



LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Le 30 juin 2021 - Dossier de presse

Non, un livre ne coûte pas plus cher dans une librairie !

Tout le monde ne sait pas qu'en France, un livre a le même prix partout, quel que soit le lieu d'achat. Pour la première fois, le Syndicat de la librairie française, ALCA - l'agence culturelle livre, cinéma et audiovisuel de la Région Nouvelle-Aquitaine -, les associations et groupements de libraires ainsi que la Fill et les agences régionales du livre s'associent pour mettre en œuvre un plan de communication d'envergure, à l'échelle nationale et régionale, à l'occasion des 40 ans de la Loi Lang.



Les librairies indépendantes et les agences régionales du livre communiquent cet été grâce à un plan média d'envergure qui s'appuie sur trois visuels. L'enjeu : porter à la connaissance du plus grand nombre le principe du prix unique du livre. C'est à dire rappeler aux lecteurs que le prix du livre est le même partout et les inviter à faire leurs achats en librairie indépendante en les sensibilisant sur l'expérience dont ils bénéficieront et sur les conséquences vertueuses de cette pratique d'achat (achats de proximité, lien social, diversité culturelle, dynamisme des territoires etc.).

Cette campagne, réalisée avec l'agence de communication Near Design, se traduit par une visibilité en librairie (affiches, marque-pages, sacs...), de l'affichage public (mobiliers urbains), des espaces publicitaires dans les médias et des vidéos et publications sur le web et les réseaux sociaux. Ce dispositif sera mis en œuvre dès le 1er juillet sur les réseaux sociaux des partenaires de la campagne et du réseau des librairies indépendantes, puis en septembre sur les autres supports.

[Téléchargez ici le kit « réseaux sociaux » de la campagne.](#)





**LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES**

Le Syndicat de la librairie française (SLF) représente et défend la profession de libraire auprès des autres professions du livre, des partenaires sociaux et des pouvoirs publics. Il regroupe près de 700 librairies de toutes tailles, généralistes ou spécialisées, implantées sur l'ensemble du territoire, dont la vente de livres neufs au détail constitue l'activité principale. En 2014, le SLF crée l'identité collective « Librairies indépendantes » pour communiquer auprès des lecteurs via des campagnes de communication nationales.

Agence culturelle de la Région Nouvelle-Aquitaine soutenue par la Drac, ALCA, agence livre, cinéma et audiovisuel, est l'interlocutrice privilégiée des professionnels du livre et de l'écrit, du cinéma et de l'audiovisuel. En lien avec les acteurs du livre – auteurs, traducteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs, libraires, bibliothécaires ou organisateurs de manifestations littéraires –, ALCA valorise et encourage la création, soutient et accompagne la filière économique du livre, ainsi que la transmission des œuvres.

Les associations et groupements de libraires sont nés de la volonté des libraires d'échanger sur leurs pratiques professionnelles et de mener une réflexion collective sur leur métier. Ils déploient leurs actions au service des libraires et œuvrent pour que vive un réseau dense et varié de librairies sur le territoire. Ils défendent l'accès au livre, convaincus du rôle essentiel joué par les librairies en faveur de la bibliodiversité et de l'accès à la culture. En créant un lien entre les différents libraires et en mutualisant leurs expériences et leurs actions, ils contribuent à renforcer ce réseau au service du livre.

Les associations et groupements de libraires partenaires de la campagne : Chez mon Libraire, Canal BD, Libr'Aire, Alip, Librairies indépendantes en Nouvelle-Aquitaine, Lile, Initiales, Libraires Ensemble, Alido, Librairies en Normandie, Libraires en Seine, Librairies Alef, Paris Librairies, Libraires du Sud

La Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill) fédère les structures, institutions et associations ayant une action sur l'ensemble de la chaîne du livre et de la lecture et qui favorisent le dialogue entre les acteurs de cette chaîne afin d'en défendre les intérêts communs. Elle constitue un espace d'échange de pratiques et de savoirs entre ses membres. Elle produit avec eux, en collaboration avec ses partenaires institutionnels et professionnels, des études et des outils au service de l'accompagnement des acteurs sur les territoires.

Les agences régionales du livre partenaires de la campagne : Agence Livre & lecture Bourgogne-Franche-Comté, Livre et lecture en Bretagne, Livre et lecture en Bretagne, Interbibly, AR2L Hauts-de-France, ARLL Mayotte, Normandie Livre & Lecture, Maison du livre de la Nouvelle-Calédonie, Occitanie Livre & Lecture, Mobilis, Agence régionale du livre (ArL) PACA, La Réunion des livres

Contacts presse :

Morgane Le Guillou
Syndicat de la librairie française
m.leguillou@syndicat-librairie.fr
Tél : 01 53 62 23 10

Géraldine Arnoux
Alca
geraldine.arnoux@alca-nouvelle-aquitaine.fr
Tél : 05 47 50 10 04





LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Le Manifesto de la campagne :

Depuis 40 ans,

un livre a le même prix partout!
Le saviez-vous ?
Partout ça veut dire PARTOUT,
en grande surface, en ligne,
en librairie, PARTOUT!

Depuis 1981

et la loi sur le prix unique
du livre portée par Jack Lang,
c'est l'éditeur qui fixe le prix
et l'imprime sur la couverture.
Le livre est ainsi vendu au
même prix PARTOUT!

Depuis 40 ans,

si nos libraires sont
dynamiques dans nos villes,
s'ils nous font partager
leur passion et nous font
découvrir une grande
diversité d'ouvrages,
c'est aussi parce qu'un livre
a le même prix PARTOUT!



UN LIVRE A
LE MÊME PRIX
PARTOUT

depuis 40 ans !



LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Qu'est-ce que la Loi Lang ? Repères sur le prix unique du livre

Le prix unique du livre a été instauré en France en 1981 pour défendre l'édition « de création » face aux politiques de prix bas de la grande distribution et grâce au maintien d'un réseau de librairies. Quarante ans plus tard, les bienfaits du prix unique du livre ne sont plus à démontrer. Il est néanmoins toujours nécessaire d'en rappeler les objectifs, le contenu ainsi que l'impact sur l'organisation de la filière du livre.

Avant 1981, un peu d'histoire

Le prix unique existait dans plusieurs pays bien avant 1981 et son instauration en France. En Suisse ou au Danemark, son application remonte au 19^{ème} siècle. La France fut néanmoins la première à appliquer le prix unique du livre par le biais d'une loi et non d'un accord interprofessionnel entre éditeurs et libraires. Depuis, plusieurs pays, dont l'Allemagne, ont mis fin à leur régime contractuel afin d'adopter une législation proche de celle qui s'applique dans notre pays.

En France, jusqu'aux années 90, c'est le « prix conseillé » qui prévaut. Dans ce cadre, l'éditeur établit un prix de vente au public que les libraires respectent « de fait » sans qu'aucune loi ne les y oblige. Ce système avait pratiquement les mêmes effets qu'un régime de prix fixe. L'ouverture des premières FNAC, qui proposent aux clients des rabais pouvant aller jusqu'à 20%, et la création de rayons livre dans les supermarchés Leclerc avec des rabais jusqu'à 40%, bousculent cet équilibre. A l'issue d'une concertation interprofessionnelle, les pouvoirs publics optent, en 1979, pour le « prix net » (arrêté Monory). Toute référence à un prix de vente au public est proscrite et tout détaillant devient libre de sa politique de prix.

Le marché du livre fut fortement déstabilisé par le régime de « prix net » et les professionnels prirent conscience que le « discount » risquait de conduire à une concentration des ventes dans la grande distribution et à la disparition de nombreuses librairies dans l'incapacité de résister à une telle « guerre des prix ». Cette concentration des ventes ne manquerait pas d'avoir des effets négatifs sur la création elle-même, la grande distribution favorisant la vente de titres à rotation rapide au détriment des titres à rotation lente.

Ces constats favorisèrent la mobilisation des professionnels en faveur du prix unique du livre. Ainsi, Jérôme Lindon, PDG des éditions de Minuit, créa-t-il, en 1977, l'Association pour le prix unique afin de réunir éditeurs et libraires et de convaincre les responsables politiques. Cette mobilisation aboutira à l'inscription dans le programme de deux des principaux candidats à l'élection présidentielle de 1981, François Mitterrand et Jacques Chirac, d'une proposition visant à appliquer un prix unique pour le livre puis, quelques mois plus tard, au vote de la loi par le Parlement, à l'unanimité.



LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Les principales dispositions de la loi de 1981 relative au prix du livre

Le prix unique signifie que le même livre sera vendu au même prix par tous les détaillants, quels que soient le lieu et la période de l'année, à concurrence du rabais légal de 5 %, généralement offert aux détenteurs d'une carte de fidélité, hors livraisons à domicile.

Plusieurs dérogations au prix unique sont prévues par la loi :

- . Un certain nombre de collectivités (bibliothèques, établissements d'enseignement, de formation ou de recherche, collectivités territoriales, l'État, syndicats, comités d'entreprise) peut bénéficier d'un rabais supérieur sur le prix public de vente (maximum de 9 % depuis la loi du 18 juin 2003).
- . Le prix de vente des livres scolaires aux établissements d'enseignement, aux collectivités territoriales, à l'État ou aux associations de parents d'élèves déroge aux dispositions de cette loi. Les détaillants peuvent donc vendre des livres scolaires à ces collectivités sans limitation de rabais.
- . Passé un délai de neuf mois à compter de la date de la première publication, le prix de vente d'une publication par courtage, abonnement ou correspondance (clubs de livres) peut être inférieur à celui de la première édition.
- . Les détaillants peuvent fixer librement le prix des livres publiés depuis plus de deux ans et dont le dernier approvisionnement (dernière commande) remonte à plus de six mois.

L'éditeur fixe librement le prix de vente au public des livres qu'il publie. Celui-ci doit être respecté par l'ensemble des détaillants : librairies, maisons de la presse, grandes surfaces multimédias, super et hypermarchés, sites de vente en ligne, éditeurs dans le cas de ventes directes au public. Le prix fixé par l'éditeur doit être inscrit sur le livre. L'éditeur reste libre de modifier à tout moment le prix public d'un livre, à condition d'informer au préalable l'ensemble des circuits de vente. Cette disposition permet à l'éditeur de baisser le prix d'un ouvrage en vue d'en relancer la vente et d'écouler plus rapidement un stock qu'il juge trop important. Le nouveau prix fixé par l'éditeur continue de devoir être respecté par l'ensemble des détaillants.

Le législateur a par ailleurs tenu à valoriser dans cette loi les « services rendus par les détaillants » en indiquant notamment que « tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l'unité ». Dans chaque librairie, un client peut donc commander l'un des 800 000 titres disponibles en France.

Dans le même esprit, l'article 2 stipule que les éditeurs doivent intégrer dans leurs conditions de vente « la qualité des services rendus par les détaillants ». Cette remise « qualitative » doit être supérieure à la remise « quantitative » résultant de l'importance des quantités acquises par les détaillants (chiffre d'affaires). Les critères constitutifs de la remise qualitative sont négociés contractuellement entre les éditeurs et les libraires sur la base des conditions générales de vente et dans le cadre du « protocole d'accord sur les usages commerciaux », régulièrement remis à jour. La prise en compte du travail « qualitatif » des détaillants, particulièrement des libraires, vise à reconnaître financièrement, à travers une meilleure remise commerciale, les charges engagées par eux afin de promouvoir le livre auprès des lecteurs (attractivité de leur lieu de vente, diversité et pertinence de leur assortiment, qualité de l'accueil et du conseil, animations autour du livre et des auteurs...).



LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Ce sujet fait, depuis l'origine, l'objet de vifs débats entre la librairie et l'édition, la première considérant que les conditions commerciales ne leur sont pas assez favorables alors que leurs actions « qualitatives » sont plus développées que dans la grande distribution ou sur internet. Rappelons ici que la faible rentabilité des librairies est en large partie imputable aux sommes qu'elles investissent dans leur personnel ou leur emplacement au cœur des villes (loyers).

L'extension du prix unique au livre numérique

L'arrivée du livre numérique sur le marché français, dans les années 2000, conduisit les professionnels et les pouvoirs publics à envisager une extension du régime de prix unique. En effet, un marché du livre numérique dérégulé et majoritairement contrôlé par des multinationales, telles qu'Amazon, ayant fait des prix bas leur cheval de bataille, aurait eu, sur les circuits de vente traditionnels ainsi que sur la création, les mêmes effets néfastes que la « guerre des prix » avec la grande distribution ayant conduit à l'adoption de la loi de 1981.

La loi du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique limite son champ d'application au livre numérique dit « homothétique », version numérique d'un livre imprimé ou imprimable : « la loi s'applique au livre numérique lorsqu'il est une œuvre de l'esprit (...) et qu'il est à la fois commercialisé sous sa forme numérique et publié sous forme imprimée ou qu'il est, par son contenu et sa composition, susceptible d'être imprimé ». Tout comme dans la loi de 1981, c'est l'éditeur qui fixe le prix de vente au public et celui-ci doit être respecté par l'ensemble des détaillants.

La loi tient compte des spécificités du numérique en prévoyant que le prix du livre peut différer en fonction du contenu de l'offre ainsi que de ses modalités d'accès ou d'usage. Elle exclut de son champ d'application les offres proposées sous la forme de licences d'utilisation, associant à des livres numériques des contenus d'une autre nature ou des fonctionnalités, destinées à un usage collectif et proposées dans un but professionnel, de recherche ou d'enseignement supérieur. Ces offres peuvent en effet être adaptées selon les demandes de chaque client (bibliothèque universitaire ou centre de recherche par exemple) et varier de prix en conséquence.

La loi indique qu'elle s'impose à toutes les personnes proposant des offres de livres numériques aux acheteurs situés en France, et ceci afin d'éviter des contournements de la part d'opérateurs installés dans d'autres pays. Elle reprend, par ailleurs, certaines dispositions de la loi de 1981 telles que la limitation des ventes à prime à la seule initiative de l'éditeur ou la prise en compte, dans la fixation des remises commerciales, des « services qualitatifs » rendus par les détaillants.



LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Les objectifs du prix unique du livre

Dès l'origine, le prix unique du livre est présenté comme "un régime dérogatoire fondé sur le refus de considérer le livre comme un produit marchand banalisé et sur la volonté d'infléchir les mécanismes du marché pour assurer la prise en compte de sa nature de bien culturel qui ne saurait être soumis aux seules exigences de rentabilité immédiate". L'objectif du prix unique est avant tout culturel : il s'agit de maintenir la richesse et la diversité de la création littéraire. Il est également économique dans la mesure où la diffusion de cette création nécessite un réseau aussi dense que possible de librairies de qualité. Les éditeurs doivent en effet pouvoir prendre des risques sur des auteurs, particulièrement ceux qui ne sont pas encore confirmés ou dont l'audience n'est pas proportionnelle à la dimension culturelle ou intellectuelle de leur œuvre. La défense de ces auteurs est un engagement sur le long terme : l'éditeur accompagne la construction d'une œuvre en acceptant d'attendre plusieurs années avant qu'un auteur n'acquière une notoriété satisfaisante et en maintenant disponibles dans son catalogue leurs premiers titres (livres de fonds). La nécessité du temps long explique pourquoi une politique éditoriale n'est pas compatible avec des exigences de rentabilité immédiate. L'éditeur recherche un équilibre économique global où les gains tirés des meilleures ventes financent les titres de qualité dont la rentabilité n'est pas immédiate. Le prix unique du livre permet cet équilibre (péréquation).

Pour défendre les nouveautés mais également les ouvrages de fonds sur le long terme et permettre au plus large public d'y accéder aisément, le maintien d'un important réseau de librairies est une nécessité. Le libraire lui-même doit assurer un équilibre (péréquation) entre des livres à rotation rapide (best-sellers) et des livres à rotation lente qui ont besoin de temps pour trouver leur public. Si le prix unique du livre n'existait pas, les prix des best-sellers seraient bradés par les circuits de la grande distribution et sur internet. Les librairies ne pourraient ni suivre cette surenchère sur les rabais, pour des raisons financières, ni maintenir des prix plus élevés, pour des raisons commerciales. Leur équilibre économique serait radicalement remis en cause. Le prix unique permet de remplir les deux exigences fondamentales de l'économie du livre : la péréquation entre les best-sellers et les livres à rotation lente ainsi que la diffusion la plus large possible.

Le bilan du prix unique du livre

En évitant une bataille déséquilibrée sur les prix entre les différents circuits de vente du livre, le prix unique a permis au réseau des librairies de se maintenir et de se moderniser. Sur environ 25 000 points de vente du livre, on dénombre 3 500 librairies dont la vente de livres constitue l'activité principale. Ce chiffre est stable sur les quinze dernières années. Le réseau des librairies demeure le premier circuit de vente en France. Il représente près de 40 % de la vente au détail et beaucoup plus dans certains secteurs, comme les sciences humaines ou les nouveautés littéraires. Ce réseau de librairies a porté et continue de porter l'essentiel de la création littéraire française et des livres de référence que les éditeurs peuvent ainsi maintenir durant de longues années dans leur catalogue. La vitalité et le renouvellement de l'édition de création sont étroitement liés au maintien de ce réseau de librairies de centre-ville.



LIBRAIRIES
INDÉPENDANTES

Le marché du livre est le plus stable de tous les secteurs culturels. L'offre éditoriale n'a jamais été aussi riche : environ 800 000 titres sont disponibles, près de 70 000 nouveautés paraissent chaque année, et il ne s'est jamais vendu autant de livres (420 millions d'exemplaires en 2018). Contrairement à ce que certains prédisaient à l'origine, la loi n'a pas eu d'effet inflationniste. Au contraire, depuis plus de deux décennies, l'indice du prix du livre a évolué deux fois moins vite que l'indice général des prix, d'où une baisse relative des prix des livres qui n'est pas sans poser de difficultés aux libraires comme aux autres acteurs de la chaîne du livre, l'assiette sur laquelle repose leur rémunération diminuant chaque année.

Par ailleurs, si elle a pu être présentée comme une dérogation aux règles ordinaires de la concurrence, la législation de 1981 s'est révélée être, au contraire, une vraie loi de concurrence puisqu'elle a permis de maintenir une multiplicité et une variété d'acteurs aussi bien au niveau de l'édition, où cohabitent quelques groupes grands ou moyens mais également des milliers d'éditeurs indépendants, qu'au niveau des circuits de commercialisation (librairies, maisons de la presse, grandes surfaces culturelles comme Fnac, Espaces culturels Leclerc ou Cultura, hyper et supermarchés, Internet...). La concurrence n'est pas absente mais elle s'exerce entre éditeurs ou porte sur la qualité des services proposés par chaque détaillant.

L'essor des ventes en ligne et, tout particulièrement, le développement du site Amazon et de sa « market place », mettent à l'épreuve le prix unique du livre sans en contredire les objectifs, bien au contraire. Après avoir, en 2008, tenté, en vain, de déstabiliser la loi de 1981 en poussant des amendements parlementaires visant à libéraliser les soldes de livres, Amazon mise aujourd'hui sur une dilution de la perception du prix unique sur sa plate-forme en mélangeant les offres de livres neufs et de livres d'occasion ou encore en affichant de faux rabais entre différentes catégories de livres (le prix du livre numérique pouvant par exemple être présenté comme résultant d'un rabais sur le prix du livre papier). Cette société contourne également le prix unique en offrant une quasi gratuité sur les frais de livraison (1 centime d'euro).

La proposition de loi adoptée par le Sénat le 8 juin 2021, à l'initiative de la Sénatrice Laure Darcos, vise à renforcer le prix unique du livre en encadrant davantage les pratiques en ligne, notamment en fixant un tarif plancher pour la livraison des livres et en obligeant l'ensemble des détaillants à distinguer clairement, dans leurs offres, le livre neuf du livre d'occasion.

Ces pratiques des plateformes sur internet ont montré combien il devenait difficile de défendre l'application du prix unique du livre, y compris devant la justice. Cette responsabilité qui incombait historiquement au syndicat des libraires a été en grande partie transférée à un médiateur du livre, instance indépendante créée par la loi du 17 mars 2014 relative à la consommation. Le médiateur du livre veille à la bonne application des lois de 1981 et de 2011 sur le prix unique du livre en favorisant des conciliations entre les parties. Il peut également saisir les juridictions compétentes, particulièrement en cas d'échec d'une conciliation.



Si le bilan du prix unique du livre est très positif, comme l'a rappelé en 2009, le « Rapport sur l'économie du livre et son avenir » piloté par l'ancien ministre de l'Economie Hervé Gaymard¹, on ne peut toutefois négliger certaines tensions au sein de la chaîne du livre. Le prix unique du livre confère en effet aux éditeurs une responsabilité centrale. En fixant le prix de vente au public, ceux-ci déterminent à la fois le prix d'achat par le lecteur et les revenus des autres acteurs de la « chaîne » du livre, de l'auteur au libraire. Le prix unique appelle donc, de la part des éditeurs, une pratique consciente et élevée de la solidarité interprofessionnelle afin de contrebalancer la dépendance des autres professions du livre à leur égard. Cet esprit de responsabilité et de solidarité, inhérent au prix unique du livre, s'est aujourd'hui délité, soit parce que certains groupes d'édition profitent de leur situation dominante sur le marché, soit parce que d'autres ont perdu de vue les exigences qui accompagnent l'application du prix unique du livre.

Aujourd'hui, auteurs comme libraires dénoncent la détérioration de leur situation économique et, tout en soutenant indéfectiblement le principe du prix unique du livre, font un double constat : en premier lieu, la « chaîne » du livre ne dégage plus assez de valeur pour rémunérer convenablement l'ensemble de ses acteurs ; en second lieu, cette valeur est mal répartie entre une poignée de groupes rentables et une large partie des auteurs, des libraires et éditeurs indépendants précarisés. Remédier à cette situation est sans doute aujourd'hui la meilleure façon de conforter le prix unique du livre et d'en prolonger les effets vertueux dans les décennies à venir.

¹ Hervé Gaymard - Pour le livre - Rapport sur l'économie du livre et son avenir ; Coédition Gallimard/La documentation française ; Hors série Connaissance, Gallimard ; Parution : 24-09-2009