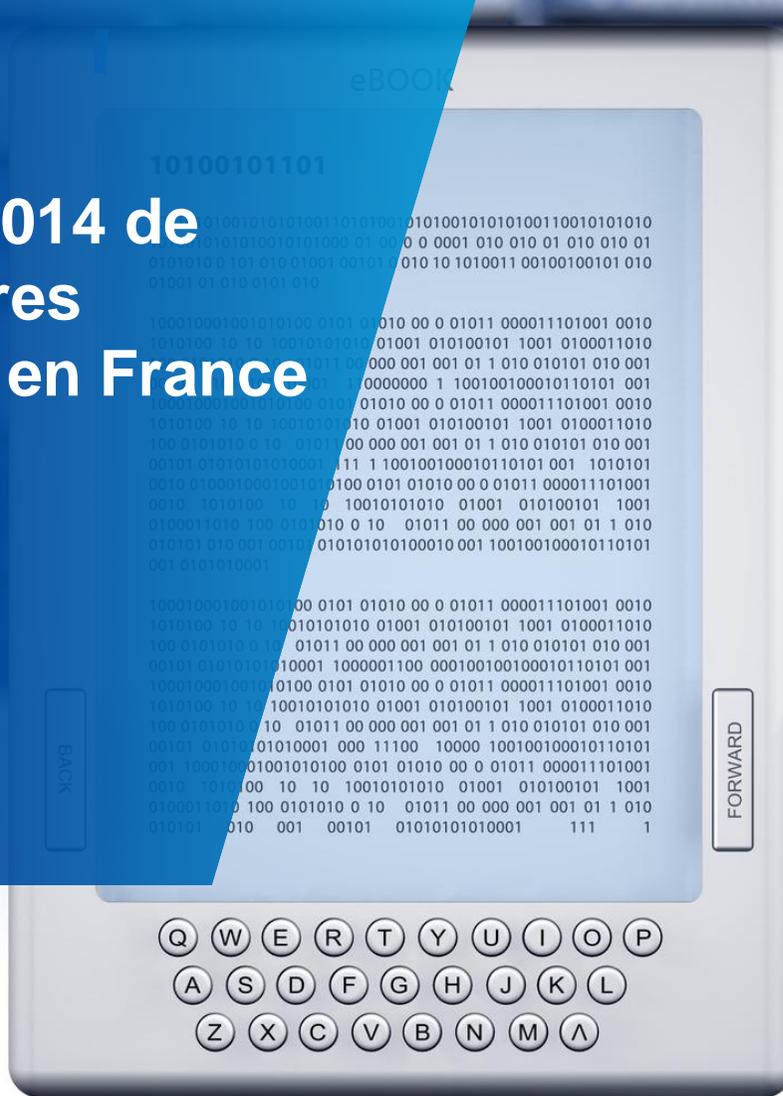




Baromètre 2014 de l'offre de livres numériques en France

Mars 2014



Edito



Nous avons choisi l'an passé de rester en veille sur l'évolution de l'offre numérique et de nous concentrer sur les chiffres du secteur.

Nous sommes heureux aujourd'hui de vous présenter ce premier Baromètre de l'offre de livres numériques en France. Partant du constat que la plupart des analyses existantes restent tournées plutôt vers la demande de livres numériques, nous avons souhaité apporter aux maisons d'édition un éclairage particulier sur le développement de l'offre numérique et son impact sur les comptes des éditeurs.

Sur la base d'un panel de 56 répondants classés notamment par niveau de CA et secteur éditorial, ce baromètre met en lumière les profils des éditeurs disposant ou non d'une offre de livres numériques, leurs difficultés, leurs réticences et aussi leurs facteurs clés de succès.

Nous espérons que ce baromètre donnera quelques clés aux maisons d'édition pour la mise en place ou le développement de leur propre offre de livres numériques et à tous les acteurs de la chaîne du livre une meilleure compréhension de cette nouvelle évolution.

Merci pour votre fidélité et bonne lecture.

Joëlle Tubiana
Associée

Sommaire

Note
méthodologique
et panel

1



L'offre de livres
numériques

2



La
commercialisation
des livres
numériques

3



Les techniques
mises en place

4



Les aspects
chiffrés :
ventes de livres
numériques

5



Les contrats
numériques

6



L'opinion des
maisons d'édition

7

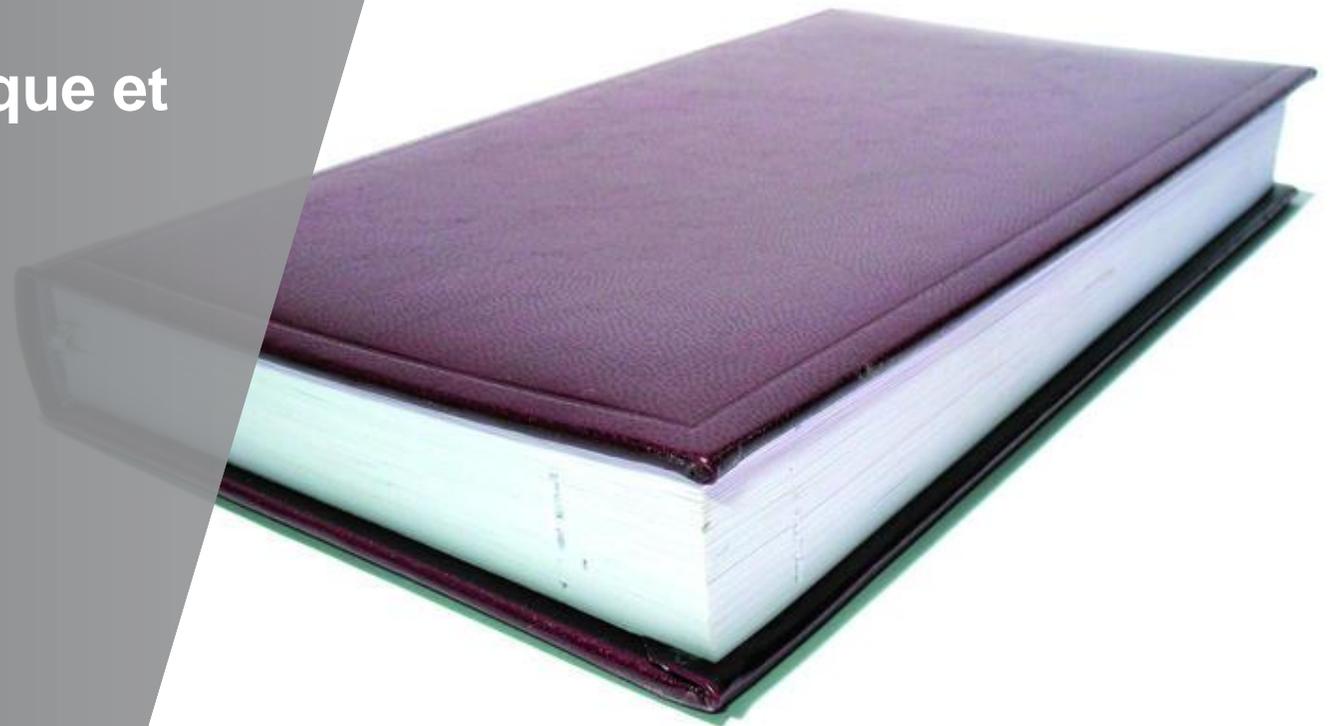


KPMG en un
regard

8



1. Note méthodologique et panel



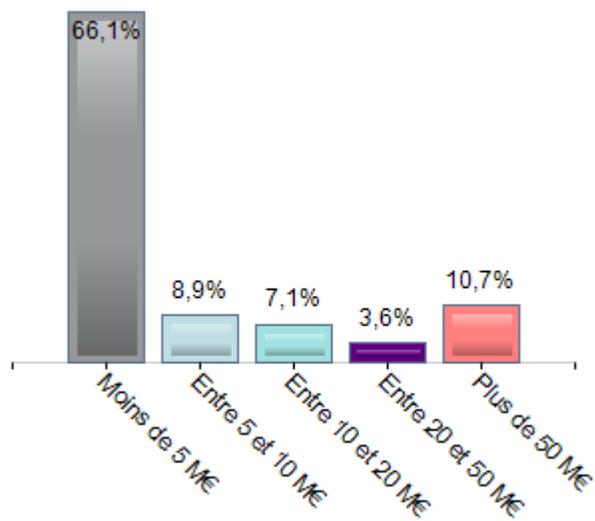


Ce baromètre a été élaboré grâce à une enquête menée de novembre 2013 à janvier 2014.

Un questionnaire en ligne a été envoyé à 138 maisons d'éditions réparties sur tout le territoire français. L'analyse a été réalisée sur la base de 56 questionnaires remplis par 51 éditeurs indépendants et 5 groupes.

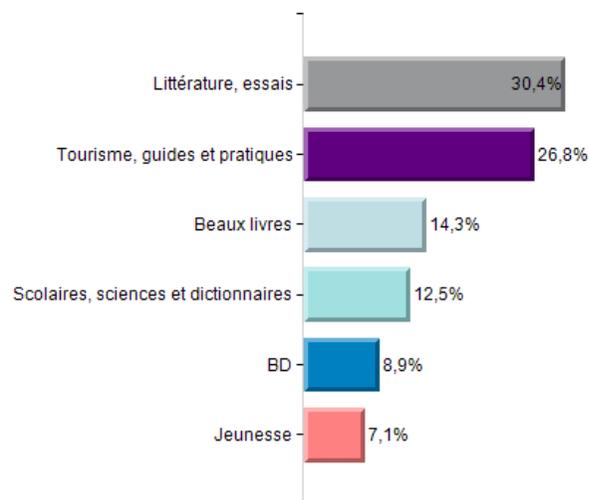
L'enquête sera conduite une fois par an afin de suivre l'évolution des enjeux des éditeurs.

Quel est votre niveau de CA total (CA à l'arrêt de votre dernier bilan)



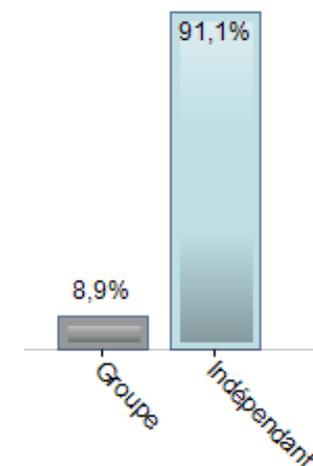
Taux de réponse : 96,4%

Répartition par secteur éditorial



Taux de réponse : 100%

Répartition par groupe/indépendant



Taux de réponse : 100%

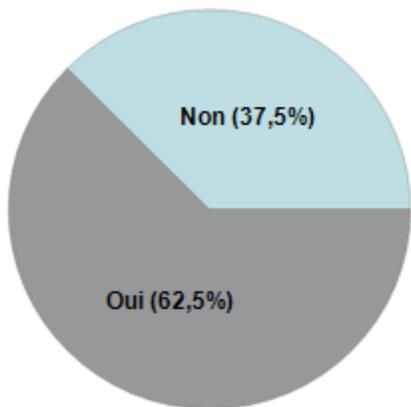
2. L'offre de livres numériques



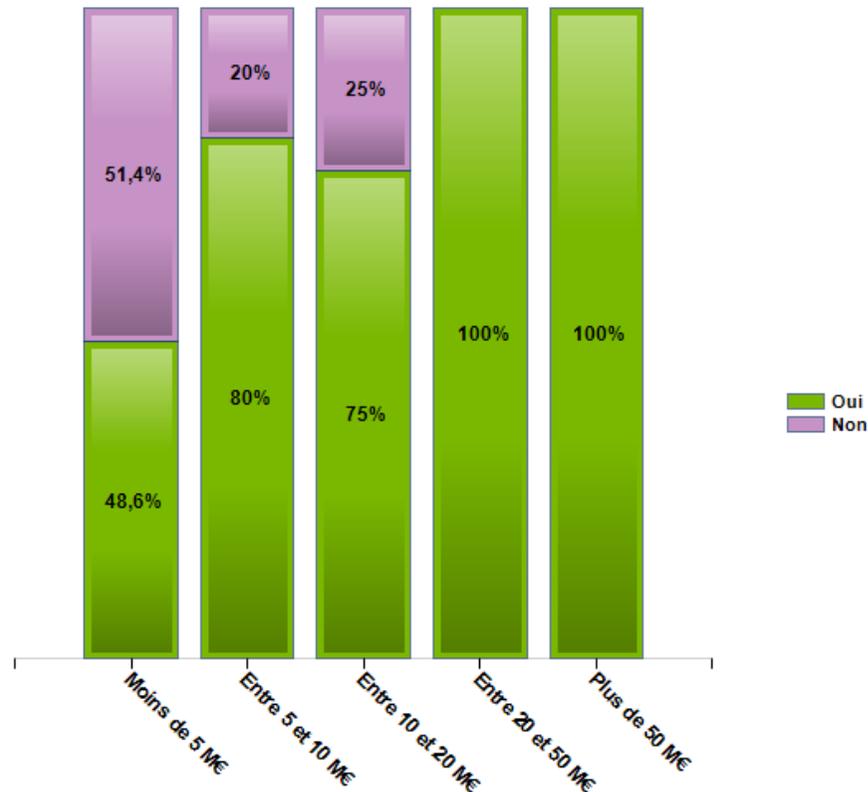


Disposez-vous d'une offre de livres numériques (e-books, applications...)

Taux de réponse 100%



Répartition des réponses selon le niveau de CA total des éditeurs

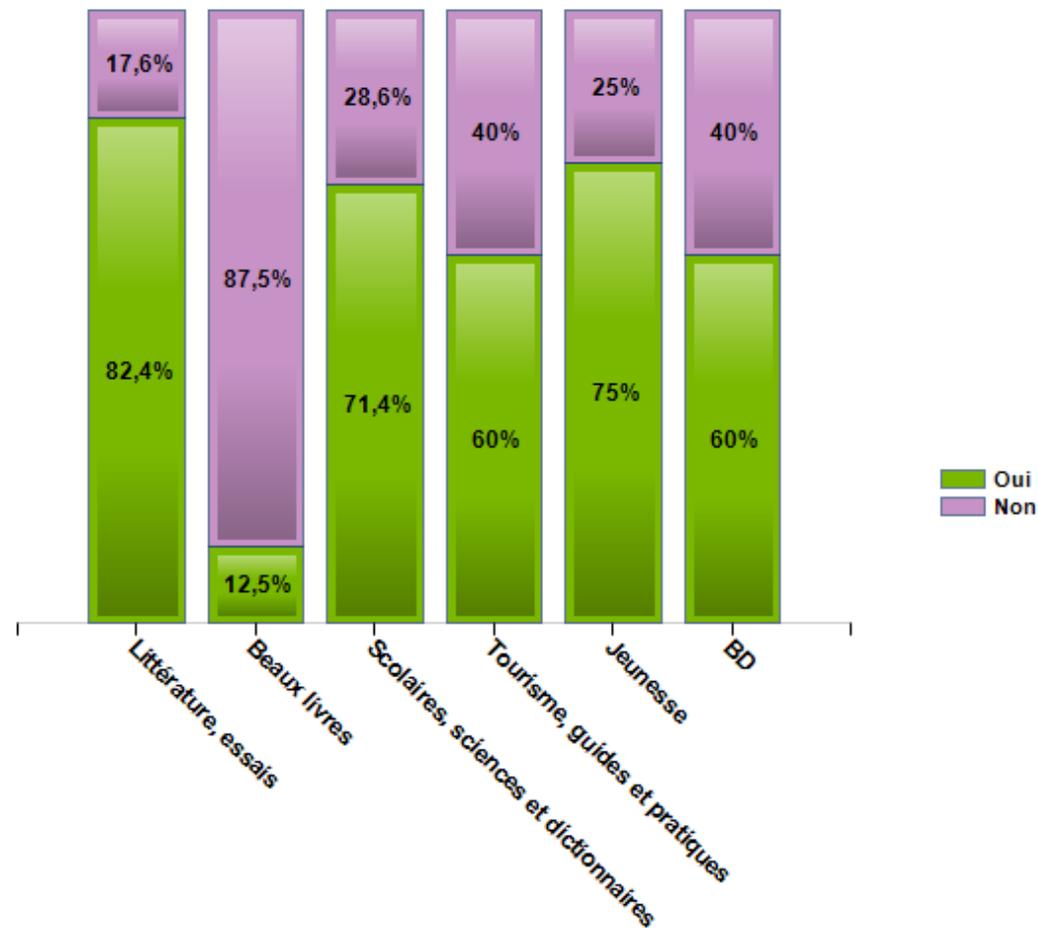


- Toutes les grandes maisons d'édition ont une offre de livres numériques
- Les autres suivent le mouvement, surtout celles dont le CA est compris entre 5 et 20 M€



Répartition des réponses par secteur éditorial

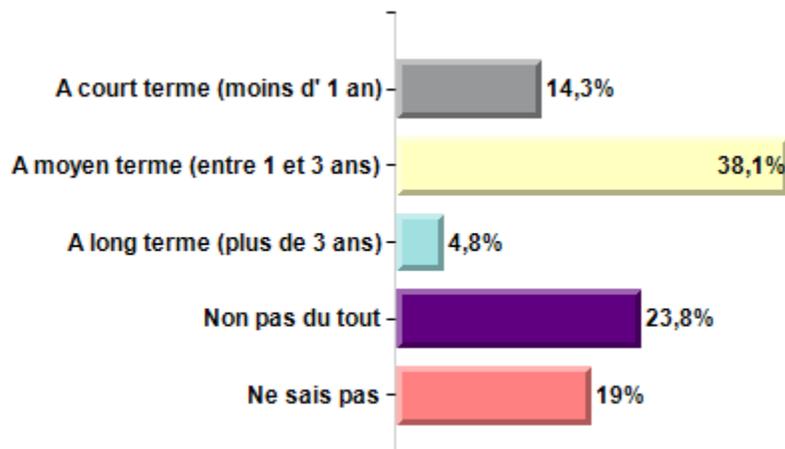
- Tous les secteurs éditoriaux sont représentés, avec en tête la littérature, la jeunesse et le scolaire
- Le secteur des beaux livres avance plus prudemment





Prévoyez-vous de développer une offre de livres numériques ?

Taux de réponse : 100%



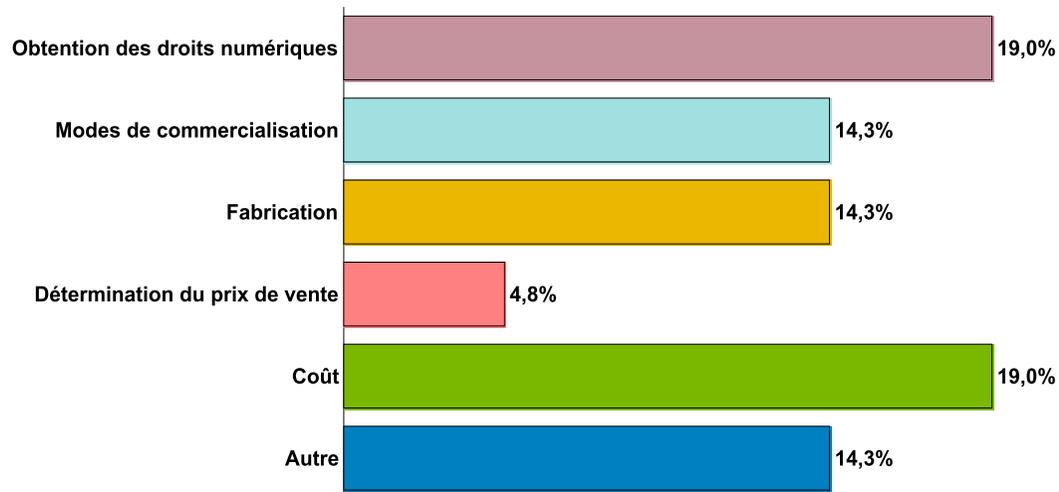
Les raisons majeures du refus d'aller vers le numérique

Taux de réponse : 23,8%

- Difficultés techniques
- Manque de moyens adaptés
- Aversion aux livres numériques
- Non adapté à mon secteur éditorial
- Coût

Les principales difficultés à moyen long terme

Taux de réponse : 42,9%

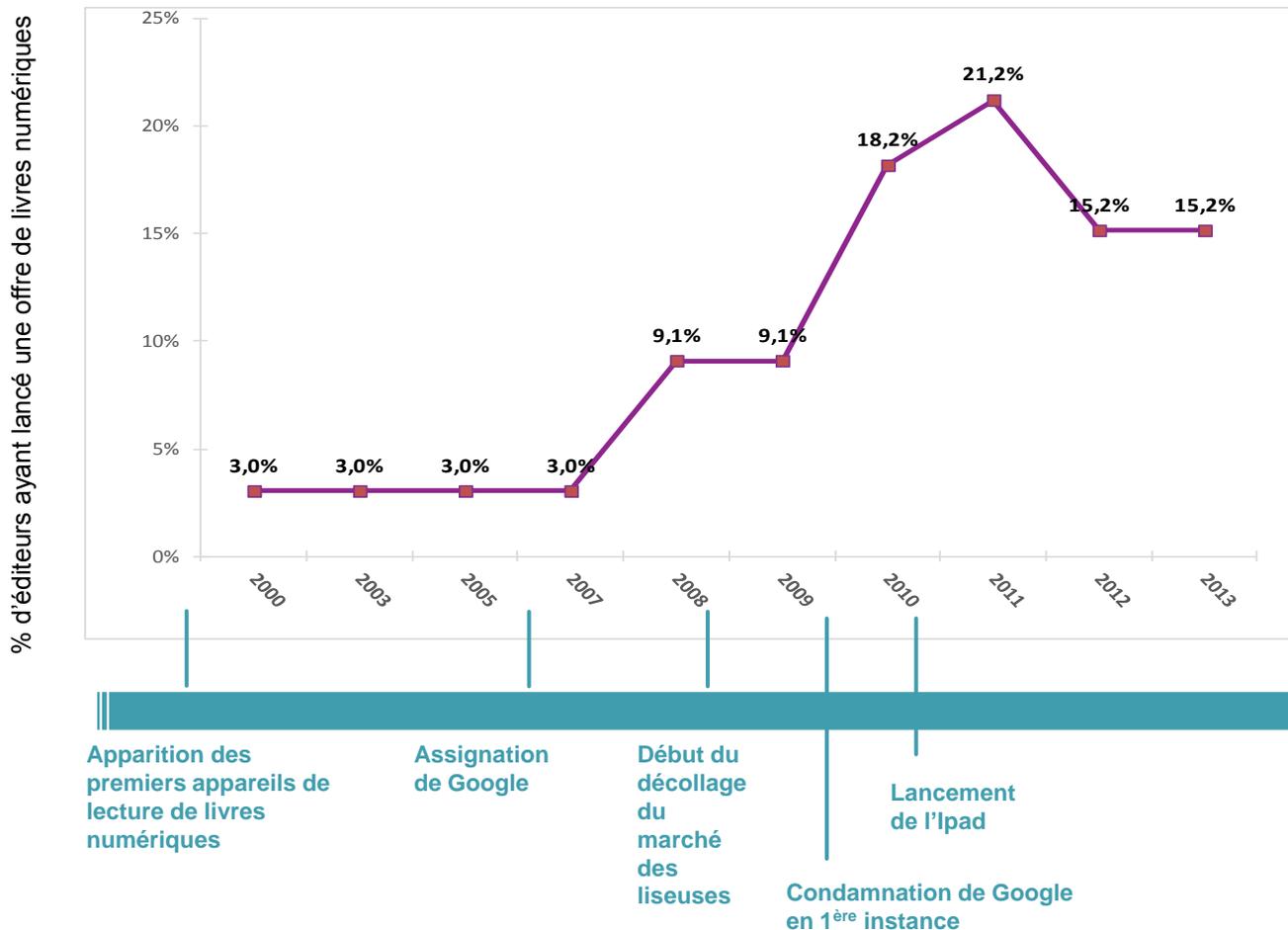


- Manque de temps
- Peur piratage
- Absence marché pérenne
- Modèle économique



Depuis quelle année disposez-vous d'une offre de livres numériques?

Taux de réponse : 94,3 %

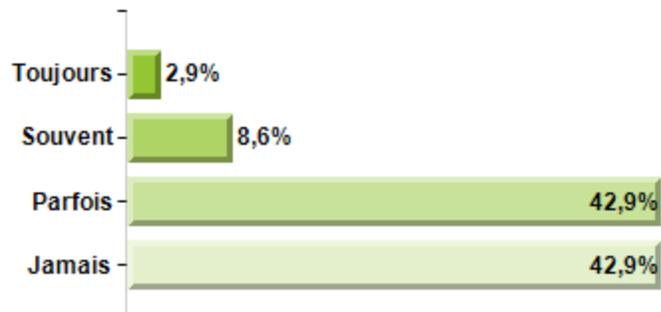


- Les lancements d'offres de livres numériques devraient se **poursuivre dans le futur**, compte tenu des prévisions communiquées par les éditeurs.

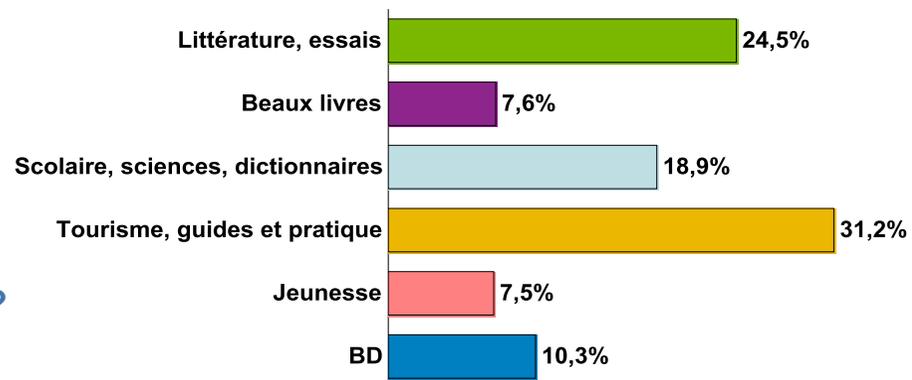


Vos livres numériques sont-ils enrichis par rapport aux livres papier ?

Taux de réponse : 97,1%



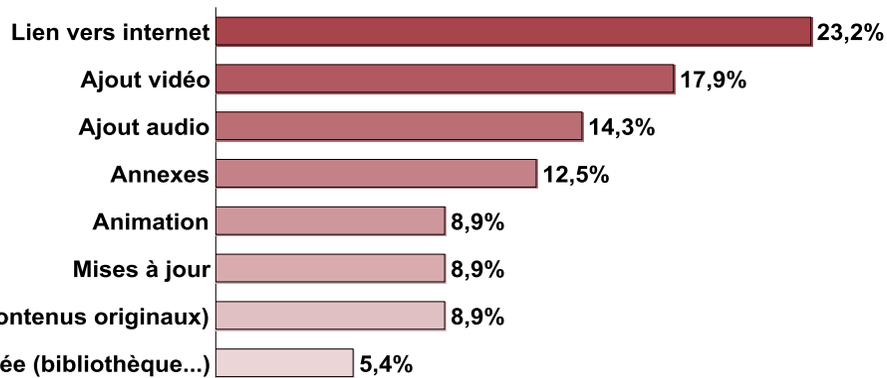
Livres enrichis : répartition par secteur éditorial



De quelle(s) façon(s) enrichissez-vous vos livres numériques ?

Taux de réponse : 100%

En % du nombre de citations

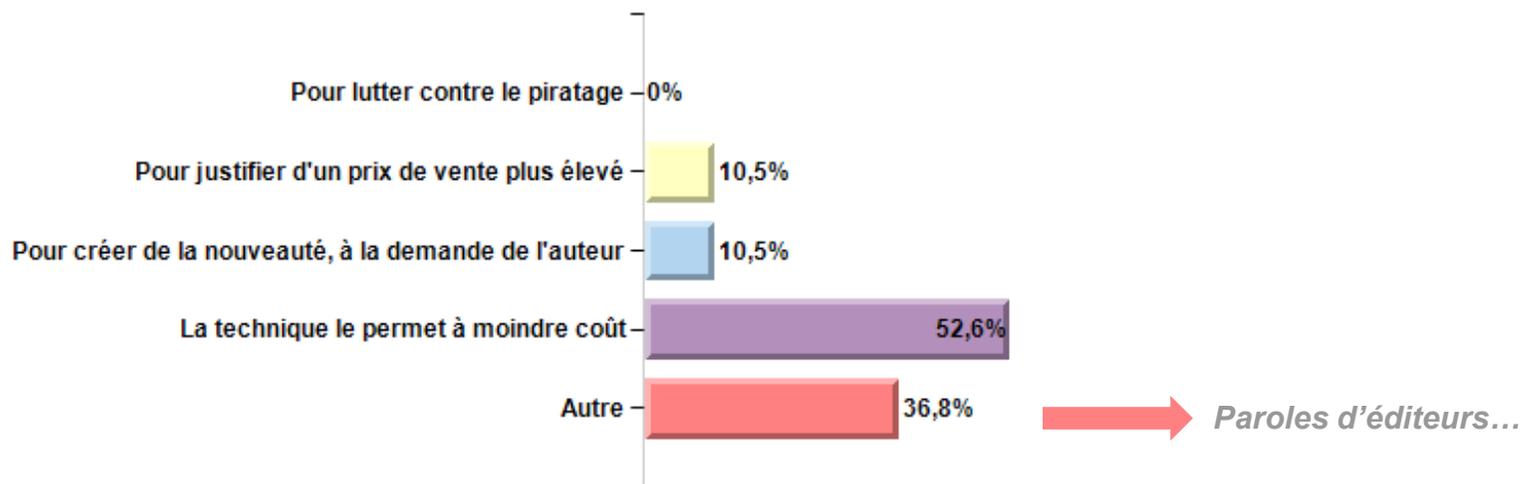


- Principaux utilisateurs du livre enrichi :
 - Tourisme, guides, pratiques
 - Littérature, essais
 - Scolaires, sciences et dictionnaires



Quelles motivations vous poussent à développer des livres enrichis?

Taux de réponse : 94,7%



« **Innover** », Scolaires, sciences et dictionnaires

« **Demande du marché** », Scolaires, sciences et dictionnaires

« **Pour des raisons de qualité : adaptation au support, nouvelles possibilités, etc.** », Littérature, essais

« **Volonté de proposer des éditions inédites en numérique et de constituer une collection propre** » BD

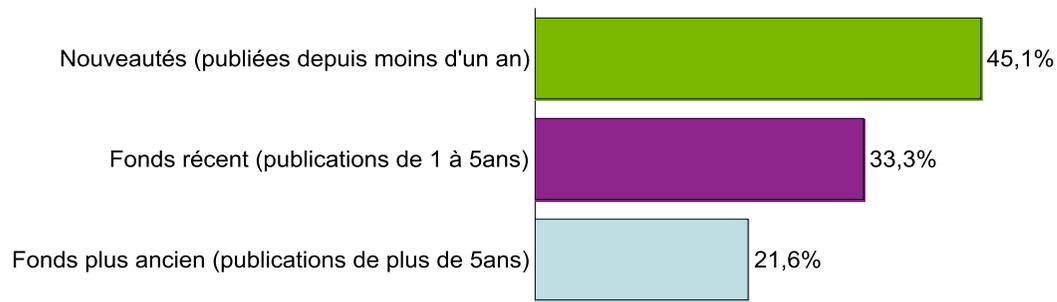
« **Disponibilité de matériaux (vidéo audio) ou bonus textuels. Cela permet de négocier avec les auteurs un moindre volume papier** », Scolaires, sciences et dictionnaires

« **Dans certains ouvrages, l'enrichissement en courtes vidéos permet d'améliorer l'expérience de "lecture" et/ou d'éviter de trop longs développements écrits.** », Tourisme, guides et pratique

« **Pour créer un contenu exclusif et attractif pour les lecteurs** », Littérature, essais



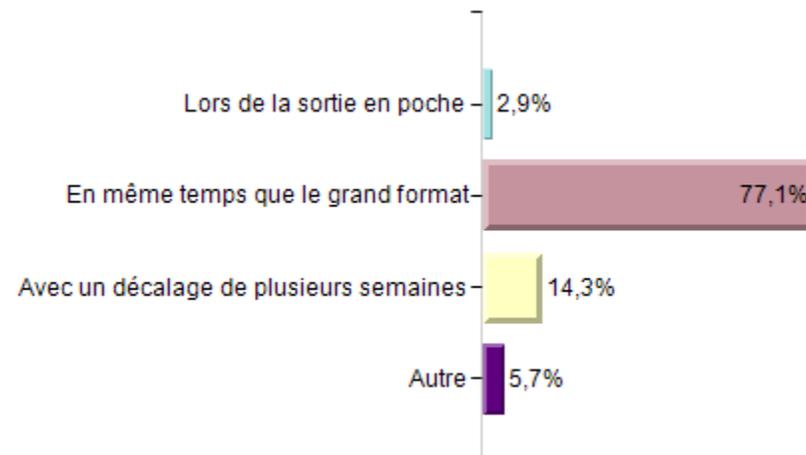
Comment se répartit votre offre de livres numériques au sein de votre catalogue ?



- Les livres numériques sont principalement des **œuvres de moins de 5 ans**.

Pour les nouveautés, à quel moment vos livres sont-ils disponibles en version numérique ?

Taux de réponse : 100%

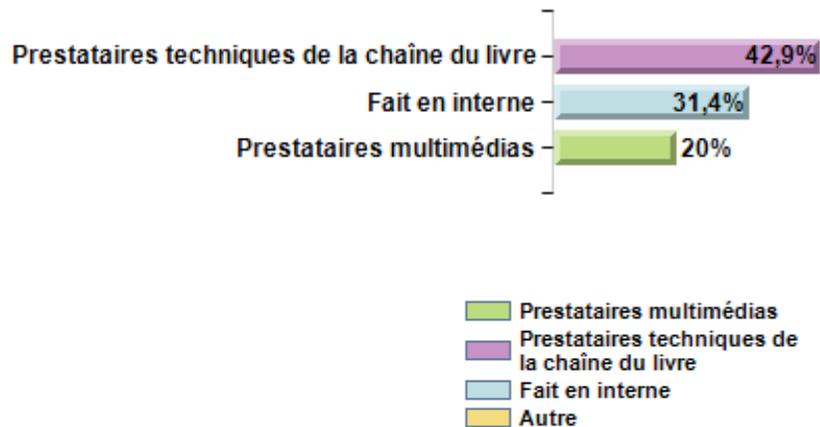


- Les nouveautés sortent le plus souvent **à la fois en numérique et en format papier**.

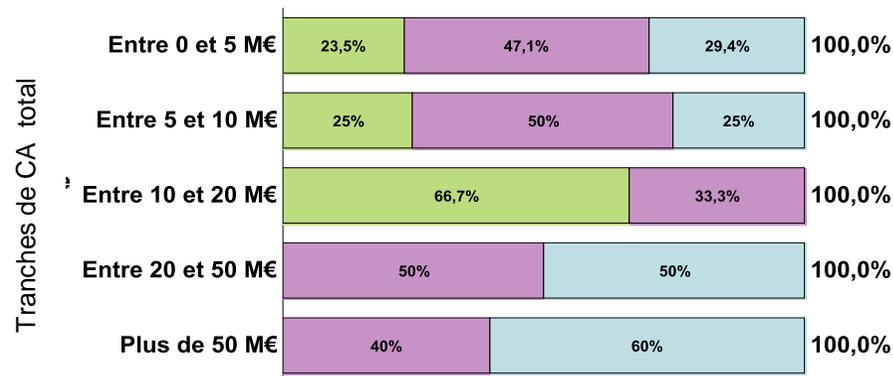


A qui confiez-vous le plus souvent la réalisation ou l'enrichissement de vos livres numériques?

Taux de réponse : 94,3%



Analyse des réponses par niveau de CA

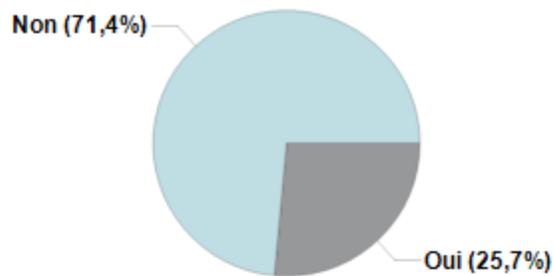


- Les plus petites maisons d'édition privilégient les prestataires techniques du livre
- Les maisons dont le CA est entre 10 et 20 M€ externalisent systématiquement et ont recours davantage aux prestataires multimédias
- Les grandes maisons d'édition internalisent majoritairement leurs prestations ou font intervenir des prestataires de la chaîne du livre



Editez-vous des livres disponibles uniquement en version numérique ?

Taux de réponse : 97,1%



Si oui, pourquoi ?

« *Parce que nous jugeons impossible de parvenir à un équilibre financier de l'impression papier . Depuis 2 ans sont souvent proposés en POD. »*,
Scolaires, sciences et dictionnaires

« *Pour apporter aux lecteurs une nouvelle expérience et des versions inédites différenciatrices »*, BD

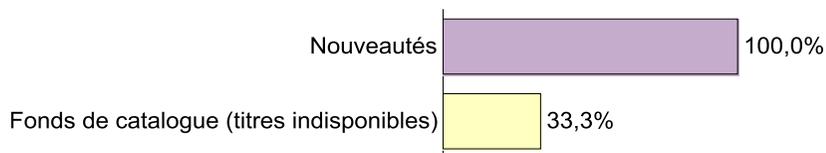
« *Pour tester le marché »*, Tourisme, guides et pratique

« *Pour des raisons de stratégie éditoriale »*,
Scolaires, sciences et dictionnaires

« *...c'est également un très bon moyen de faire de la promotion pour notre label numérique à moindre coût. ...les ouvrages du fonds ancien qui ne sont plus disponibles chez aucun éditeur au format papier et qui sont pourtant un patrimoine précieux. »* Littérature, essais

A quelle(s) catégorie(s) se rattachent-ils ?

Taux de réponse : 100%



- Toutes les maisons d'édition qui publient des livres numériques proposent des nouveautés. Un tiers d'entre elles proposent aussi des titres indisponibles.

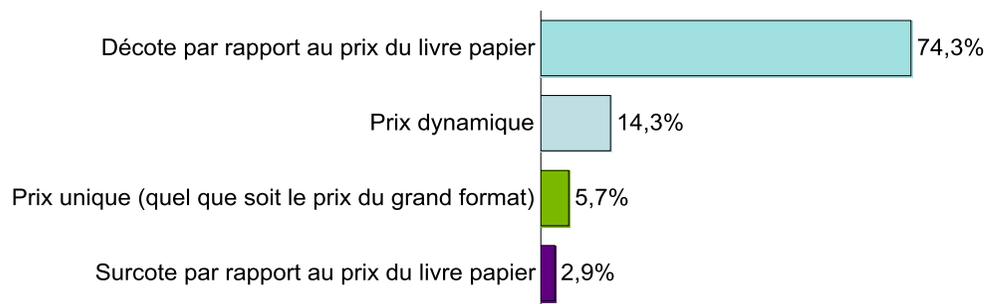
3. La commercialisation des livres numériques





En général, comment fixez-vous le prix de vente de vos livres numériques ?

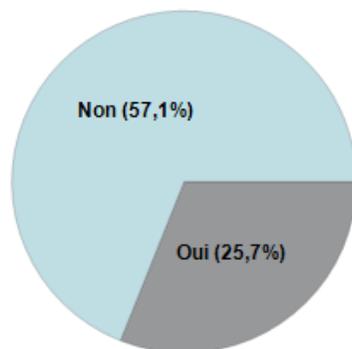
Taux de réponse : 97,2%



- Prix de vente du livre numérique : principalement **une décote par rapport au prix du livre papier**
- Lors de la sortie en livre de poche : **peu d'éditeurs révisent leurs prix**

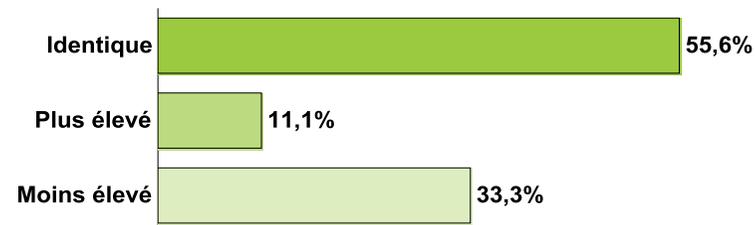
Révisiez-vous votre prix au moment de la sortie en livre de poche ?

Taux de réponse : 82,8%



Par rapport au livre de poche, ce prix est-il ?

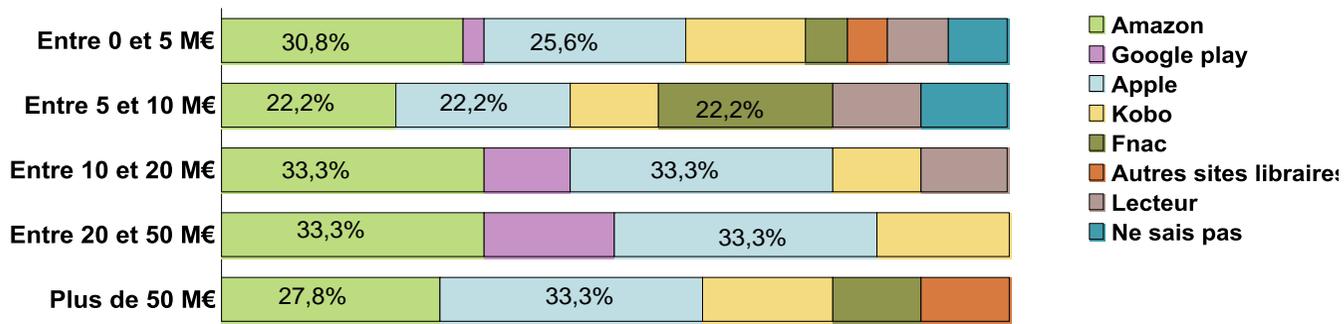
Taux de réponse : 100%, *parmi ceux qui révisent leur prix au moment de la sortie en livre de poche*





Quels sont vos 3 principaux clients de livres numériques* ?

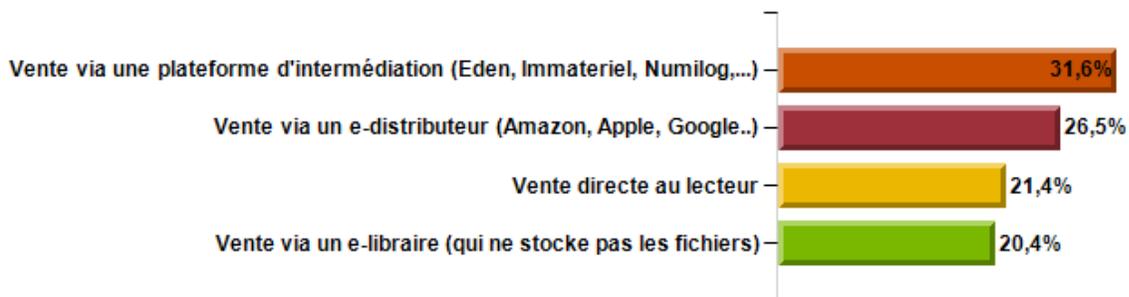
Taux de réponse : 100%



Quelle que soit la taille des maisons d'édition, 2 principaux clients : **Amazon et Apple**

Quels sont les schémas d'e-distribution que vous utilisez* ?

Taux de réponse : 100%



Quel est votre schéma d'e-distribution privilégié ?



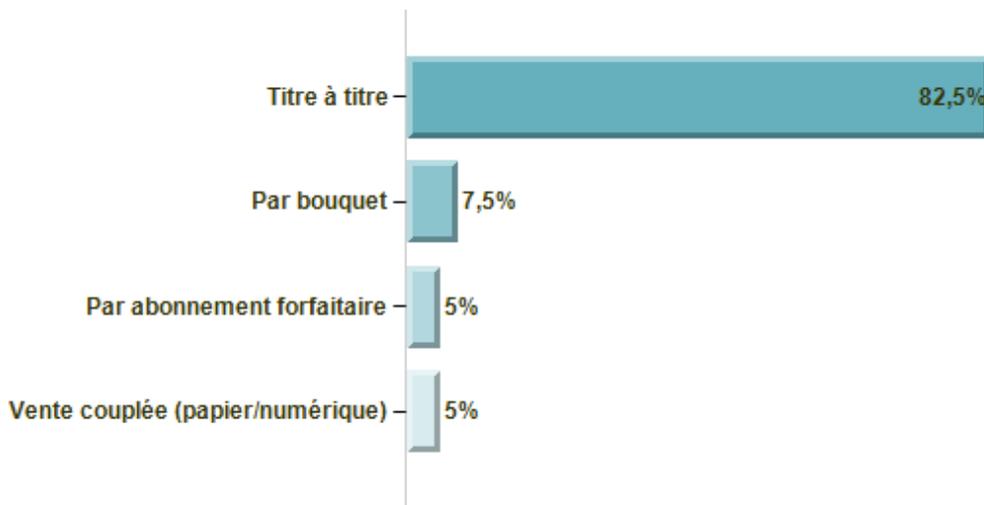
Les groupes privilégient les e-distributeurs tandis que les indépendants ont recours surtout aux plateformes d'intermédiation

* En % du nombre de citations



Quels modes de commercialisation de vos livres numériques avez-vous mis en œuvre à ce jour*?

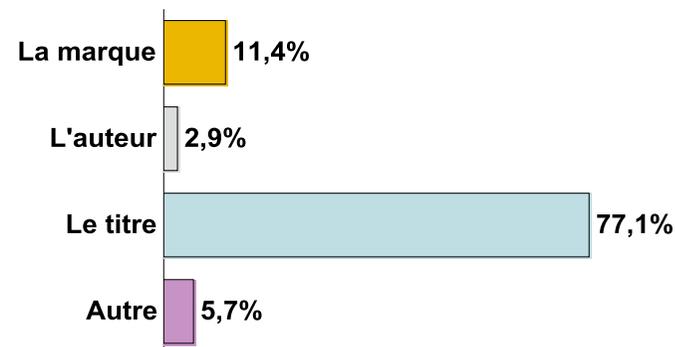
Taux de réponse : 100%



*En % du nombre de citations

Votre promotion porte-t-elle plutôt sur :

Taux de réponse : 97,1%



« Ca dépend - tous trois et plus encore »,
Scolaires, Sciences et Dictionnaires

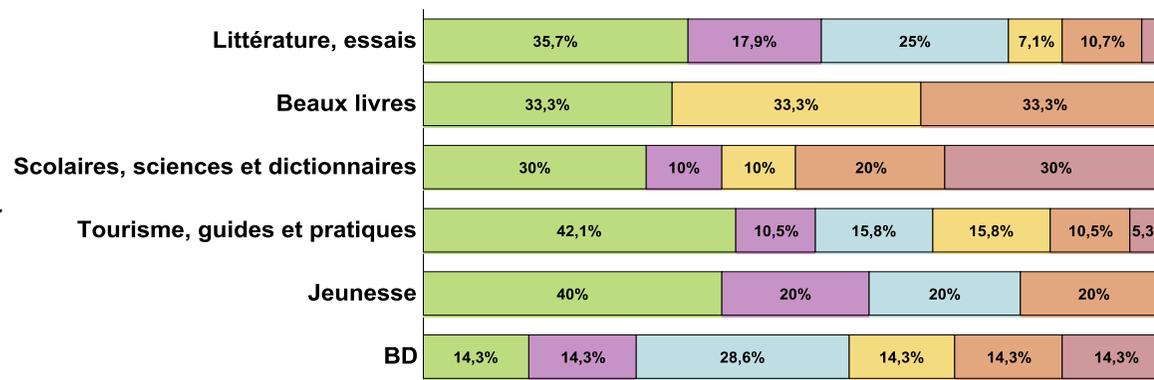
« La collection », Jeunesse



La commercialisation de vos livres numériques vous permet-elle :

Taux de réponse : 91,4%

- L'atteinte d'un public différent
- Une meilleure rentabilité
- La réédition d'anciens ouvrages
- L'enrichissement de la version papier
- Des tests de lancement
- Autre



En % du nombre de citations



Autres raisons évoquées :

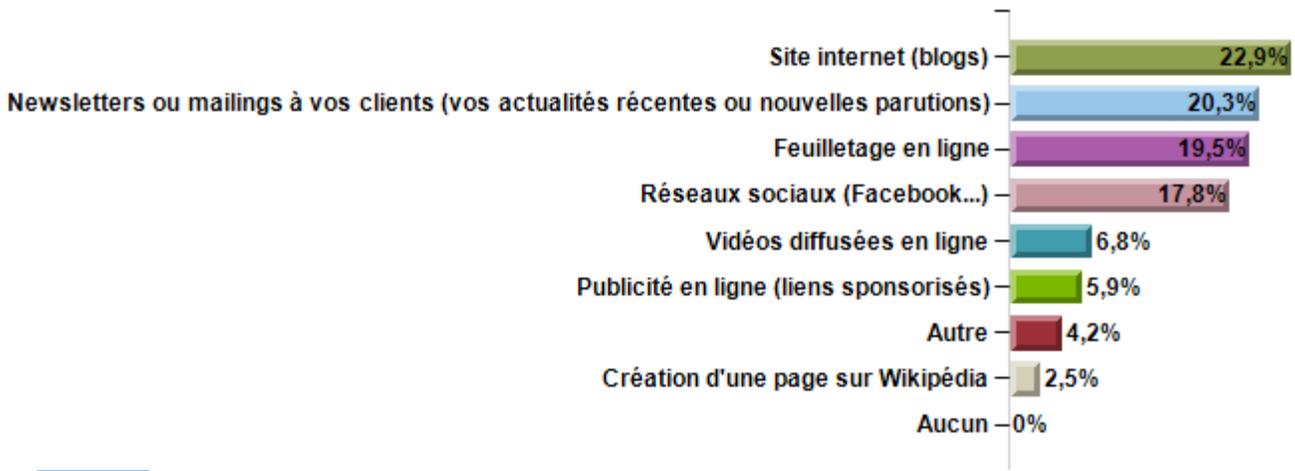
- « Numériser le fond », Littérature, essais
- « Innover », Scolaires, Sciences et Dictionnaires
- « Complément pédagogique », Scolaires, Sciences et Dictionnaires
- « Aucune visibilité sur cette question, le marché est embryonnaire », Tourisme, guides et pratiques

- Pour les secteurs **Jeunesse, Littérature, essais et Tourisme, guides et pratiques**, la commercialisation permet surtout l'**atteinte d'un public différent**
- Pour les secteurs **Beaux livres et Scolaire**, les avis sont plus partagés : des **tests de lancement et l'enrichissement de la version papier**
- Pour la **BD**, la commercialisation des livres numériques permet majoritairement la **réédition d'anciens ouvrages**



Quels sont les moyens que vous utilisez pour faire la promotion de vos livres numériques?

Taux de réponse : 100%



Si l'on analyse ces données par rapport à la taille des maisons d'édition, il apparaît que :

- le recours au site internet et aux mailings clients est surtout utilisé par les petites maisons d'édition
- les réseaux sociaux et le site internet sont davantage privilégiés par les maisons d'éditions de taille moyenne
- le feuilletage en ligne est adopté par certaines grandes maisons d'édition

Autres moyens utilisés :

- « Service de presse (format PDF ou e Pub) », *Tourisme, guides, pratiques*
- « Opérations internes », *Scolaires, Sciences et Dictionnaires*
- « Livre offert pendant une période de temps », *Jeunesse*
- « Catalogue papier diffusé par un réseau de délégués d'éditions », *Scolaires, Sciences et Dictionnaires*
- « Avec le e-distributeur directement », *Jeunesse*

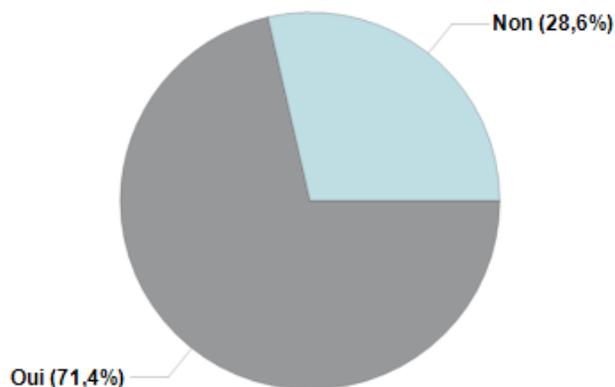
4. Les techniques mises en place





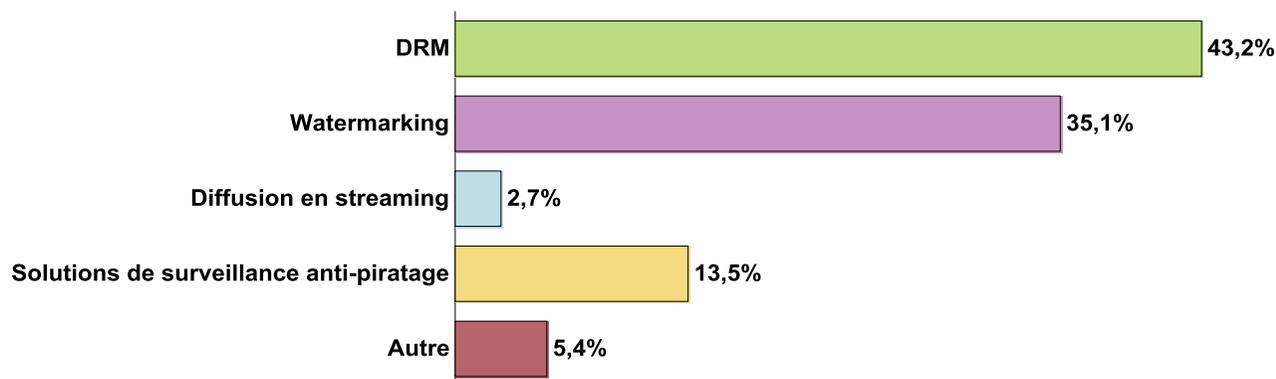
Avez-vous opté pour une ou plusieurs solutions de lutte contre le piratage ?

Taux de réponse : 100%



Lesquelles ?

Taux de réponse : 100%



Analyse des solutions selon le critère Groupe/Indépendant

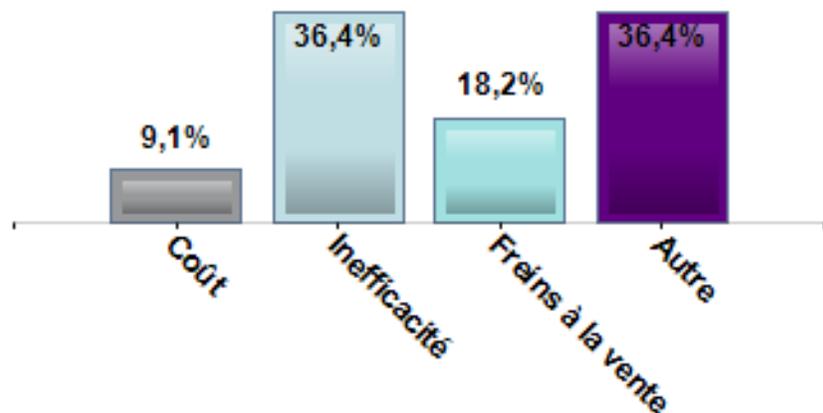


- Les groupes utilisent indifféremment le DRM, le Watermarking et les solutions de surveillance anti-piratage
- Les indépendants optent surtout pour le DRM et le Watermarking



Vous n'avez opté pour aucune solution de lutte contre le piratage. Pour quelle(s) raison(s) ?

Taux de réponse : 90%



Autres raisons :

« On considère que c'est plus contraignant pour le lecteur » *Littérature, essais*

« Politique de la maison mère » *Scolaires, sciences et dictionnaires*

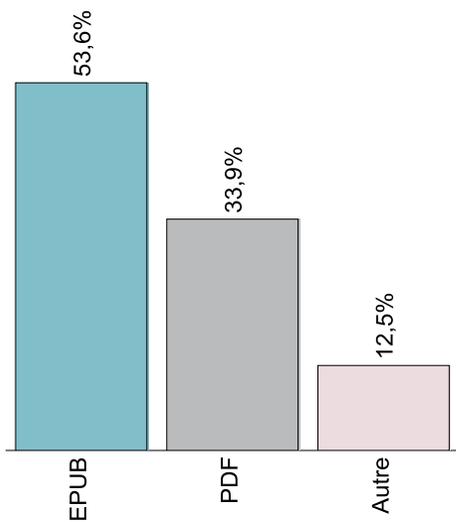
« Manque de disponibilité et de compétence » *Scolaires, sciences et dictionnaires*

« C'est notre distributeur qui s'en charge » *Jeunesse*

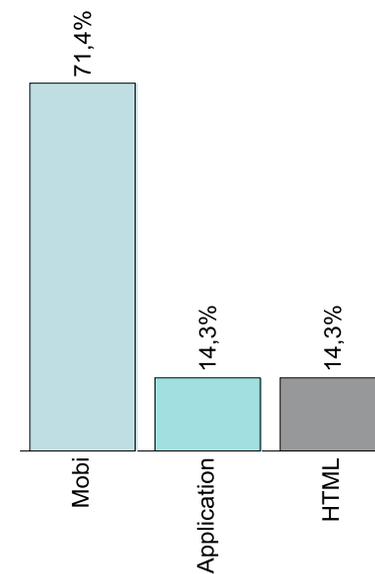


Sous quel(s) format(s) vendez-vous vos livres numériques ?

Taux de réponse : 100%



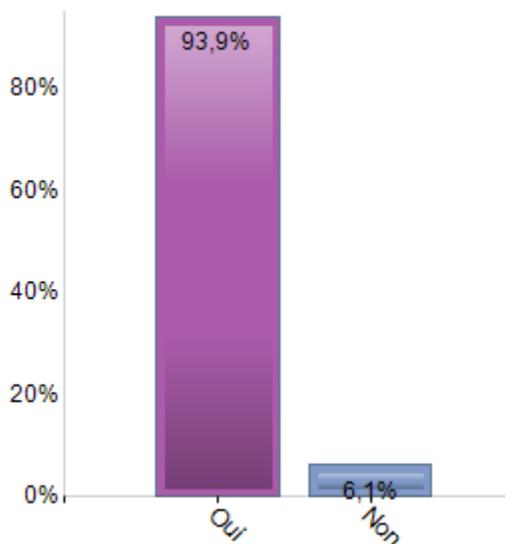
Autres types de formats :



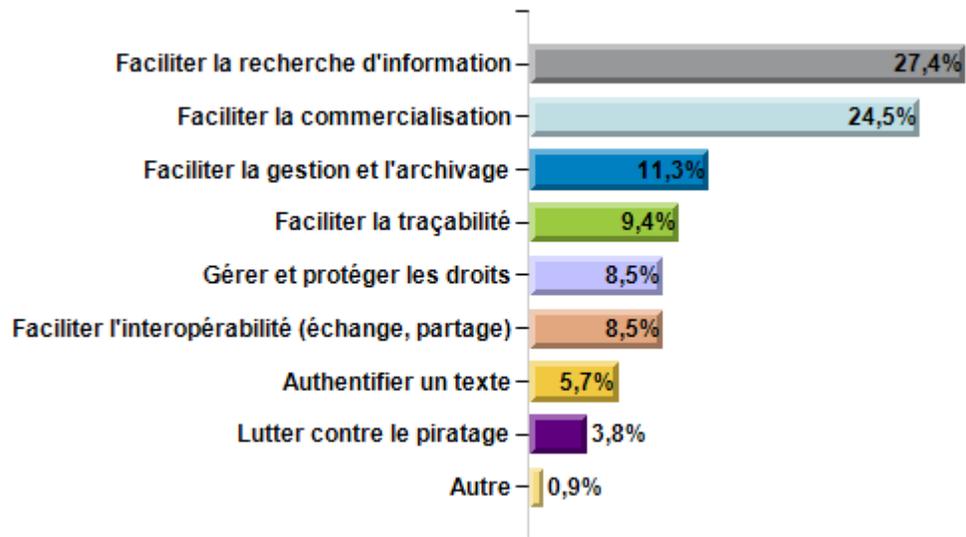


Pensez-vous que les métadonnées sont des éléments importants pour développer la visibilité de vos livres numériques ?

Taux de réponse : 100%



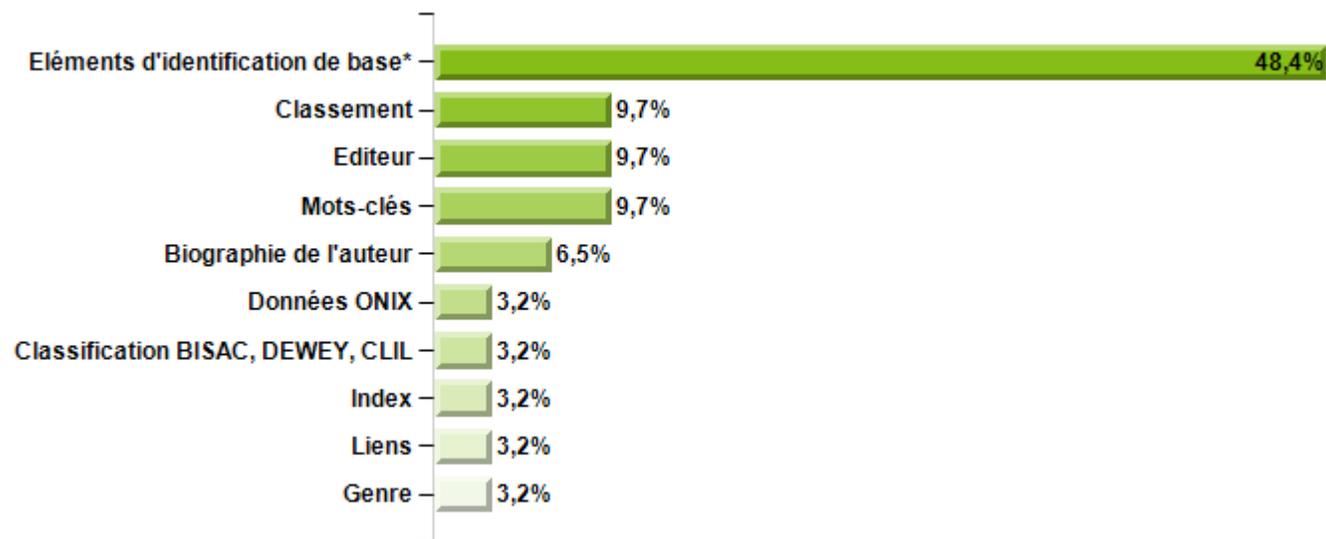
Pour celles que vous avez mises en place, que vous permettent-elles?





De quoi sont composées vos métadonnées ?

Taux de réponse : 100%; Question ouverte

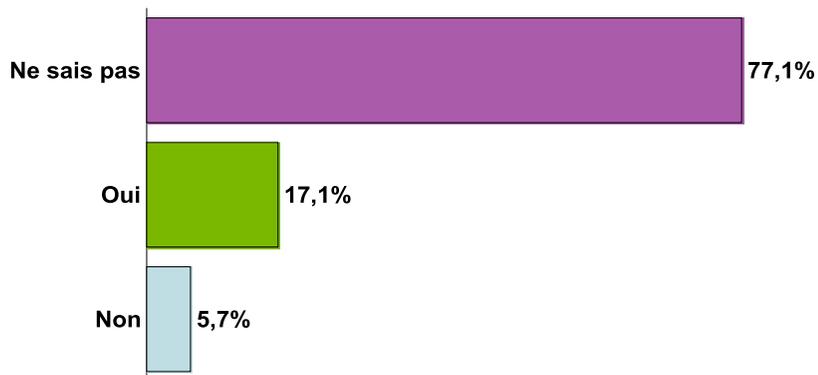


* (titre, ISBN, couverture, date parution, prix, nom de l'auteur...)



Pensez-vous développer de nouvelles métadonnées ?

Taux de réponse : 100%



Dans quel but souhaitez-vous développer ces nouvelles métadonnées ?

« Donner de la visibilité, permettre d'apporter un plus et attirer de nouveaux lecteurs » *Littérature, essais*

« Outil de recherche pour l'internaute » *Littérature, essais*

« Permettre aux lecteurs de trouver nos livres dans la masse des e-books produits » *Littérature, essais*

« Pour favoriser une meilleure « discoverabilité » » *Scolaires, sciences et dictionnaires*

Si oui, lesquelles?

« Compléments sur l'auteur, des vidéos de lecture... » *Littérature, essais*

« Mots clefs » *Littérature, essais*

« Meilleure intégration des nouvelles normes CLIL et BISAC » *Littérature, essais*

« En fait surtout une gestion du catalogue en Onix.

Il manque actuellement une indexation multiple (CLIL, BISAC) et une qualification du public»
Scolaires, sciences et dictionnaires

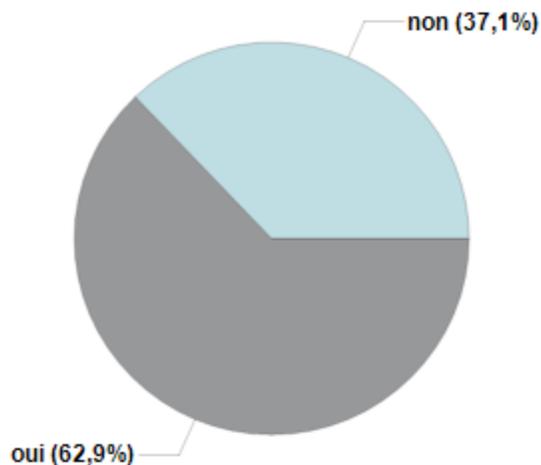
5. Les aspects chiffrés : ventes de livres numériques





Connaissez-vous le montant du chiffre d'affaires lié à vos ventes numériques ?

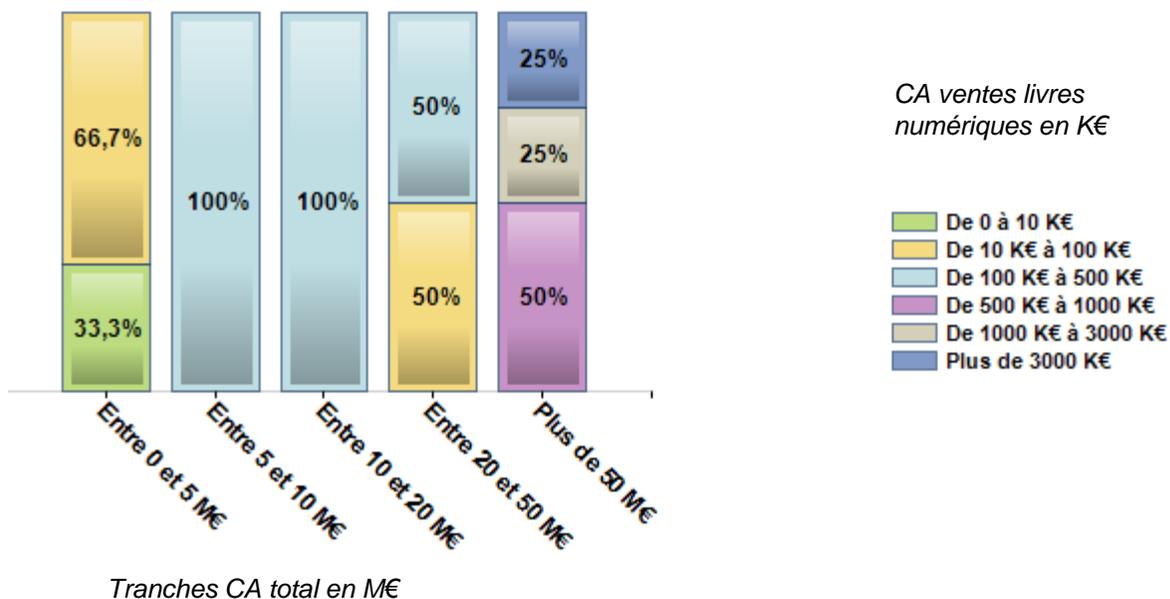
Taux de réponse : 100%



- Plus d'un tiers des éditeurs interrogés ne connaît pas le montant du CA lié à leurs ventes numériques.

Quel est le montant annuel de vos ventes de livres numériques en PPHT (K€) ?

Taux de réponse : 42,9%



- Pour les plus petites maisons d'édition, le montant annuel des ventes numériques est majoritairement compris entre 10 et 100 K€.
- Pour les éditeurs dont le CA est compris entre 5 et 20 M€, et pour la moitié de ceux dont le CA est entre 20 et 50 M€, le montant annuel des ventes est entre 100 K€ et 500 K€.
- Pour un quart des grandes maisons d'édition, le montant annuel des ventes numériques dépasse les 3 M€.

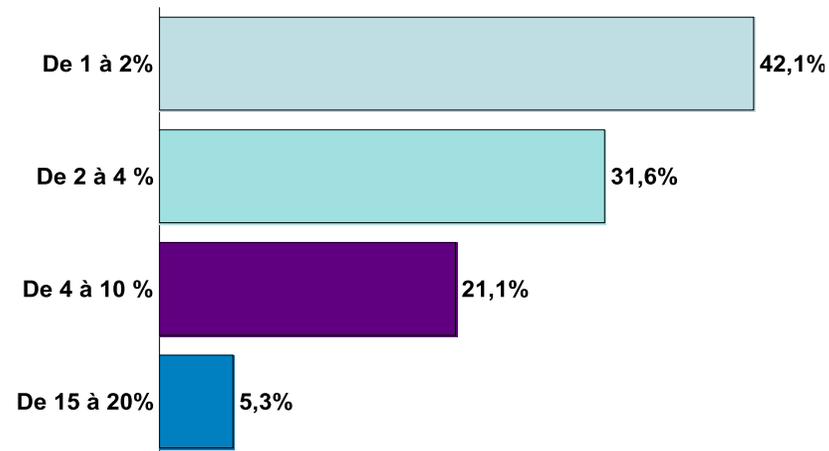


Votre CA numérique vous semble-t-il...

Taux de réponse : 100%



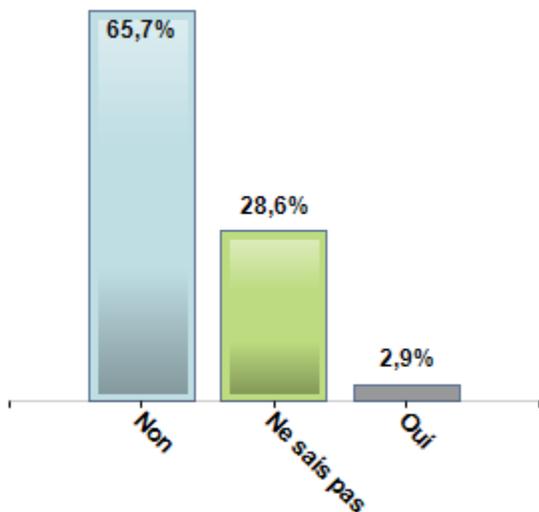
Dans quelle proportion se rajoute-t-il à votre CA papier ?





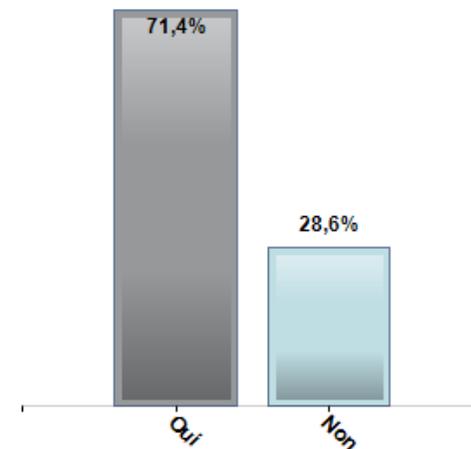
Comptabilisez-vous vos ventes de livres numériques en prestations de services ?

Taux de réponse : 97,1%

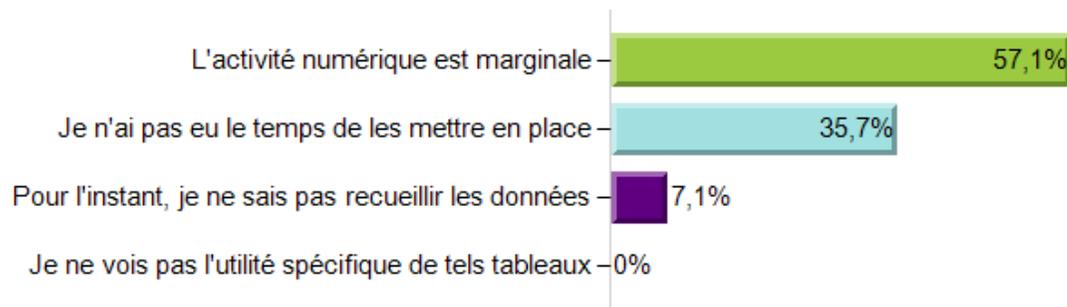


Disposez-vous de tableaux de gestion spécifiques à l'activité numérique ?

Taux de réponse : 100%



Pourquoi n'avez-vous pas de tels tableaux?

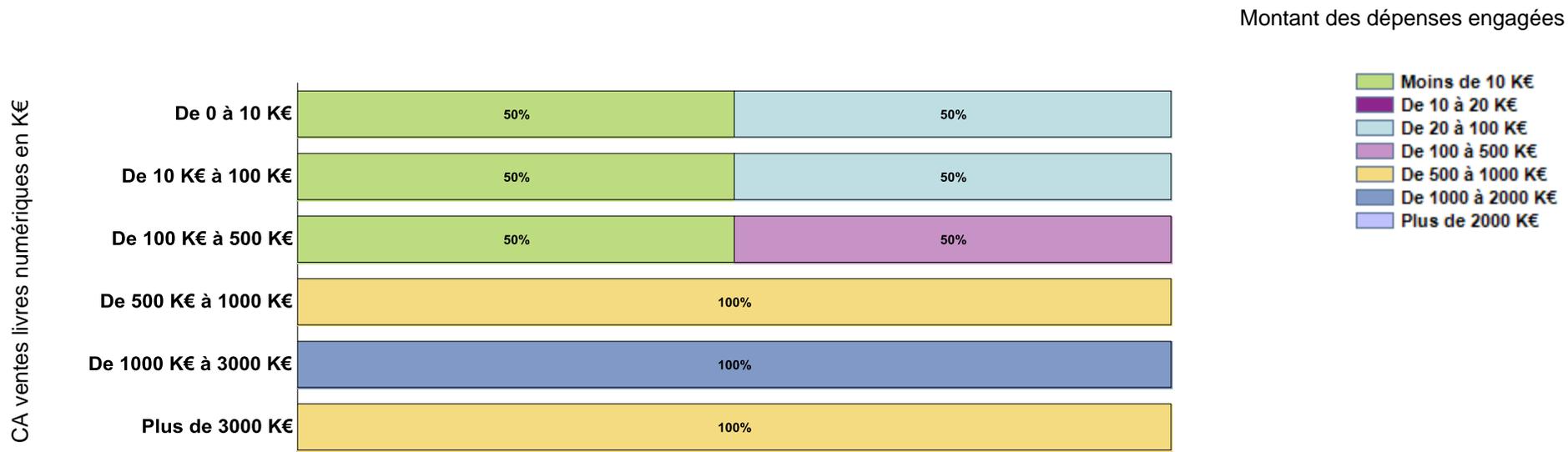


▪ L'activité numérique suit pour l'instant le même schéma de comptabilisation que celui de la vente de livres papier



Quel est le montant des dépenses que vous avez engagées jusqu'à présent pour le développement de votre offre numérique (numérisation, recherche et développement...)?

Taux de réponse : 51,4%



- Quels que soient les niveaux de dépenses engagées jusqu'à présent, les éditeurs ont globalement pu générer un CA numérique suffisant pour les compenser

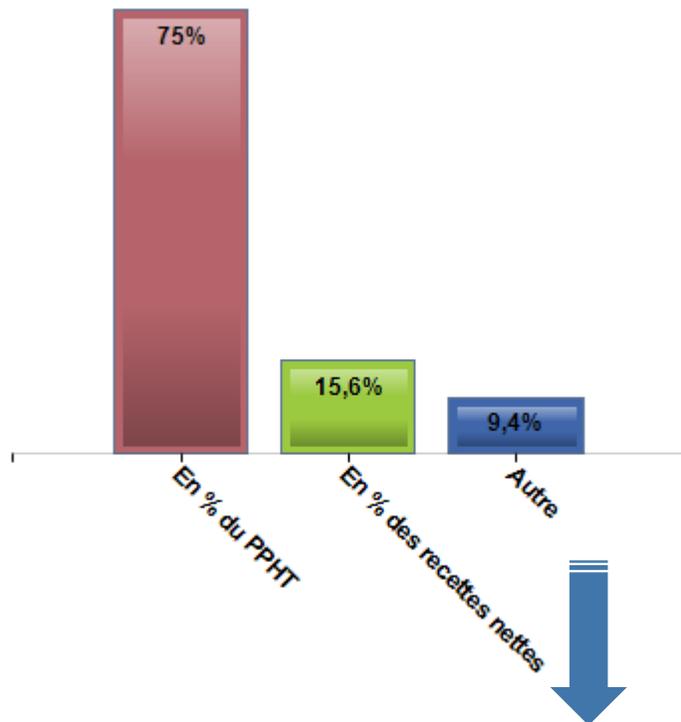
6. Les contrats numériques





Comment négociez-vous les droits numériques ?

Taux de réponse : 100%



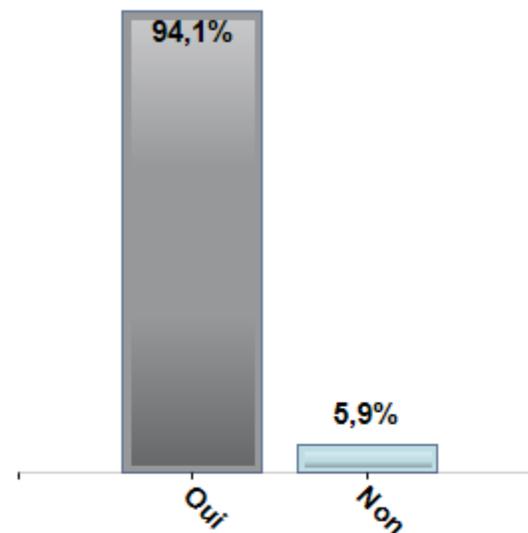
« Forfait ou % des recettes nettes », *Beaux Livres*

« Forfait », *Tourisme, guides et pratiques*

« Différents selon les domaines », *Scolaires, sciences et dictionnaires*

Pour les nouveautés, négociez-vous systématiquement les droits numériques en même temps que les droits papier ?

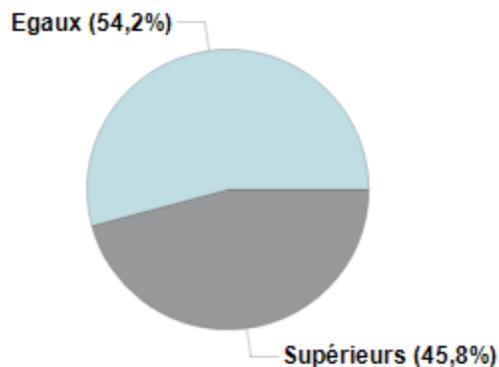
Taux de réponse : 100%



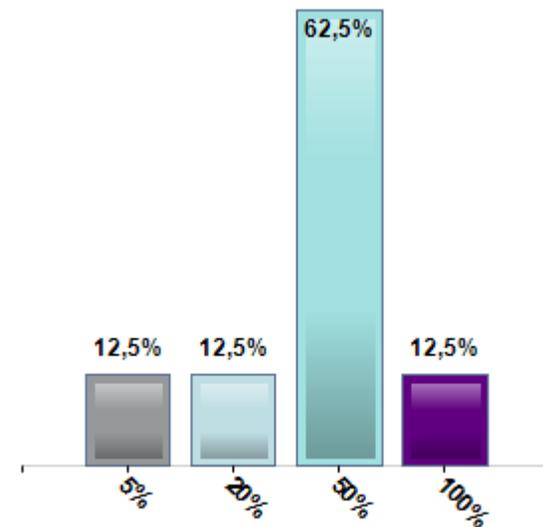


De façon générale, ces droits d'auteurs sont-ils égaux ou supérieurs par rapport à ceux du papier ?

Taux de réponse : 100%, cette réponse ne concerne que ceux qui ont répondu : « en % du PPHT »



Dans quelle proportion ces droits d'auteurs sont supérieurs ?

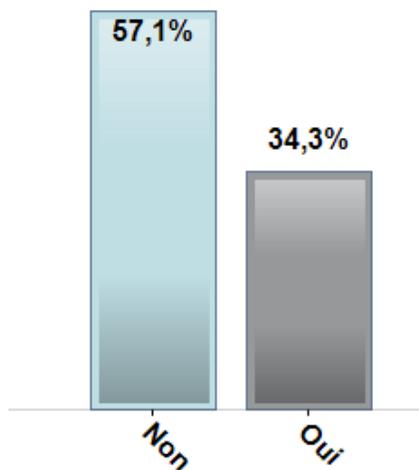


- Lorsque les droits d'auteur numériques sont supérieurs, ils excèdent de 50% ceux du papier pour 62,5% des éditeurs.

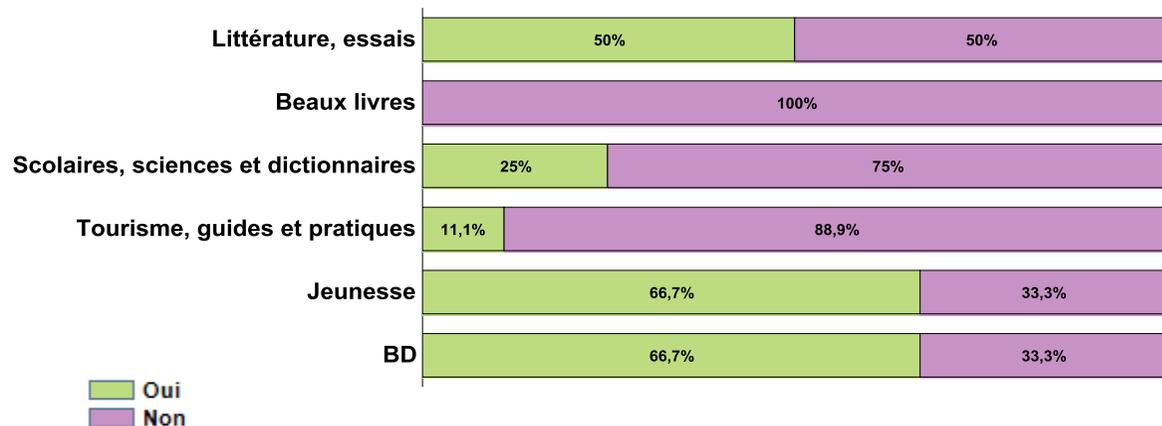
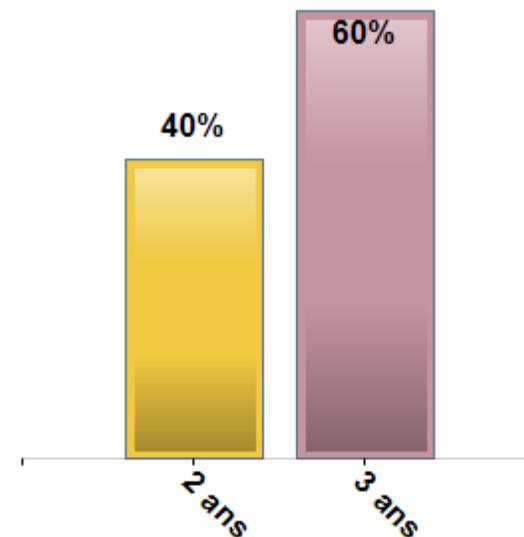


Avez-vous prévu une clause de rendez-vous dans votre contrat des droits numériques ?

Taux de réponse : 91,4%



A quelle échéance ?



- Les secteurs de la BD et de la jeunesse optent à 67% pour la clause de rendez-vous
- Les secteurs du Tourisme, guides, pratiques, du Scolaire et des Beaux livres insèrent plus rarement cette clause dans leurs contrats

7. L'opinion des éditeurs





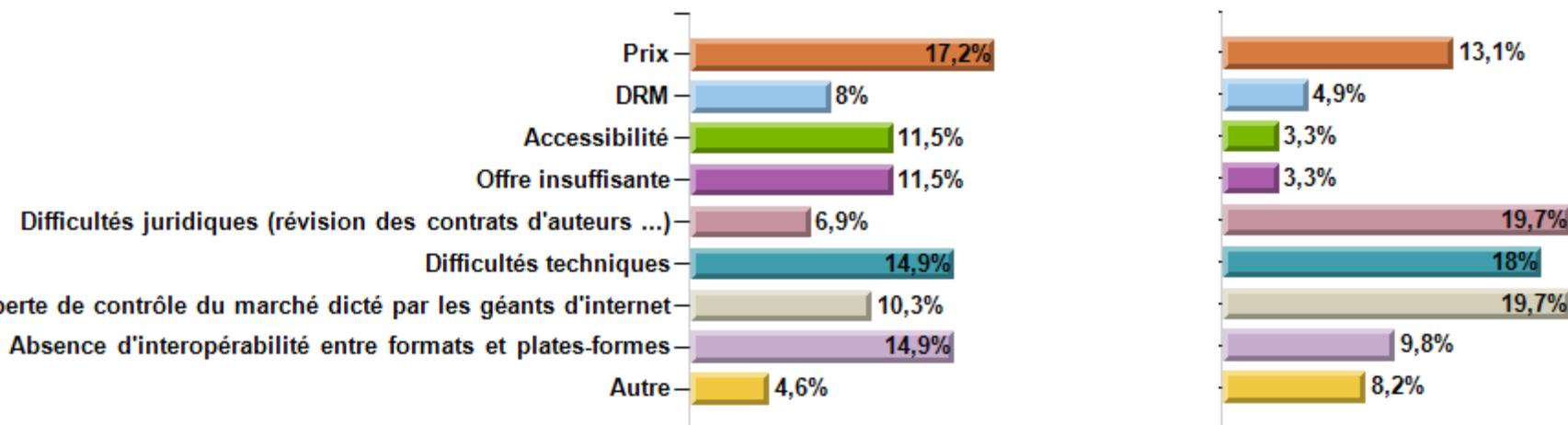
Selon vous, quels sont les 4 principaux freins au développement du livre numérique?

Réponses des éditeurs disposant d'une offre de livres numériques

Taux de réponse : 85,7%

Réponses des éditeurs exclusivement papier

Taux de réponse : 95,2%



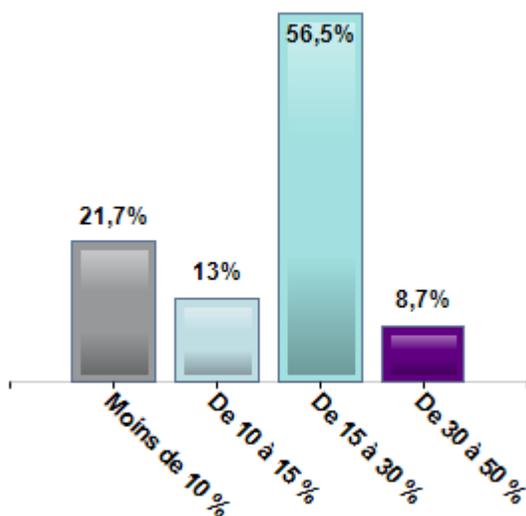
- Alors que les éditeurs exclusivement papier redoutent en premier lieu **la perte de contrôle du marché et des difficultés juridiques**, la première crainte des éditeurs numériques est plutôt **le prix**



A votre avis, quelle sera la part de marché du livre numérique en France à l'horizon 2020 ?

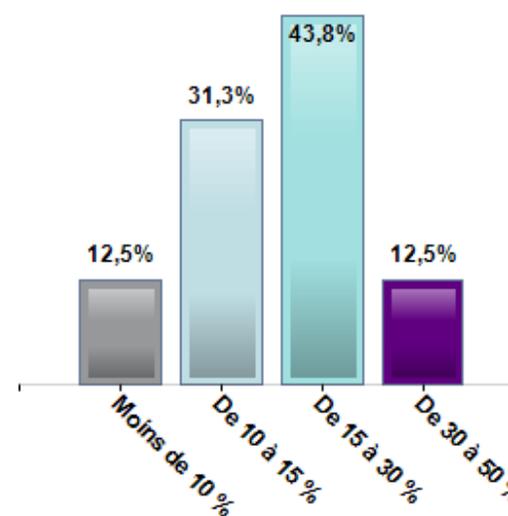
Réponses des éditeurs disposant d'une offre de livres numériques

Taux de réponse : 65,7%



Réponses des éditeurs exclusivement papier

Taux de réponse : 76,2%



- Qu'ils soient éditeurs numériques ou papier, la majorité prévoit une part de marché de plus de 15%.
- Globalement, les éditeurs papier sont plus optimistes sur l'évolution de la part de marché du livre numérique

8. KPMG en un regard





Dans les domaines de l'Audit, du Conseil et de l'Expertise Comptable, les professionnels KPMG interviennent auprès des **sociétés cotées et groupes internationaux**, des **ETI et groupes familiaux**, des **TPE** et dans différents secteurs de **l'industrie, du commerce et des services financiers**.



Avec 238 implantations réparties sur le territoire, KPMG offre l'ensemble des avantages attachés à un cabinet de proximité et en particulier une bonne connaissance du tissu économique local.



Au sein de KPMG, une équipe de consultants pluridisciplinaire est dédiée au secteur de l'édition. Sur le marché national, notre cabinet occupe aujourd'hui une position reconnue par les professionnels.

En tant qu'expert-comptable ou commissaire aux comptes, nous sommes présents chez de nombreux groupes d'édition et régulièrement consultés par eux.

Notre ambition est de participer à la réflexion sur l'évolution de la profession, au-delà de la simple culture financière.

Notre champ d'action couvre l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre, de la librairie à la diffusion et à la distribution.

La richesse d'expérience de nos consultants tient dans la diversité de leurs implications et missions touchant aussi bien la grande que la petite maison d'édition.

L'ensemble de l'équipe reste à votre disposition.

Ce baromètre a été réalisé par quelques membres de l'équipe de KPMG dédiée au secteur de l'édition, dirigée par Joëlle Tubiana, Associée; avec la collaboration d'Hélène de Boysson, Manager; Béatrice Muniz et Rania Bourahla, Chargées de Marketing et Communication.



Contacts

Béatrice Muniz

bmuniz@kpmg.fr

Rania Bourahla

rbourahla@kpmg.fr

kpmg.fr

© 2014 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG, le logo et « cutting through complexity » sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France – Crédit photos : Shutterstock - GettyImages

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est une société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes à directoire et conseil de surveillance au capital social de 5 497 100 euros. 775 726 417 RCS Nanterre. Siège social : Immeuble Le Palatin, 3 cours du Triangle, 92939 Paris La Défense Cedex. KPMG S.A. est membre du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative (« KPMG International »), une entité de droit suisse. KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets