

Étude BTLF/HEC de l'impact des prix littéraires sur les ventes au détail et aux collectivités dans Gaspard



Présentation sommaire

Septembre 2024

Contexte de l'étude

- ▶ La BTLF a mandaté une chercheuse des HEC, afin de mesurer statistiquement l'impact des différents prix littéraires, nationaux ou étrangers, sur les ventes des titres primés.
- ▶ La recherche a permis de produire une typologie des prix littéraires (anglais et français) présents dans les marchés du livre canadien et québécois: quels sont les prix les plus populaires au Canada et les plus prestigieux dans l'industrie du livre au Québec? Ont-ils le même effet sur les ventes après leur remise?
- ▶ Le système d'information Gaspard de la BTLF a servi de source de données. On a observé l'effet des prix à la fois sur les consommateurs (ventes au détail) et les institutions (ventes aux collectivités). La période d'étude s'étend d'octobre 2013 à janvier 2022.
- ▶ L'étude s'arrêtera sur certaines caractéristiques des livres primés et leur impact sur leurs ventes : la notoriété et le pays d'origine de l'éditeur, la première œuvre d'un auteur et la nouveauté.

Méthodologie & source des données

- Pour évaluer l'effet des prix et leur impact dans le marché du livre, nous avons analysé les ventes (au détail et aux collectivités) des livres lauréats et des livres finalistes, en comparant leurs trajectoires de vente avant et après l'attribution d'un prix.
- Pour être retenu, un prix littéraire doit être relativement connu par le grand public au Québec et doit récompenser une œuvre qui a été publiée ou qui sera publiée en cours d'année. Le titre doit nécessairement afficher des ventes dans Gaspard. La période de l'étude s'étend du mois d'octobre 2013 à janvier 2022.
- Un échantillon de 30 prix littéraires distincts a pu être constitué à partir des critères de sélection. On a pu ainsi suivre la trace de 534 titres distincts (lauréats & finalistes) sur des périodes de 12 mois (6 mois avant + 6 mois après la remise).
- Les ventes en quantité de chaque livre de l'échantillon ont été extraites de la base de données Gaspard (BTLF) et ont été agrégées par semaine.
- Près de 36% des livres inclus dans l'échantillon sont lauréats et 64 % sont finalistes.
- À moins d'indication contraire, les valeurs dans les graphes proviennent du modèle statistique développé pour l'étude.

Typologie des prix littéraires

Typologie des prix littéraires	Rang	Popularité Mentions moyenne/année	Prestige		Pays d'origine du prix
			Échelle de 7	Rang	
Liste des 30 prix échantillonnés (2013-2022)					
Pulitzer Prize	1	6 621	6,5	6	USA
Prix Goncourt	2	4 235	7,0	1	FR
Scotiabank Giller Prize	3	2 160	4,8	15	CAN
Prix Renaudot	4	1 055	6,7	4	FR
Booker Prize	5	1 051	5,4	9	UK
Prix Femina	6	820	6,3	7	FR
National Book Award	7	780	3,6	19	USA
Prix Médicis	8	612	6,7	4	FR
Prix Goncourt des Lycéens	9	417	4,9	13	FR
Grand Prix du Roman de l'Académie française	10	289	5,5	8	FR
Prix Interallié	11	235	1,9	25	FR
Prix de Flore	12	136	1,5	27	FR
Prix Renaudot des Lycéens	13	122	5,1	12	FR
Prix Goncourt des nouvelles	14	99	3,2	22	FR
Prix Goncourt du premier roman	15	93	4,9	13	FR
Prix Littéraire des Collégiens	16	79	5,2	11	CAN
Prix des libraires du Québec	17	73	7,0	1	CAN
Prix littéraires du Gouverneur général	18	65	7,0	1	CAN
Grand Prix du livre de Montréal	19	47	4,7	16	CAN
Prix Femina des Lycéens	20	44	4,0	17	FR
Nebula Award	21	44	1,6	26	USA
Atwood Gibson Writers' Trust Fiction Prize	22	43	2,4	24	CAN
Grand Prix de l'Imaginaire	23	38	3,4	21	FR
Prix Apollinaire	24	31	1,4	28	FR
Prix Émile-Nelligan	25	24	3,5	20	CAN
RITA Award	26	12	1,2	29	USA
Prix Ringuet	27	12	2,6	23	CAN
Prix Alain-Grandbois	28	11	3,9	18	CAN
Locus Award	29	7	1,2	29	USA
Prix Aurora-Boréal	30	7	1,2	29	CAN

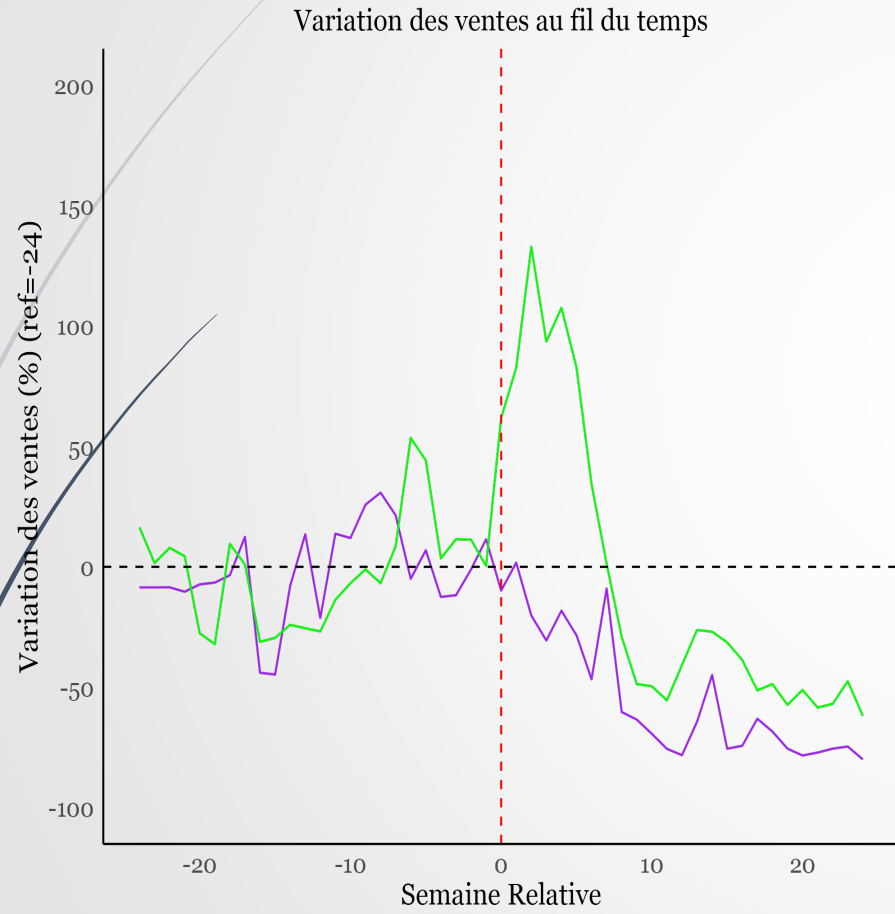
* popularité médiatique établie selon le nombre de mentions du prix dans les médias canadiens

* prestige établi sur une échelle de 1-7 selon des experts de l'industrie du livre au Québec

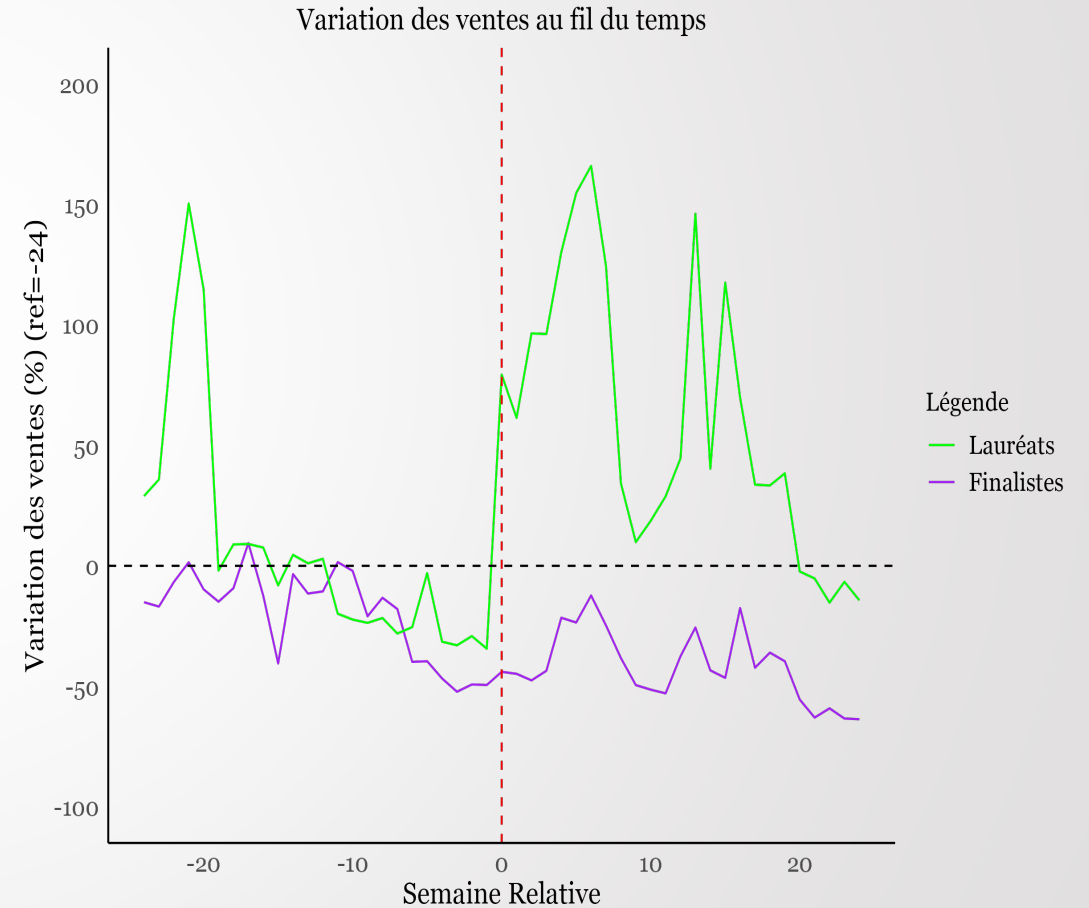
* prix d'origine nationale

Analyse descriptive des ventes des prix littéraires – 24 semaines avant et 24 semaines après la remise du prix (semaine 0) – collectivités et détail

Collectivités



Détail

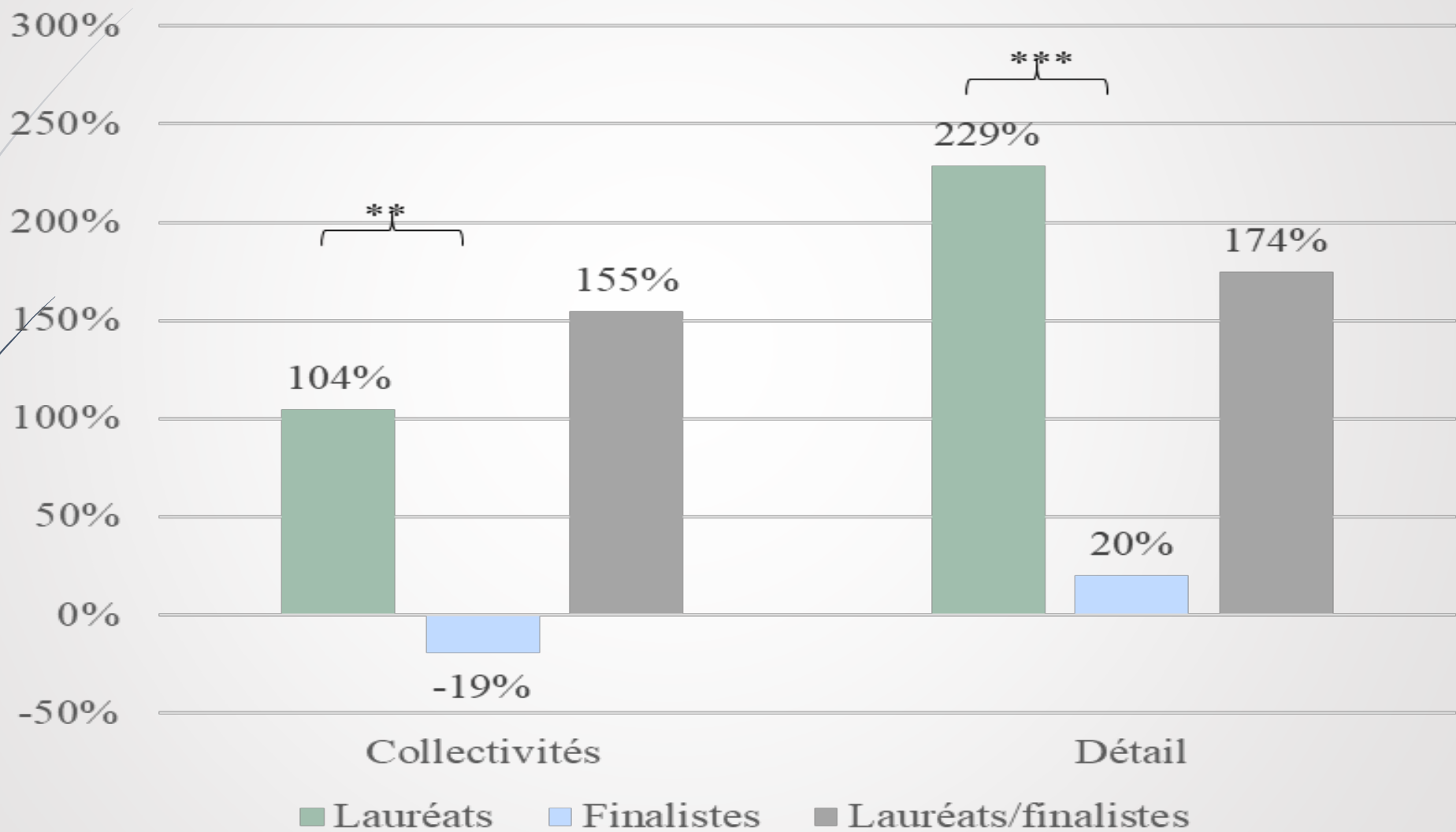




Observations - graphique p.5

1. Les données descriptives montrent que les prix littéraires influencent positivement les ventes des livres lauréats, tant du côté des collectivités qu'au détail.
2. Bien que l'annonce des récipiendaires influence positivement les ventes des livres finalistes et lauréats, cet effet n'est en général pas assez important pour contrebalancer l'effet négatif du temps pour les livres finalistes.
3. Ainsi, à moyen terme, seuls les livres lauréats bénéficient d'une augmentation significative des ventes suite à l'annonce des récipiendaires.

Variation modélisée des ventes des prix après leur remise – lauréats & finalistes - collectivités et détail

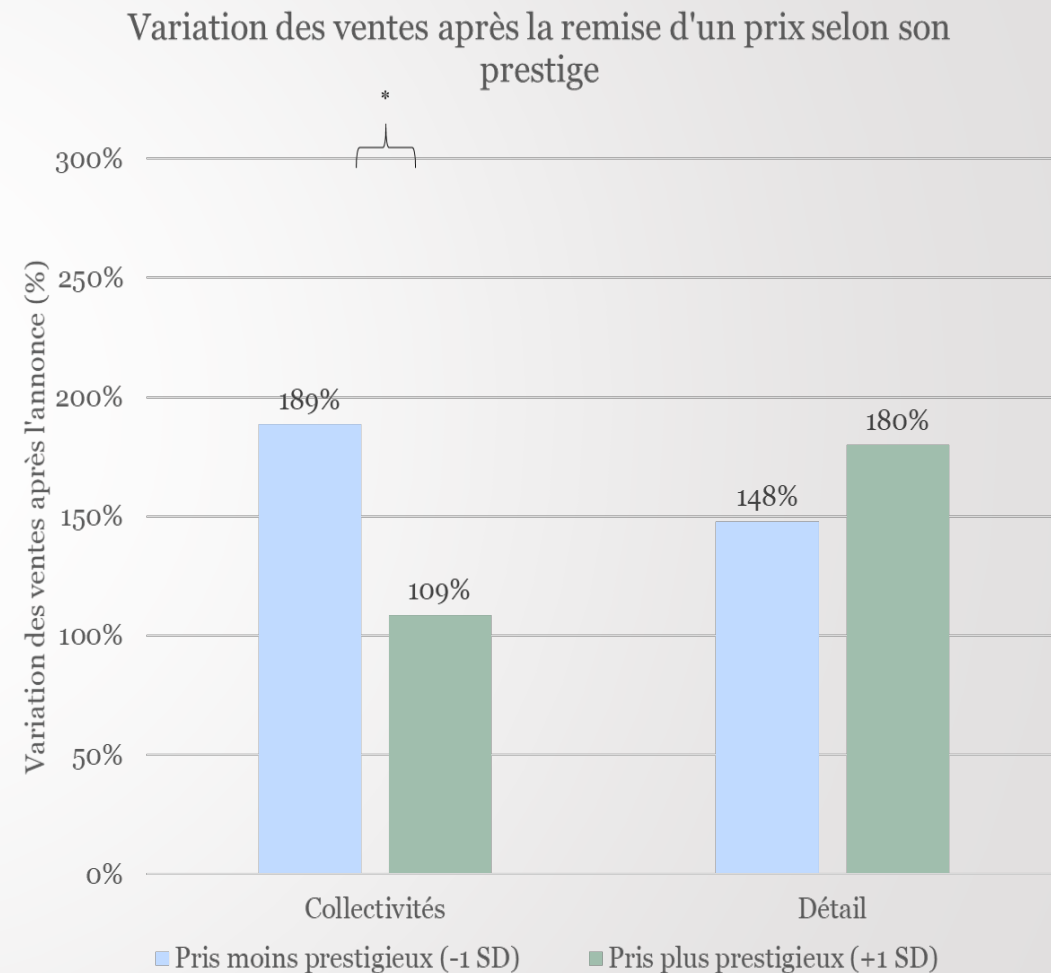
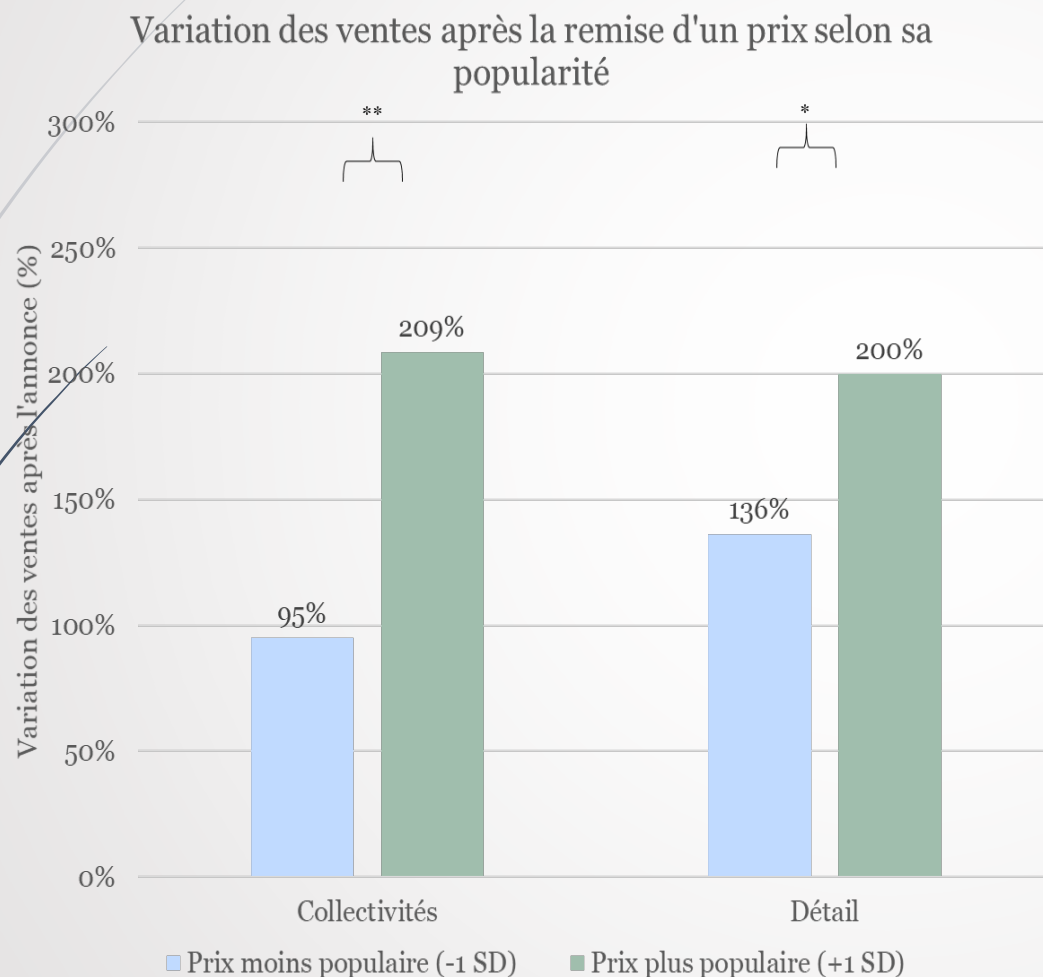




Observations - graphique p.7

1. Les résultats des modèles liés à l'effet principal d'un prix littéraire sur les ventes hebdomadaires confirment les tendances observées dans l'analyse descriptive.
2. En effet, un livre lauréat connaîtra une augmentation substantielle des ventes de 104% aux collectivités et 229% au détail après l'obtention d'un prix.
3. Du côté des finalistes, l'effet positif des prix est moins significatif, avec une augmentation des ventes de 20% au détail, et une diminution des ventes de 19% aux collectivités.

Variation modélisée des ventes après la remise des prix, selon la popularité et le prestige des prix – collectivités et détail

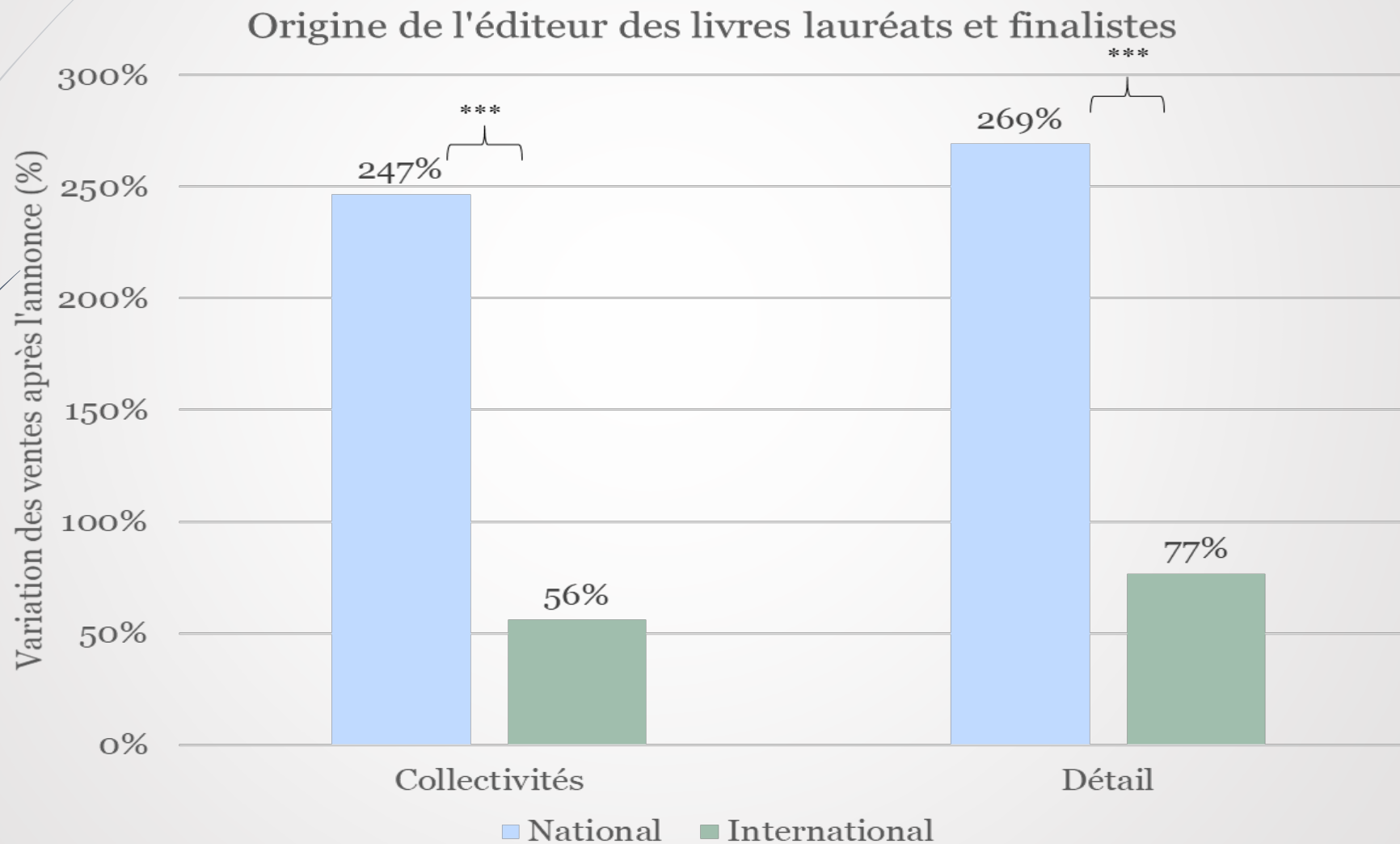




Observations - graphique p.9

1. En général, plus le prix est populaire ou prestigieux, meilleures seront les ventes, tant du côté des ventes aux collectivités qu'au détail.
2. À l'exception des prix moins prestigieux vendues aux collectivités, qui augmentent plus que les prix plus prestigieux.
3. Les prix plus prestigieux ont un plus grand impact sur les ventes au détail (+180%) que sur les ventes aux collectivités (109%).

Variation modélisée des ventes après la remise du prix, selon l'origine du pays de l'éditeur – collectivités et détail

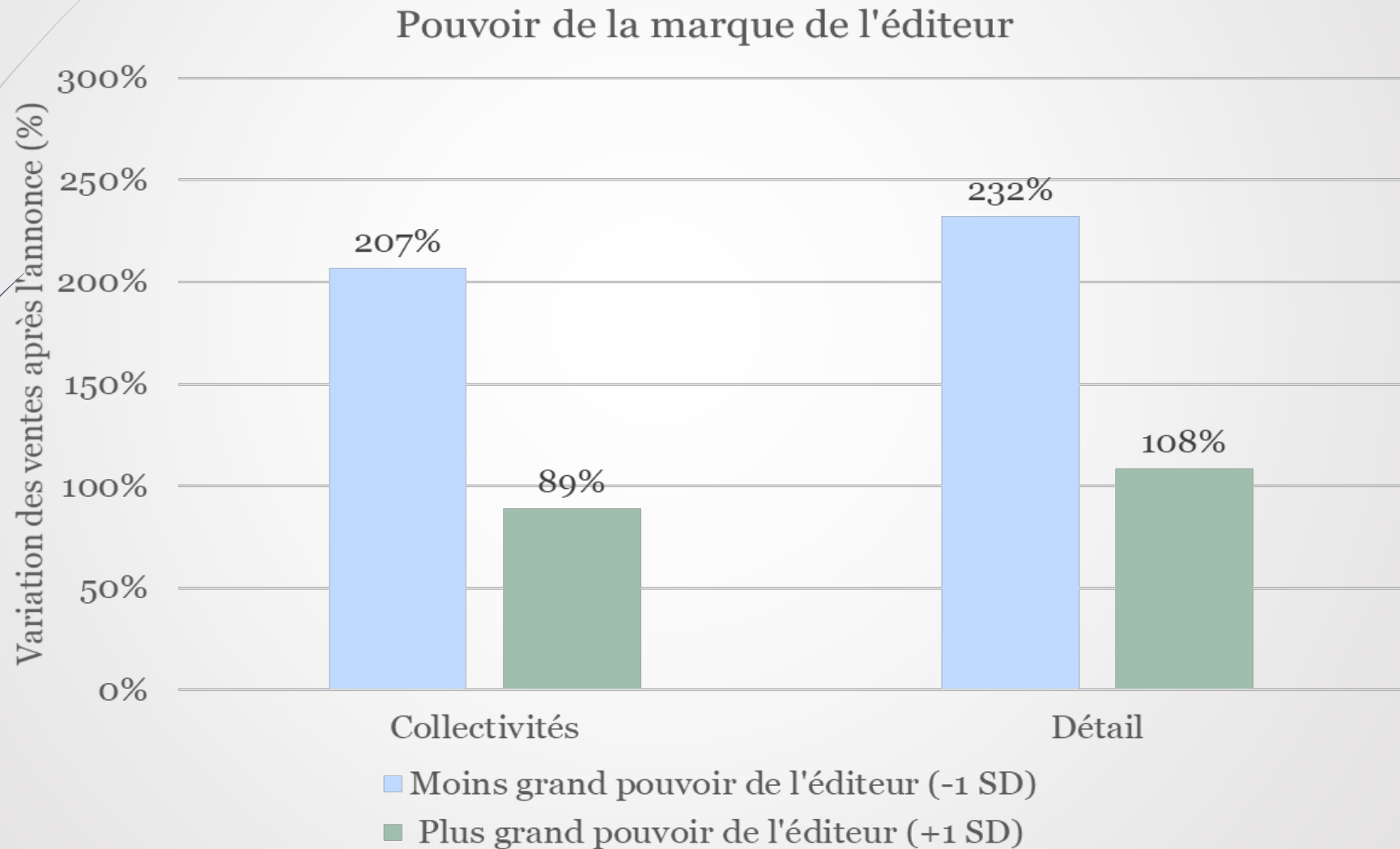




Observations - graphique p.11

1. Les livres d'ici sont particulièrement avantagés par l'obtention d'un prix littéraire, et cela tant du côté des ventes aux collectivités (+ 247%) que des ventes au détail (+269%)
2. Les livres étrangers bénéficient aussi de l'effet des prix littéraires, mais dans une moindre mesure.

Variation modélisée des ventes après la remise du prix, selon le pouvoir de marque de l'éditeur – collectivités et détail

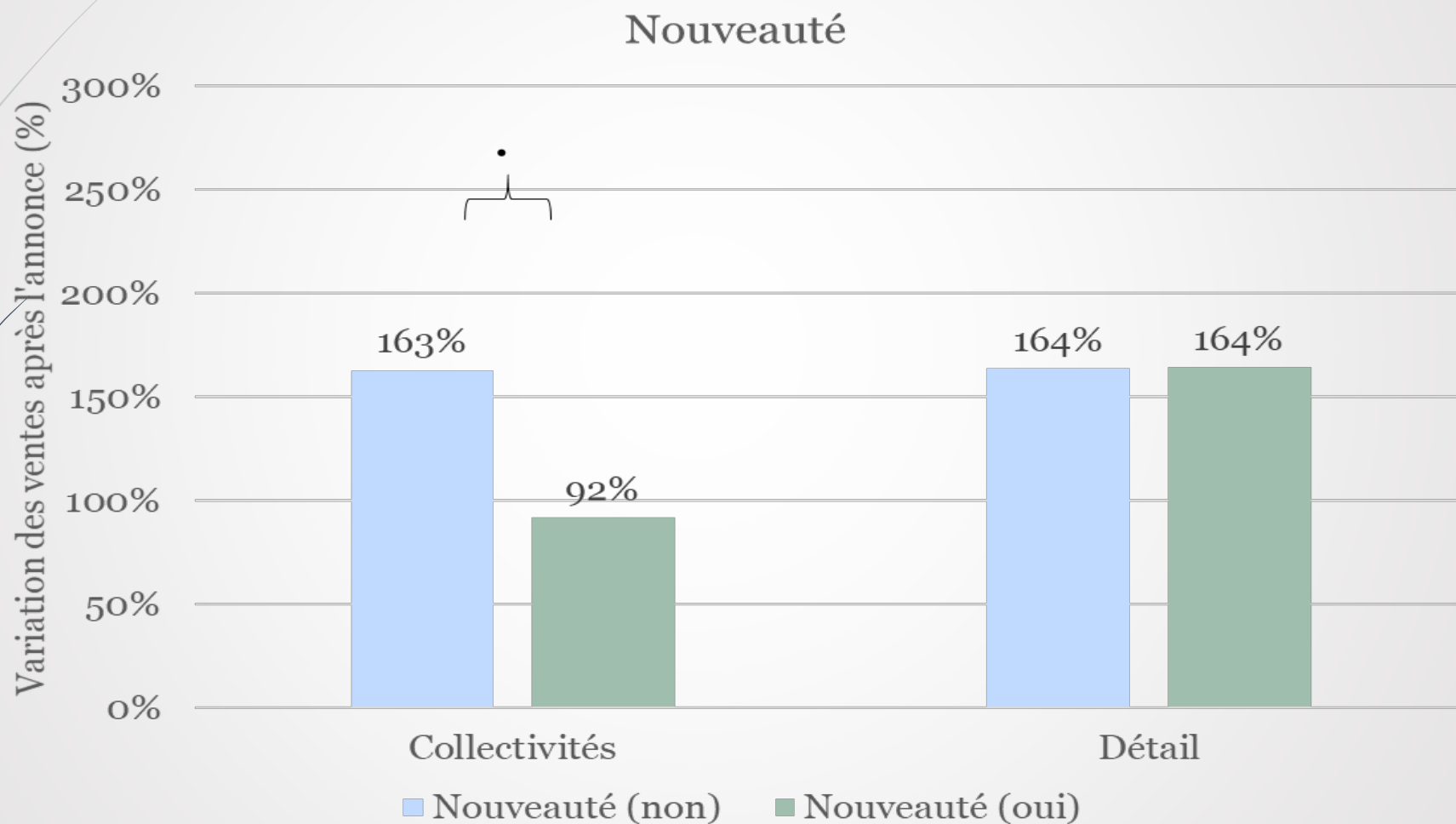




Observations - graphique p.13

1. Normalement, le pouvoir de marque de l'éditeur a une influence importante sur les ventes, tant aux collectivités et qu'au détail.
2. Cependant, après la remise d'un prix littéraire, le pouvoir de marque a une influence moins importante sur les ventes, particulièrement pour le lauréat.
3. Au final, les livres lauréats avec un faible pouvoir de marque bénéficient particulièrement de l'obtention d'un prix littéraire. En termes clairs, les prix récompensent souvent les nouveaux éditeurs ou encore les éditeurs avec un plus petit catalogue.

Variation modélisée des ventes après la remise du prix, selon qu'il s'agit d'une nouveauté – collectivités et détail

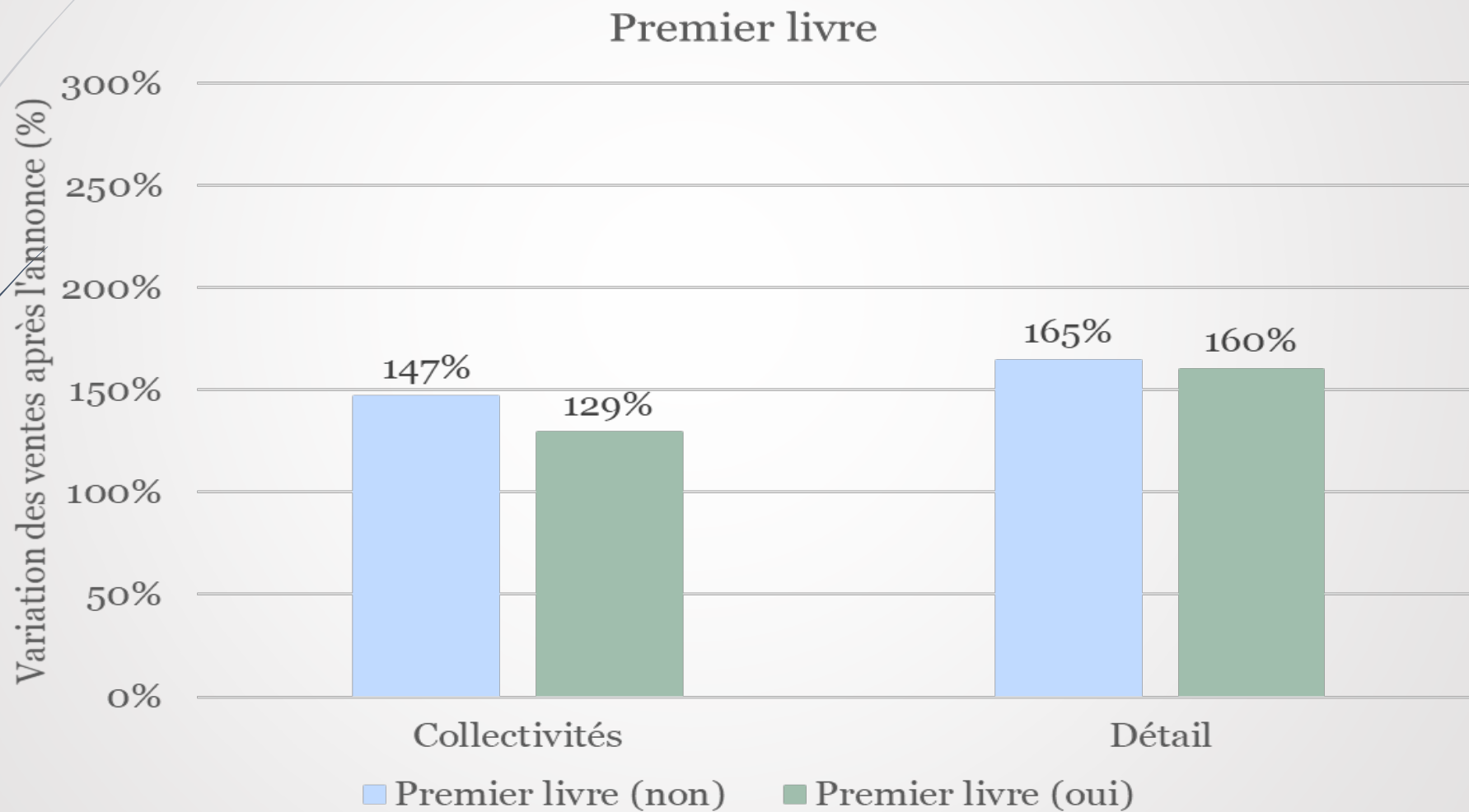





Observation - graphique p.15

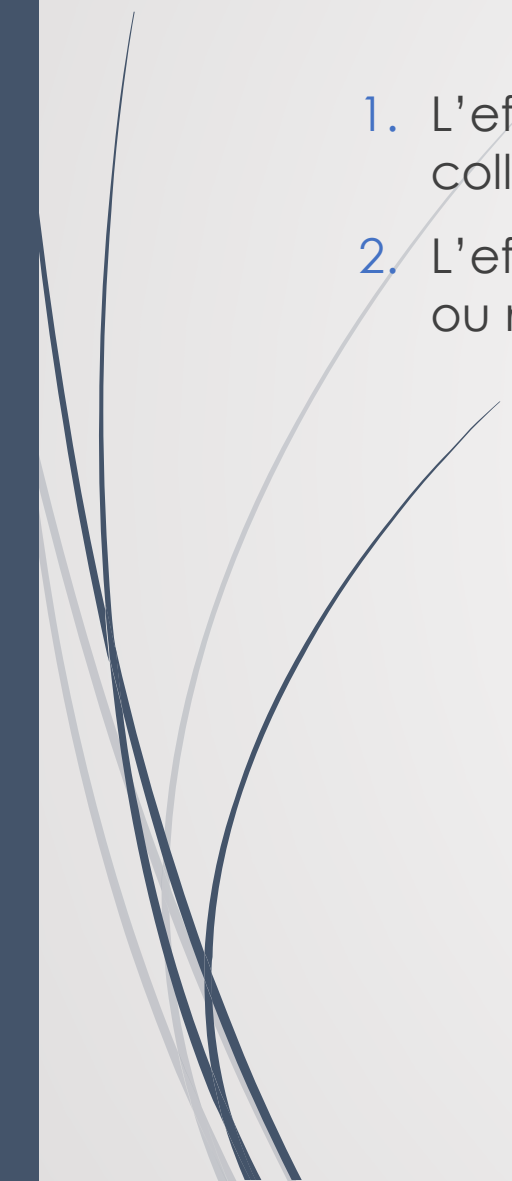
1. L'impact des prix est similaire sur un titre récent et sur un titre plus ancien: en effet, on observe une augmentation de plus de 160% dans leurs ventes respectives, sauf dans le cas des ventes aux collectivités (+92%).

Variation modélisée des ventes après la remise du prix, selon qu'il s'agit d'un premier livre – collectivités et détail





Observations – graphique p.17

1. L'effet du premier livre d'un auteur est moins important pour les ventes aux collectivités que pour les ventes au détail.
 2. L'effet sur les ventes au détail est sensiblement similaire, qu'il s'agit d'un premier livre ou non.
- 

Merci!

La BTLF remercie Chloé Vanasse, doctorante à HEC Montréal, pour ses analyses et ses recherches, dont les résultats sont repris ici dans la présentation.

Gaspard permet des analyses fines qui sont disponibles sous forme de rapports personnalisés. Pour toute personne intéressée par un ou des rapports spécifiques sur le marché du livre au Québec, nous vous invitons à contacter Christian Reeves c.reeves@btlf.qc.ca

Gaspard est rendu possible grâce à l'aide financière de la SODEC Nous reconnaissons également l'aide financière du Gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du livre du Canada (FLC).

BTLF ne peut être tenue responsable des informations qu'elle collige et diffuse à partir de son site gaspardlivres.com. Malgré tout le soin apporté à la réalisation de Gaspard, les informations contenues dans notre système d'information sur les ventes sont fournies sans garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, quant à leur intégrité, leur exactitude, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur rendement ou leur adaptation à un usage particulier.



B T L F
SOCIÉTÉ DE GESTION DE LA
BANQUE DE TITRES DE LANGUE FRANÇAISE

SODEC
Québec 



Canadian
Heritage Patrimoine
canadien

 **Gaspard**[™]

© Société de gestion de la BTLF. Tous droits réservés.