprises moyennes étant les plus exposées.

Quant au nombre de titres publiés, il a quadruplé depuis 1947 et pratiquement doublé depuis 1962<sup>7</sup>.

### ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION EN TITRES DE 1962 À 1982

Année	Nombre total de titres publiés	dont nouveautés	dont réimpressions et nouvelles éditions
1962	25 079	18 975	6 104
1963	26 023	20 367	5 656
1964	26 154	20 894	5 260
1965	26 358	21 045	5 313
1966	28 883	22 964	5 919
1967	29 619	22 559	7 060
1968	31 420	22 642	8 778
1969	32 393	23 287	9 106
1970	33 489	23 512	9 977
1971	32 538	23 563	8 975
1972	33 140	24 654	8 486
1973	35 254	25 698	9 556
1974	32 194	24 342	7 852
1975	35 608	27 247	8 361
1976	34 434	26 207	8 227
1977	36 322	27 684	8 638
1978	38 766	29 530	9 236
1979	41 940	32 854	9 086
1980	48 158	37 382	10 776
1981	—	—	—
1982	48 307	37 947	10 360

On constate une hausse considérable de la production en 1980 (+6 218), due aux nouveautés plutôt qu'aux réimpressions. Conséquence de la crise, la production s'est maintenant stabilisée autour de 48 000 titres. En séparant les nouveautés des réimpressions, on remarque une augmentation régulière des premières (qui ont doublé entre 1962 et 1982) alors que l'évolution des secondes est assez déconcertante. Il y a eu moins de réimpressions en 1978 qu'en 1973 et surtout qu'en 1970 et il faut attendre 1980 pour retrouver le niveau de 1970. L'augmentation la plus considérable a eu lieu en 1967 et surtout en 1968, ce qui correspond d'ailleurs à l'époque où les créations de nouvelles maisons d'édition ont été les plus nombreuses. Depuis 1979, la proportion des réimpressions dans le nombre total de titres tend à diminuer : 23,8 % en

1978, 21,5 % en 1982. Quant à la répartition entre *hardbacks* (livres reliés à couverture rigide) et *paperbacks* (livres brochés à couverture souple)<sup>8</sup>, les derniers chiffres disponibles, assez anciens (1977), obtenus d'après les statistiques fournies par 44 grands éditeurs, indiquaient que 56 % des nouveautés étaient

7. *Quarterly statistical Bulletin*, mars 1981, *The Bookseller*, 1-8 janvier 1983 et *Book publishing, book selling and book reading*, par Peter H. Mann. (Book marketing council, 1979).

8. La traduction de *hardback* et *paperback* est assez délicate car elle correspond à des méthodes de fabrication différentes de celles en usage en France. *Paperback* ne saurait en tout cas être traduit par « livre de poche », ce qui en France implique un format réduit.

RÉPARTITION DES TITRES  
ENTRE 1975 ET 1976

CATÉGORIES	1975		1976	
	Nombre	%	Nombre	%
Littérature romanesque .....	4 145	11,6	4 198	11,8
Livres d'enfants .....	2 710	7,7	2 688	7,5
Sciences politiques .....	2 935	8,3	2 629	7,4
Enseignement .....	2 788	7,9	3 135	8,8
Médecine .....	1 550	4,4	1 844	5,2
Histoire .....	1 478	4,2	1 324	3,7
Art et architecture .....	1 454	4,1	1 714	4,8
Sciences naturelles .....	1 044	3,0	1 130	3,2
Biographies .....	1 120	3,2	1 211	3,4
Religion .....	1 272	3,6	1 098	3,1
Poésie, théâtre .....	1 213	3,4	910	2,6
Sports .....	929	2,6	586	1,6
Divers .....	12 616	36,0	13 141	36,9
<b>TOTAL .....</b>	<b>35 254</b>	<b>100</b>	<b>35 608</b>	<b>100</b>

Source : *Quarterly statistical Bulletin*, mars 1981.

constituées de *hardbacks* contre 30 % pour les réimpressions. Depuis 1975, la proportion des *paperbacks* tend à augmenter dans les deux catégories mais l'augmentation est plus sensible pour les réimpressions. Ce glissement vers le *paperback*, qui traduit sans doute une baisse du niveau de vie, s'accompagne d'une évolution à l'intérieur même du marché des *paperbacks* : on assiste en effet à un tassement des ventes des *paperbacks* populaires (policiers, espionnage, romans sentimentaux) dans les points de vente non spécialisés (marchands de journaux, supermarchés...) compensé par l'augmentation des ventes de *paperbacks* de qualité, souvent plus chers : une maison comme Faber a vu sa production de *paperbacks* augmenter dans des proportions notables, au point qu'elle représente aujourd'hui 8 % de sa production totale<sup>9</sup>.

En nombre de titres, c'est bien sûr la littérature romanesque qui vient en tête, bien que ses positions, en pourcentage, s'affaiblissent régulièrement, suivie par les sciences politiques et l'économie qui progressent d'une année sur l'autre, sauf en 1976, année qui enregistre une baisse sensible, puis les livres d'enfants qui, eux, perdent du terrain (les

bibliothèques scolaires ont été affectées par de sérieuses restrictions de crédit). Cette classification est de toute évidence assez arbitraire : que recouvrent, par exemple, les divers (39,8 % du total en 1980) ?

Quand on considère uniquement les nouveautés, prédominent la littérature romanesque et les livres d'enfants, dont les taux de réimpression sont négligeables. Aucun chiffre n'est malheureusement disponible sur les tirages : un roman, dans les statistiques, peut tout aussi bien être un *hardback*, d'un auteur inconnu, et vendu à 2 000 exemplaires, qu'un *paperback* tiré à un million d'exemplaires.

Pour plus de détails, nous donnons en annexe 1 la production de livres en 1982, ventilée d'après la classification du *Bookseller*, avec le détail des réimpressions, traductions et éditions à tirage limité. Cette liste confirme le tassement sensible des livres d'enfants, non plus seulement en pourcentage mais en termes réels (– 568 titres entre 1980 et 1982). On peut remarquer incidemment la proportion infime des traductions (2,9 % du total) et le score intéressant réalisé par la poésie, qui domine aussi toutes les autres disciplines pour le nombre d'éditions à tirage limité.

En l'absence de chiffres officiels sur les tirages, seuls les chiffres d'affaires des éditeurs nous permettent d'évaluer les ventes de livres en Grande-Bretagne.

9. Pour les chiffres d'affaires *hardback*, *paperback*, voir Annexe 2.

**RES PAR CATÉGORIES  
75 ET 1980**

1977		1978		1979		1980	
Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
4 487	12,4	4 379	11,3	4 551	10,8	5 145	10,7
2 813	7,7	3 010	7,8	3 214	7,6	3 485	7,2
2 822	7,8	2 955	7,6	3 364	8,0	4 269	8,9
2 472	6,8	2 891	7,5	3 168	7,5	3 375	7,4
1 958	5,4	2 305	5,9	2 510	6,0	3 323	6,9
1 237	3,4	1 293	3,3	1 421	3,4	1 587	3,3
1 680	4,6	1 670	4,3	1 658	4,0	1 832	3,8
1 049	2,9	1 146	3,0	1 157	2,8	1 278	2,7
1 166	3,2	1 202	3,1	1 236	3,0	1 360	2,8
1 267	3,5	1 294	3,3	1 509	3,6	1 725	3,6
946	2,6	951	2,5	1 124	2,7	786	1,6
552	1,5	653	1,7	620	1,5	613	1,3
13 874	38,2	15 017	38,7	16 408	39,1	19 180	39,8
<b>36 322</b>	<b>100</b>	<b>38 766</b>	<b>100</b>	<b>41 940</b>	<b>100</b>	<b>48 158</b>	<b>100</b>

**ÉVOLUTION DES VENTES DE 1972 À 1980**  
**Ventes annuelles (en milliers de livres)**

	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Marché intérieur	136 675	145 486	176 370	220 635	251 534	284 779	330 216	387 131	431 355
Exportation	74 850	84 620	105 138	121 773	156 766	182 257	191 209	195 302	212 858
<b>TOTAL</b>	<b>211 525</b>	<b>230 106</b>	<b>281 508</b>	<b>342 408</b>	<b>408 300</b>	<b>467 036</b>	<b>521 425</b>	<b>582 433</b>	<b>644 213</b>

**Ventes annuelles (prix constants)**

	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Marché intérieur	100	102,1	105,8	104,9	103	95,9	96,6	102	97,8
Exportation	100	108,6	115,2	105,8	117,3	112	102,2	93,9	88,2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>104,4</b>	<b>109,1</b>	<b>105,2</b>	<b>108,1</b>	<b>101,6</b>	<b>98,6</b>	<b>99,1</b>	<b>94,4</b>

Source : *Quarterly statistical Bulletin*, septembre 1981.

En prix courants, les ventes ont augmenté considérablement de 1972 à 1979, mais si on tient compte de l'inflation, très forte durant ces années, elles ont en fait diminué (indice 100 en 1972, 94,4 en 1979). Sur une période plus longue, à partir d'un indice 100 en 1962, les ventes ont atteint l'indice 168 en 1977, soit une hausse de 2/3 en 15 ans, ce qui peut paraître satisfaisant, mais les chiffres cités plus haut témoignent d'un manque de stabilité du marché, et de sa stagnation sinon de son effritement à partir de 1975.

L'analyse d'un questionnaire soumis par la Commission des prix à 28 éditeurs représentant 55 % du chiffre d'affaires de la profession révèle même, de 1974 à 1977, une baisse de 4,5 % du nombre d'exemplaires vendus, cette baisse atteignant 8 % sur le seul marché intérieur<sup>10</sup>. Ces 28 éditeurs ne constituent certes pas un échantillon représentatif de l'édition britannique, mais leurs résultats viennent toutefois confirmer les chiffres déjà cités : le développement du marché du livre tient davantage à la hausse des prix qu'à l'augmentation du nombre d'exemplaires vendus.

La ventilation du chiffre d'affaires de l'édition britannique par grandes disciplines<sup>11</sup> révèle que le score le plus mauvais, entre 1972 et 1979 a été réalisé par les ventes de bibles (indice 100 en 1972, 60,4 en 1979), précédées d'ouvrages scientifiques et techniques (74,3), de livres d'enfants (79,8), de manuels d'enseignement (97,4), de la littérature romanesque, qui se maintient (100,8), les divers, sans grande signification, passant à 127,3.

En conclusion, il est incontestable que l'édition s'est développée ces vingt dernières années : en témoigne l'augmentation spectaculaire du nombre de titres publiés et des ventes qui ont sextuplé. Toutefois cette multiplication par six a été en grande partie absorbée par l'inflation très forte qu'a connue la Grande-Bretagne, surtout entre 1973 et 1980. Quant aux pourcentages de vente à l'exportation, ils sont restés relativement stables, autour de 40 %, mais le nombre d'exemplaires vendus est en baisse, bien que cette baisse soit en partie compensée par les ventes de droits. Un phénomène nouveau semble d'ailleurs se manifester à l'exportation : la Grande-Bretagne, qui exporte surtout vers les pays anglophones, où elle se heurte à la concurrence des Américains, notamment pour les manuels d'enseignement, souhaite faire porter maintenant ses efforts vers l'Europe, qu'elle considère comme un marché porteur.

10. *Book publishing, book selling and book reading* par Peter H. Mann.

11. *Quarterly statistical Bulletin*, mars 1981.

## Le marketing du livre

Les éditeurs ne restent évidemment pas inactifs devant cette situation alarmante. C'est ainsi que l'Association des éditeurs a créé en 1979 le « Book marketing Council » (BMC) chargé de promouvoir les ventes. Placé sous la responsabilité d'une équipe jeune et dynamique, le BMC, en trois années d'existence, est parvenu à jouer un rôle moteur dans la promotion du livre britannique. Son activité s'est exercée dans plusieurs directions :

— Des études de marché, comme celle sur les achats impulsifs de livres, publiée en juillet 1982.

— La publication du mensuel *Book marketing news*, qui informe les éditeurs et autres organismes commerciaux sur les actions de promotion du livre.

— Surtout une série de campagnes de promotion thématique qui ont rencontré un succès incontestable auprès des médias. Parmi ces campagnes, citons « The Best of British authors », lancée en février 1982 et destinée à attirer l'attention non seulement des lecteurs, déjà gagnés au livre, mais aussi et surtout du grand public sur l'œuvre des vingt meilleurs auteurs contemporains. Le BMC a compris que pour atteindre ce but, il devait faire participer toutes les composantes du marché du livre : éditeurs, grossistes, bibliothécaires, libraires, critiques, etc. Malgré quelques réticences de la profession, une importante campagne publicitaire, complétée par un matériel de promotion distribué au public (affiches, signets, etc.), contribua à la réussite de l'opération qui permit la vente de 250 000 exemplaires supplémentaires.

Devant ce succès, une seconde campagne fut lancée en 1983 : « Best of young British » destinée à faire connaître les vingt meilleurs jeunes auteurs. Cette campagne a obtenu un succès encore plus considérable que la première : articles dans la presse nationale, quatre pages dans le *Sunday Times*, avec une photo des heureux lauréats signée Lord Snowdon, des émissions à la radio, à la télévision, la chaîne de librairies/maisons de la presse W.H. Smith consacrant les vitrines de ses magasins les plus importants aux livres des auteurs sélectionnés, 600 000 signets et 16 000 affiches distribués. Signe du succès : le magazine londonien *Time out*<sup>12</sup> a publié un article de deux auteurs — non sélectionnés bien entendu — protestant contre le choix du jury : « Ces vingt-là sont-ils vraiment les meilleurs ? Sont-ils si bons que cela ? Y en a-t-il un seul de bon ? » et les accusant d'être de purs produits de l'*establishment* anglais (la moitié d'entre eux auraient fait leurs études à

12. *Time out*, n° 665, 11-17 mars 1983.

Oxford ou Cambridge). Pour compléter l'article, une photo présente les deux contestataires, l'un de dos, l'autre masqué, devant le symbole de la campagne, Britannia, tenant d'une main un livre, de l'autre un énorme stylo.

— Le lancement, en collaboration avec l'Association des libraires, du service « Post a book », qui veut être au livre ce qu'Interflora est aux fleurs : les clients souhaitant offrir un livre peuvent, dans les magasins offrant ce service, choisir leur titre et l'envoyer immédiatement par l'intermédiaire du libraire qui leur fournit une enveloppe spéciale pré-timbrée ; ce qui évite au client de devoir rentrer chez lui, faire le paquet, et aller à la poste, démarches nombreuses qui risquent de le décourager et de faire perdre des ventes au libraire. « Post a book » est complémentaire d'un autre service, « Book token », créé dans les années 30, qui est le chèque-livre visant à promouvoir les ventes de livres cadeaux.

— L'aide aux librairies indépendantes par des prêts à taux d'intérêts réduits.

En marge de l'action du BMC, il faudrait bien sûr citer les actions plus traditionnelles des éditeurs en direction des médias : les émissions littéraires les plus suivies sont, à la radio, « Bookshow » (deux fois par semaine) et, à la télévision, encore qu'il s'agisse d'émissions culturelles et non exclusivement littéraires, « Omnibus » (Bbc) et « South bank show » (chaîne commerciale) ; rien de comparable, en tout cas, au succès rencontré par « Apostrophe », ces émissions n'étant regardées que par une minorité cultivée. Nous ne mentionnerons que pour mémoire la presse écrite, avec le *Times literary supplement* et les chroniques littéraires des quotidiens « de qualité » (*The Times*, *The Daily telegraph*, *The Guardian*), la presse populaire qui tire, elle, à des millions d'exemplaires, ayant d'autres préoccupations...

Quant aux dépenses de publicité des éditeurs, elles ont plus que doublé, en monnaie constante, de 1975 à 1981, les plus gros budgets étant ceux des clubs (53,9 %), les éditeurs représentant 45,8 % et les libraires 0,3 %<sup>13</sup>.

## La distribution

Du côté de la distribution, toute généralisation est délicate en raison du nombre et de la dispersion des points de vente, les statistiques produites étant souvent contradictoires. L'Association des libraires compte environ 3 500 membres, dont la librairie est l'activité unique ou principale, mais la Grande-Bretagne compte 33 000 points de vente de livres,

du supermarché au marchand de confiserie en passant par le pompiste. Une analyse, très sommaire, réalisée en 1982 par Euromonitor<sup>14</sup>, donnait la répartition suivante des achats :

Librairies	: 20 %
W.H. Smith	: 18 %
Marchands de journaux	: 9 %
Clubs	: 15 %

Aucune indication n'est donnée sur les 38 % restants. Autre lacune : W.H. Smith est aussi une chaîne de marchands de journaux, ce qui recoupe les 9 % de la catégorie suivante. Un autre sondage, plus sérieux, mais malheureusement ancien (1974), donne les résultats suivants<sup>15</sup> :

W.H. Smith, Menzies, Boots	<sup>16</sup> : 34 %
Librairies	: 25 %
Marchands de journaux	: 11 %
Papetiers	: 7 %
Grands magasins	: 8 %
Clubs	: 5 %
Divers	: 8 %
Sans opinion	: 2 %

En dépit de la confusion de ces chiffres, certaines conclusions peuvent être tirées, confirmées par nos entretiens avec plusieurs professionnels et un responsable de l'Association des libraires.

## Les librairies en déclin

Les ventes en librairie seraient passées de 33 % du total des ventes en 1975 à 21 % en 1982<sup>17</sup>. Cette baisse serait due à la diminution des dépenses publiques affectant en particulier les crédits d'achat de livres des bibliothèques ainsi qu'à la baisse du pouvoir d'achat des Britanniques. D'autres raisons peuvent être invoquées, comme l'aspect peu attirant des librairies traditionnelles : peu de vitrines, sinon constituées par des piles de livres qui n'attirent pas le regard, des magasins conçus davantage comme des sanctuaires culturels que comme des entreprises commerciales. De l'aveu même de certains membres de la profession, les directeurs de librairie seraient, pour la plupart, d'aimables amateurs sans formation commerciale ; beaucoup de libraires cultivent d'ailleurs un certain snobisme élitiste, peu enclin à encourager le lecteur moyen à pénétrer dans leur établissement. En dépit des efforts de l'Association des libraires,

14. *Book marketing news*, n° 31, nov.-déc. 1982.

15. *Book publishing, book selling, and book reading*, par P.H. Mann.

16. Chaînes à succursales multiples : les deux premières vendent surtout des périodiques, Boots, des produits pharmaceutiques.

17. Chiffres cités par un représentant de l'Association des libraires.

13. *Quarterly statistical Bulletin*, novembre 1981.

qui organise de nombreux stages de formation continue, les résultats financiers<sup>18</sup> viennent confirmer la perte de vitesse de la librairie traditionnelle, dont la rentabilité est de plus en plus aléatoire :

Bénéfice net	Pourcentage de librairies
- 7,5 % du CA et plus	19
5 à 7,4 %	14,3
2,5 à 4,9 %	19,9
1 à 2,4 %	10,2
0 à 0,9 %	5,8
	<b>total partiel = 69,2</b>
Pertes	Pourcentage de librairies
0 à 0,9 %	4,7
1 à 2,4 %	5,4
2,5 à 4,9 %	7,6
5 à 7,4 %	3,8
7,5 % et plus	9,3
	<b>total partiel = 30,8</b>

Ces chiffres constituent certes des moyennes, et il est possible que les grandes librairies, mieux structurées, aient un taux de rentabilité plus élevé que les petites et moyennes librairies, mais les résultats de 1981 témoignent d'une dégradation sensible de la situation par rapport à 1980, le pourcentage des entreprises travaillant à perte passant de 24,1 à 30,8 %.

Les clubs (une trentaine) connaissent une progression constante et représentent à eux seuls 36,3 % des ventes de *hardbacks*<sup>19</sup>, les principaux étant « Heron series », « World books », « Literary guild » ; « Book of the month club », « Time life series », « Nationwide book service », « Leisure circle ».

On assiste à Londres, et sans doute aussi dans les grandes villes de province, à l'ouverture de nombreuses librairies, ce qui pourrait faire croire à une certaine prospérité de ce secteur économique. Il faut toutefois distinguer deux types d'établissements : les véritables librairies, certaines faisant partie de chaînes très dynamiques (comme « Waterstones »). Et les magasins de soldes telle la chaîne « Susan Reynolds books », qui rachètent des fins de baux et écoulent pendant quelques mois des livres retirés du marché par les éditeurs. Ces livres (*remainders*), échappant au *Net book agreement*, sont vendus avec des réductions considérables par rapport à leur prix d'origine ; les soldeurs semblent faire une certaine concurrence aux autres points de vente en raison de l'évolution même

du marché du livre : il y a quelques années, il fallait attendre au moins deux ans avant qu'un documentaire ne soit soldé (quatre ans pour les romans). Aujourd'hui, les éditeurs à court de trésorerie attendent parfois tout juste six mois pour se débarrasser de certains titres auprès des soldeurs et il n'est pas rare de trouver certains ouvrages (surtout des livres d'art) au prix imposé chez un libraire traditionnel et 60 % moins cher chez un soldeur.

### *Les autres points de vente*

Parallèlement au déclin du réseau traditionnel de librairies, on constate une présence plus marquée du livre dans les commerces non spécialisés : c'est le cas des chaînes Marks and Spencer et Sainsbury's qui ont ouvert des rayons de livres pratiques, mais surtout de chaînes de maisons de la presse comme John Menzies, firme écossaise fondée en 1833 qui possède aujourd'hui de nombreux points de vente en Angleterre aussi bien qu'en Ecosse W.H. Smith. Cette société qui détient, selon un de ses dirigeants, 15 à 20 % du marché de détail du livre en Grande-Bretagne et qui, à ce titre, mérite qu'on s'arrête sur son cas : les magasins W.H. Smith constituent en effet pour de nombreux Britanniques, surtout en province, dans les petites villes, le seul point de contact avec le livre. L'histoire de W.H. Smith remonte à 1792 avec l'ouverture d'une petite boutique de journaux à Londres, dans Little Grosvenor street, aujourd'hui disparue. Peu à peu, William Henry Smith, fils du fondateur, s'orienta vers la distribution des journaux et des magazines, qui représente encore aujourd'hui une des activités principales (sur un tirage total de 14 millions de quotidiens, W.H. Smith en distribue 5 millions). William Henry, bientôt rejoint par son fils (d'où la dénomination longtemps omniprésente de W.H. Smith & son), comprit très vite l'importance du chemin de fer et se porta acquéreur des concessions de kiosques à journaux dans la plupart des gares : en 1935, le nombre total de ces kiosques, qui vendaient aussi des livres, atteignait 1 135. Avec les années, une certaine diversification s'opéra et la société se lança dans l'imprimerie, la reliure, la papeterie et même le prêt de livres, longtemps florissant, et qui ne cessa qu'en 1961. La fermeture de nombreuses lignes de chemin de fer réduisit considérablement le nombre des kiosques de gare, aujourd'hui au nombre de 80. Quant aux magasins de ville, il en subsiste 350, répartis surtout en Angleterre et au pays de Galles (seulement 3 magasins en Ecosse, aucun en Irlande du Nord). Depuis la guerre, la stratégie du groupe a consisté à fermer les magasins les plus petits, et les moins rentables, et à ouvrir des unités plus grandes, mieux situées, offrant une gamme étendue de marchandises (confiserie, papeterie, disques...). Ces dernière-

18. The Bookseller association, Charter group : « *Economic survey 1980-1981* ». London, BA, 1982.

19. *Quarterly statistical Bulletin*, septembre 1981.

res années, les résultats financiers du groupe ont été assez décevants: le département distribution de livres perd de l'argent, la tentative d'implantation aux États-Unis a été un échec (seules seront conservées l'édition religieuse et les ventes en soldes), les magasins de bricolage (W.H. Smith do it all Ltd) connaissent un démarrage difficile. Un recentrage semble s'opérer sur les activités traditionnelles du groupe : journaux, papeterie, disques et bien sûr livres, qui représentent 25 % du chiffre d'affaires. Au cours des cinq dernières années, l'espace consacré à la vente de livres s'est accru de 32 % ; les raisons en sont bien sûr financières : grâce au *Net book agreement*, qui interdit toute remise sur le prix des livres, ceux-ci dégagent une marge financière confortable, ce qui n'est pas le cas d'autres produits non réglementés, comme les disques, où sévit une concurrence sauvage. Les livres ayant un des meilleurs rendements financiers au mètre linéaire, on ne sera pas surpris de constater la présence imposante, chez Smith comme chez la plupart des libraires, des livres de poche, qui prennent moins de place que les livres ordinaires. C'est seulement pendant les fêtes de fin d'année, où est réalisé le tiers des ventes de livres, que le rayon des beaux livres et des *hardbacks* est sensiblement étoffé.

L'effort s'est non seulement porté sur le nombre de livres, mais aussi sur leur qualité : Smith possède en effet une image assez populaire en raison tant de la sélection des titres offerts (livres pratiques, romans policiers et sentimentaux), que de leur intégration dans une vaste gamme de produits, allant du journal à l'appareil photo. Tout en souhaitant conserver cette image, conçue pour attirer un public peu familiarisé avec le livre, les responsables de la chaîne souhaitent améliorer la qualité du stock, afin d'attirer une clientèle plus cultivée, et celle du service, en acceptant les commandes, en créant des points de conseil, etc. Cette nouvelle orientation s'accompagne, surtout pour les points de vente les plus importants, d'une plus grande autonomie laissée aux gérants dans la sélection des titres.

Quant à l'avenir, les responsables de W.H. Smith l'envisagent avec un relatif optimisme : certes, le taux de développement s'est ralenti et il n'est plus question d'ouvrir de nouveaux magasins dans des villes de moins de vingt-cinq mille habitants. La concurrence s'intensifie, avec la percée de John Menzies en Angleterre. La location de vidéo-cassettes a connu un échec retentissant. Enfin, la civilisation de l'audio-visuel fait peser une grosse menace sur la littérature pour la jeunesse, l'enfant qui n'a pas de tradition de lecture étant le plus exposé à l'influence excessive de l'image. Toutefois le livre a un certain avenir, même le livre pratique qui semble pourtant le plus concurrencé par les progrès de l'informatique et de l'audio-visuel. Opinion qui semble

confirmée par les résultats financiers de W.H. Smith en 1982 : 30 millions de £ de bénéfices avant impôts en 1982 pour un chiffre d'affaires de 900 millions<sup>20</sup>, contre 21 millions en 1981...

### *Le prix du livre*

Un panorama de la distribution serait bien sûr incomplet si l'on n'évoquait pas le régime du prix du livre en Grande-Bretagne : appelé *Net book agreement*, c'est un régime de prix imposé. Si le prix recommandé est relativement fréquent dans le commerce de détail britannique, le prix imposé, par contre, ne s'applique qu'aux livres et médicaments et semble faire l'unanimité des libraires comme des éditeurs, sinon celle des consommateurs. Les principales dispositions en sont les suivantes<sup>21</sup> :

— Le livre est vendu au prix imposé sauf si le libraire l'a en stock depuis plus d'un an, qu'il l'a proposé à l'éditeur au prix réduit et que celui-ci l'a refusé.

— Un livre peut être proposé au public à un prix inférieur au prix imposé lorsqu'il est vendu d'occasion et qu'au moins six mois se sont écoulés depuis sa publication.

— Des réductions sont consenties aux bibliothèques (10 %), aux acheteurs en grande quantité et aux organismes agréés par le Conseil de l'Association des éditeurs qui détermine également les taux de réduction.

— Le NBA s'applique au Royaume-Uni et à la République d'Irlande.

Les arguments des professionnels du livre en faveur du prix imposé sont les mêmes qu'en France : il permet le maintien d'un réseau vaste et diversifié de points de vente, les livres à rotation lente sont financés par les best-sellers à rotation rapide, etc. L'absence de concurrence<sup>22</sup> n'entraîne-t-elle pas toutefois des augmentations non justifiées écono-

20. En dehors de son réseau de magasins traditionnels, W.H. Smith possède une chaîne de 13 librairies spécialisées, Bowes and Bowes, situées principalement dans des villes universitaires, et le plus important club du Royaume-Uni, à égalité avec Doubleday (Book club associates). Smith a abandonné la vente en gros aux bibliothèques, jugée insuffisamment rentable alors que, au contraire, John Menzies vient de racheter une des plus grosses sociétés spécialisées, Wolfston and Blunt.

21. Pour le texte du *Net book agreement*, voir Annexe 3.

22. D'après *The Bookseller*, le NBA n'est pas respecté par certains organismes para-publics tels le Yorkshire purchasing organisation, émanation des autorités locales du Yorkshire et autorisé à acheter directement aux éditeurs. Les libraires de la région se plaignent que le YPO accorde des réductions non autorisées aux écoles, étende ses activités en dehors du Yorkshire et envisage de fournir les bibliothèques avec une réduction de 15 %. Ils envisagent une action en justice pour concurrence déloyale.

miquement ? Il semble que non d'après le tableau ci-dessous <sup>23</sup>, montrant les pourcentages d'augmentation par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 1976 :

	1981 (1 <sup>er</sup> semestre)	Prix courants	Prix constants
Nouveautés	9,73	79	-5
Nouvelles éd.	9,44	98	+5
Moyenne générale	9,67	83	-3

En 1982, les prix ont évolué moins favorablement, à première vue <sup>24</sup> :

	1981 (2 <sup>e</sup> semestre)	1982 (1 <sup>er</sup> semestre)	1982 (2 <sup>e</sup> semestre)
Nouveautés	£ 10.38	£ 11.53	£ 11.63
Nouvelles éd.	£ 10.52	£ 10.62	£ 11.37
Moyenne	£ 10.41	£ 11.33	£ 11.57

En moyenne, l'augmentation est de 11 % par rapport à 1981, ce qui est très supérieur au taux de l'inflation. Toutefois on constate un ralentissement très net au second semestre 1982 (en moyenne, 2,1 % d'augmentation par rapport au premier semestre). Il n'en reste pas moins qu'à 11.57 £ le prix du livre peut paraître élevé. Le tableau suivant, qui donne les dépenses des ménages en livres, enregistre pourtant une augmentation en termes réels de 1975 à 1980 <sup>25</sup>.

1975	1980	Pourcentage
201	217	+8

Depuis 1969, une seule année (1973) a vu une évolution négative, les chiffres restant constants en 1975, 1976 et 1977. Il semblerait toutefois, d'après les milieux professionnels, que les Britanniques consacrent une moindre part de leur budget (0,2 %) à l'achat de livres que le reste de l'Europe.

### Les bibliothèques

Nous n'avons jusqu'à présent qu'effleuré la question des bibliothèques. Il ne saurait être question, dans le cadre d'une étude sur le marché du livre, d'établir un bilan détaillé de la situation des bibliothèques en Grande-Bretagne. Qu'il nous suffise de dire, qu'en règle générale, les bibliothèques publiques ont été beaucoup plus affectées par les restrictions que les bibliothèques universitaires, et que ces restrictions ont entraîné une baisse importante d'activités pour les librairies et fournisseurs spécialisés. Innombrables sont les bibliothèques qui doivent réduire leurs horaires d'ouverture, licencier du personnel, comprimer leur budget d'achat de livres. Même la British library doit retarder certains projets.

Il est toutefois une expérience, intimement liée au marché commercial du livre, sur laquelle nous souhaiterions nous arrêter : c'est l'installation de points de vente de livres dans les bibliothèques. Cette idée a d'abord beaucoup inquiété les libraires traditionnels, mais les passions se sont maintenant calmées : en effet, le Book order points scheme (en abrégé, BOPS) ne doit pas concurrencer les librairies existantes mais les suppléer là où elles sont absentes, en particulier dans les zones rurales ou les quartiers défavorisés des grandes villes. Les points de vente pouvaient aussi être l'occasion, en période de récession, de réaliser quelques bénéfices destinés à alimenter les crédits d'achat de livres. Cette expérience a été tentée dans le Comté du Suffolk, essentiellement rural, et fonctionne avec la participation des librairies locales, fournisseurs de la bibliothèque : tout lecteur peut, à partir de n'importe quel point de desserte du réseau, commander le livre de son choix. Le personnel de la bibliothèque envoie alors sa commande au libraire et prévient le lecteur dès l'arrivée du livre. Le client, qui peut être inscrit ou non à la bibliothèque, n'a aucun supplément à payer ; quant au libraire, il accorde une remise de 10 % à la bibliothèque. On voit donc que la bibliothèque n'est pas une librairie à part entière, mais seulement un intermédiaire (elle ne dispose d'aucun stock). Les frais de publicité et de mise sur pied du BOPS ont été pris en charge par l'Arts council, avec la participation de la National book league, le but étant de développer l'accès au livre. Quel est aujourd'hui le bilan de cette expérience ? 3 000 £ de commandes ont été passées en 1982 pour tout le Suffolk, ce qui est peu. Le service fonctionne à perte : il n'est donc pas question de bénéfices pour alimenter le crédit d'achat de livres. Enfin, la bibliothèque ne peut passer commande qu'à ses fournisseurs attitrés (ceux qui figurent sur la licence de la bibliothèque et donc autorisés à lui consentir une remise) ; or certaines annexes sont situées dans de petites villes dotées

23. *Quarterly statistical Bulletin*, septembre 1981.

24. *The Bookseller*, 5 février 1983.

25. *Quarterly statistical Bulletin*, septembre 1981.

d'une librairie qui ne fournit pas la bibliothèque, celle-ci devant alors s'adresser à une autre ville ; le but premier de l'expérience, qui est de favoriser l'accès au livre et d'aider les librairies locales, risque de produire un effet contraire, en concurrençant les petites librairies.

Tout à fait différent est le projet d'installer de véritables librairies dans les bibliothèques : s'il existe un projet d'ouverture dans le Suffolk, à Ipswich, la seule réalisation, à notre connaissance, est celle de Shoreditch, quartier défavorisé de l'Est de Londres, où n'existait pas de librairie. Entièrement indépendante de la bibliothèque qui ne fait que louer l'emplacement, cette librairie possède un stock d'une valeur de 10 000 £ et, d'après *The Bookseller*, réalise un chiffre d'affaires de ...40 £ par jour. Elle ne survit apparemment que par la fourniture de livres à la bibliothèque, ce qui, bien sûr, n'était pas le but premier de l'opération.

Le bilan de cette expérience semble donc négatif : en dehors de son aspect de promotion du livre, on peut comprendre qu'elle ait pu, *a priori*, séduire un certain nombre de bibliothécaires, soucieux d'alimenter leur budget d'achat de livres ; nombreuses sont d'ailleurs les bibliothèques qui réalisent des bénéfices substantiels grâce aux pénalités de retard, mais aussi à la vente d'ouvrages retirés du stock, de tee-shirts, de sacs en plastique, etc. Toutefois, même si l'Association des libraires est favorable à cette expérience — en période de récession, il faut aller chercher le client là où il se trouve — l'opinion de nombreux libraires est sans appel : ces librairies, ou points de vente, ne pourront jamais être rentables et ne pourront subsister que grâce à l'appui des contribuables.

## Le lecteur

Que sait-on du destinataire final de l'industrie du livre, le lecteur ? Les habitudes de lecture des Britanniques font l'objet d'études régulières de la part d'Euromonitor<sup>26</sup>. Lors du dernier sondage, 2 000 personnes de plus de seize ans ont été interrogées. 45 % d'entre elles ont déclaré qu'elles lisaient des livres ; toutefois, la fréquence de lecture est très variable<sup>27</sup> :

plusieurs fois par semaine :	34 %
une fois par semaine :	7 %
de temps en temps :	14 %
presque jamais :	12 %
jamais :	33 %

Les femmes lisent davantage que les hommes : 51 % contre 38 %. La ventilation par classes sociales montre — ce n'est pas une surprise — que les classes moyennes et supérieures lisent plus que les autres (60 % contre 40 %).

Pour ce qui est de la nature des livres lus, 2/3 des lecteurs ont déclaré lire des romans ; les deux principales catégories sont les romans sentimentaux (17 %) et les romans policiers (16 %) suivis par les romans contemporains (8 %), les biographies (8 %), les romans historiques (7 %), l'histoire (6 %) et les récits de guerre ou d'aventure (5 %). Les femmes ont plutôt tendance à lire des romans sentimentaux et historiques, les hommes préférant les policiers et les récits de guerre ou d'aventure.

Comment se procure-t-on les livres ? 1982 est la première année où l'achat est mentionné plus souvent que l'emprunt en bibliothèque, ce qui ne fait que confirmer une dégradation continue de la position des bibliothèques<sup>28</sup> :

	1975	1976	1977
Achat en magasin	26	29	31
Achat en club	5	5	7
Bibliothèque	41	37	35
Ami ou parent	15	21	19
Bibliothèque personnelle	7	4	3
Cadeau	6	4	5

1982 enregistre une augmentation des achats de livres : 35 % des personnes interrogées avaient acheté au moins un livre dans le mois précédant le sondage contre 26 % en 1981 et 27 % en 1980. Il se peut cependant que ce chiffre reflète une augmentation des achats de livres soldés ou d'occasion. Comme on peut s'y attendre, les achats de *paperbacks* sont plus fréquents que ceux de *hardbacks*, les femmes étant à peine plus nombreuses que les hommes à acheter des *paperbacks*. La littérature romanesque ne représente que la moitié des achats, les *paperbacks* occupant une position dominante dans ce secteur.

Les principales sources d'achat n'ont pratiquement pas changé depuis 1980. Les achats d'impulsion sont très fréquents, 40 % des acheteurs ayant déclaré qu'ils achetaient leurs livres parce qu'ils *avaient l'air intéressants*.

L'impression générale qu'on retire de cette étude est que si le Britannique moyen lit beaucoup, ses lectures sont d'un niveau plus bas : on peut le constater d'après les titres offerts en librairie ou bibliothèque. Le

26. « The Euromonitor book report : 1982 ». Cité dans *Book marketing news*, n° 31, nov.-déc. 1982.

27. Chiffres de 1978.

28. *Book publishing, book selling and book reading*, par Peter H. Mann.

contraste avec la France est à ce point de vue frappant, en librairie sans doute, mais surtout en bibliothèque : les bibliothécaires français seraient-ils élitistes, ou leurs collègues anglais viseraient-ils trop bas ? Mais ne sommes-nous pas en train d'inverser les données du problème ? Que souhaite le public ? Les chiffres de prêt, en Grande-Bretagne, ne permettent pas d'hésiter !

### *Le livre français en Grande-Bretagne*

Nous terminerons en évoquant brièvement la présence du livre français en Grande-Bretagne. Les conditions sont *a priori* assez favorables à une forte implantation du livre français : le français reste en effet la première langue vivante enseignée dans les écoles (bien qu'il ne soit choisi que par une minorité d'élèves, en fin de cycle secondaire, lors de l'orientation) ; de même, les départements de français des universités sont fort nombreux et souvent très actifs. Il faudrait aussi mentionner les échanges — commerciaux et touristiques — croissants entre la Grande-Bretagne et le continent, la France occupant une place de choix. Enfin, dernier élément notable, l'importance de la colonie française, (60 000 ressortissants), regroupée en majorité à Londres, avec un fort contingent en Écosse, pour les besoins de l'exploitation du pétrole de la mer du Nord. Cette présence s'accompagne d'un certain nombre de structures, en particulier scolaires : le lycée français de Londres compte 2 500 élèves et il existe en outre plusieurs écoles primaires françaises à Londres comme en province, ces établissements constituant à eux seuls un débouché important pour le livre français.

Les bibliothèques universitaires et les établissements scolaires commandent plutôt leurs livres en France, auprès de libraires spécialisés dans l'exportation : Bazin à Dijon ou Touzot Halbert. Le livre français reste toutefois bien représenté sur place en librairie, tout au moins dans les très grandes villes et les villes universitaires : il peut s'agir de librairies exclusivement françaises (cas le moins fréquent) comme Hachette à Londres qui occupa longtemps un site privilégié dans Regent street mais qui, à la suite de graves difficultés financières, dut restreindre ses activités et possède maintenant des locaux assez mal situés. Beaucoup plus nombreuses sont les librairies britanniques traditionnelles possédant un rayon de livres français. A Londres, nous ne citerons que pour mémoire Foyles, librairie la plus connue des étrangers en raison sans doute de son emplacement (Charing cross road) mais dont le rayon français est affligeant. Des maisons comme Dilsons ou Paperbooks sont plus sérieuses, mais

le modèle du genre reste Grant and Cutler qui réalise d'excellentes bibliographies envoyées systématiquement à toutes les personnes ou institutions œuvrant à la diffusion du français (professeurs d'université, bibliothèques...). Certains obstacles s'opposent malheureusement à une meilleure diffusion du livre français : c'est d'abord l'absence ou l'insuffisance de stock de fonds, ce qui oblige le libraire à commander le livre en France ; et souvent les délais de livraison sont beaucoup trop longs : trois semaines pour obtenir un prix Goncourt, par exemple, ce qui ne constitue pas un cas isolé. Troisième obstacle : le prix des livres que beaucoup d'acheteurs estiment trop élevé par rapport à la France : certes les frais de port sont élevés et les fluctuations très fortes des monnaies rendent les importateurs prudents (la livre sterling ne fait pas partie du système monétaire européen), mais ceux-ci se basent, pour établir leurs prix, sur des taux de convertibilité très généreux.

Le circuit non commercial de diffusion assure une meilleure présence du livre français ; non seulement dans les grandes villes, mais aussi dans les campagnes les plus isolées : toute bibliothèque de quelque importance possède un rayon de livres français et, grâce à l'organisation en réseau, permet d'en faire bénéficier les lecteurs de tout point de desserte. Le choix est souvent restreint et limité à de la littérature romanesque, mais cet effort d'ouverture mérite d'être noté.

Il convient encore de mentionner les quatre bibliothèques françaises de Grande-Bretagne : celles de l'Institut français du Royaume-Uni, à Londres, de la Maison française d'Oxford, et de l'Institut français d'Écosse à Glasgow et à Edimbourg. D'importance variable (les plus riches étant celles de Londres, avec 70 000 volumes, et d'Oxford), elles sont à la fois des bibliothèques de lecture publique, surtout pour la colonie française, et d'étude, pour un public en majorité britannique. Ces quatre établissements dépendent du Service culturel de l'Ambassade de France où est menée, depuis maintenant deux ans, une expérience intéressante<sup>29</sup> : une attachée du livre a en effet été nommée, chargée de promouvoir le livre français en Grande-Bretagne et de faciliter les contacts entre éditeurs anglais et français. Un effort particulier est envisagé dans le domaine de la traduction, trop peu de livres d'origine française étant encore publiés en Angleterre. Un projet d'envergure est l'ouverture, à Londres, d'un « Book centre », librairie française avec galerie d'exposition et centre d'information sur l'édition française. Ce projet se

29. Des attachés du livre ont été nommés dans d'autres pays, comme l'Inde, où vient de s'ouvrir une librairie française financée en partie par les services officiels français.

heurte bien sûr à un problème de financement, un bail dans le centre de Londres coûtant 250 000 £. On se heurte aussi à des questions de double emploi : d'une part, les librairies déjà existantes appréhendent la création d'une librairie financée par des fonds publics, d'autre part, les établissements culturels français de Londres qui remplissent déjà certains des rôles envisagés pour le « Book centre » sont perplexes sur les orientations à suivre : une préoccupation qui vient s'ajouter à la grave crise de structure qui remet actuellement en question la mission de l'Institut français de Londres.

Malgré des pesanteurs incontestables, les professionnels britanniques du livre font preuve d'un dynamisme réel : certes la loi sur

le prix imposé constitue un avantage indéniable ; toutefois, dans un pays où les lois du marché l'emportent sur les arguments strictement culturels — qui dissimulent trop souvent des comportements sclérosés — il s'agit-là d'une question de survie. La motivation première des éditeurs et de la plupart des libraires est de réaliser des bénéfices. Dans ce combat de tous les jours, les professionnels savent ne devoir compter que sur eux seuls, l'intervention de l'État étant quasiment inexistante et *a priori* suspecte. Un facteur important de dynamisme résulte aussi dans le nombre restreint d'associations professionnelles : leur cohésion leur permet de se poser en véritables groupes de pression strictement occupés à défendre les intérêts de leurs adhérents plutôt qu'à guerroyer entre elles.

## ANNEXE N° 1

## Production de livres (en titres) janvier à décembre 1982

Rubriques	Total	dont		
		<i>Réim- pressions et nouv. éd.</i>	<i>Traduc- tions</i>	<i>Éditions à tirage limité</i>
Aéronautique.....	238	39	—	—
Agriculture.....	512	90	7	1
Architecture.....	384	74	6	3
Art.....	1 279	176	36	10
Astronomie.....	155	39	3	—
Bibliographie.....	776	151	2	—
Biographie.....	1 491	314	67	2
Physique-chimie.....	754	121	26	—
Livres d'enfants.....	2 917	535	100	7
Commerce.....	1 493	384	3	1
Folklore.....	172	30	8	—
Économie domestique.....	776	190	8	—
Enseignement.....	1 175	181	5	—
Technique.....	1 662	382	27	—
Loisirs.....	717	102	29	—
Littérature romanesque.....	4 879	2 033	178	3
Divers.....	777	104	7	1
Géographie.....	683	109	9	3
Géologie.....	418	65	7	—
Histoire.....	1 503	310	70	4
Humour.....	215	29	2	—
Industrie.....	569	113	4	—
Linguistique.....	664	138	10	1
Droit.....	1 464	387	17	—
Littérature.....	1 612	217	79	6
Mathématiques.....	924	180	21	—
Médecine.....	3 274	583	17	2
Science militaire.....	143	21	4	—
Musique.....	498	95	29	1
Sciences naturelles.....	1 507	178	18	1
Parapsychologie.....	193	41	5	—
Philosophie.....	521	104	50	—
Photographie.....	268	44	5	—
Jeux.....	253	77	24	—
Poésie.....	794	87	90	49
Sciences politiques et économie.....	4 263	849	146	—
Psychologie.....	834	161	20	—
Religion.....	1 856	452	157	7
Manuels scolaires.....	1 807	312	12	—
Sciences.....	58	14	8	—
Sociologie.....	1 174	137	34	—
Sport.....	541	120	6	1
Élevage.....	297	53	2	1
Affaires.....	606	125	2	—
Voyages.....	869	348	28	1
Radio et télévision.....	342	66	3	—
<b>TOTAL.....</b>	<b>48 307</b>	<b>10 360</b>	<b>1 391</b>	<b>105</b>

Source : *The Bookseller*, 1-8 janvier 1983.

## ANNEXE N° 2

Chiffre d'affaires de l'édition britannique  
Répartition hardbacks/paperbacks

## 1. HARDBACKS

Année	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Prix courants (en milliers de livres)	141 793	152 818	186 176	221 732	254 560	287 206	326 007	362 248
Prix constants	100	105,3	104	94,3	93,3	89,5	91,2	91,3

## 2. PAPERBACKS

Année	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Prix courants (en milliers de livres)	63 473	68 742	85 676	110 443	138 636	164 984	179 088	199 244
Prix constants	100	105,8	106,9	104,8	113,6	114,7	111,9	112,1

Source : *Quarterly statistical Bulletin*, mars 1981.

## ANNEXE N° 3

ACCORD SUR LE PRIX IMPOSÉ DU LIVRE (1957) :  
CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE DES LIVRES AU PRIX IMPOSÉ

1° Sauf cas prévu par les clauses (2) à (4) du présent texte, et sauf en cas d'ordre contraire de notre part, les ouvrages à prix imposé ne devront ni ne pourront être vendus ou offerts en vente à un prix inférieur à celui imposé.

2° Un ouvrage peut être vendu ou proposé en vente au public à un prix inférieur au prix imposé si :

a) cet ouvrage a été gardé en stock par le vendeur pendant plus de douze mois à compter de la date de son dernier réapprovisionnement de l'ouvrage

et

b) s'il a été offert à l'éditeur au prix coûtant ou au prix réduit, quel que soit le taux de réduction, et que cette offre a été refusée par l'éditeur.

3° Un ouvrage d'occasion peut être vendu ou offert en vente au public à un prix inférieur au prix imposé si six mois se sont écoulés depuis la date de sa publication.

4° Un ouvrage à prix imposé peut être vendu au rabais à des bibliothèques, des distributeurs, des acheteurs en gros et des institutions auxquels est conféré de temps à autre, par le Conseil de l'association des éditeurs, le droit à tel taux de réduction, et aux conditions énoncées dans l'acte d'habilitation. Prix et conditions ne devront pas, au début, être inférieurs ou moins avantageux que ceux en vigueur à la date du présent accord.

5° En application de la clause n° 1, un ouvrage sera considéré comme vendu moins cher que le prix imposé si le vendeur :

a) offre ou donne toute compensation en espèces à n'importe quel acheteur à l'exception de ceux autorisés par le Conseil de l'association des éditeurs,

ou

b) offre ou donne toute compensation en nature (par exemple sous forme de rédaction de fiches, d'estampillage, de consolidation des reliures, etc.), à un prix inférieur au prix de revient actuel pour le vendeur.

6° Pour l'application du présent accord et de ces conditions générales :

*Ouvrage à prix imposé* signifie un livre, une brochure, une carte ou tout autre composition imprimée de même nature publiée à un prix imposé.

*Prix éditeur imposé* signifie le prix fixé périodiquement par l'éditeur et en dessous duquel un ouvrage ne peut être vendu au public.

*Le public* doit comprendre écoles, bibliothèques, établissements et autres organismes à but non lucratif.

*La personne* doit comprendre toute compagnie, firme, corporation, club, institution, organisation ou autre.

7° Les conditions ci-dessus s'appliquent à toutes les ventes réalisées dans le Royaume-Uni et en République d'Irlande, qu'elles soient accomplies par un grossiste ou un détaillant, lorsque le client direct de l'éditeur, grossiste ou détaillant, ou le client direct du grossiste, réside dans le Royaume-Uni ou en République d'Irlande.