Le marché du livre de langue française aux États-Unis

Association pour l'exportation du livre canadien

© 2003 Association pour l'exportation du livre canadien / Association for the Export of Canadian Books

Tous droits réservés.

Association pour l'exportation du livre canadien
1, rue Nicholas, bureau 504
Ottawa (Ontario) K1N 7B7
CANADA

Publié par l'Association pour l'exportation du livre canadien, l'organisme responsable de la coordination et du développement des activités d'exportation des éditeurs canadiens.

Préparé pour l'AELC par Marcel Ouellette. L'AELC a pris toutes les dispositions pour s'assurer que les informations contenues dans ce document sont à jour et correctes au moment de leur publication. L'AELC ne prend aucune responsabilité pour toute perte ou dommage dû au fait d'avoir utilisé ce document ou de s'y être fié. Les énoncés formulant une opinion expriment uniquement le point de vue de leur auteur.

La réalisation de ce profil de marché a été rendue possible grâce au soutien financier du gouvernement du Canada (Affaires étrangères et Commerce international).

Canada

Mise en pages et couverture : Zsuzsanna Liko Visual Communication Inc., Ottawa
Imprimé au Canada par Allegra Printing

Catalogage avant publication de la Bibliothèque nationale du Canada

Ouellette, Marcel
Le marché du livre de langue française aux États-Unis / préparé pour l'Association pour l'exportation du livre canadien par Marcel Ouellette.

ISBN 0-9734444-0-1

1. Imprimés français—Canada—Marketing. 2. Livres—Vente—États-Unis. 3. Études de marché—États-Unis. 4. Édition—Canada. I. Association pour l'exportation du livre canadien II. Titre.

Z481.O93 2003 382'.450705'0971 C2003-907033-6

Introduction

Une étude sur le marché du livre de langue française aux États-Unis peut étonner. Les États-Unis sont perçus comme un territoire qui a choisi, en forçant un «melting pot», d'assimiler ses populations de langues dites étrangères à la majorité anglo-saxonne. Le pays est peu reconnu pour sa diversité linguistique, malgré la multitude d'origines des populations qui ont bâti le territoire.

Les populations de langue française se sont installées aux États-Unis dès les premiers siècles de la colonisation. Au 18e siècle, d'importants courants de migration, notamment à la suite de la Déportation des Acadiens, ont amené des populations de langue française à s'installer sur la côte est et en Louisiane. On connaît également l'importance des populations québécoise et acadienne dans la main-d'œuvre américaine de la période industrielle, du moins dans la région de la Nouvelle-Angleterre. On peut noter également un certain engouement chez nos voisins du Sud pour la langue et la culture françaises. Ce phénomène a pris une plus grande ampleur au cours des dernières décennies.

Qu'en est-il aujourd'hui de la francophonie et de la francophilie aux États-Unis? Comment évaluer la répartition de la population parlant la langue française et, par conséquent, le marché potentiel pour les produits culturels diffusés en langue française et pour les livres des éditeurs canadiens-français? Quels sont les moyens à privilégier pour travailler avec des partenaires de l'industrie du livre aux États-Unis? Le présent document se propose d'explorer les perspectives et les limites du marché du livre de langue française aux États-Unis et de guider les éditeurs canadiens-français dans leurs efforts pour cerner les mécanismes qui leur permettront de pénétrer ce marché.

Nous partirons de la prémisse que toute vente à l'exportation est importante et qu'elle constitue un gain par rapport au marché domestique. L'exportation nécessite des efforts à long terme et elle se bâtit d'abord sur des ventes à petite échelle. Le présent document ne cherche pas à privilégier a priori la «grande exportation». Il vise à offrir à tous les éditeurs, petits et grands, des outils pour l'établissement de stratégies d'exportation à la mesure de leurs moyens : une augmentation de 10 % des ventes à l'exportation est autant importante pour un petit éditeur que pour un grand. Espérons que le présent document arrivera à bien servir toutes les catégories d'éditeurs[1].

Le marché des États-Unis est rarement considéré comme une priorité pour les éditeurs canadiens-français. Pourtant, les éditeurs français y connaissent des ventes significatives, et certains éditeurs canadiens-français ont réussi, jusqu'à un certain point, à percer leur segment du marché,

1 Compte tenu de l'ampleur du marché du livre aux États-Unis, la présente étude s'est particulièrement concentrée sur les marchés grand public. Les marchés scolaires relèvent de règles différentes qui ne sont présentées que dans leurs grandes lignes. Le marché du livre scolaire pourrait faire l'objet d'une étude distincte.

notamment en livres jeunesse. Compte tenu de la proximité géographique et culturelle, il serait logique que le livre canadien de langue française y soit mieux reçu que le livre européen. Faisons le pari qu'il existe aux États-Unis un marché significatif pour le livre canadien-français et que les éditeurs canadiens-français ont tout avantage à mieux connaître le fonctionnement du marché américain et à y accorder une attention plus grande.

Table des matières

Introduction 1

A. Les préalables 3
Le marché américain en chiffres
La population de langue française en chiffres
La France aux États-Unis
Bien penser sa stratégie
Exigences douanières

B. Distribution et vente en gros 9
Les distributeurs
Les grossistes
Avantages pour les acheteurs
Travailler avec les grossistes
Principaux grossistes

C. Le marché des librairies 15
Travailler avec les chaînes
Travailler avec les librairies indépendantes

D. Le marché des bibliothèques 19
Répartition et pouvoir d'achat
La population desservie
Les mécanismes d'acquisition
La promotion auprès des bibliothèques
Les réseaux spécialisés
Les bibliothèques comme lieux de promotion

E. Le marché scolaire 24
Répartition des langues étrangères
Répartition des élèves de français

Conclusion 31
Ressources 32
Notice biographique 41