

Pourquoi le marché du livre est-il encadré ?

En France, depuis la loi de 1981 sur le prix unique du livre, un livre est obligatoirement mis en vente au même prix partout, quelle que soit la période de l'année et le point de vente : grande surface spécialisée, hypermarché, librairie traditionnelle ou encore librairie en ligne par exemple. La possibilité de rabais est limitée à 5%.

Prenons l'exemple d'un roman.

En moyenne :

- 8% sont destinés à l'auteur : ce pourcentage peut varier selon sa notoriété. En effet, certains sont en position de négocier des droits plus importants, jusqu'à 15 %, et très exceptionnellement au-delà. Pour un livre illustré, ces droits d'auteurs sont partagés entre l'auteur et l'illustrateur.
- Ensuite, 29 % sont destinés à l'éditeur :
 - 6% du prix du livre concernent les frais de création, c'est-à-dire le travail de mise en page par exemple ;
 - 4% concernent les frais de publicité ;
 - 5% concernent les frais de diffusion du livre, c'est-à-dire le travail effectué par les commerciaux pour présenter les livres dans les points de vente.
 - 15% permettent à l'éditeur de payer son personnel, ses locaux et de faire des bénéfices ;
- 10% concernent les frais de fabrication : réduits pour un roman, ils augmentent pour un « beau livre » avec impression spécifique.

Les droits d'auteurs et les frais de fabrication sont les parts les plus variables.

Enfin :

- 11% sont destinés au distributeur, en charge du stockage, du transport et de la distribution des livres ;
- 36% sont destinés aux vendeurs, qui doit avec cette part rémunérer son personnel, payer ses locaux et ses impôts. S'il parvient à faire du bénéfice, celui-ci se situe autour d'1 ou 2% du prix du livre.

- **5,5% sont destinés à la l'État via une TVA réduite, le livre étant un bien culturel ;**

Contrairement à ce modèle, quand le prix du livre est libre, comme en Grande Bretagne par exemple, les prix sont tirés vers le bas. La grande distribution y arrive bien mieux que les libraires indépendants : elle peut baisser ses marges sur les livres et en faire plus sur d'autres produits ! Les vendeurs font alors pression sur les distributeurs, qui font pression sur les éditeurs ... qui font pression sur les auteurs.

En France, le prix unique a été mis en place pour solidariser les acteurs de la chaîne du livre, soutenir le réseau des librairies indépendantes, et favoriser la diversité culturelle.