

Librairies : mouvements de fond dans le commerce du livre

Francine Bordeleau

Numéro 127, automne 2007

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/36752ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Productions Valmont

ISSN

0382-084X (imprimé)

1923-239X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Bordeleau, F. (2007). Librairies : mouvements de fond dans le commerce du livre. *Lettres québécoises*, (127), 12–15.

Librairies : mouvements de fond dans le commerce du livre

Pendant que les phénomènes de concentration et d'intégration verticale changent le visage de la librairie, le secteur a aussi fort à faire avec des enjeux comme le vieillissement des libraires propriétaires et la reconnaissance professionnelle.

À première vue, le monde toujours précaire de la librairie semble traverser une phase plutôt favorable depuis quelques années. Surtout si l'on compare la situation récente avec celle qui prévalait à la fin de la décennie 1990, alors que sous l'effet conjugué de l'instauration de la Taxe sur les produits et services (TPS) et d'un ralentissement économique général, les fermetures se succédaient, à Montréal comme en région. À telle enseigne que l'un des grands idéaux de la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre (« loi 51 ») entrée en vigueur en 1981, soit la mise en place et le maintien d'un réseau viable de librairies à l'échelle du Québec, semblait hautement chimérique.

Mais en 2002, les ventes de livres sont entrées dans un cycle haussier. Juste entre 2004 et 2006, elles ont fait un bond de 100,1 millions de dollars, pour atteindre 731 millions en 2005, puis 766,3 millions en 2006, révèlent les données de l'Observatoire de la culture et des communications (OCCQ)¹, obtenues au moyen d'enquêtes. Cette augmentation est due en partie aux bibliothèques qui, après des années de régime sec imposées par le ministère de la Culture et des Communications (MCC), ont recommencé à faire des achats. Comme les bibliothèques sont tenues de s'approvisionner chez les libraires agréés de leur région — c'est là une des innovations de la loi 51, leurs budgets d'acquisition infléchissent forcément la santé financière des librairies.

Les consommateurs ont aussi fait leur part. C'est donc un solde positif — si l'on peut dire! — qu'affiche l'ensemble du secteur pour l'année 2006-2007. Cela se concrétise par des rénovations et des agrandissements : ainsi des Éditions Paulines, à Montréal, qui ont profité d'un déménagement pour changer de spécialité, en délaissant le livre liturgique pour le livre jeunesse. Cela se concrétise aussi par des ouvertures. Ainsi la chaîne Renaud-Bray, tout en se départant de sa succursale de Place Québec, dans la capitale — un centre commercial de toute façon en déclin —, s'est entre autres enrichie d'une succursale à Lévis, sur la rive sud de Québec. Et Raffin sortait pour la première fois de la région montréalaise pour s'implanter à Québec, dans le centre commercial Place Fleur de Lys.

Fait rarissime, cette implantation aurait par surcroît l'avantage de présenter un risque proche du zéro. « L'offre vient du centre commercial même », précise Marie-Pierre Lockwell, qui a quitté un poste chez le diffuseur Dimedia pour prendre la direction de la nouvelle librairie.

Des sondages ont convaincu les gestionnaires du centre commercial que la clientèle désirait une librairie. Ceux-ci ont d'abord fait des propositions aux libraires indépendants de la région, qui ont refusé. Raffin a donc saisi l'occasion.



MARIE-PIERRE LOCKWELL

Occasion en or, semble-t-il, en raison de conditions plus qu'intéressantes...

En passant de quatre succursales à six au cours de 2006, Raffin a consolidé son statut de chaîne, qui est définie officiellement comme un regroupement de quatre librairies ou plus. Selon M^{me} Lockwell, Raffin serait une « chaîne indépendante », dans la mesure où « c'est resté une entreprise familiale, avec propriétaire unique, et où toutes les décisions sont prises localement ». Le Québec compte deux autres « petites » chaînes francophones, soit Biblairie GGC (cinq librairies en Estrie et une à Montréal, spécialisée en jeux éducatifs) et Boyer (cinq en Montérégie, avec un fort accent sur les fournitures de bureau). Les deux géants québécois de la librairie, Renaud-Bray et Archambault, comptent quant à eux 23 et 15 succursales respectivement. Le portrait du secteur est complété par 82 coopératives en milieu scolaire et environ 200 indépendants.

Globalement, ce secteur se porte mieux aujourd'hui qu'il y a dix ans, donc, mais Denis LeBrun, propriétaire de la librairie Pantoute, à Québec, et vice-président de l'Association des libraires du Québec (ALQ), sonne l'alarme. « Les règles du commerce du livre sont en train de changer au détriment des librairies indépendantes, qui d'ailleurs perdent des parts de marché depuis des années », affirme-t-il.

LA COMPÉTITION DES GRANDES SURFACES

En 2006, les librairies indépendantes ont été les seuls points de vente de livres à accuser un ralentissement (de 16 millions de dollars, par rapport à des revenus totaux de 264 millions en 2005), et leur part de marché a diminué de 3 %, pour passer à 56,1 %. Il faut remonter au début des années soixante-dix, [...], pour trouver une telle performance chez les librairies indépendantes étasuniennes. En 1996, leur part de marché avait fondu à 19 %, celle des chaînes et des superlibrairies, en hausse, s'établissait à 27 %, alors que celle des grandes surfaces avait grimpé à plus de 50 %².

Au Québec, la progression de la vente de livres dans les grandes surfaces (Walmart, Costco, Club Price et autres Zellers) a alimenté la discussion surtout dans les années quatre-vingt-dix. On a ensuite semblé s'accommoder du phénomène; d'ailleurs, entre 2001 et 2004, les grandes surfaces ont perdu du terrain, la valeur des ventes de livres étant passée de 86,3 à 61 millions de dollars. Mais remontait à 84,7 millions en 2005, puis à 96,5 millions en 2006. Soit plus du tiers du chiffre d'affaires total des librairies indépendantes, estimé cette année-là à 263,47 millions! Si on ajoute les « autres points de vente » — pharmacies, supermarchés, dépanneurs, quincailleries et *tutti quanti* —, c'est 116 millions de dollars que le secteur de la librairie a perdus au profit de la « grande diffusion » juste en 2006.

Benoît Allaire, chargé de projet à l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), hésite à interpréter cette performance : phénomène éphémère, imputable par exemple à une poignée de méga-sellers offerts partout — la queue de la comète Dan Brown, avec les multiples sous-produits du *Da Vinci Code*, conjuguée à l'autobiographie de Dominique Michel ?, ou tendance lourde ? « Le problème va en s'aggravant », affirme en tout cas Suzanne Fauvel, directrice de la librairie Raffin du Vieux-Montréal et membre du conseil d'administration de l'ALQ. « Les distributeurs investissent beaucoup dans les grandes surfaces et leur accordent de meilleures conditions : par exemple, tous les livres invendus sont repris, sans regard à leur état », poursuit M^{me} Fauvel. « On n'a pas de preuves que les distributeurs font de meilleurs prix aux grandes surfaces, mais les prix qu'elles affichent incitent à se poser des questions », ajoute pour sa part Marie-Pierre Lockwell. Ici les best-sellers, les guides pratiques et les ouvrages de psychologie populaire, qui constituent l'essentiel de l'offre, se détaillent en moyenne entre 15 et 30 % de moins qu'en librairie. Et les distributeurs s'occupent de tout : du transport, du conditionnement et de la mise en place des livres, de sorte que, contrairement aux librairies, les grandes surfaces n'engagent aucune dépense dans l'affaire.



DENIS LEBRUN

Selon Louis Dubé, adjoint au directeur général de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), « les grandes surfaces vont chercher essentiellement une clientèle qui n'irait pas en librairie ». Voire... Selon M^{me} Lockwell, les grandes surfaces tendent à augmenter leur offre et à présenter celle-ci de façon plus attrayante : sans doute dans le but de répondre à la demande d'une clientèle de moins en moins homogène, formée entre autres de consommateurs qui fréquentent à la fois Wal-Mart et les boutiques spécialisées, et qui ne rechignent pas à acheter au rabais le roman ou la biographie du jour.

Le prix unique, solution avancée dans le passé par les libraires pour contrer la concurrence des grandes surfaces, est devenu un sujet presque tabou. « Il serait difficile à imposer et ne fait de toute façon pas partie de la discussion actuelle. L'exemple français montre en outre qu'une telle disposition se contourne aisément », souligne M. Dubé. Le prix unique n'a jamais fait consensus dans le milieu du livre, et les associations de défense des droits des consommateurs s'y sont toujours farouchement opposées. « Le prix unique n'est peut-être pas une solution appropriée, concède M^{me} Fauvel. En revanche, nous estimons légitime de demander un "délai de carence". »

Cette revendication de l'ALQ suppose que tous les livres soient d'abord offerts en exclusivité dans les librairies pendant une période donnée, par exemple deux semaines. Les libraires pourraient ainsi récupérer une part des « ventes faciles » qui leur échappent, et augmenter un tant soit peu une marge bénéficiaire dont la moyenne joue autour de 1,2 %. Ce serait aussi une façon de rétablir un certain équilibre, pour peu que les grandes surfaces veuillent effectivement appâter, à leur rayon livres, davantage de ces lecteurs butineurs qui cherchent à payer le plus bas prix.

LA DISPROPORTION DES MOYENS

Si la librairie indépendante a tout de même pu, à ce jour, conserver un peu plus de 50 % de part de marché, elle le doit en bonne partie à la « loi 51 », qui régleme le commerce du livre au Québec. Le fondement de la Loi : l'agrément des éditeurs, des distributeurs et des libraires. Il s'accompagne d'obligations et de privilèges correspondants, dans un souci de réciprocité entre les acteurs visés,

il est réservé aux entreprises à propriété québécoise, et est volontaire. Mais rares sont les entreprises québécoises du secteur à n'être pas agréées...

Au bout du compte, pour l'ancien ministre Denis Vaugeois, père de la « loi 51 », l'existence d'une littérature nationale passait nécessairement par l'efficacité de sa diffusion : en effet, à quoi servent des livres qui ne se rendent pas aux lecteurs ? La loi visait donc à assurer une viabilité minimale à chacun des maillons commerciaux du secteur du livre, tout en reconnaissant implicitement que la librairie avait un rôle particulier à jouer dans la diffusion de la littérature québécoise.

En 1981, on n'avait cependant pas prévu le poids des grandes surfaces dans le commerce du livre ni celui des chaînes. Ainsi, aujourd'hui, « Renaud-Bray et Archambault réalisent ensemble un chiffre d'affaires similaire à celui de l'ensemble des libraires indépendants », souligne Louis Dubé. Entre 2005 et 2006, les revenus des chaînes ont crû de 12 % (182,88 millions de dollars en 2005 contre 205,7 millions en 2006), une hausse « en bonne partie attribuable à l'offre plus grande de Renaud-Bray », estime Benoît Allaire, celle-ci venant principalement de la nouvelle succursale de Lévis.

Il semble que cette succursale, le p.-d.g. Pierre Renaud avait prévu l'ouvrir en face de la librairie indépendante Tome Un. Les deux propriétaires, dont Lise Desrosiers, la directrice générale de l'ALQ, auraient alors préféré fermer plutôt que de risquer la faillite. C'est l'effet pervers de l'implantation des chaînes, qui disposent généralement d'une artillerie lourde pour attirer le chaland. Denis LeBrun parle même d'une « concurrence de plus en plus sauvage » pour décrire la situation qui prévaut actuellement.

Le vice-président de l'ALQ en veut pour preuve — parmi d'autres — la promotion du libraire-disquaire Archambault sur les dictionnaires, l'automne dernier : un *Petit Robert* à 50 \$ avec, en prime, un *Bescherelle*. « Un prix en bas de notre coûtant. On ne pouvait même pas répondre à ça ! » dit M. LeBrun.

Robert Leroux, propriétaire de la librairie Alire, à Longueuil, semble l'un des rares membres de l'ALQ à ne pas trop s'en émouvoir. « Il y a toujours quelqu'un, quelque part, pour couper les prix sur les dictionnaires, et les libraires indépendants ne peuvent pas gagner là-dessus », dit-il, philosophe. N'empêche : Archambault, propriété de Quebecor, vendait à très bas prix un produit distribué par ADP, autre propriété de Quebecor. Des libraires voient là un simple avant-goût des possibilités qu'offre l'intégration verticale des entreprises. L'empire possède, rappelons-le, imprimeries, maisons d'édition, câblodistributeur, journaux, magazines, chaînes de télé généraliste et spécialisées, distributeur et groupe de libraires-disquaires. Dans ce contexte, jusque-là inédit dans le secteur québécois du livre, l'ultime maillon Archambault dispose d'« une force de frappe inquiétante, et tout le monde est un peu sur son quant-à-soi », reconnaît Louis Dubé.

L'un des grands avantages de l'intégration verticale, c'est de permettre des économies à tous les échelons. « Du coup on constate qu'Archambault commence à faire des rabais assez impressionnants sur les titres publiés par les maisons de Quebecor. On est en droit de se demander jusqu'où ça va aller », insiste d'ailleurs Suzanne Fauvel. Selon M. LeBrun, « Quebecor est tout bonnement en train de changer la donne ».

Voilà certes plusieurs années que le secteur du livre vit avec la convergence façon Quebecor. Mais à l'automne 2005, en achetant le Groupe Sogides (composé

notamment de l'Hexagone, de VLB éditeur et des Éditions de l'Homme) et son distributeur ADP, l'empire prenait une place plutôt disproportionnée, compte tenu du contexte québécois.

L'acquisition de Sogides permettra de consolider un milieu relativement fragmenté et vulnérable aux soubresauts du marché, une excellente nouvelle pour tous les acteurs du livre,

déclarait alors le grand patron Pierre Karl Péladeau³. Son analyse du secteur — « fragmenté et vulnérable » — était juste, mais « tous » ne jubilaient sûrement pas.

De fait, un tel pouvoir, qui s'exerce de la création jusqu'à la diffusion, crée un malaise, non seulement chez les libraires, mais aussi chez les éditeurs. C'est ainsi qu'en octobre dernier, Boréal, Fides, Hurtubise HMH et Québec Amérique lançaient le Regroupement des éditeurs littéraires indépendants (RELI), dans le but de promouvoir la « bibliodiversité » et d'exercer une vigilance à l'égard de « la concentration, la convergence et l'émergence de conglomerats plus intéressés aux profits qu'à investir dans la création d'un fonds littéraire ». « On est aussi inquiets de l'expansion continue des chaînes de librairies », avait alors déclaré Pascal Assathiany, directeur général du Boréal⁴.

LE SENS DES AFFAIRES

En février dernier, c'était au tour des libraires indépendants de lancer leur regroupement, même si l'ALQ est devenue dans les faits une association de librairies indépendantes. Ne s'y sentant plus bienvenu, Pierre Renaud a jugé préférable de s'en exclure, tout comme Gérald Guy Caza, le directeur général de Bibliarise GGC, bien qu'il ait été le président de l'ALQ pendant quatre ans et qu'il se définisse lui aussi comme un « indépendant ». Mais cette configuration reflète bien, au fond, le fossé qui se creuse entre chaînes et indépendants, et le clivage quasi irrécyclable des philosophies.

En février, 67 libraires formaient le noyau initial des Librairies indépendantes du Québec (LIQ), regroupement né à l'instigation de Denis LeBrun et sous le patronage de l'ALQ : ce nombre passait à 76 au mois de mai. « Le LIQ se veut un projet commercial et un outil promotionnel. On vise à ce que le sigle devienne un label de qualité et une référence en ce qui concerne la littérature québécoise », résume M. LeBrun. Des catalogues sont prévus — en réponse à celui de Renaud-Bray? —, et le LIQ a déjà un organe tout trouvé dans le journal *Le libraire*.

Sans pécher par angélisme, on peut affirmer que l'une des principales marques distinctives des libraires indépendants, c'est l'engagement dans la vie littéraire. « Plusieurs d'entre nous commanditent des événements culturels locaux, organisent des rencontres avec des écrivains... Notre stratégie, c'est de créer une présence importante de nos librairies dans la communauté par l'animation du livre », dit ainsi Robert Leroux, lui-même activement engagé, à Longueuil, dans des événements comme la Fête du livre et de la lecture et le Salon du livre jeunesse qui a connu sa première édition cet hiver. Cette stratégie ne doit pas être si mauvaise puisque les chaînes la pratiquent aussi...

Une telle façon de faire amène néanmoins Louis Dubé à dire que « le mariage culture-affaires ne semble toujours pas aller de soi en librairie. La promotion de l'accès au livre, c'est très louable, mais ça vient en second lieu, après la rentabilité

financière ». Gérald Caza renchérit : « Une chaîne comme Archambault est gérée par des gens d'affaires guidés par des objectifs d'affaires, et c'est normal qu'ils aient des comportements différents des libraires indépendants. » Ces derniers — du moins certains d'entre eux — souffriraient en revanche d'être par trop « romantiques », de « ne pas viser suffisamment la rentabilité ».

« L'exploitation d'une librairie implique des coûts élevés, mais il faut trouver les moyens de les réduire », dit Marie-Pierre Lockwell. C'est justement l'un des sujets à l'ordre du jour de l'ALQ et du LIQ. M. Leroux n'a sûrement pas tort lorsqu'il fait valoir que « la librairie indépendante s'inscrit dans une certaine mouvance : la préférence pour les commerces de proximité et une méfiance à l'égard des cartels », mais depuis longtemps la marge bénéficiaire des indépendants stagne à de très bas niveaux. Les obligations rattachées à l'agrément — maintenir un fonds, offrir une gamme étendue de services spécialisés... — peuvent peser lourd pour de petites librairies. « Le système de mise en marché des livres exerce depuis toujours une pression sur les libraires », concède M. Dubé. Mais cette contrainte, dans un marché où la concurrence tend à s'intensifier, rend encore plus nécessaire la recherche de l'efficacité.

FORFAITS DE GROUPES

Au chapitre de l'enjeu de l'efficacité, M. Dubé voit dans le LIQ « une initiative intéressante, qui donnera sûrement des résultats », l'intérêt résidant dans le regroupement qui conduit à l'élaboration d'outils et de projets communs. La possibilité de réaliser des économies d'échelle est peut-être ce qui, jusqu'à maintenant, a fait cruellement défaut aux indépendants : un handicap par rapport aux chaînes. On pourra arguer qu'en contrepartie l'obligation, pour les collectivités, d'acheter à des libraires agréés constitue une forme de subvention indirecte, et un privilège ; mais les chaînes jouissent elles aussi de ce privilège pour leurs succursales agréées. La « loi 51 » ne confère donc pas, d'emblée, d'avantages particuliers aux indépendants...



LOUIS DUBÉ

Dans le secteur de la librairie, le regroupement — et les économies d'échelle — prend aussi le visage du réseau Coopsco, fort de 62 librairies coopératives en milieu scolaire qui totalisaient, en 2006, un chiffre d'affaires de 123 millions de dollars. « Environ les deux tiers de ce chiffre d'affaires sont attribuables au livre », précise Lucie Lachapelle, directrice générale de Coopsco. L'appartenance à la bannière permet d'obtenir de meilleures conditions pour le matériel informatique et la papeterie, mais « pas pour le livre », insiste M^{me} Lachapelle. Chaque coop conserve néanmoins son autonomie, tout en devant satisfaire aux besoins de son établissement scolaire.

Les coops implantées sur les campus s'affirment comme des joueurs autrement importants, ne serait-ce qu'en raison d'une clientèle immédiate équivalant, dans plusieurs cas, à la population d'une ville de taille moyenne. Ainsi, pour une librairie comme Zone, située sur le campus de l'Université Laval, la « clientèle immédiate » est constituée de 35 000 étudiants, plus les professeurs. Les 16 000 pi² de son siège social feraient l'envie de n'importe quelle librairie du centre-ville de Québec. Son chiffre d'affaires annuel aussi, sans doute. « On est passé de 15 millions de dollars en 1998, à 28 millions aujourd'hui », dit le directeur général Yves Kogovsek. Les « 4 000 à 5 000 » ordinateurs portables vendus annuellement ne sont probablement pas étrangers à la croissance, non plus que la gestion cependant.

Zone se targue d'être « la plus importante librairie scientifique francophone en Amérique du Nord » tout en exploitant des créneaux pointus, dont la médecine. Ses 40 000 titres veulent répondre aux besoins des étudiants et des chercheurs, c'est forcé, mais aussi à ceux de la population générale. Zone a d'ailleurs des visées expansionnistes, avec un projet d'implantation dans le centre-ville, même

si elle a déjà dû renoncer à ouvrir une succursale dans le Vieux-Québec.

Zone n'est pas la première coop scolaire à chercher à percer hors campus. « Or jusqu'à maintenant, les tentatives de sortie ne se sont pas révélées concluantes », dit M^{me} Lachapelle. Parce que les projets n'étaient pas assez bien peaufinés? Histoire, peut-être, de mieux préparer le terrain pour Zone, Yves Kogovsek a décidé, pour l'heure, de publiciser davantage la librairie au plan local, de commencer à tout le moins par élargir le bassin de clientèle et de membres. Ce faisant, la succursale éventuelle serait moins assimilée à une librairie universitaire « seulement ».

Rentable, la filière institutionnelle? « Les marges sur le livre scientifique sont très minces, et notre marché qu'on dit "captif" l'est en réalité plus ou moins : la clientèle magasin, et la compétition est vive autour des campus », répond M. Kogovsek. Reste que les rabais systématiques consentis aux membres — l'équivalent de la ristourne annuelle des Caisses populaires — représentent pour les coops la meilleure des cartes de fidélité. L'échange de services par l'entremise de Coopsco, notamment en matière juridique et de gestion, constitue également un autre avantage indéniable de la formule coopérative. En règle générale, les librairies universitaires semblent d'ailleurs s'être munies d'outils de gestion assez élaborés : un exemple à suivre par les indépendants?

Toutes les librairies en milieu scolaire ne sont pas des coops. Ainsi la bibliairie GGC, qui est la « librairie officielle » de l'Université de Sherbrooke, est on ne peut plus privée. Gérald Guy Caza a acheté la librairie du Cégep de Sherbrooke en 1977, puis celle de l'Université de Sherbrooke en 1981, ce qui lui a permis de fonder son réseau de bibliairies, « des librairies avec ouverture sur le grand public, mais qui entretiennent des relations particulières avec les écoles, les commissions scolaires et les universités ». De libraire, Gérald Guy Caza en est venu à diversifier ses activités, pour aujourd'hui coiffer trois autres chapeaux, soit ceux de distributeur, d'éditeur et d'imprimeur⁵. Ce petit réseau a récemment déménagé son siège social dans un très grand local de 50 000 pi² (40 000 pi² de surface de vente). « Une évolution se fait actuellement dans le commerce du livre au Québec, affirme M. Caza. La population veut une offre, et ce sont les grandes ou les moyennes librairies qui survivront. »

L'ÂGE DU CAPITAINÉ

Pour d'aucuns, il ne fait pas de doute que Renaud-Bray, Archambault et même Raffin ont des velléités de croissance. Et le contexte se prête à une croissance pour ainsi dire en douceur, d'ailleurs. C'est que 58 % des libraires indépendants ont 50 ans ou plus, résume Pascale Ste-Marie, coordonnatrice, développement professionnel à l'ALQ. De fait, une forte proportion des propriétaires actuels sont les fondateurs même, et ils ont rarement un plan de relève. On peut donc s'attendre, dans un proche avenir, à des acquisitions plus qu'à l'ouverture de nouvelles librairies.

« La transmission d'une entreprise est un processus complexe, particulièrement sur les plans financier et fiscal », dit M^{me} Ste-Marie. Et en l'absence d'enfants désireux de reprendre les rênes, la meilleure solution réside-t-elle nécessairement dans la cession au plus offrant? « Toute la chaîne est mise en question par la retraite des libraires », estime Gérard Guy Caza, qui voit là un enjeu majeur pour le secteur. L'ALQ en est la première convaincue et demandait, il y a près de deux ans, l'aide des organismes subventionneurs pour démarrer un projet d'aide à la planification de la succession. Les premières formations ont eu lieu à l'hiver, après l'obtention de fonds du ministère du Patrimoine canadien et de la SODEC.



DENIS VAUGOIS

Les libraires, et en particulier les indépendants, ont longtemps revendiqué la singularité de leur « produit », arguant qu'on ne vend pas des livres de la même façon qu'on vend de la soupe ou des chaussures. Bref, ils ont été fortement enclins à considérer leur secteur d'activité comme « à part ». Ils sont néanmoins rattrapés par les mêmes enjeux que tous les autres secteurs : les retraites massives, donc, mais aussi celui, en corollaire, de la raréfaction de la main-d'œuvre, et *a fortiori* de la main-d'œuvre qualifiée. La librairie embauche un nombre élevé de diplômés universitaires en littérature, malheureusement à 9 \$ ou 10 \$ l'heure en moyenne⁶. L'attraction et le maintien de la main-d'œuvre demanderont bientôt un examen de l'ensemble des conditions de travail, surtout que le réseau de l'enseignement recommence à embaucher.

Pour l'heure, l'ALQ s'attelle à mettre en place et à tester un mécanisme d'apprentissage en milieu de travail

— une première pour la librairie — dans le but « de structurer les pratiques et de conduire à l'obtention de la norme professionnelle de libraire », précise M^{me} Ste-Marie. Cette norme vient d'être adoptée : cela signifie que, jusqu'ici, la profession ne jouissait pas d'une reconnaissance officielle. « Ces actions devraient aider les librairies à devenir plus performantes, plus "compétentes" et plus rentables. Et c'est seulement en augmentant la rentabilité qu'on pourra bonifier les salaires », dit encore M^{me} Ste-Marie.

Qu'il s'agisse de main-d'œuvre, de gestion, de répartition des ventes, la librairie entame « des années charnières », croit pour sa part Suzanne Fauvel, au cours desquelles elle aura à établir « un équilibre entre son mandat culturel et son mandat commercial ». À cet égard, les librairies indépendantes montrent aujourd'hui, par l'entremise du LIQ, ce qu'elles mettront en avant : leurs connaissances spécialisées, leur capacité à offrir des services adaptés aux différentes clientèles, leur engagement à faire

1. Toutes les données sur les ventes de livres au Québec présentées ici proviennent de l'Observatoire, organisme qui relève de l'Institut de la statistique du Québec.

2. Source : *Rapport du Groupe de travail sur la consolidation et la rentabilité des librairies*, groupe de travail présidé par Pierre L'Espérance, Québec, ministère de la Culture et des Communications, 1999, p. 16.

3. Source : www.quebecor.com.

4. Citations tirées de « Quatre éditeurs unis contre la convergence », Louise-Maude Rioux Soucy, *Le Devoir*, 31 octobre 2006, p. A1.

5. L'autre « petite » chaîne de librairies, Raffin, coiffe quant à elle les chapeaux de distributeur et d'éditeur aussi. Mais GGC et Raffin n'exercent évidemment pas leurs activités multiples à la même échelle que Quebecor.

6. Les salaires ne sont pas plus élevés dans les grandes chaînes.

Visitez le site de
Guérin éditeur
www.guerin-editeur.com