



FNAC DARTY



« La loi Darcos : une loi équilibrée, indispensable à la défense du prix unique du livre et qui démontre d'ores et déjà son efficacité. »

Paris, France. Le 5 février 2025.

Face aux attaques que subit aujourd'hui la loi Darcos, la filière des acteurs de la vente physique de livres en France (Syndicat de la librairie française (SLF), Syndicat des Distributeurs de Loisirs Culturels (SDLC, membres : Cultura et Nosoli - Furet du Nord et Decitre), Fnac Darty, Maison de la Presse et Espaces Culturels E.Leclerc) a décidé de produire une étude commune pour analyser, grâce aux premiers retours chiffrés sur l'impact de la loi Darcos. Ce travail montre que la loi atteint ses principaux objectifs, en rééquilibrant les ventes entre canaux de distribution, sans détourner les lecteurs de l'achat d'ouvrages, et sans dégrader les volumes de vente. La pratique du click & collect est également de plus en plus plébiscitée par les consommateurs.

La loi Darcos, bras numérique de la loi Lang, garante de l'équilibre concurrentiel du marché du livre

En 1981, la France adopte la loi sur le prix unique du livre, ou « loi Lang ». En garantissant l'équilibre concurrentiel du marché du livre, cette régulation a permis d'en préserver le dynamisme, comme la diversité. L'essor des grandes plateformes numériques dans les années 2000 a toutefois fragilisé l'équilibre ménagé par la loi Lang : en imposant une logique de « prix bas » à travers la livraison gratuite et la pratique systématique du rabais de 5%, ces « pure players » gagnent rapidement des parts de marché au détriment des acteurs du livre, librairies indépendantes en tête.

Pour tenter de remédier à cette situation, la loi du 8 juillet 2014 interdit la livraison gratuite de livres. Mais elle est immédiatement vidée de toute efficacité par la mise en place de frais de livraison purement symboliques (0,01 centime d'euros). C'est pour cette raison que la loi Darcos, bras numérique de la loi Lang, est adoptée, en 2021. Elle ré-encadre le marché du livre, cette fois en imposant un montant plancher pour les frais de port de livres – fixé par arrêté en avril 2023, après une concertation avec l'ensemble des acteurs, à trois euros pour toute livraison d'une commande de livres neufs inférieure à 35 euros. L'objectif est clair : rendre pleinement opérationnelle la loi sur le prix unique du livre, défendre l'écosystème des librairies et la diversité de la création littéraire.

Une tentative de contournement par Amazon, qui exige une réponse collective et documentée

Le leader de la vente en ligne de livres, Amazon, a d'emblée signifié son hostilité à cette loi en attaquant l'État devant les juridictions administratives. Récemment, Amazon a également annoncé offrir la livraison de livres dans un ensemble de points de retraits, dont une majorité de casiers automatisés, dits « Amazon Lockers ». Cette stratégie constitue un contournement manifeste de la loi Darcos, qui, bien qu'elle autorise la gratuité du « click and collect », la soumet toutefois à la condition que les points de retraits soient des commerces de vente au détail de livres, ce qui n'est pas le cas des « Amazon lockers ».

Au-delà du rapport de cette pratique à la légalité, qui a poussé la ministre de la Culture à saisir le Médiateur du livre, les acteurs représentant la quasi-totalité des points de vente physiques de livres en France (le Syndicat de la librairie française (SLF), le Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC), Fnac Darty, Maison de la presse, Espaces culturels Leclerc) ont souhaité rendre publics leurs chiffres et les données existantes afin de démontrer, à rebours de nombreuses idées reçues, la pertinence et les effets positifs de la loi Darcos.

Une loi essentielle, dont nous prouvons aujourd'hui l'efficacité et la pertinence

L'étude communiquée aux pouvoirs publics montre ainsi, données robustes à l'appui :

- **Un impact positif sur les ventes de livres, en volume comme en valeur** : la loi a ralenti la chute des ventes en volume, très forte l'année précédant la loi Darcos (-3,1%), mais plus modérée pendant les 12 mois suivants (-2,6%) ; le chiffre d'affaires global reste, lui, orienté à la hausse (+0,7% l'année post-Darcos contre + 1,6% l'année précédente), dans un contexte de ralentissement de la revalorisation des prix publics par les éditeurs.
- **Un impact très positif sur l'objectif principal de la loi Darcos**, soit le rééquilibrage de conditions de concurrence équitables entre plateformes numériques et librairies « physiques ».

L'année qui a suivi l'adoption de la loi Darcos, **la part de marché des magasins physiques** (tous types d'enseignes confondus) a en effet **augmenté de 2,3 points en volume, et de 3,2 points en valeur** ; un retournement de tendance remarquable, puisque, l'année pré-Darcos, cette part de marché s'étiolait encore de respectivement 0,9 points et 1,1 point¹ (soit un delta de 3,2 et 3,9 points en dynamique).

Tous les types de magasins physiques profitent de cette dynamique. Mais, de façon très intéressante, ce n'est pas pour les GSS (grandes surfaces spécialisées) que l'« effet Darcos » est le plus marqué, mais plutôt pour les librairies indépendantes de niveau 2, de petites tailles et situées majoritairement dans des villes moyennes, des bourgs, et au cœur des territoires ruraux : le retournement de tendance est spectaculaire avec un delta de +1,3 en volume (passage de -0,2 point à +1,1 point) et de +2,0 points en valeur ! **Sur un delta de +3,9 points d'évolution de part de marché en valeur, pour les ventes en magasin, entre l'année pré-Darcos et l'année post-Darcos, 2 points reviennent aux seules librairies de niveau 2, soit environ 50% de l'« effet Darcos » sur les points de vente physiques.**

- Enfin, dernier enseignement de notre étude, la loi Darcos a aussi **poussé les librairies à accélérer leur digitalisation**. Le SLF relève ainsi que le **nombre de sites internet de libraires a crû de 13%**. **Les ventes en ligne des librairies indépendantes progressent de 9,5% en volume et de 10,8% en valeur.** D'autre part, dans un parc de magasins de GSS étudié, on note une augmentation spectaculaire du click&collect, qui passe de 39% des commandes Web en année N-1 à 55% en année Darcos.

En conclusion, la loi Darcos, à travers ce prix plancher de 3 euros pour les livraisons de commandes de livres neufs de moins de 35 euros, semble avoir réussi à trouver un point d'équilibre assez remarquable :

1/ elle n'a pas handicapé les lecteurs. La loi Darcos n'a pas affecté le marché, préservant le volume des ventes et favorisant des pratiques d'achat complémentaires comme le click & collect, sans détourner les consommateurs du livre.

2/ elle bénéficie aux petites librairies, qui sont majoritairement implantées dans des zones peu denses (petites villes ou bourgs), à rebours des idées reçues sur ses impacts. Le livre reste ainsi un bien visible

¹ Sources : Données GfK, calculs et interprétation des auteurs sur la base de données Foxintelligence

et tangible dans les lieux physiques de consommation, sur tout le territoire, condition nécessaire pour que l'envie de s'en procurer puisse émerger.

3/ elle crée, pour un coût minimum, une incitation réellement efficace pour des modes de consommation plus « désirables » et sobres, qui entretiennent le dynamisme des territoires et créent de l'emploi, du lien social et culturel. La loi Darcos nous incite à adopter une consommation culturelle plus responsable qui soutient la diversité de l'économie du livre et permet de maintenir des milliers d'emplois qualifiés. A titre de comparaison, les libraires américains non protégés par une loi sur le prix unique du livre, sont aujourd'hui, à population comparable, sept fois moins nombreux qu'en France !

4/ elle ne détruit pas l'avantage concurrentiel des grandes plateformes. Trois euros ne couvrent pas les frais de livraison des petits libraires, les pure players qui offraient hier la gratuité restent plus compétitifs tout en augmentant de fait leurs marges à périmètre de vente identique.

Contacts presse :

Syndicat de la librairie française : Morgane Le Guillou m.leguillou@syndicat-librairie.fr – 01.53.62.23.13

Syndicat des distributeurs de loisirs culturels : Eric Lafraïse e.lafraïse@cultura.fr – 06 17 45 00 92

Fnac Darty : Bénédicte Debusschere benedicte.debusschere@fnacdarty.com – 06 48 56 70 71

Maison de la presse : Théo Mazars (AdSentis) groupe-nap@adsentis.com – 06 45 09 57 96

A propos du Syndicat de la librairie française (SLF)

Le Syndicat de la librairie française est l'organisation professionnelle qui représente les librairies indépendantes françaises au niveau national. Il s'engage pour la diversité culturelle, le développement de la lecture et la valorisation des librairies.

A propos du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC)

Le Syndicat des distributeurs de loisirs culturels représente en France les intérêts des détaillants spécialisés dans la distribution de produits culturels et compte parmi ses membres les enseignes Cultura et Nosoli.

A propos de Fnac Darty

Fnac Darty est un leader européen de la distribution de biens culturels, de loisirs, de produits techniques, d'électroménager et de services. Le groupe, qui compte plus de 25 000 collaborateurs, dispose à fin 2023 d'un réseau de 1010 magasins et se positionne comme un acteur majeur du e-commerce en France. Acteur omnicanal de référence, Fnac Darty a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires de près de 8 milliards d'euros, dont 22% sur le canal Internet.

A propos de E.Leclerc et des Espaces Culturels E. Leclerc

Depuis plus de 70 ans, E. Leclerc poursuit un objectif : démocratiser la consommation, c'est l'expression de son utilité sociale. Cet engagement au service du plus grand nombre doit permettre à chacun d'accéder aux produits et services dont il a besoin ou envie, au quotidien. L'accessibilité, qu'elle soit une question de prix, de proximité ou d'information, est un combat permanent, sans cesse renouvelé par les attentes des consommateurs et les enjeux de société. Améliorer le pouvoir d'achat des consommateurs au quotidien ; briser les monopoles pour ouvrir de nouveaux marchés, comme la parapharmacie ou les produits culturels ; soutenir à la fois les producteurs français au travers des "Alliances Locales", et la préservation de l'environnement avec l'opération "Nettoyons la Nature" qui rassemble chaque année plusieurs centaines de milliers de bénévoles ; développer les savoir-faire qui offrent une expérience toujours plus positive,

durable et engagée dans la consommation ; tels sont les engagements qui caractérisent l'action de E. Leclerc et façonnent son image parmi les marques préférées des Français. Enseigne coopérative portée par 587 adhérents dans 721 centres et 690 drives, et par des millions de clients dans toute la France, E. Leclerc est leader du secteur de la grande distribution.

Les Espaces Culturels E. Leclerc proposent un large choix de produits culturels : livres, CD et DVD, jeux multimédias, des loisirs créatifs, etc. Des coins lecteurs, des libraires pour conseiller et faire découvrir les nouveautés et des animations régulières contribuent à faire vivre ces espaces d'échanges et de connaissances. Expositions, débats, concerts et lectures y sont régulièrement organisés, donnant au public l'occasion de rencontrer artistes et écrivains.

A propos de Maison de la Presse

L'enseigne Maison de la Presse, la référence des commerces culturels de proximité. Avec près de 1200 magasins répartis sur tout le territoire et des milliers de clients quotidien, réseau Maison de la Presse incarne parfaitement l'ambition et les valeurs de sa maison mère le Groupe NAP : une culture partout, pour tous. 1^{ère} enseigne de presse et 4^{ème} enseigne spécialiste de librairie en France, les Maison de la Presse jouent un rôle majeur dans le paysage culturel hexagonal avec la tenue, chaque année, de son prix littéraire éponyme. En 2025, la 56^{ème} édition du prix Maison de la Presse récompensera, comme à son habitude, un livre francophone affichant les qualités littéraires d'un roman destiné à un large public. Depuis 2021, le site maisondelapresse.com invite également les consommateurs à explorer toute son offre de produits culturels en ligne.