

MECANISMES DE LA COMMERCIALISATION DU LIVRE EN FRANCE ET AU JAPON

Jean Bazantay

レジュメ

今日の大量生産・消費社会においては、あらゆる商品にとって流過程の効率こそが最も重要である。書籍についても例外ではない。一冊の本がどんなに優れていようと、読者の目に触れるチャンスがなければ売れるはずがない。経常利益の低い条件の下で鎊を削る書店は、限られた売り場面積で総出版物の内のわずかな比率しか取り扱えない。従って、出版社の販売政策が一冊の本の運命を決めると言っても過言ではない。

現在の日本の流通制度は非常に複雑である。それは昔のしきたりや日本の伝統的なつき合い方の一部分を受け継いでいるからだと言われている。出版業は古い業界だけになおさらだが、同時に、総売り上げから見ると、それなりの効率を認めざるを得ない。例えばフランスでは一万部でベストセラーになるのに対し、日本では一桁多い。人口の差を別にするると、それは読書に対する習慣の違いを反映しているのかもしれないが、読書離れは両国の共通のなやみであり、日本における高い数字はまず日本の流通制度の実績なのではないだろうか。以下では両国の制度とそれを支配するルールに焦点を合わせ考察する。

1/流通の構造

両国ともに出版物の流通は取り次ぎ業者に任せられる。

フランスではディフューザー、つまり出版物の営業活動を担当する会社と、ディストリビューター、梱包、請求などのロジスティックスの作業を担当する会社の二重制度となっている。これに対し日本では取り次ぎ会社がこの二つの機能をそなえている。

しかし、それ以上に注目すべき相違点がある。それは出版社・取次会社・書店の契約関係である。フランスでは出版社と取次業者の間に専属契約が結ばれるのが通常である。つまり、出版社は一家以上のディフューザーと一家以上のディストリビューターとは契約を結ぶことができない。そのために書店側では特定の本の仕入れにあたって特定の取り次ぎ会社をとす他はない。従って書店は無数の相手と取引をせねばならない局面に悩まされる。

ところが、日本の出版社は複数の取り次ぎ会社と契約を結ぶことができる。一冊の本を手に入れるのにいくつかのルートが可能になるので、取り次ぎ会社は原則的に競争しあう状況に置かれる。ただ主要取り次ぎ会社がそれぞれ縄張りをもっているため、その競争は建前上のことにすぎない。それに反して、書店は少数の取り次ぎ会社と取引をすればいい。

2/流通の仕組み

異なった状況と歴史を持つ両国で似たルールが誕生した。

第一、書店に並ぶ書籍の大多数に委託制度が適用される。つまり、書店は一定の期間内（委託期間）、売れ残りの品を返品する権利を持っている。その際、返品した分は払い戻してもらえる。それまでは書店に出版物の所有権があるという点は常備寄託制度と異なるところである。そのほかに、主として追加注文に適用される返品不可能、買い切りという販売方法もある。日本の書店では新刊の入荷は日常的に行われるが、フランスではオフィスと呼ばれる制度がそれを管理する。契約を結ぶ際には書店はジャンル別に一律に入荷数を決め、それに従い、月に一回取り次ぎ業者からはまとめて新刊が送られる。

この委託制度にはメリットとデメリットがある。確かに書店のレベルでは販売のリスクを小さくしたことによって販売が促進された。一冊でも多くの本を棚に並べることで客の選択も増えるし、最終的にその分売り上げアップにつながる可能性も高い。この意味で委託制度は出版業界の成長を支えた制度だと言えるだろう。

デメリットは二つ挙げられる。一つには、多くの場合、一冊の本の寿命がこの委託期間に限定されるくらいがある。というのは書店は返品切れ品（返品期限が切れて、売れ残った本）を防ぐために、委託期間外に本を置かなくなった。さらに、最近の出版量の著しい増加はこの現象を加速させた。限られたスペースで以前より多くの本を紹介するためには回転を早める以外の策はないのである。第二のデメリットは本質的な問題ではなく、むしろこの制度の悪用から生じた問題である。資金繰りが苦しく、一時的な入金を目当てにする取り次ぎ業者は送品量を勝手に増やすということなのである。

委託制度の他に出版物の流通の秩序を決めるのは再販売価格制度である。ここでも両国には似た制度がある。

日本では1953年に改正された独占禁止法の特別項目によって著作物の価格が定められた。本及び出版業界の特質を考慮して、定価店頭価格制度を導入し、価格の決定権を出版側に与えた。フランスでは定価価格の実施条件を統制する法律が1981年に可決された。いわゆるラング法である。それまでに本の価格はたびたび議論され、業界は自由価格、希望価格、正味価格の三体制を経験した。この章では定価価格にいたるまでの歴史のないききつを簡単にまとめた。

3/原価と流通マージン

ここで一冊当たりの著作者、製造、販売、取り次ぎ、書店の配当率を比較することにする。この点については両国間に想像以上の違いがあることに驚かされる。日本の書店の平均マージンが20-22%なのに対し、フランスでは35-40%まで上る。一方、取り次ぎ業者の収益は日本で8%を占め、フランスではディフューザーとディストリビューターを併せて20%近くまで吸収する。その結果出版社の取り分が日本では70-72%なのに対し、フランスでは45%-50%でしかない。

昔の版元は両国ともに編集作業とあわせて販売活動も行ってた。以前から緊密な関係にあったこの二つの機能は流通の中の書店の特質を示していたといえよう。書籍の販売による利潤の獲得にとどまらず、出版社や著者に代わって、読者への案内などをつうじて一種の文化的な役割も果たしてきた。ところが、今や書籍の流通は、一つの分岐点にあるといえる。最近、台頭著しい郊外型書店は今までの書店と全く異なったコンセプトに基づいた店である。読書案内などできないばかりか、出版社から遊離したその店は完全にマーケティングの産物であり、書籍の販売を日用品と変わらずに考えている。そのため文学をはじめ、売れ行きの少ないジャンルはほとんど無視され、雑誌、漫画、文庫本が棚の大部分を占めている。しかし、これからもこういった書店のシェアがさらに増え続けるとすれば、それは両国の文化の普及にも悪影響を与える危険があるのではなからうか。

Sommaire

Introduction

1/ ORGANISATION GENERALE

1-1 La commercialisation du livre en France

1-2 La commercialisation du livre au Japon

2/ US ET COUTUMES

2-1 la vente avec faculté de retour

a/ l'office

b/ les retours

c/ les autres types de transaction

2-2 Le système de la revente à prix fixe

a/ la politique du prix au Japon

b/ la loi Lang en France

3/ REMUNERATIONS

3-1 La rémunération de la fonction éditoriale

3-2 La rémunération de la distribution

3-3 La rémunération du commerce de détail

Conclusion

Introduction

Avant qu'un livre ne sorte de l'imprimerie fraîchement broché et encore tout brillant du pelliculage qui vient d'être apposé sur sa couverture, que de travail a-t-il demandé et que d'espoirs suscite-t-il ! Difficile travail de l'auteur pour qui c'est la concrétisation d'un labeur de plusieurs années, plusieurs dizaines d'années ou même parfois toute une vie. Travail de l'éditeur également, à la fois d'un point de vue éditorial (préparation du manuscrit, conception de la maquette, etc.) mais aussi commercial. Travail de l'imprimeur enfin où le clavier informatique a désormais jeté au rebut les caractères de plomb d'autrefois. En terme de temps, depuis la remise du manuscrit à l'éditeur jusqu'à la sortie du livre, ce sont environ 6 mois de travail qui auront été nécessaires. Une fois l'ouvrage imprimé, on pourrait croire les choses terminées. Et pourtant, c'est là que tout commence...Ce travail aval de distribution qui assure le lien entre auteur et lecteur, c'est de lui que tout dépend.

Il faudra convaincre distributeur puis libraire que ce livre est différent des dizaines de milliers d'autres qui sortiront la même année faute de quoi les libraires en retourneront les cartons après les avoir tout juste ouverts (dans le meilleur des cas). Cet objet de tant d'efforts n'aura alors aucune chance de rencontrer de lecteurs. Il est en quelque sorte "mort né". Cependant, il ne suffit pas non plus qu'un livre soit présent en librairie pour qu'il soit un succès. Il y a toujours cette part d'irrationnel, de "magique" qui fait de tel ouvrage un best-seller et de tel autre, pourtant promis à un beau succès, un échec retentissant.

Mais la distribution, maillon absolument essentiel d'un point de vue économique, les éditeurs ne semblent s'en préoccuper que lorsqu'ils connaissent des difficultés financières, c'est à dire beaucoup trop tard. Oublieraient-ils qu'avant d'être éditeurs, ils sont d'abord chefs d'entreprises? Tout juste connaissent-ils ses règles particulières (office, droit de retour..), savent-ils qu'elle absorbe plus de la moitié du prix d'un ouvrage et surtout se plaignent-ils de ses résultats médiocres alors qu'ils en partagent la responsabilité. C'est comme cela au Japon, en France et sans doute partout dans le monde.

Dans nos économies contemporaines dominées par la consommation de masse, tout ce qui se passe en aval de la production est ainsi devenu déterminant. Aussi, c'est délibérément que nous nous intéresserons ici au livre au travers de cette phase finale

exclusivement. Nous essaierons d'en comprendre les mécanismes, de mettre en relief les différences entre les situations française et japonaise et aussi d'analyser les évolutions tout à fait spectaculaires de ce secteur en pleine mutation.

1/ ORGANISATION GENERALE

Quel que soit le pays, la commercialisation d'un livre comprend 4 opérations¹ :

1/ **La promotion** (publicité auprès des lecteurs, service de presse, etc.). Les dépenses occasionnées par cette activité sont toujours assumées par l'éditeur et font partie des frais variables.

2/ **La diffusion**. C'est l'activité commerciale auprès des libraires. Elle consiste en un travail d'information et de recueil des commandes grâce à un réseau de représentants.

3/ **La distribution**. Cette phase peut-être considérée comme la logistique de la précédente. Elle recouvre les fonctions de stockage, d'emballage, de facturation, de recouvrement des factures et de traitement des retours.

4/ **Le transport**, c'est à dire l'acheminement matériel des livres vers les points de vente.

Suivant les cas, ces activités pourront être confiées à des partenaires distincts ou être plus ou moins intégrées au sein de la maison d'édition comme aux Etats-Unis où il n'y a pratiquement aucun intermédiaire entre éditeur et libraire.

1-1 La commercialisation du livre en France

Une des particularités de la distribution du livre en France est la dissociation des deux activités de distribution et de diffusion confiées à des sociétés de services² (appelées respectivement distributeur et diffuseur) rémunérées sur des bases proportionnelles au volume traité. Si, chez les grands éditeurs, ces deux activités sont souvent prises en charge par une même structure, il s'agit en fait d'un regroupement de deux activités qui, à l'origine, étaient confiées à des sociétés distinctes. Ainsi, pour

1 Nous ne traitons ici que du circuit traditionnel de la vente en librairie.

2 Seules les PUF font exception en assurant elles-mêmes diffusion et distribution de toute leur production.

assurer la distribution de leur production, la plupart des éditeurs sont confrontés à la nécessité de trouver deux partenaires. Ceci est d'autant plus problématique que, lorsqu'ils sont de petite taille, les structures performantes susceptibles de les accueillir sont en nombre limité³. Signalons également que ces deux activités n'impliquent pas de transfert de propriété et que l'éditeur reste propriétaire des livres à tous les stades de la distribution. Nettement différenciées, les deux activités n'en sont pas moins étroitement liées et diffuseur et distributeur doivent travailler de concert sous les directives du service commercial de l'éditeur.

Une enquête effectuée par le magazine Livre Hebdo⁴ dénombrait en 1987 environ 150 diffuseurs ou distributeurs de toutes tailles. Certains, microscopiques, ne dépassent pas la taille d'un grossiste de province alimentant des librairies régionales; d'autres, de taille moyenne, sont les partenaires privilégiés des petits et moyens éditeurs "recalés" chez les gros! Mais le marché est à plus de 95% contrôlé par à peine une dizaine de compagnies créées par les éditeurs eux-mêmes. Aujourd'hui, ces grandes compagnies ne distribuent plus uniquement leur production mais également celle d'autres éditeurs de taille importante.

Tableau 1 : **Part de marché des principaux distributeurs français (1991)**

	part de marché
CDL (Hachette)	28%
Messageries du livre (Presses de la Cité)	22%
SODIS (Gallimard)	13%
Larousse ⁵	11%
Interforum-Laffont	8%
Flammarion	6%
Nathan	6%

L'inconvénient principal de ce système à deux niveaux est une certaine lourdeur dans la communication pourtant si importante pour bien satisfaire les libraires. Un avantage cependant pour l'éditeur: s'il est mécontent de son diffuseur ou si celui-ci fait

3 Pour des raisons de rentabilité, peu de diffuseurs acceptent de travailler pour des éditeurs ayant un catalogue réduit.

4 Juin 1987

5 En 1993, Larousse et Nathan se sont associés pour former Livredis.

faillite, il pourra facilement en changer sans que toute sa logistique en soit bouleversée. Changer de distributeur, par contre, est une des pires choses qui puisse arriver à un éditeur. Le distributeur possède en effet tous les comptes libraires que les différents systèmes (office, vente ferme, retour..) ont rendu extrêmement complexes. Ainsi, un libraire n'acceptera de travailler avec un autre distributeur que si son compte est totalement soldé avec le précédent, situation qui, compte tenu des retours et de leurs paiements réclame souvent plus d'un an.

Comme nous venons de l'évoquer, la seconde particularité de la distribution du livre en France est la régle d'exclusivité. Chaque éditeur signe en effet un contrat d'exclusivité avec un diffuseur et un distributeur. En conséquence, chaque diffuseur représente donc "ses" éditeurs et, pour se procurer tel ou tel livre, chaque client doit impérativement passer par lui, au grand dam des libraires qui sont ainsi contraints d'avoir une multitude de comptes fournisseurs. Pour les petits éditeurs souvent associés à de petits partenaires fragiles, ce système a également un inconvénient majeur: en cas de dépôt de bilan du distributeur, l'éditeur n'a plus aucune rentrée d'argent et se trouve littéralement asphyxié.

1-2 La commercialisation du livre au Japon

Contrairement à la France, au Japon, il n'y a pas de distinction nette entre diffusion et distribution. Ces deux opérations sont prises en charge par un même intermédiaire que nous appellerons ici distributeur. Il y en aurait aujourd'hui 44 en activité sur le territoire japonais⁶. Ce nombre relativement faible, surtout en comparaison de la multitude d'éditeurs et de libraires, fait de la distribution un véritable goulot d'étranglement et donne ainsi une structure particulière au marché du livre japonais. Mais, cette situation n'est pas un hasard, elle a une explication historique.

Né vers la fin du XIX^{ème} siècle autour des agences régionales de distribution des quotidiens (nationaux et régionaux), le réseau de distribution comptait environ 400 sociétés au début des années 40. Cependant, en 1941, dans le cadre de la mainmise de l'Etat sur tous les rouages de l'économie⁷, ces entreprises furent regroupées au sein de

6 shuppan ryūtsū no kiso chishiki, Tōhan, 1989

7 Le motif officiellement invoqué était "d'obtenir une distribution harmonieuse et équitable du livre pour remplir les missions d'Etat de construction de la culture du nouveau Japon et d'établissement d'une société protectrice". voir Kobayashi kazuhirō, Shoten, Kyōiku shinsho, 1988.

la Nippon shuppan haikyū kabushiki gaisha (NIPPAN) étroitement contrôlée par le pouvoir. Cette situation monopolistique se poursuit jusqu'en mars 1949, date à laquelle elle tombe sous le coup de la loi de démantèlement des concentrations financières excessives. Il fallut alors reconstruire à la hâte les circuits de distribution et de nombreuses entreprises virent le jour. Après quelques années durant lesquelles sévit une âpre concurrence, les entreprises actuelles s'imposèrent finalement.

Au niveau géographique, la concentration des distributeurs dans la capitale ne le cède en rien à celle des maisons d'éditions puisqu'elle atteint presque 80%. Vient ensuite le Kansai avec 16% et seulement trois sociétés sont installées en dehors de ces deux zones (Nagoya, Fukuoka, Takamatsu). Cette situation s'explique par le fait que ces sociétés soient nées de regroupements de capitaux de plusieurs éditeurs.

La plupart de ces 44 sociétés sont des petites ou moyennes entreprises. Toutefois, deux géants dominent le marché :

- Tōkyō Shuppan Hanbai Kabushiki-gaisha (TOHAN) ;
- Nihon Shuppan Hanbai Kabushiki-gaisha (NIPPAN).

A elles deux, grâce à un réseau de 150 succursales, ces compagnies contrôlent 75% de la distribution du livre (circuit librairie).

La seconde différence avec l'organisation française tient à l'absence de contrat d'exclusivité. Chaque éditeur signe en effet des contrats de distribution avec plusieurs distributeurs (3, 4, 5 ou même plus). Parmi ceux-ci, pour un éditeur de taille moyenne, figure impérativement un des deux grands (Nippan et/ou Tōhan) plus quelques uns de taille plus modeste.

On pourra s'étonner d'une telle organisation : A quoi bon plusieurs distributeurs lorsqu'un seul pourrait très bien faire l'affaire? De plus, sur un même produit, ceux-ci ne risquent-ils pas de se livrer une concurrence farouche dont la première victime pourrait bien être l'éditeur lui-même? C'est en tous cas, les problèmes qu'une telle organisation ne manquerait pas de générer en France.

Cependant, dans la pratique, ce problème ne se pose pas puisque, à la différence de la France, un libraire japonais ne traite qu'avec un nombre limité de distributeurs (deux ou trois en général : un principal plus un ou deux secondaires). Cette organisation est rendue possible du fait de la non exclusivité qui permet à chaque gros distributeur de représenter la quasi totalité de la production éditoriale. Le distributeur principal assure, en règle générale, les offices, les réassorts ainsi que les transactions avec les gros éditeurs; le distributeur secondaire se chargeant, lui, des commandes des clients

ou de la distribution des éditeurs qui n'est pas assurée par le précédent. Pour les libraires, un tel système présente d'énormes avantages. Celui de la simplicité tout d'abord: contrairement à leurs homologues français qui reçoivent quotidiennement la visite de nombreux représentants, les libraires japonais n'ont souvent qu'un nombre réduit d'interlocuteurs.

Dans ces conditions, on peut imaginer que la compétition entre distributeurs est acharnée pour conquérir le marché de telle ou telle librairie. Cependant, dans les faits, celle-ci est évitée du fait de l'instauration de véritables "chasses gardées": telle ou telle région ou encore telle ou telle chaîne de librairies travaillant traditionnellement avec un distributeur donné. Pour les nouvelles librairies, souvent les choses sont déjà décidées lors de la conception même du projet : les distributeurs étant parties prenantes de la création (conseil, études de marché, financement, etc.).

Assurant le lien entre éditeurs et libraires, les distributeurs japonais jouent donc un rôle de premier plan dans le monde de l'édition dépassant largement le cadre de leur simple mission commerciale.

2/ US ET COUTUMES

Offrant une multitude de produits pour des ventes unitaires parfois dérisoires, le livre est un secteur atypique qui, pour son essor, a dû mettre en place des règles spécifiques. Hasard ou nécessité, au Japon comme en France, la distribution du livre est régie par deux grands principes similaires:

- 1/ Le principe de la vente avec faculté de retour (*itaku seido*);
- 2/ Le principe de la revente à prix fixe (*sai-hanbai kakaku seido*).

Dans ce chapitre, nous nous proposons de les expliciter en précisant, le cas échéant, les particularités respectives.

2-1 La vente avec faculté de retour

a/ L'office

La justification de ces fameux retours⁸ est le système de l'office. Il consiste en "l'envoi automatique et régulier de nouveautés⁹ de la part des éditeurs aux libraires. Ces nouveautés ou ouvrages assimilables sont adressés sans avoir fait l'objet d'aucune

8 retours "d'office" pour être précis.

9 réimpressions y comprises (à ne pas confondre avec les retirages).

commande aux points de vente qui ont conclu un accord avec l'éditeur ou le diffuseur qui le représente."¹⁰

L'office connaît plusieurs formes dont la principale est l'office automatique ou "à quantité fixe" régi par une "grille d'office" ventilant la production en catégories ou collections, à charge au libraire de fixer le nombre d'exemplaires souhaités pour les nouveautés de chaque catégorie. Les autres formes d'office peuvent être considérées comme des assouplissements de l'office automatique. C'est le cas de l'office personnalisé qui permet de définir les quantités au cas par cas, de l'office exceptionnel ou encore du complément d'office.

F. Rouet souligne la contradiction inhérente à l'office¹¹: il doit fonctionner à l'automatisme pour être d'une quelconque efficacité commerciale, mais simultanément s'adapter à la spécificité du rapport éditeur-libraire, c'est à dire à la particularité de l'insertion de la production de l'éditeur dans l'assortiment du libraire pour accroître sa pertinence.

Pour la promotion des nouveautés auquel ce système est donc dédié, il permet au libraire d'avoir d'un seul coup un nombre important d'exemplaires qu'il pourra mettre "en pile" (méthode de vente de loin la plus efficace). En effet, en dehors de ses qualités intrinsèques, plus un ouvrage est "présent" en librairie, plus il a, évidemment, de chances de se vendre, surtout si sa sortie est relayée par une bonne campagne publicitaire. C'est le phénomène de l'achat d'impulsion. Inversement, dès qu'un livre quitte les tables de présentation pour les étagères, on peut considérer qu'il est en fin de vie (exception faite des livres au format de poche). Le problème actuel étant qu'avec le nombre croissant de nouveautés, la durée pendant laquelle les livres sont exposés diminue considérablement.

La différence fondamentale avec le système du dépôt-vente existant dans d'autres secteurs de la distribution est le transfert légal de propriété de la marchandise. Il s'agit d'un achat (entériné par l'édition d'une facture) dont la contrepartie est la faculté de retour (contre remboursement) des invendus. Le risque commercial est donc nul pour les libraires. Pourtant ce système de l'office est l'objet de nombreuses doléances de leur part: Ils se plaignent de recevoir des ouvrages non commandés ou, plus subtile-

10 Définition du protocole d'accord sur la mise en vente des nouveautés, signé en 1980 entre la FFSL et le SNE in François Rouet, Le Livre: Mutations d'une industrie culturelle (La Documentation française), 1992.

11 Ibid. p.176.

ment, les distributeurs “joueraient” sur les catégories et enverraient ainsi en grand nombre des ouvrages difficiles à écouler; l’objectif étant, bien entendu, de se “faire de la trésorerie” à bon compte. Dans ce cas, la seule parade consiste à retourner les livres sans même les avoir déballés.

Les libraires japonais reçoivent d’ordinaire deux fois par jour les colis de leurs distributeurs. En règle générale, ceux du matin sont plus abondants car ils incluent ces nouveautés expédiées par paquets de 20, 50 ou même 100 exemplaires pour un titre.

En France, le terme d’office ne désigne pas uniquement ces quantités envoyées “d’office” mais aussi, par extension, le jour du mois où chaque distributeur effectue ces envois. Les distributeurs principaux ont en général deux offices mensuels (un en début et un autre en milieu de chaque mois). On pourrait penser que cette concentration des expéditions simplifie grandement le travail des libraires, mais ce serait oublier le grand nombre de distributeurs avec lesquels tout libraire est en compte¹². Finalement, chaque distributeur ayant ses offices à des dates différentes, chez les libraires français aussi les réceptions de colis sont quasi quotidiennes.

les réassorts

Le réassort est la commande d’un ouvrage (nouveau) ayant déjà fait l’objet d’un office dont les exemplaires sont tous écoulés ou dont les ventes évoluent à un rythme tel qu’il est préférable, avant d’arriver en rupture de stock, de se réapprovisionner. En tant que commande spontanée (par opposition à l’office qui est d’une certaine manière une commande forcée), le libraire, ne peut, en principe, les retourner.

Toutefois, afin d’encourager les ventes (s’il ne peut les retourner, le libraire aura tendance à limiter ses commandes) et parce que, durant la période où les retours sont autorisés, il est quasi impossible de différencier le premier envoi des réassorts, la faculté de retour s’est généralisée à ces derniers.

b/ Les retours

Il s’agit donc des ouvrages provenant de l’office qui, invendus à l’expiration d’un délai convenu, sont retournés à l’éditeur. Ils constituent le pivot de ce système et ne doivent pas, en eux-mêmes, être considérés comme négatifs¹³ mais plutôt comme des

¹² voir plus haut

¹³ Comme c’est trop souvent le cas.

indicateurs du bon ou mauvais fonctionnement de l'office¹⁴ (des taux élevés indiquant un dérèglement de ce dernier).

La notion de "date limite" (plus théorique qu'effective en pratique) indique donc que, dépassé un délai, les ouvrages perdent cette faculté de retour et constituent une perte pour le libraire s'il ne parvient pas à les vendre. D'où un fastidieux travail de surveillance des délais de la responsabilité de chaque vendeur qui a pour conséquence fâcheuse la limitation de la durée de vie d'un ouvrage à cette seule période durant laquelle il possède la faculté de retour. Au Japon, ce délai est en général de 3 mois et demi¹⁵ (105 jours) à compter de la date de réception.¹⁶ En France, les délais sont plus souples puisqu'un libraire a d'ordinaire jusqu'à un an pour retourner ses invendus à l'éditeur. Ceci lui permet de gérer ses stocks hebdomadairement, voire mensuellement alors qu'il s'agit bien souvent d'un casse-tête quotidien pour ses homologues nippons.

L'avantage de ce système est de stimuler les ventes en permettant au libraire d'avoir en magasin le maximum d'ouvrages (en titres et en volume) pour un risque commercial minime. Sans un tel système, il est clair qu'un libraire se bornerait à acheter les seuls ouvrages qu'il serait certain de vendre (et encore, dans des quantités moindres) pénalisant ainsi lecteurs et éditeurs¹⁷.

Cependant, la surproduction éditoriale que connaissent la France comme le Japon alliée à un "gonflement tactique" des offices ont eu pour conséquence une augmentation dangereuse du taux de retour. Face à cette situation, si la politique de rigueur menée ces dernières années par les distributeurs japonais a permis d'endiguer la hausse, la situation française continue, elle, de se dégrader. Mais, quel est au juste leur niveau ? Précisons-le d'emblée, il est extrêmement difficile, voire impossible, de connaître exactement le taux de retour d'un éditeur: c'est le secret le plus farouchement gardé¹⁸. Nous ne disposons donc que du taux global pour l'ensemble de la profession. Quoiqu'il en soit, au Japon, le taux de retour global tournerait aujourd'hui autour de 34% après avoir frôlé les 40% il y a quelques années.

14 F Rouet, op. cit.

15 Il existe également des ouvrages à délai de retour prolongé (chōki itaku). En général, ce ne sont pas des nouveautés mais des livres dont les ventes sont saisonnières. En principe de 6 mois, ce délai peut, à l'occasion, être ramené à 3 mois.

16 Ce qui laisse une "espérance de vie" d'à peine quelques mois à la grande majorité de la production.

17 Et lui-même au bout du compte.

18 Amour propre oblige !

Quant au taux français, de combien est-il ? Difficile là aussi de répondre précisément. Les grands éditeurs ont fait état pour l'année 1991 de taux de retours variant de 10 à 25%¹⁹. En fait, bien qu'il faille nuancer suivant le type d'ouvrage (les retours étant traditionnellement faibles pour les livres scolaires par exemple), ces chiffres sont très certainement bien en-deçà de la réalité. Ainsi, Pour la littérature, les taux dépassent-ils probablement les 50% et l'on évoque parfois des petits éditeurs accablés par des retours supérieurs à 60%.

Mais, au delà de la polémique autour des chiffres et même si des abus existent parfois, il n'en reste pas moins certain que ce système de vente avec faculté de retour stimule l'activité éditoriale à tous ses niveaux et il n'est pas nécessaire de chercher plus loin les raisons de son adoption dans les deux pays.

c/ Les autres types de transactions

- La vente ferme

Ce mode de vente signifie que le libraire ne peut retourner les ouvrages achetés sous cette condition et donc que, s'il ne réussit pas les écouler, ils constitueront une perte sèche pour lui. On imagine donc aisément qu'il s'agit d'un type de transaction auquel répugnent les libraires mais dont rêvent tous les éditeurs parfois forts déstabilisés par le poids des retours.

En France comme au Japon, ce système concerne principalement trois catégories d'ouvrages :

(1) Les commandes

Parce qu'elles sont le fruit d'un choix délibéré des libraires, toutes les commandes sont théoriquement concernées par ce système. Cependant, pour les raisons évoquées plus haut, les réassorts bénéficient d'un traitement particulier. Seules les commandes des clients (qui ne présentent aucun risque) et celles ayant pour but d'enrichir ou de renouveler le fonds restent donc soumises à ce type de transaction.

(2) certains ouvrages particuliers

(3) Les beaux livres, les ouvrages médicaux, les livres étrangers
ainsi

que les ouvrages négociés en très petites quantités.

Par ailleurs, certains éditeurs spécialisés ou encore de grands éditeurs ayant une

19 Livres Hebdo, 28 février 1992

notoriété suffisante comme Iwanami Shoten ou Gallimard pour sa collection La Pléiade ne vendent que sous cette condition.

Afin d'enrayer l'hémorragie des retours, le débat autour de la généralisation de la vente ferme à toutes les transactions ne cesse d'alimenter la chronique dans les deux pays. Pour les libraires, la contrepartie de ce type de transaction à risque serait l'octroi de marges plus importantes.²⁰ Cependant, parce qu'elle serait sans doute un frein au développement éditorial, qu'elle entraînerait un bouleversement total de la politique de prix²¹ et qu'elle suppose une certaine notoriété des auteurs, la vente ferme ne saurait s'imposer complètement. Ainsi, les succès d'Iwanami ou de Gallimard s'expliquent par leur très forte image auprès des lecteurs qui sont devenus leurs alliés dans la partie de bras de fer engagée avec les libraires.

- Le dépôt

Il s'agit d'un troisième type de transaction parfois assimilé à un cas particulier d'office. Cependant, la différence fondamentale est que les ouvrages que le libraire a ainsi en vente restent la propriété fiscale de l'éditeur. Le libraire ne les achète donc pas, ils sont donc toujours comptabilisés dans les stocks de l'éditeur.

En France, sous la pression des éditeurs et des distributeurs, un tel système a pratiquement disparu. Au Japon, malgré les mêmes réticences de la profession, c'est encore un système assez largement répandu car c'est parfois sous cette seule condition que les libraires acceptent de vendre certains livres (signalons cependant que ceux-ci sont souvent moins motivés pour vendre ces ouvrages qu'ils n'ont pas achetés).

Par ailleurs, ce mode de transaction nécessite un suivi minutieux et, compte tenu du nombre d'opérations qu'il réclame pour des ventes le plus souvent unitaires, le coût du dépôt est un problème sérieux²². L'élément central de son fonctionnement est une "fiche-dépôt" (jôbi-kâdo) insérée dans chaque livre que le libraire retire lors de la vente. Cette fiche est alors retournée au distributeur qui le réapprovisionne d'un autre exemplaire dans lequel il aura pris soin d'insérer cette même fiche qui fait ainsi

20 La polémique fut lancée en 1987 au Japon par l'éditeur Kadokawa qui diffusa sous cette forme son dernier ouvrage de Tawara machi, en concédant, fait unique dans la distribution du livre au Japon, une remise de 30% aux libraires.

21 Le système de la revente à prix fixe ne pourrait certainement résister à ce changement: les libraires devenant définitivement propriétaires de leur marchandise, on imagine mal comment ne pas les laisser maîtres de leur marge.

22 A fortiori s'il n'y a pas de vente. Dans ce cas, les ouvrages sont retournés et les distributeurs sont les grands perdants puisqu'ils n'ont pas été rémunérés de leur travail.

plusieurs va-et-vient. Les contrats de dépôt sont en général d'un an et, à l'échéance, il suffit de comptabiliser le nombre de "coups de tampon" pour établir la facture. A l'heure de l'informatique, un tel système paraît vraiment dépassé mais, étant donné la multiplicité des cas de figure, l'informatisation du système ne serait pas rentable de l'avis des distributeurs²³.

2-2 Le système de la revente à prix fixe

L'idée maîtresse qui présida à l'instauration de ce système commun aux deux pays est qu'un livre n'est pas une marchandise comme les autres. Du fait de son rôle culturel et éducatif, il convient de favoriser sa diffusion, ce qui passe par la fixation de prix raisonnables et le maintien d'une certaine stabilité du marché.

a/ La politique de prix au Japon

En application du paragraphe 2 de l'article 24 de la loi antimonopole, les éditeurs japonais sont tenus de signer un contrat de revente à prix fixe avec les distributeurs qui doivent alors en faire de même avec les libraires. Ce contrat stipule clairement que le fabricant (l'éditeur) fixe lui-même le prix public que doivent respecter les libraires.

A l'origine, l'objectif de la loi antimonopole adoptée après la guerre, était de favoriser en toute équité la libre concurrence. Aussi, a priori, cette politique tarifaire dirigiste, semble en totale contradiction avec les objectifs de la loi qui la définit. En tant que transaction comprenant des clauses restrictives vis à vis du détaillant, n'y-a-t-il pas en effet infraction à la loi? De plus, interdire toute concurrence au niveau des prix, n'est-ce pas aller à l'encontre des intérêts du consommateur que la loi antimonopole entendait pourtant servir?

En fait, il s'agit d'une dérogation à la loi afin de prévenir le trop grand désordre que pourrait engendrer une concurrence sauvage. Outre, les livres, cet article s'applique également aux produits pharmaceutiques et à tous les biens régis par un droit d'auteur.

Ce système a été mis en place en septembre 1953. Cependant, depuis lors, il a connu quelques vicissitudes comme, en 1978, lorsque la Commission pour les transac-

²³ Plus vraisemblablement est-ce parce qu'il s'agit d'un mode de transaction qu'ils ne souhaitent pas généraliser.

tions équitables l'a déclaré trop rigide par son caractère obligatoire. Sur le fond enfin, cette commission estima que le livre avait perdu sa valeur culturelle pour n'être plus qu'un produit de consommation comme les autres et que, par conséquent, il n'était plus nécessaire de protéger ce secteur.

La commission se heurta alors à la vive hostilité de toute la profession. Cela eut pour conséquence de limiter la réforme à une révision timide du système en octobre 1980 (*shin-saihanbai seido*). Aujourd'hui, le nouveau système laisse le choix à l'éditeur entre le système du prix fixe ou le prix libre pour tout ou partie de sa production. Pour les livres assujettis au prix fixe, le prix doit impérativement figurer sur la couverture. Enfin, pour un livre donné, après une certaine période de prix fixe, il est dorénavant possible, sous certaines conditions (effacement du prix sur la couverture, etc.), de passer au prix libre. Cette dernière mesure a pour but de donner une nouvelle chance aux livres retournés. En théorie, la liberté des prix, et donc la pratique de rabais substantiels est donc possible.

Cependant, à l'exception du distributeur Daiei qui, en association avec certains éditeurs, alla jusqu'à proposer des rabais de 50%, la profession continua d'appliquer le système du prix fixe. L'hostilité au prix libre se fonde sur la crainte d'une diminution des marges (à tous les niveaux). Par ailleurs, la mise en place simultanée de deux régimes risquerait de perturber très sérieusement la distribution toute entière. Ainsi, le système de la vente avec faculté de retour ne pourrait survivre avec des marges réduites.

Enfin, le prix libre serait source d'inégalités chez les consommateurs: ceux des régions à forte densité de librairies pouvant bénéficier de prix inférieurs à ceux résidants dans des zones où les librairies sont moins nombreuses entraînant, à terme, des risques de confusion et de perte de confiance dont la première victime pourrait être le livre lui-même. A l'actif du prix fixe figure enfin son passé. C'est ce système qui a permis au secteur tout entier de connaître une croissance régulière. Pour ces raisons, dix ans après l'instauration du nouveau système, hormis certains ouvrages publiés pour le circuit parallèle des soldeurs, l'extrême majorité des ouvrages est toujours distribuée sous le système du prix fixe. Cependant, à l'heure où nous relisons ces pages, ce système est de nouveau sur la sellette et il est probable qu'il connaisse sous peu de nouveaux aménagements.

En France, il est intéressant de noter que des préoccupations différentes ont donné naissance à un système de prix identique. Cependant, durant ces dernières décennies, le prix du livre a connu trois régimes successifs.

-le prix conseillé

C'est le régime qui régissait traditionnellement la profession. Les éditeurs proposaient aux libraires un prix conseillé que ces derniers étaient libres ou non de suivre. Ainsi, les librairies protégées de la concurrence pouvaient se permettre de vendre à un prix supérieur au prix conseillé (qui figurait la plupart du temps sur la couverture) et, inversement, d'autres se voyaient contraintes de vendre moins cher pour attirer la clientèle. Suivant les périodes, le prix conseillé était fixé librement par l'éditeur ou contrôlé par l'administration dans le cadre du contrôle général des prix.

C'est vers 1970 que les grandes surfaces commencèrent à pratiquer des rabais systématiques et en 1974 que le problème de la FNAC²⁴ se posa.

-le prix net

Sous la pression de la profession, c'est le 23 février 1979 que ce système a vu le jour. Un arrêté²⁵ imposa dorénavant à tout éditeur de vendre sa production à un prix net et lui interdit de conseiller un prix public. Aucun prix ne devait non plus figurer sur les ouvrages. Le prix du livre devenait totalement libre.

Le choix d'un tel système peut paraître paradoxal pour contrecarrer la concurrence des grandes surfaces. En fait, la profession s'estima capable de mener une politique commerciale autonome et pensa pouvoir résister dans la concurrence par les prix. Le législateur se limita donc à réduire l'attrait des rabais en empêchant toute

24 Date de l'ouverture du magasin de la rue de Rennes à Paris qui suscita une vive émotion dans la profession par ses rabais systématiques de 20% Ce magasin attira ainsi, non seulement la clientèle parisienne, mais également toute une clientèle de provinciaux groupant leurs achats. Outre ces rabais, le concept nouveau avait de quoi séduire:

- insertion du livre dans un complexe de "produits de loisirs" au même titre que photo, Hi Fi ou vidéo;
- politique de grande surface au sens physique et quantitatif (fonds très important);
- qualité du conseil;
- liberté (consultation des livres).

Pour plus d'information sur "l'épopée" de la FNAC voir F. Rouet, Le livre : Mutations d'une industrie culturelle.

25 Dit arrêté "Monory"

référence à un prix conseillé. Mais, ce fut un échec; les consommateurs continuant d'affluer vers les grandes surfaces certains d'y trouver de meilleurs prix²⁶. De plus, un prix "de référence" vit officiellement le jour dans les magazines et chez certains libraires.

-le prix unique

C'est la loi Lang²⁷ du 10 août 1981 qui mit un terme à ce système qui dérouta la profession toute entière. Elle prévoit un prix unique fixé par l'éditeur, les détaillants ayant la possibilité d'appliquer un rabais maximum de 5%. L'objectif était bien entendu de protéger les librairies, notamment les plus petites qui n'auraient pu résister à la concurrence des grandes surfaces (la rentabilité dégagée ne leur permettant pas de suivre une politique de forts rabais). D'ailleurs comment le pourraient-elles lorsque, à l'époque où cette concurrence était légale, celle-ci n'était pas toujours loyale. Les grandes surfaces étaient soupçonnées de vendre à perte pratiquant avec les livres qui ne représentaient alors qu'1% de leur CA une politique d'appel.

Depuis son instauration, cette loi a connu et continue de connaître de nombreux détracteurs chez les consommateurs et dans le monde de la grande distribution. Elle n'est d'ailleurs pas toujours très bien respectée car, du fait d'un certain laxisme, les poursuites sont rares... Limitant la concurrence, ses détracteurs lui reprochent notamment d'avoir contribué à l'augmentation du prix du livre. Cela reste à démontrer. Certes, le prix du livre a dans un premier temps augmenté mais il ne s'agirait là que d'un phénomène de rattrapage dû aux rabais excessifs qui étaient parfois pratiqués et à la hausse des coûts de fabrication. Quant à la consommation, elle ne semble pas avoir été significativement affectée par cette loi. Par contre, elle semble avoir effectivement contribué à la stabilisation des parts de marché des différents canaux et enrayé la progression des grandes surfaces.

3/REMUNERATIONS

26 Comme le souligne un rapport au parlement (août 1981) "l'expérience de la diversité des prix a contribué à créer dans le public des modifications de comportement d'achat en poussant à différer et grouper les achats" (lors d'un passage à la FNAC, par exemple).

27 Du nom du Ministre de la Culture de l'époque qui en fut l'instigateur. Il faut se rappeler que le débat sur le prix unique était devenu pratiquement permanent en France et que cette mesure figurait en bonne place dans le programme présidentiel de François Mitterand. La loi ne s'applique toutefois pas à tous les circuits (La VPC et les clubs pouvant, sous certaines conditions y échapper).

Par bien des aspects, l'organisation de la distribution du livre présente de nombreuses similitudes dans les deux pays. Comparons maintenant le coût de cette distribution, c'est à dire les marges perçues par les différents partenaires à chaque étape du processus (voir tableau ci-dessous²⁸).

Pour calculer leurs marges, distributeurs et libraires ont le choix entre deux modes de calcul (voir paragraphe sur la remise des librairies). Au Japon, quel que soit le système de calcul retenu, la marge des distributeurs se situe aux alentours de 8 %. En France, diffuseur et distributeur absorbent à eux deux de 16 à 20% du prix de vente hors taxe, soit, pour un travail similaire, deux fois plus que leurs homologues japonais. On peut observer le même décalage au niveau de la remise des libraires. Alors que celle-ci est d'environ 21,5% au Japon, elle est d'en moyenne 36% en France²⁹.

Décomposition du coût d'un livre³⁰

	JAPON	FRANCE
Production	70,5 %	48-44%
Diffusion	8 %	6,5-10%
Distribution		9,5-10%
Marge du détaillant	21,5	36%
Total Distribution	(29,5%)	(52-56%)
	-----	-----
	100%	100%

28 Les chiffres figurant dans ce tableau ont été rassemblés à partir des ouvrages suivants :

- Pour la France

Le livre et la lecture en France : Problèmes, orientations, débats, La Documentation Française, avril 1987;

F. Rouet, Le Livre, Mutations d'une industrie culturelle, La Documentation Française, décembre 1992;

- Pour le Japon

H. Shimizu, K Kobayashi, Shuppan gyōkai, Kyōikusha shinsho, 1988

29 Dans le cas de certaines grandes librairies comme la FNAC, elle peut même atteindre jusqu' à 40%.

30 L'hypothèse est d'un tirage moyen de 5000 exemplaires.

3-1 La rémunération de la fonction éditoriale

En France, le coût de la commercialisation dépasse dorénavant celui de la production et varie de 52 à 56%, soit presque deux fois le taux japonais.

De 44 à 48%, la marge nette de l'éditeur français est donc faible. Déduction faite des frais de fabrication (environ 15%) et des frais commerciaux (5%), des droits d'auteur (de 8 à 9%), des frais généraux (de 12 à 14%), le bénéfice net ne dépasse pas quelques pourcents ...dans le meilleur des cas. Cette structure de coût explique la situation précaire dans laquelle sont de nombreuses maisons d'éditions de taille moyenne. En effet, lorsque les ventes n'atteignent pas 2000 exemplaires, à peine remboursent-elles les frais de fabrication. A 4000 exemplaires, chez les petits éditeurs où les frais généraux sont faibles l'équilibre est tout juste atteint. Mais, sur les 23 000 nouveautés et nouvelles éditions³¹ qui paraissent chaque année, combien dépassent ce seuil? Pour cette raison, bon nombre d'éditeurs tombent dans le cercle vicieux de la production qui consiste à faire paraître toujours plus d'ouvrages, meilleur moyen d'obtenir dans le lot quelques succès. Cela permet par ailleurs d'obtenir la trésorerie nécessaire pour faire face aux frais de fabrication. D'où une inflation de titres que l'on retrouve sur les catalogues. Dans ces conditions, on comprend bien que les petits éditeurs ayant du mal à produire plus de 30 titres par an soient dans une situation difficile. Ce n'est qu'en serrant au maximum les frais généraux (les seuls qui soient compressibles) que l'équilibre est obtenu.

Au Japon, avec plus de 70% de marge nette, Les'éditeurs ont la part belle. D'ailleurs, il suffit de voir leurs luxueuses installations pour s'en convaincre.

3-2 La rémunération de la distribution

Inversement, la marge des distributeurs japonais semble bien faible. Et ce d'autant plus qu'il s'agit d'une activité réclamant la mise en oeuvre de nombreux moyens. En main-d'oeuvre tout d'abord. Le réseau de représentants qui, dans les grandes villes, visitent quotidiennement les librairies (pour collecter les commandes par exemple) coûte cher. Nous ne disposons malheureusement pas d'une estimation chiffrée pour le Japon mais, à titre indicatif, un diffuseur parisien avait calculé que chaque fois qu'un

31 chiffre 1994

de ses représentants franchissait le seuil d'une librairie, il lui en coûtait 600 francs³². A qui il faut ajouter le personnel, parfois fort nombreux des chaînes d'emballage, d'expédition, de facturation et de traitement des retours. Compte tenu de la flambée du prix du terrain et des immenses entrepôts nécessaires au stockage des livres, les loyers sont également devenus un poste particulièrement lourd. Enfin, le transport (souvent confié à des compagnies spécialisées) est onéreux. Aussi, malgré le dynamisme du secteur de l'édition au Japon, il n'est guère étonnant qu'une certaine morosité règne chez les distributeurs. Pour maintenir leurs marges, ils sont contraints d'appliquer des pénalités aux retours, de remettre en question les systèmes de primes...devenant les maux aimés d'une profession pour laquelle ils font pourtant beaucoup. Mais, en faisant payer les librairies dont les marges sont déjà serrées, ne se trompent-ils pas de cible?

3-3 La rémunération du commerce de détail

Au Japon, la remise, rémunération des libraires, est en moyenne de 21,5% du prix HT d'un ouvrage. Il existe plusieurs modes de calcul. Le premier consiste à calculer la remise à partir du prix de vente public des ouvrages (teika betsu shōmi). Le taux varie alors de 23% pour les ouvrages les moins chers à 19% pour les plus chers. La seconde possibilité consiste à adopter un taux de remise uniforme par éditeur (de 18 à 23% suivant les cas). Dans ce cas, les termes du contrat sont définis par l'intermédiaire (et parfois sous le diktat) des distributeurs. Enfin, pour simplifier leur comptabilité, certaines librairies importantes appliquent un taux fixe sur la totalité des ouvrages indifféremment du prix ou de l'éditeur (ippon shōmi).

Cependant, à taux de remise équivalents, il peut exister de grandes inégalités entre librairies. Par exemple, longtemps les distributeurs n'ont pas fait payer le port ni l'emballage aux librairies tōkyōïtes alors qu'ils étaient tarifés à toutes les autres. Ce traitement de faveur était justifié par la très forte concentration des éditeurs et des libraires sur Tōkyō qui permettait de réduire considérablement le coût du transport dans cette région. Aujourd'hui, sous la pression de la profession, cette discrimination a disparu. Toutefois, le traitement des retours est toujours gratuit pour les librairies de Tōkyō. En outre, une pénalité sur ces mêmes retours est parfois appliquée à

32 Chiffre calculé en 1990. Cela signifie que si le représentant ne vend pas une moyenne d'au moins 40 ouvrages par librairie, il n'est pas rentable. Si, dans le cas d'une grosse librairie, une telle commande ne pose pas de problème, c'est loin d'être le cas pour une librairie de taille modeste.

certain libraires afin de les inciter à mieux gérer leurs commandes³³.

La comparaison avec les taux de remise pratiqués en France est édifiante. Le taux de remise moyen y est de 36% mais les grandes librairies obtiennent souvent des remises d'environ 40% (presque deux fois les taux japonais!). Comment expliquer cette différence et surtout, pourquoi la situation des librairies françaises est-elle si précaire alors qu'elles perçoivent beaucoup plus que leurs homologues Japonaises?

Tout le problème est que cette différence est en pourcentage et non en valeur absolue. Non seulement le marché japonais est plus du double du marché français mais surtout, pour reprendre l'expression de P. Pons, "le japonais est un boulimique de lecture". Il faut également avoir à l'esprit que les grandes librairies françaises du type FNAC, appliquent systématiquement le rabais de 5% autorisé par la loi Lang et que donc, même si elles perçoivent une remise de 40%, leur marge brute n'est que de 35%.

Enfin, signalons que dans les deux pays, il existe plusieurs systèmes de primes venant s'ajouter à ces remises. Il s'agit d'outils promotionnels dont l'objectif est d'encourager les ventes en accordant des remises supplémentaires au delà d'un certain nombre d'exemplaires vendus.

Conclusion

En France comme au Japon, autrefois, les activités éditoriales et commerciales étaient confondues. "Faire commerce de librairie", pour reprendre l'expression de Diderot, cela signifiait aussi bien fabriquer un livre que le commercialiser auprès du public. Cela explique peut-être pourquoi, longtemps, le métier de libraire est resté une profession "à part" dans la distribution.

Ces vingt dernières années, le secteur de l'édition a connu une évolution assez comparable dans les deux pays et aujourd'hui les similitudes dans l'organisation de la distribution du livre sont frappantes (tant par leur nombre que leur caractère fondamental : prix de vente à prix fixe, système de vente avec faculté de retour, etc.). Mais, plus qu'un simple hasard, peut-être faut-il y voir le résultat d'une logique imposée par la nature particulière du produit qu'est le livre?

Cependant, ces dernières années, la distribution du livre semble être en pleine mutation. Rentabilité oblige, le marketing s'est définitivement imposé et la vente d'un livre s'apparente désormais à la vente de tout autre produit de grande consommation. Symbole de ce changement, la multiplication des librairies de périphérie (kôgai-gata

³³ Ce système de pénalités semble assez injuste puisque, comme nous l'avons vu, ce sont bien souvent éditeurs et distributeurs qui poussent à la commande.

shoten) : aujourd'hui, plus d'une librairie sur deux qui ouvre ses portes au Japon est de ce type. Situées en banlieue (afin de se rapprocher des zones d'habitation), elles possèdent généralement un parking et se caractérisent par leurs horaires d'ouverture tardifs. Autre caractéristique: la répartition de leur fonds. Si une place importante est réservée aux bandes dessinées, aux revues, aux ouvrages pratiques ainsi qu'aux manuels scolaires, la littérature n'y est souvent présente que grâce aux ouvrages au format de poche. Enfin, pour la grande majorité, leurs employés sont des étudiants ou des employés à temps partiel qui n'ont pas reçu de formation spécifique et qui ne sont donc pas en mesure d'apporter un conseil à la clientèle.

Le développement de ce type de librairie ne saurait se poursuivre sans poser un problème au secteur tout entier. Toute une catégorie d'ouvrages s'y trouvant absente, il y a là en effet une menace réelle pour la survie de nombreux éditeurs. Par ailleurs, cette marginalisation de toute une production ne risque-t-elle pas de provoquer une séparation définitive entre d'une part des romans ou des essais de "petites ventes", plus chers (du fait de tirages réduits) et réservés à une clientèle élitiste et d'autre part des ouvrages "grand public"? A terme, n'y a-t-il pas là une menace pour la transmission du patrimoine culturel de nos deux pays?

Kanazawa, mars 1996