

Le pouls réel des ventes de livres

FRÉDÉRIQUE DOYON 3 décembre 2009 Livres

Attendu par le milieu de l'édition, Gaspard, outil de mesure informatique de ventes de livres, est entré en fonction depuis le 4 novembre dernier. Sa mission ultime: réduire les retours et le pilonnage de livres.

Jusqu'ici, les éditeurs organisent leurs stratégies de vente et les réimpressions de livres sur la base d'informations imprécises: un aperçu des stocks (livres placés sur les rayons des librairies) et des chiffres de ventes calculés selon un système maison, par le distributeur. Gaspard donne le pouls des ventes réelles, en temps réel.

L'éditeur «n'avait pas de compte-rendu quotidien de ce qui se passe. Gaspard va permettre ça», résume Michel Montagne, responsable des clientèles, des communications et du marketing à la Banque de titres de langue française (BTLF), qui mène le projet Gaspard.

Si Gaspard ne peut éliminer complètement le phénomène du pilonnage, il en réduira l'ampleur en diminuant substantiellement les retours grâce aux décisions plus éclairées des éditeurs. M. Montagne cite l'exemple d'un éditeur qui fait réimprimer 2000 exemplaires parce que les 2000 premiers ont trouvé preneur dans les librairies francophones, sans savoir le mal que celles-ci ont eu à les vendre.

«Ce sont des décisions très coûteuses qui peuvent même menacer la survie d'une maison d'édition», dit-il.

Avec ses 25 catégories d'ouvrages (bd, jeunesse, histoire, biographie, littérature, etc.) et ses 50 sous-catégories (dont une douzaine pour la littérature), l'outil permet aussi une lecture plus affinée des chiffres de ventes.

Gaspard récolte les données auprès des détaillants depuis septembre, toujours de façon anonyme. Les éditeurs et distributeurs intéressés ont jusqu'à la fin de l'année pour le mettre à l'essai, moyennant des frais d'ouverture de dossier de 200 \$. Par la suite, ils devront payer leur abonnement au prorata du chiffre d'affaires de leurs ventes (0,15 %) selon le calcul de Gaspard.

«Le plus gros frein pour des petits diffuseurs-distributeurs comme nous, c'est la facture, qui semble assez salée», indique Arnaud Foulon, directeur général des éditions Hurtubise HMH, qui ont justement décidé de mettre le système à l'essai au début de la semaine. «Si ça nous coûte plus cher que ce qu'on peut espérer économiser ailleurs, ce n'est pas intéressant... »

S'il se réjouit du fait que le Québec accède enfin à un outil de mesure du genre, comme il en existe depuis longtemps ailleurs au Canada et en Europe, il espère que le milieu montera dans le train de la modernité. «Le milieu doit aller de l'avant vers ça, mais il va falloir que tous les acteurs y participent [pour assurer le succès du

systeme]», dit-il.

Les détaillants impliqués jusqu'ici cumulent environ 45 % des ventes de livres au Québec, selon M. Montagne, conscient qu'il faudra atteindre les 65 % pour offrir des données concluantes. Librairies indépendantes, grandes surfaces, chaînes de librairies y sont bien représentées. Fournira-t-on aux clients la part des ventes de chacun des types de détaillants? C'est ce que souhaite M. Foulon, mais rien n'est moins sûr.

» vente, livre

Haut de la page

Vos réactions