



Qui vend quoi ?

La répartition des ventes de livres par circuits de vente (07/08) Une étude réalisée par Le MOTif, observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France, publiée à l'occasion du Salon du Livre de Paris 2009. L'ensemble des résultats de l'étude est disponible en ligne www.lemotif.fr

La librairie :

Seul garant de la diversité éditoriale et de la création

Si on s'en tient au marché global, il n'apparaît pas de différence notable entre la librairie et les grandes surfaces spécialisées. En revanche, dès lors qu'on étudie la répartition des ventes d'une création exigeante et reconnue, le constat est limpide : c'est la librairie, et elle seule, qui promeut une littérature de qualité. C'est elle seule aussi, ou presque, qui la vend.

Une étude : 4 constats

1. La librairie, 1^{er} lieu de vente des livres, résiste mieux à la polarisation du marché

Les librairies vendent plus d'ouvrages en volumes (43,6 %) et en valeurs (47,9%), sur un marché du livre 2007/08 qui pèse 3 Mds d'€ de chiffre d'affaires. La librairie vend plus d'exemplaires de best-sellers de littérature générale que les GSS (+ 10 %), et jusqu'à 2,2 fois plus d'exemplaires sur le top 10 000.

Une approche qualitative montre que si la librairie vend des *best-sellers*, elle résiste mieux à la polarisation du marché sur ces seuls livres et continue de vendre et défendre d'autres livres, plus exigeants, plus pointus.

Quand on étudie la vie commerciale de 38 ouvrages choisis par le MOTif :

2. Les 4 premiers titres les plus vendus en librairie sont les 4 derniers en GSS

Une analyse a été effectuée sur la vie singulière de 38 ouvrages (parutions 2004/08), afin d'observer la diversité des parcours et de différencier les circuits de vente. Quand l'analyse devient qualitative, les différences entre GSA et GSS s'estompent. Ici, la librairie fait cavalier seul. Elle demeure le dernier lieu où se vend une création de qualité.

3. Cas exemplaires : *Train de nuit pour Lisbonne* et *Les Déferlantes*

Train de nuit pour Lisbonne (reentrée 2006), de Pascal Mercier, a totalisé plus de 20 000 ex. tous circuits confondus, soit un vrai succès. De la même façon, *Les Déferlantes* de Claudie Gallay a largement dépassé les 50 000 exemplaires vendus. Ces exemples démontrent qu'une littérature plus difficile peut trouver un large public et être vendue en GSS dès lors que les libraires ont déniché une œuvre et l'ont lancée en librairie.

4. Les ventes des GSS plus proches des ventes des GSA que des librairies

Sur les 20 titres les plus vendus de notre corpus en GSA et GSS, 17 sont communs à ces deux circuits. Seuls 2 titres sont à la fois dans la liste des GSS et celle des librairies.

La librairie : un espace de liberté et de résistance à préserver

Si les grandes surfaces offrent plus de références, la diversité globale y est moins importante que dans l'ensemble des librairies de proximité, au choix plus autonome. Expression des goûts spécifiques du libraire, la librairie forme un réseau à travers lequel la littérature la plus exigeante, qui globalement se vend moins, a plus de chance de croiser le chemin des lecteurs. Si l'on pense la librairie comme un réseau, elle offre alors plus de références que les grandes surfaces.

La librairie, moteur du renouvellement du marché. La vitalité de titres et d'auteurs qui s'imposent peu à peu est le principal facteur de renouvellement du marché. Les grandes surfaces ont besoin de ce renouvellement pour garantir leurs ventes à venir. **Elles ont donc besoin des libraires qui permettent, en imposant des textes exigeants sur la durée, ce renouvellement.**

La librairie est un élément vital de la création contemporaine et de l'édition.

Les collectivités locales doivent privilégier les aides à la librairie traditionnelle. C'est un enjeu politique : la librairie est l'un des lieux essentiels de la culture.

Rappel Méthodologique : 3 types de données* Le marché (2007-2008) par circuit : librairie, GSS, GSA, Internet / Les meilleures ventes 2008 de ces quatre circuits / panels de vente de 38 titres en littérature et sciences humaines

*Ensemble des données fournies par l'institut d'études GFK

Contact presse : Sandrine Kocki 01 53 38 60 65 / 06 07 05 92 20