



Baromètre 2016 de l'offre de livres numériques en France

3^{ème} édition

Septembre 2016

kpmg.fr





Nous sommes heureux de vous présenter la 3^{ème} édition du Baromètre de l'offre de livres numériques en France, élaboré grâce au concours actif de 86 éditeurs que nous tenons à remercier ici, témoignant ainsi de leur intérêt pour ce sujet.

A la lumière des réponses données, 2016 est marquée par une belle croissance du chiffre d'affaires numérique avec néanmoins des prévisions des éditeurs encore plus mesurées pour les années à venir.

Une nouvelle ère du livre numérique s'ouvre : celle de la consolidation avec de nombreuses opportunités offertes aux éditeurs qui souhaitent développer leur offre et élargir leur public.

Merci pour votre fidélité et bonne lecture.

Joëlle Tubiana

Associée

Sommaire

- 1 Notre méthodologie et panel
- 2 L'offre de livres numériques
- 3 La commercialisation de livres numériques
- 4 Les techniques mises en place
- 5 Les ventes de livres numériques
- 6 Les contrats numériques
- 7 L'opinion des maisons d'édition
- 8 KPMG en un regard

1

Notre méthodologie et panel

Notre méthodologie et panel

Ce baromètre a été élaboré grâce à une enquête menée de mars à juin 2016.

Un questionnaire en ligne a été envoyé à 127 maisons d'édition réparties sur tout le territoire français.

L'analyse a été réalisée sur la base de 86 questionnaires remplis par 79 éditeurs indépendants et 7 groupes, de toutes tailles et de tous secteurs éditoriaux.

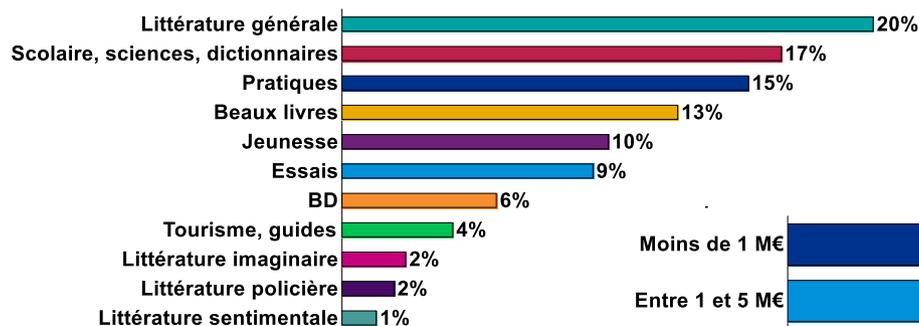
Cette année, nous avons voulu affiner les segments éditoriaux en demandant aux éditeurs la répartition de leur CA global sur leurs différents segments. De plus, nous avons distingué au sein du secteur « Littérature, essais » la littérature générale, policière, sentimentale, imaginaire et essais qui peuvent avoir des positionnements différents par rapport au numérique.

Nous n'avons pas sollicité les éditeurs juridiques dont les préoccupations et enjeux numériques sont trop éloignés de ceux des autres éditeurs.

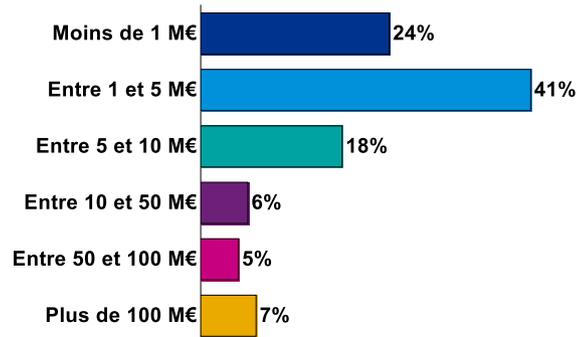
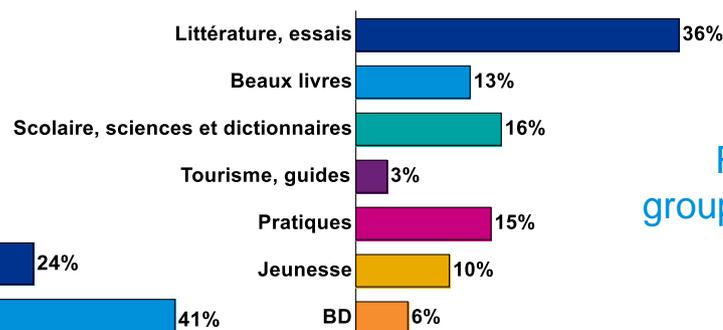
Quant aux niveaux de CA, nous avons rajouté les tranches de CA inférieur à 1M€, entre 50 et 100 M€, et plus de 100 M€.

La proportion Groupes / Indépendants reste stable.

Répartition par secteur éditorial « affiné »

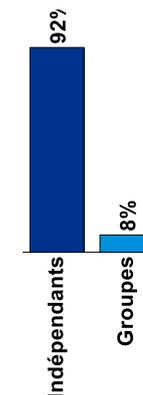


Répartition par secteur éditorial « prédominant »



Répartition par niveau de CA

Répartition par groupes / indépendants



2

L'offre de livres numériques

L'offre de livres numériques

Part du catalogue disponible en numérique

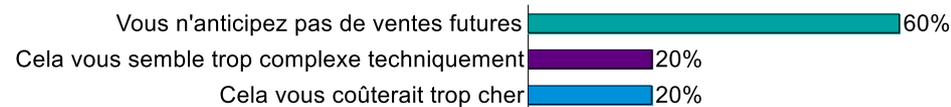
La part des catalogues disponibles en numérique est très contrastée selon les secteurs éditoriaux.

Quelle est la part de votre catalogue disponible en numérique, lorsque vous en avez un, dans chacune des catégories suivantes ?



Si pour beaucoup d'éditeurs le fonds ancien ne contient aucun livre numérique, c'est parce qu'ils n'anticipent pas de ventes futures.

Si votre fonds ancien ne contient aucun livre numérique : pour quelle(s) raison(s) majeure(s) ? Taux de réponse : 100 %



L'offre de livres numériques

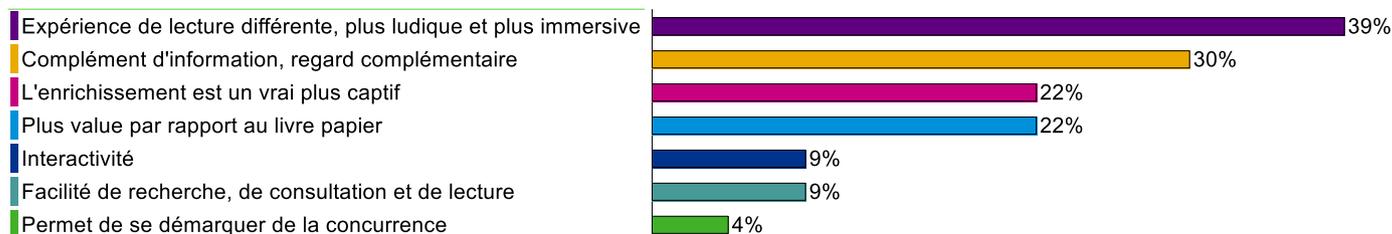
Livre enrichi (1)

Pensez-vous que le livre enrichi (par des ajouts vidéo, effets sonores, textes lus, animations, interactions...) présente un intérêt pour vos lecteurs ? Taux de réponse : 97 %

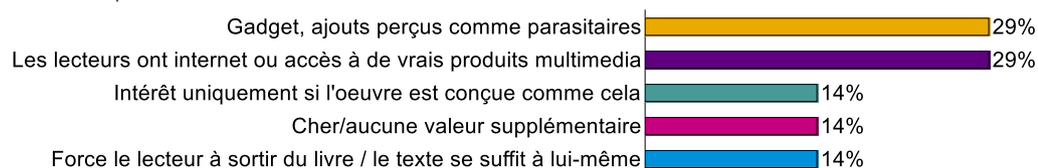


70 % des éditeurs numériques pensent qu'il présente un intérêt pour les lecteurs en leur offrant une lecture différente, plus ludique et complémentaire.

Si oui, pourquoi ? Taux de réponse : 70 %



Si non, pourquoi ? Taux de réponse : 47 %



A l'inverse les éditeurs qui ne voient pas d'intérêt pour le livre enrichi, pensent que cet enrichissement est justement « **parasitaire** » pour le livre.

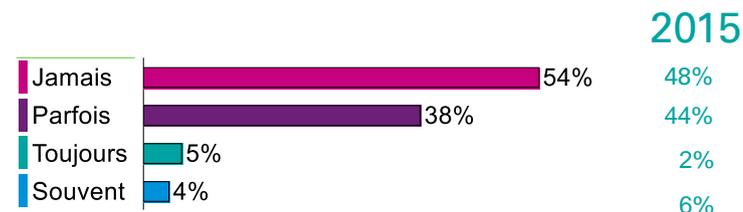
L'offre de livres numériques

Livre enrichi (2)

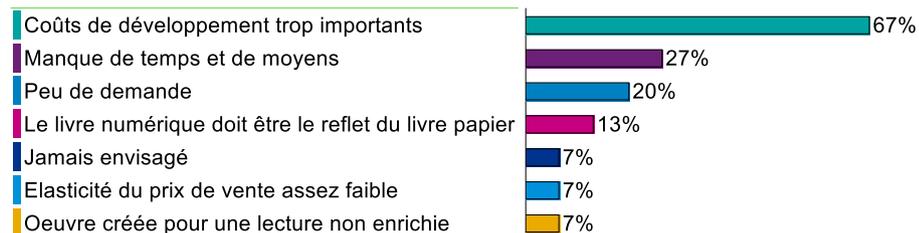
Même si 70 % des éditeurs trouvent un intérêt dans le livre enrichi, seulement 47 % en éditent contre 52 % en 2015, essentiellement pour un problème de coût.

Editez-vous des livres enrichis en complément des livres papier ?

Taux de réponse : 95 %



Vous ne réalisez jamais de livres enrichis, pour quelle(s) raison(s) ? Taux de réponse : 25 %



Vous réalisez parfois ou souvent des livres enrichis, pour quelle(s) raison(s) ?

Taux de réponse : 57 %

« Pas de systématisation en raison du temps et du coût de développement. »

« Pour l'instant, c'est plus de la « recherche et développement » pour une offre en plus du livre papier. »

« Pour qu'il y ait plus d'interactivité avec les lecteurs, notamment pour les Beaux-Livres, le pratique, la jeunesse. »

« Par opportunités commerciales ou éditoriales : proposition des auteurs, anniversaire ou événement lié, demande d'un partenaire diffuseur en quête d'un contenu exclusif. »

L'offre de livres numériques : Livres audio dématérialisés

L'offre de livres audio dématérialisés reste très marginale.

Disposez-vous d'une offre de livres audio dématérialisés ?

Taux de réponse : 95%

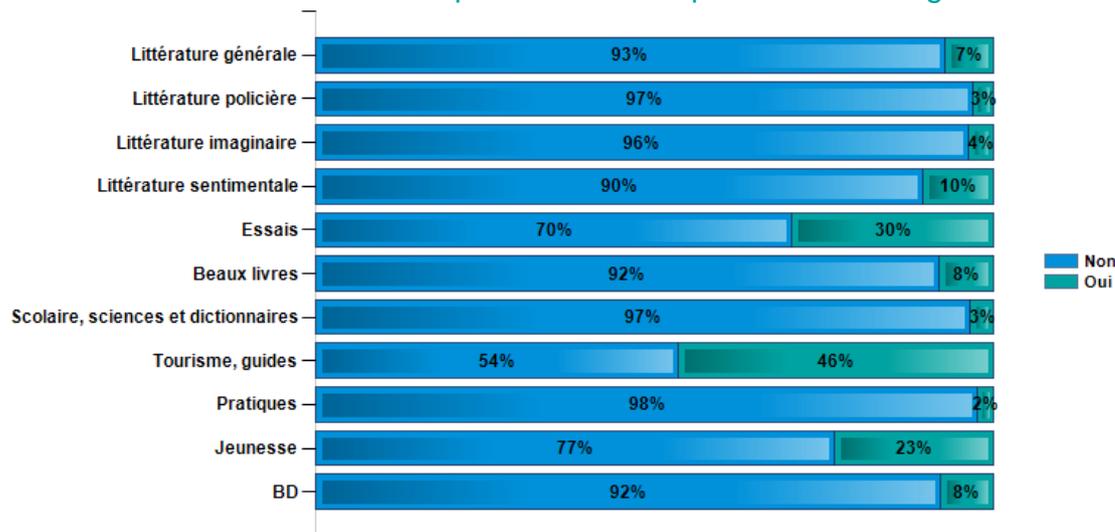


Projetez-vous d'en avoir une ?

Taux de réponse : 96%



Existence d'une offre de livres audio dématérialisés et secteurs éditoriaux dans lesquels l'éditeur dispose d'un catalogue



Tous les secteurs éditoriaux disposent néanmoins d'une offre de livres audio dématérialisés mais le **tourisme guides est celui qui a l'offre la plus importante.**

L'offre de livres numériques

Répartition par niveau de CA et par secteur éditorial

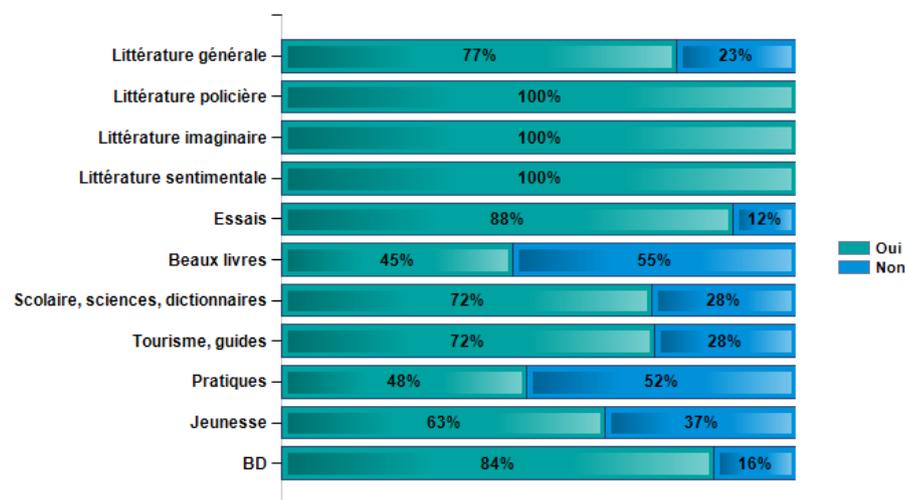
Disposez-vous d'une offre de livres numériques (e-books, applications...) ?

Taux de réponses: 100 %

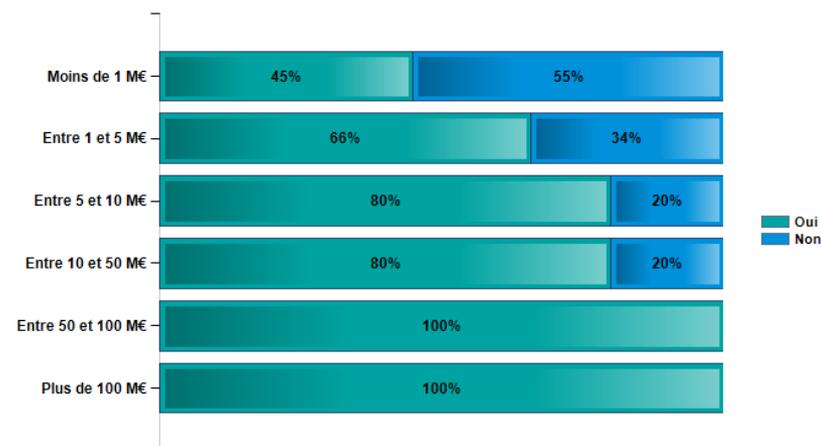
Près de la moitié des plus petites maisons d'édition se sont lancées dans le numérique.

- Passé le seuil de 1 M€ de CA, plus de 66 % des éditeurs ont une offre de livres numériques.
- Au-delà d'un CA de 50 M€, le taux atteint 100 %.

Existence d'une offre de livres numériques et secteurs éditoriaux dans lesquels l'éditeur dispose d'un catalogue



Répartition des réponses selon le niveau de CA



- Toutes les maisons d'édition qui ont dans leur catalogue de la Littérature policière, imaginaire ou sentimentale, disposent d'une offre de livres numériques.
- Quant à celles qui ont dans leur catalogue des essais ou des BD, elles sont plus de 80 % à s'être lancées.

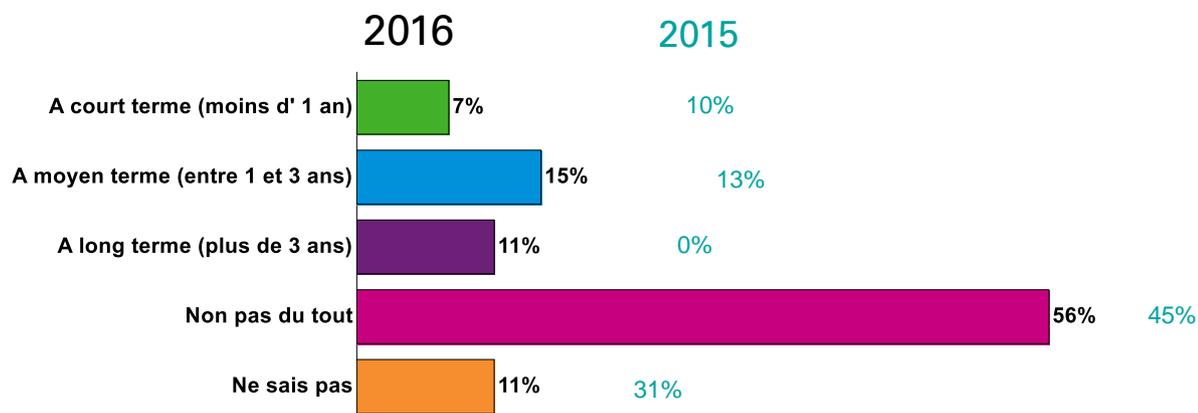
L'offre de livres numériques

Projets de développement de l'offre numérique

31% des éditeurs interrogés ne disposent toujours pas d'offre de livres numériques. 56% d'entre eux ne prévoient pas d'en développer une.

Prévoyez-vous de développer une offre de livres numériques ?

Taux de réponse : 100 %



Les éditeurs indécis en 2015 ont pour la plupart choisi de ne pas se lancer ou bien opté pour des projets à long terme.

3

La commercialisation de livres numériques

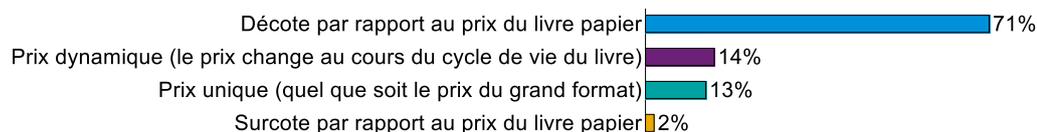
La commercialisation de livres numériques

Fixation du prix de vente des livres numériques

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

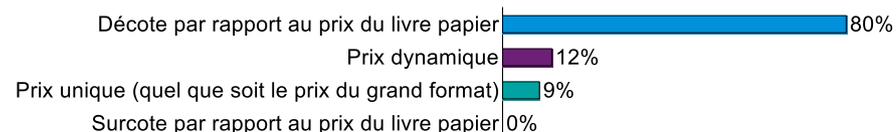
Taux de réponse : 95 %

2016



La décote reste la pratique la plus utilisée même si les éditeurs recourent de plus en plus au prix dynamique ou au prix unique.

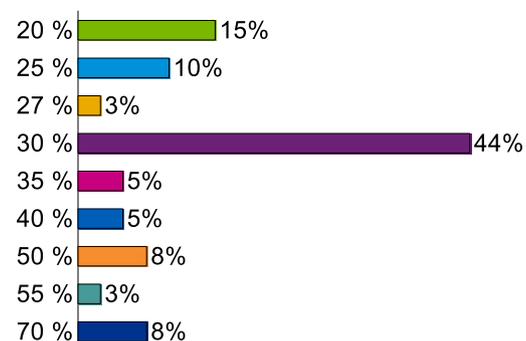
2015



Quelle est la décote moyenne appliquée ?

Taux de réponse : 98 %

2016



2015

6%

49%

La décote moyenne la plus généralement appliquée reste de 30 % pour 44 % des éditeurs contre 49 % en 2015.

Une décote de 20 % est appliquée par 15 % des éditeurs en 2016, contre 6 % en 2015.

La commercialisation de livres numériques

Livre de poche

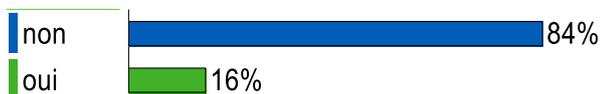
En ce qui concerne la littérature, révisiez-vous votre prix au moment de la sortie en livre de poche ?

Taux de réponse : 64 %



Comme en 2015, moins de la moitié des éditeurs révisent leur prix lors de la sortie en livre de poche.

Est-ce dû à un engagement contractuel ? Taux de réponse : 100 %



La proportion des éditeurs qui alignent le prix du livre numérique sur celui du poche baisse de 20 points par rapport à 2015, au profit d'un prix soit plus élevé (+9 pts), soit moins élevé (+10 pts).

Les décotes les plus souvent pratiquées sont entre 20 et 30 %.

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

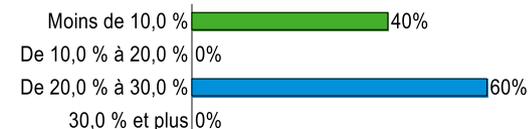
Taux de réponse : 100 %

2015



Quelle décote appliquez-vous ?

Taux de réponse : 100 %



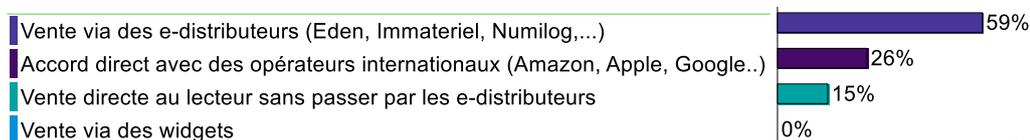
La commercialisation de livres numériques

Schémas pratiques

Quels sont les schémas de commercialisation que vous utilisez ?

Taux de réponse : 92 %

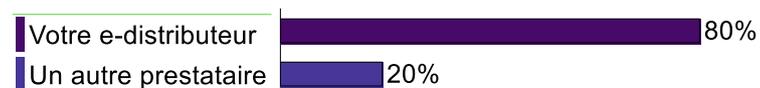
Réponses de rang 1



Plus d'un éditeur sur 2 concluent des accords directs avec les opérateurs internationaux mais moins d'un éditeur sur 3 privilégie ce schéma de commercialisation.

Confiez-vous la diffusion de vos livres numériques à :

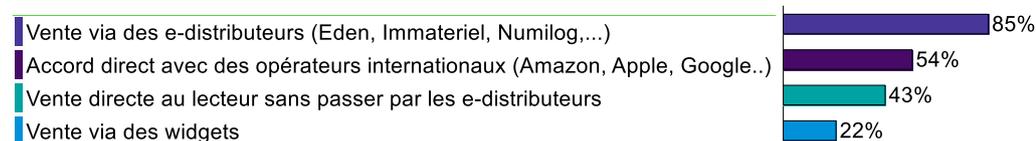
Taux de réponse : 78 %



Le schéma privilégié et le plus utilisé par la plupart des éditeurs est la vente via des e-distributeurs.

Réponses tous rangs confondus

En % des observations



8 éditeurs sur 10 confient la diffusion de leurs livres numériques à des e-distributeurs.

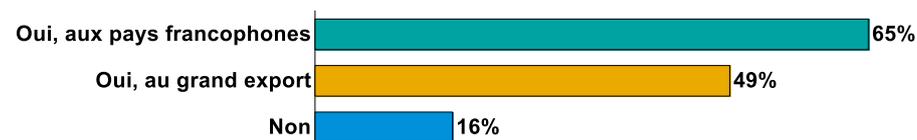
La commercialisation de livres numériques

Export

Commercialisez-vous vos livres à l'export ?

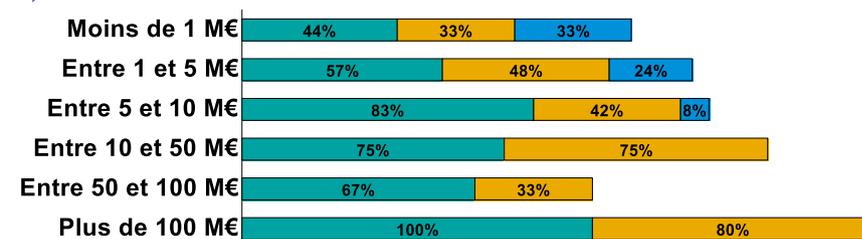
Taux de réponse : 93 %

En % des observations

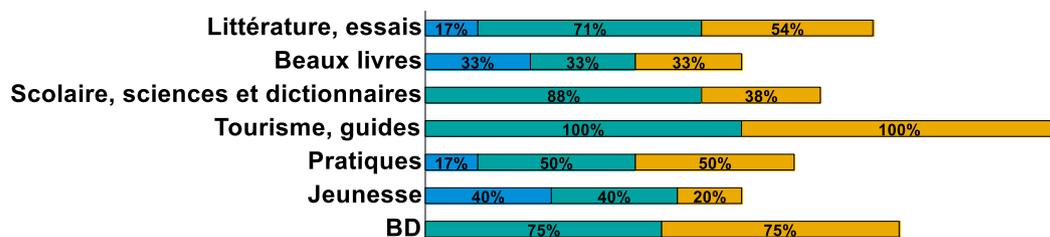


Quelle que soit leur taille, plus de 60 % des maisons d'édition exportent des livres numériques.

Réponses par niveau de CA



Réponses par secteur éditorial prédominant



Toutes les maisons d'édition ayant comme secteur éditorial prédominant le **Tourisme, guides, Scolaire, sciences et dictionnaires**, et la **BD** commercialisent leurs livres numériques à l'**export**.

Quant aux éditeurs relevant des autres secteurs, en particulier de la jeunesse, ils ne se sont pas tous lancés.

La commercialisation de livres numériques

Difficultés à l' export

Quelles difficultés rencontrez-vous lors de l'export de livres numériques ?

Taux de réponse : 42 %

« *Il faut apprendre, comprendre, assimiler et mettre en application des habitudes commerciales différentes.* »

« *Il manque des informations précises sur le cadre légal et fiscal applicable.* »

« *Gestion des taxes et négociations des business models avec les grands opérateurs.* »

« *Problèmes techniques et de gestion des prix avec les revendeurs.* »

Lorsque des difficultés sont rencontrées, elles sont essentiellement d'ordre légal et fiscal. Les autres problèmes tournent autour de la négociation soit avec les plates-formes locales soit avec les grands opérateurs.

« *Nous sommes dépendants des accords passés par notre distributeur avec les plates-formes locales, pour l'essentiel pour la gestion du prix, de la TVA et des effets de conversion entre monnaies...* »

La commercialisation de livres numériques

Projet de développement à l'export

Projetez-vous de le faire ?

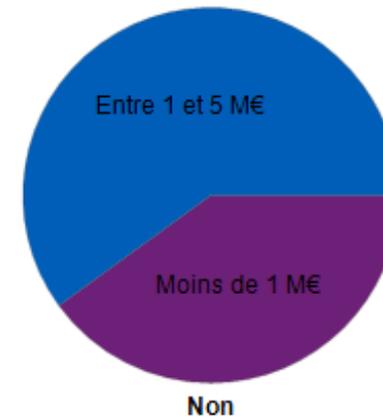
Taux de réponse : 100 %

Parmi les maisons d'édition qui ne se sont pas lancées à l'export, 78 % d'entre elles ne projettent pas de le faire.

Taux de réponse : 100%



Les maisons d'édition qui ne prévoient pas de se lancer à l'export sont de petite taille.



La commercialisation de livres numériques

Modes de commercialisation

Le titre à titre est toujours le mode de commercialisation le plus pratiqué.

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

Taux de réponse : 95 % - En % des citations



2015

Taux de réponse : 96 %

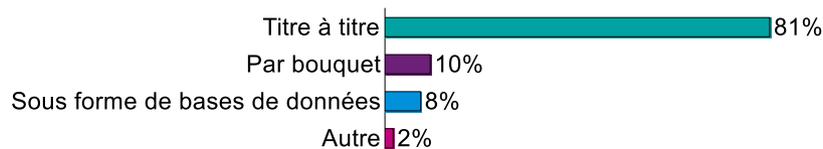


Pour les livres numériques, même si le titre à titre reste le mode de commercialisation le plus utilisé, les autres modes se développent.

Pour les cessions de droits numériques, le titre à titre est encore l'unique moyen de commercialisation pour beaucoup d'éditeurs.

Quels modes de commercialisation de vos livres numériques avez-vous mis en œuvre en cessions de droits numériques ?

Taux de réponse : 71 %



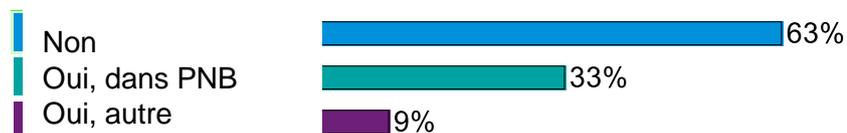
La commercialisation de livres numériques

Prêt de livres Numériques en Bibliothèque (1)

Disposez-vous d'une offre de prêt de livres numériques en bibliothèque ?

Taux de réponse : 92 %

En % des observations



Plus d'un tiers* des éditeurs disposent d'une offre de prêt de livres numériques en bibliothèque. Néanmoins cette pratique semble s'accélérer depuis 2015.

*dans PNB et autre

Autres

« Via Dawson, Cyberlibris »

« Via Immatériel, notre distributeur »

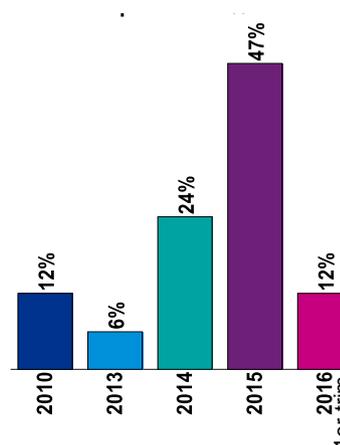
« Par le biais de notre diffuseur »

« Abonnement proposé aux bibliothèques publiques »

« CVS »

Depuis quelle année ?

Taux de réponse : 94 %

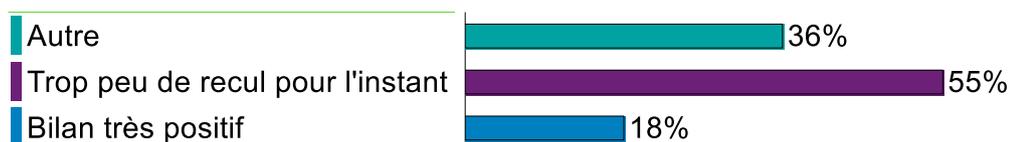


La commercialisation de livres numériques

Prêt de livres Numériques en Bibliothèque (2)

Quel bilan tirez-vous de cette expérience ?

Taux de réponse : 72 %



Si plus de la moitié des maisons d'édition déclarent ne pas avoir assez de recul pour dresser un bilan de cette expérience, 18 % pensent que le bilan est très positif.

« De nombreuses ventes tant sur la nouveauté que sur le fonds, le marché doit encore s'élargir à plus de bibliothèques. »

« Des démarrages difficiles mais un potentiel intéressant et un outil pour convaincre les lecteurs de tester la lecture numérique. »

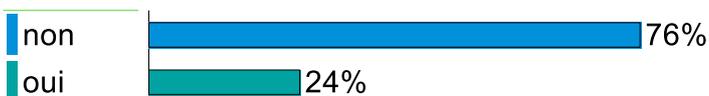
« Il est un peu tôt pour faire un bilan étant donné le nombre de livres vendus aux bibliothèques. La communication autour de PNB doit se poursuivre pour en faciliter l'accès aux bibliothèques et les aider dans leur travail auprès des lecteurs. »

La commercialisation de livres numériques

Projet de développement d'une offre de livres numériques en bibliothèque

Envisagez-vous de mettre en place une offre de livres numériques en bibliothèque ?

Taux de réponse : 100 %



Seulement 24 % des éditeurs qui ne disposent pas d'une offre de prêt de livres numériques en bibliothèque envisagent d'en mettre une en place.

Si oui, dans quel délai ?

Taux de réponse : 100 %



Parmi ceux qui envisagent de mettre en place une offre de prêt de livres numériques en bibliothèque, 25 % ont un projet à **moins d'un an et la moitié entre 1 et 5 ans.**

Ceux qui ne se lancent pas évoquent le manque de temps, de moyens humains ou d'information à ce sujet.

La commercialisation de livres numériques

Ressources marketing spécifiques (1)

Allouez-vous spécifiquement pour le numérique des ressources marketing ?

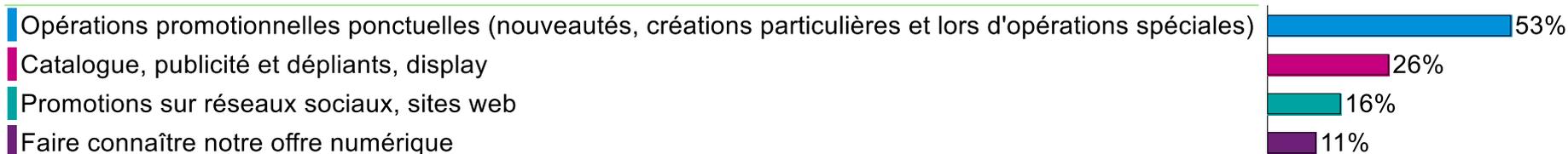
Taux de réponse : 95 %



Près de la moitié des éditeurs allouent pour le numérique des ressources marketing spécifiques.

Si oui, pour quelles opérations ?

Taux de réponse : 95 %



Les ressources allouées sont utilisées essentiellement pour des **opérations promotionnelles ponctuelles et aussi pour de la publicité.**

La commercialisation de livres numériques

Ressources marketing spécifiques (2)

Pourquoi n'allouez-vous pas de ressources marketing pour le numérique ?

Taux de réponse : 39 %



Lorsque les éditeurs ne consacrent pas de ressources marketing spécifiques au numérique, c'est essentiellement par manque de moyens humains ou financiers.

D'autres considèrent que le **CA numérique est trop marginal** pour dédier un budget et certains préfèrent attribuer ponctuellement des ressources.

La commercialisation de livres numériques

Utilisation du livre numérique avant ou après sa parution ou celle du livre papier

Utilisez-vous le livre numérique avant parution du livre papier ou numérique ?

Taux de réponse : 86 %

En % sur les observations



Plus d'un éditeur sur 2 n'utilisent jamais le livre numérique avant sa parution ou celle du livre papier. L'autre moitié y a recours avant tout pour les **forces de vente** et les **attachés de presse**, mais aussi pour les **autres médiateurs** et les **libraires**.

Utilisez-vous le livre numérique après parution du livre papier ou numérique, en dehors de la commercialisation ?

Taux de réponse : 85 %

En % sur les observations



Après parution, plus de la moitié des éditeurs utilisent le livre numérique, essentiellement **pour les autres médiateurs** et aussi dans une moindre mesure pour les **services internes de cession de droit** et pour les **libraires**.

4

Les techniques mises en place

Les techniques mises en place

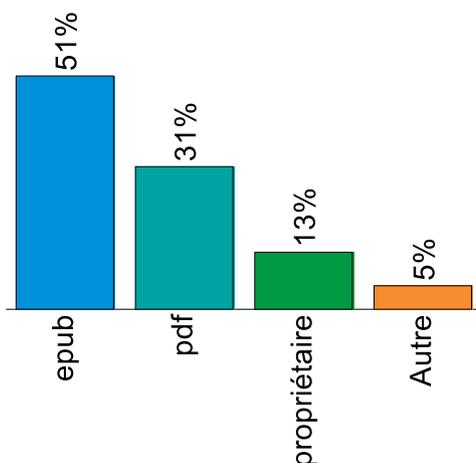
Formats numériques

L'ePub et le PDF restent les formats les plus utilisés.

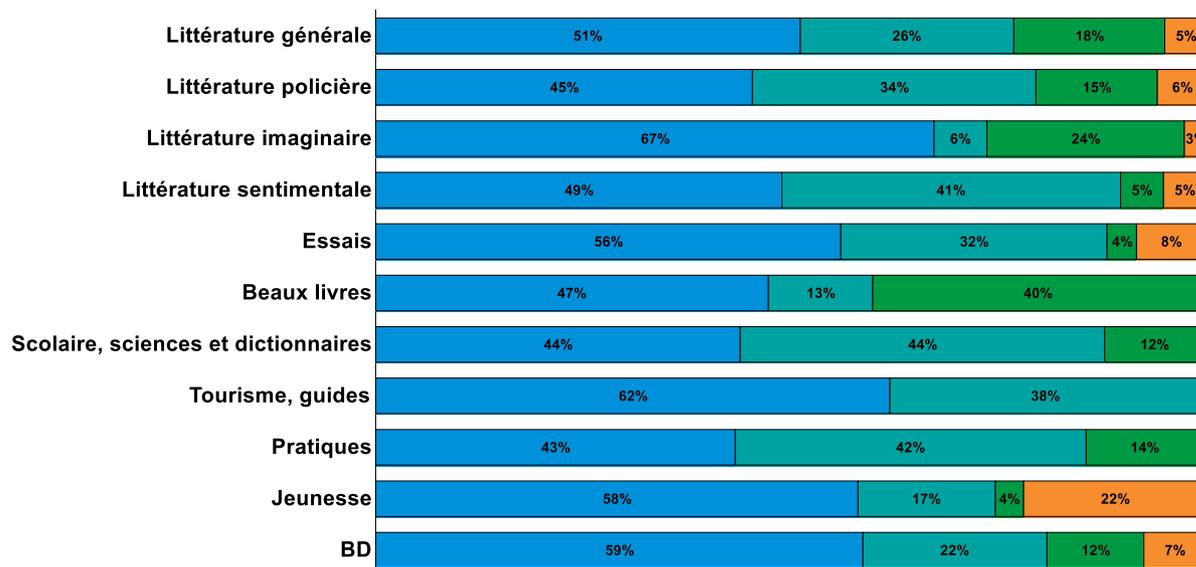
Néanmoins, l'utilisation du format propriétaire se renforce : 13 % en 2016 contre 5 % en 2015.

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

Taux de réponse : 95 %



Croisement avec CA numérique



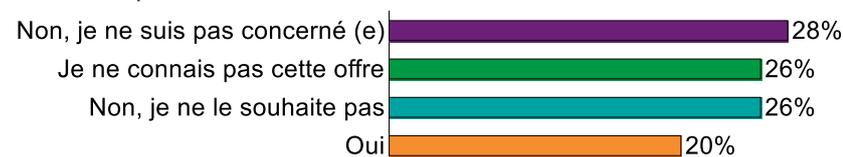
Tous les secteurs éditoriaux utilisent le format ePub à plus de 40 % avec en tête la Littérature imaginaire suivie par le Tourisme Guides, la BD et la Jeunesse.

Quant aux Beaux Livres, ils ont adopté à 40 % un format propriétaire. Le secteur Scolaire, sciences et dictionnaires est celui qui utilise le plus le PDF avec un taux de 44%.

Les techniques mises en place

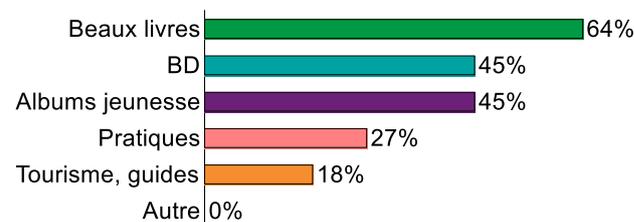
Format haute définition

Projetez-vous de mettre en place un format haute définition pour vos livres illustrés ? Taux de réponse: 92 %



Lorsque les éditeurs projettent de mettre en place ce format, c'est surtout pour les Beaux Livres et dans une moindre mesure pour la BD et la Jeunesse.

Sur quel(s) catalogue(s) projetez-vous de mettre en place ce format ? Taux de réponse: 100 %

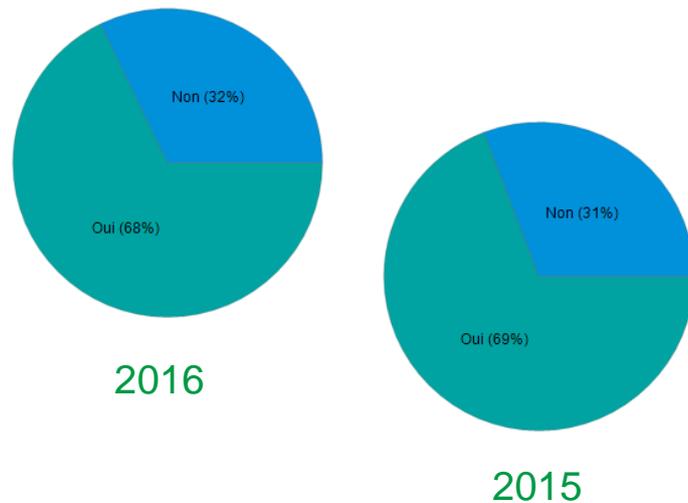


Seulement 20 % des éditeurs projettent de mettre en place un format haute définition, une majorité ne le souhaitant pas ou ne connaissant pas cette offre.

Les techniques mises en place

Lutte contre le piratage

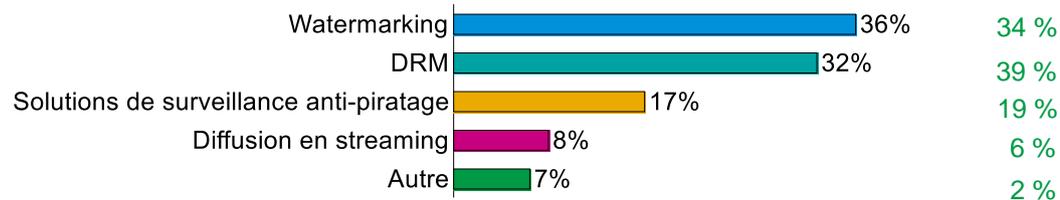
Avez-vous opté pour une ou plusieurs solutions de lutte contre le piratage ? Taux de réponse : 95 %



La part des éditeurs qui ont opté pour une solution de lutte contre le piratage reste plutôt stable.

Lesquelles ? Taux de réponse : 100 %
En % des citations

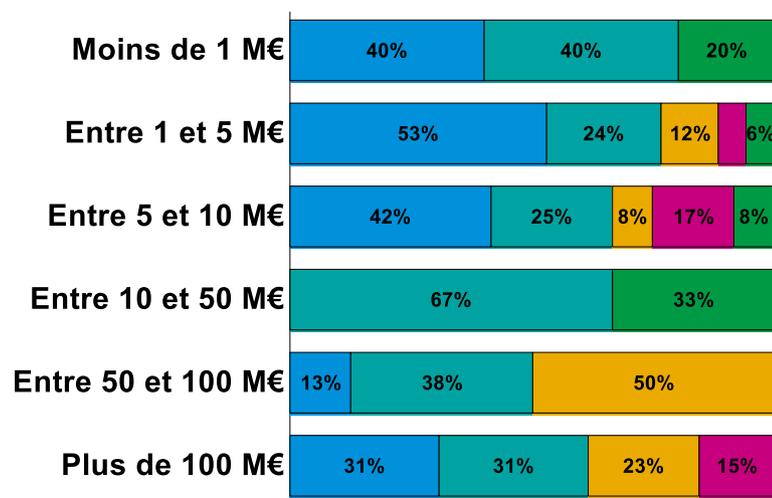
2015



Quant aux solutions adoptées, le Watermarking prend le pas sur les DRM, avec 36 % en 2016 contre 34 % en 2015.

Les techniques mises en place

Utilisation des solutions de piratage selon la taille des maisons d'édition



- Watermarking
- DRM
- Solutions de surveillance anti-piratage
- Diffusion en streaming
- Autre

Les maisons d'édition dont le CA est inférieur à 10 M€ utilisent le plus souvent le watermarking.

Celles dont le CA se situe entre 10 et 50 M€ ont recours à 67% au DRM tandis que celles dont le CA est entre 50 et 100 M€ utilisent surtout les solutions de surveillance anti-piratage.

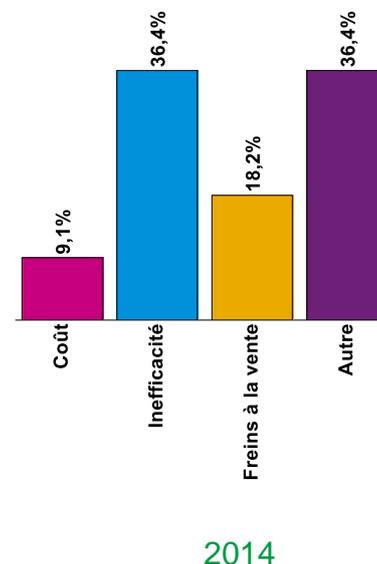
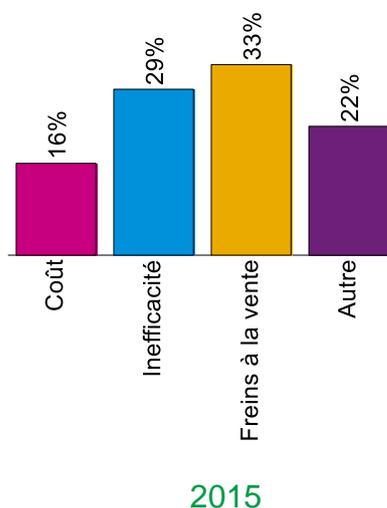
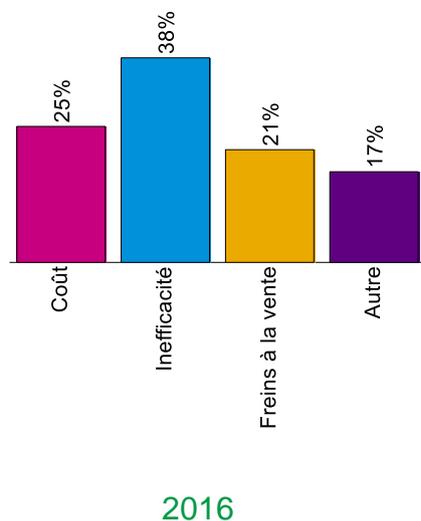
Au-delà de 50 M€ de CA, les solutions sont plus diversifiées.

Les techniques mises en place

Raisons pour lesquelles des éditeurs n'optent pas pour des solutions de lutte anti-piratage

Pour quelles raisons n'avez-vous pas opté pour des solutions de lutte contre le piratage? Taux de réponse : 94 %- En % des citations

L'inefficacité reprend la 1^{ère} place devant les freins à la vente.



Autres raisons

« Risques de piratage jugés faibles. »

« Protection du e-diffuseur. »

« Nos ouvrages sont très peu piratés car pas assez connus et trop peu chers. »

Après l'inefficacité citée le plus souvent par les éditeurs, le coût devient une raison de plus en plus invoquée (25 %) devant les freins à la vente (21%).

Les techniques mises en place

DRM LCP au sein du projet Radium

Etes-vous informé(e) du développement de la DRM LCP au sein du projet Radium ? Taux de réponse : 95 %



Avez-vous l'intention d'utiliser cette nouvelle DRM pour votre catalogue ? Taux de réponse : 96 %



Plus de la moitié des éditeurs ne sont pas informés du développement de la DRM LCP au sein du projet Radium.

Parmi ceux qui connaissent cette DRM, la moitié a l'intention de l'utiliser.

5

Les ventes de livres numériques

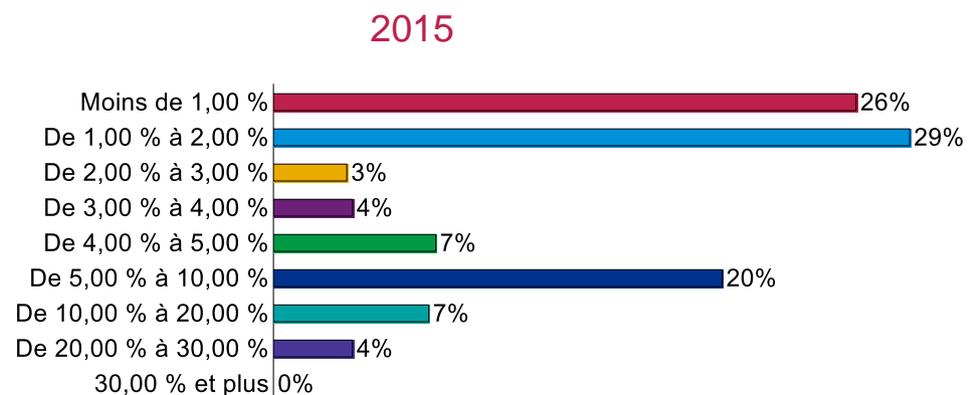
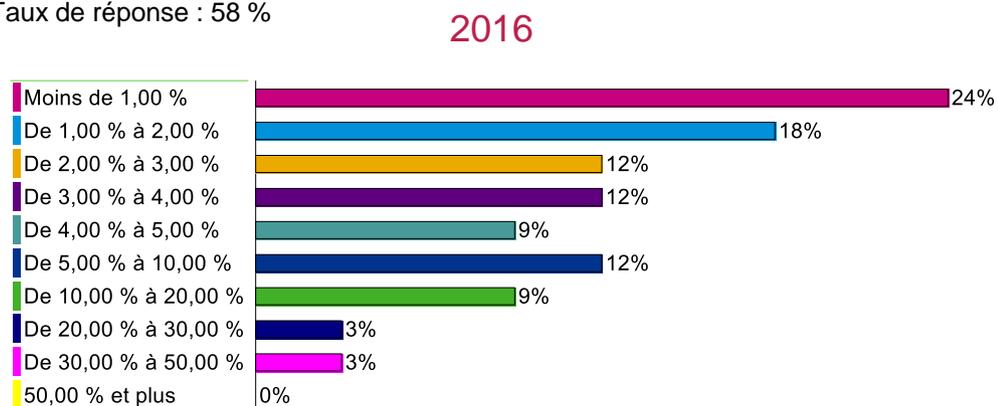
Ventes de livres numériques

Part du CA numérique

Globalement, la part du CA numérique par rapport au CA global progresse par rapport à l'année dernière et passe de 4 % à 5 % en moyenne.

Quelle est la part du CA numérique par rapport à votre CA total ?

Taux de réponse : 58 %



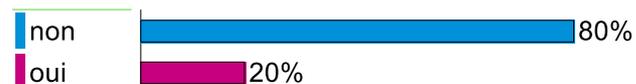
Alors qu'en 2015, 55% des éditeurs avaient une part de CA numérique inférieure à 2 %, ils ne sont plus que 42 % en 2016.

De plus, certains éditeurs réalisent désormais plus de 30 % de leur CA en numérique.

Peu d'éditeurs connaissent la part de leur CA numérique rapporté au CA de leur catalogue disponible en papier et en numérique, indicateur qui reflèterait mieux l'impact du numérique.

Connaissez-vous la part de votre CA numérique rapporté au CA de votre catalogue disponible en papier et en numérique ?

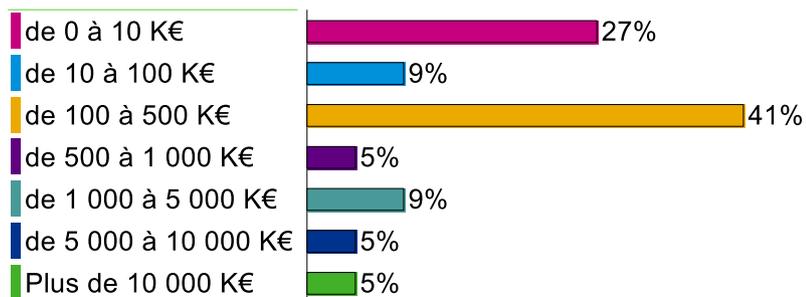
Taux de réponse : 69 %



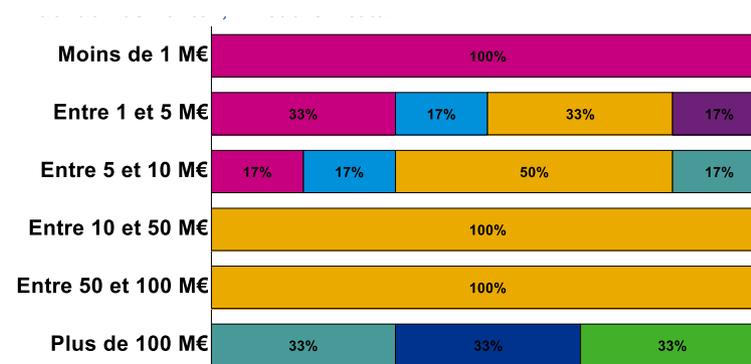
Ventes de livres numériques

Montant annuel des ventes de livres numériques

Quel est le montant annuel de vos ventes de livres numériques (en PPHT) ? Taux de réponse : 37 %



Répartition des réponses par tranche de CA



Le montant annuel du CA PPHT numérique le plus souvent cité se situe entre 100 et 500 K€.

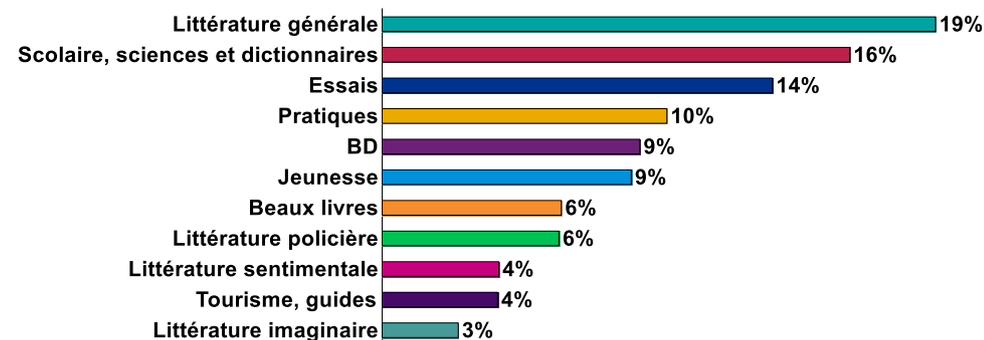
Cette tranche de 100 à 500 K€ correspond d'ailleurs à celle indiquée par toutes les maisons d'édition réalisant entre 10 et 100 M€ de CA total.

Les maisons d'édition réalisant moins d'1 M€ de CA génèrent un CA numérique inférieur à 10 K€. Celles ayant un CA supérieur à 100 M€ réalisent un CA numérique de plus de 1 M€ voire même de plus de 10 M€.

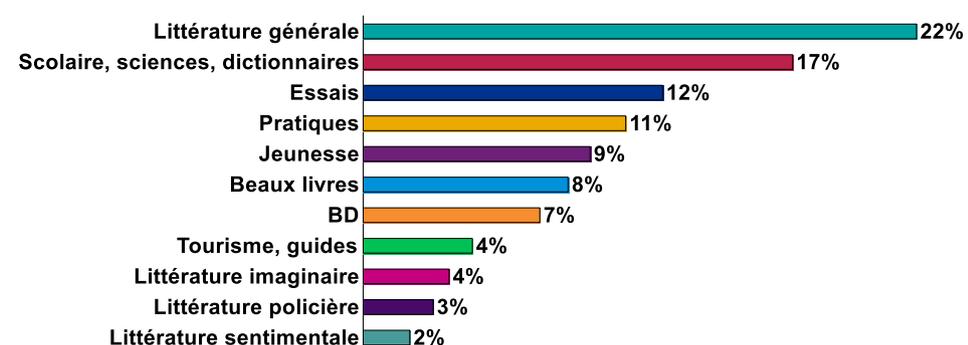
Ventes de livres numériques

Part du CA numérique par rapport au CA global

Comment se répartit votre CA numérique par segment éditorial ?



Quelle est la répartition de votre CA global par secteur éditorial ?



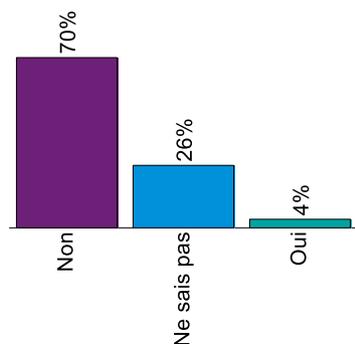
La répartition du CA numérique par segment éditorial est globalement similaire à celle du CA global des éditeurs disposant d'une offre de livres numériques.

On note cependant que la part du CA numérique de la littérature sentimentale, de la BD et des Essais est plus importante tandis que celle de la Littérature générale et des Beaux livres est plus faible.

Ventes de livres numériques

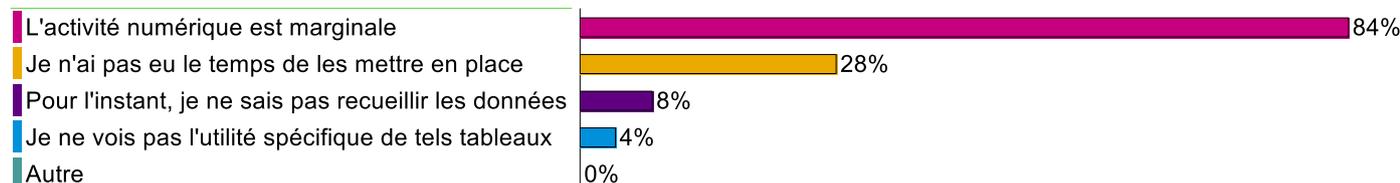
Gestion spécifique à l'activité numérique

Comptabilisez-vous vos ventes de livres numériques en prestations de services ? Taux de réponse : 92 %



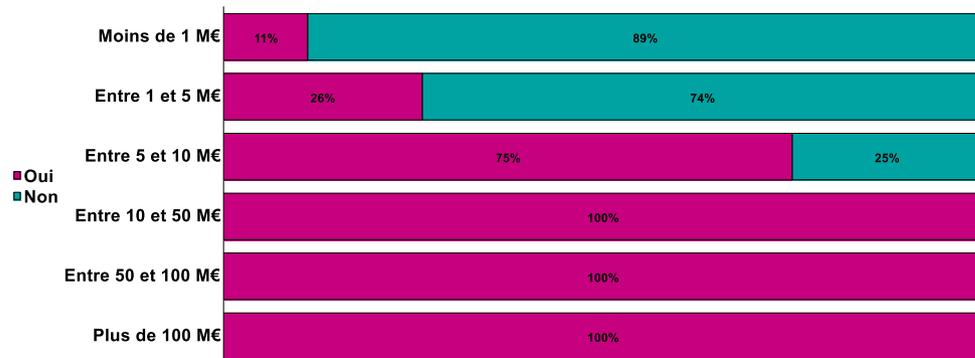
Pourquoi ne disposez-vous pas de tableaux de gestion ?

Taux de réponse : 100 %



Les petites maisons d'édition sont encore presque toutes dépourvues de tableaux de gestion spécifiques à l'activité numérique.

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



Passé le seuil de 5 M€ de CA, la part des éditeurs qui disposent de ces tableaux passe à 75 % pour atteindre 100 % dès le seuil de 10 M€ de CA franchi.

84 % des éditeurs qui ne disposent pas de tableaux de gestion spécifiques au numérique considèrent que l'activité numérique est marginale.

Les contrats numériques

Les contrats numériques

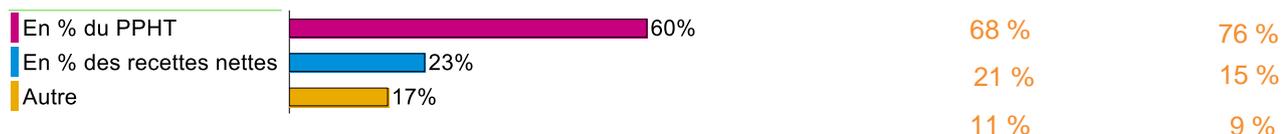
Mode de rémunération des auteurs

Comment négociez-vous les droits numériques*?

Taux de réponse : 81 %

2015

2014



La rémunération de l'auteur en % du PPHT reste encore la plus fréquemment utilisée même si elle diminue sensiblement depuis 3 ans.

Si Autre, précisez :

« Selon auteur : % PPHT ou recettes nettes. »

« Suivant contrats : soit % PPHT soit recettes nettes. »

« Les 2 : en % PPHT et en % des recettes nettes. »

« Combinaison % du PPHT pour e-books et % des recettes nettes pour revenus de plates-formes numériques. »

La proportion des éditeurs qui rémunèrent leurs auteurs en % du PPHT pour les ventes de livres numériques a **diminué de 16 points** en 3 ans **au profit** principalement de celle en pourcentage des **recettes nettes**.

Les réponses « Autres » correspondent pour la plupart à une combinaison entre ces deux modes.

*1 seule réponse possible

Les contrats numériques

Niveau de rémunération des auteurs

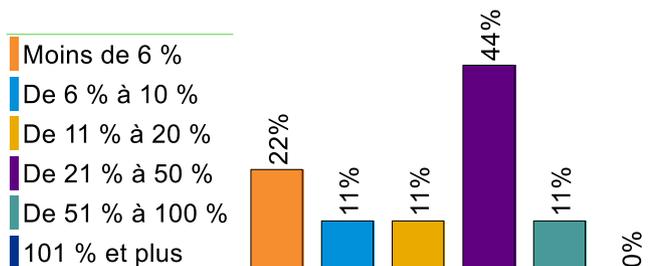
De façon générale, ces droits d'auteurs sont-ils, par rapport à ceux du papier :

Taux de réponse : 100 %

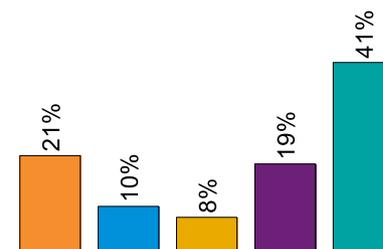


La proportion des éditeurs qui négocient des droits égaux à ceux du papier tend à devenir quasi identique à celle des éditeurs qui négocient des droits supérieurs.

Dans quelle proportion (en %) ? Taux de réponse : 64 %



2015



Cette réponse ne concerne que ceux qui ont répondu "en % du PPHT"

En un an, parmi les éditeurs négociant des droits numériques supérieurs à ceux du papier, **la part de ceux fixant des droits supérieurs à 50 % a chuté de 41 à 11 %**. Parallèlement, **44 % des éditeurs** négocient en 2016 des droits supérieurs de **20 à 50 %, contre 19 % en 2015**.

7

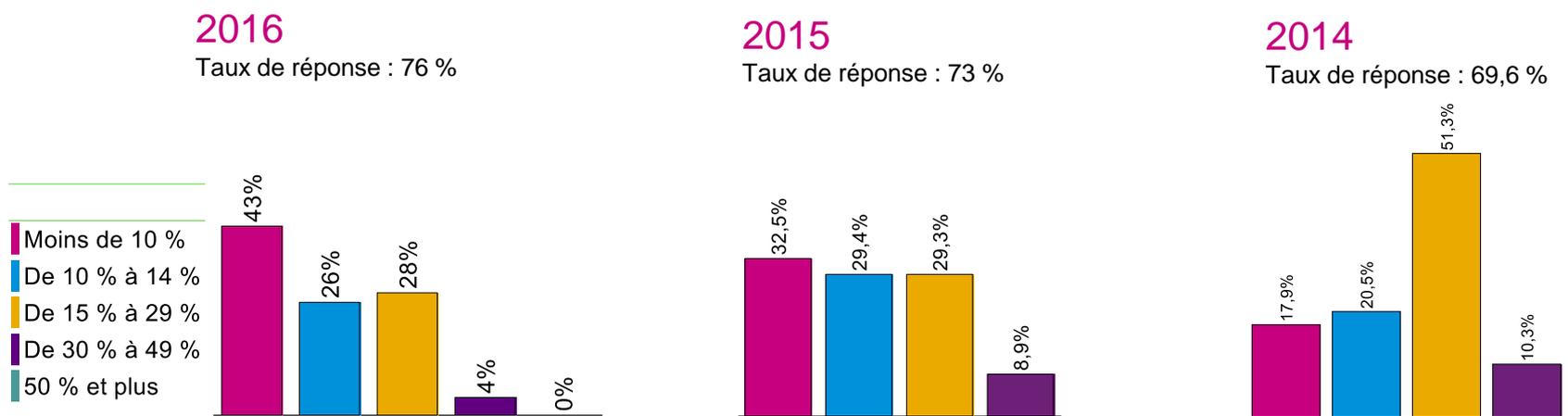
L'opinion des maisons d'édition

L'opinion des éditeurs

Part du marché numérique en France à horizon 2020

En 3 ans, les éditeurs ont reconsidéré très nettement à la baisse la part du marché numérique à horizon 2020.

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



Alors qu'ils étaient **18 % en 2014** à prévoir une part du marché du livre numérique **inférieure à 10 %**, ils sont **43 % en 2016**. A l'inverse, les éditeurs qui estimaient à plus de 15 % cette part étaient 62 % en 2014, ils ne sont plus que 32 % en 2016.

KPMG en un regard

KPMG France, un acteur leader du marché



238
implantations



8 300
professionnels



932 millions€
de chiffre d'affaires



Leader
en France de l'audit
et du conseil

« Un cabinet créé il y a plus d'un siècle
et dont l'actionnariat est 100 % français. »

+ de **70 000** clients en France dont :



200
sociétés cotées
ou faisant appel
public à
l'épargne



36
mandats au
CAC40 et au
SBF120



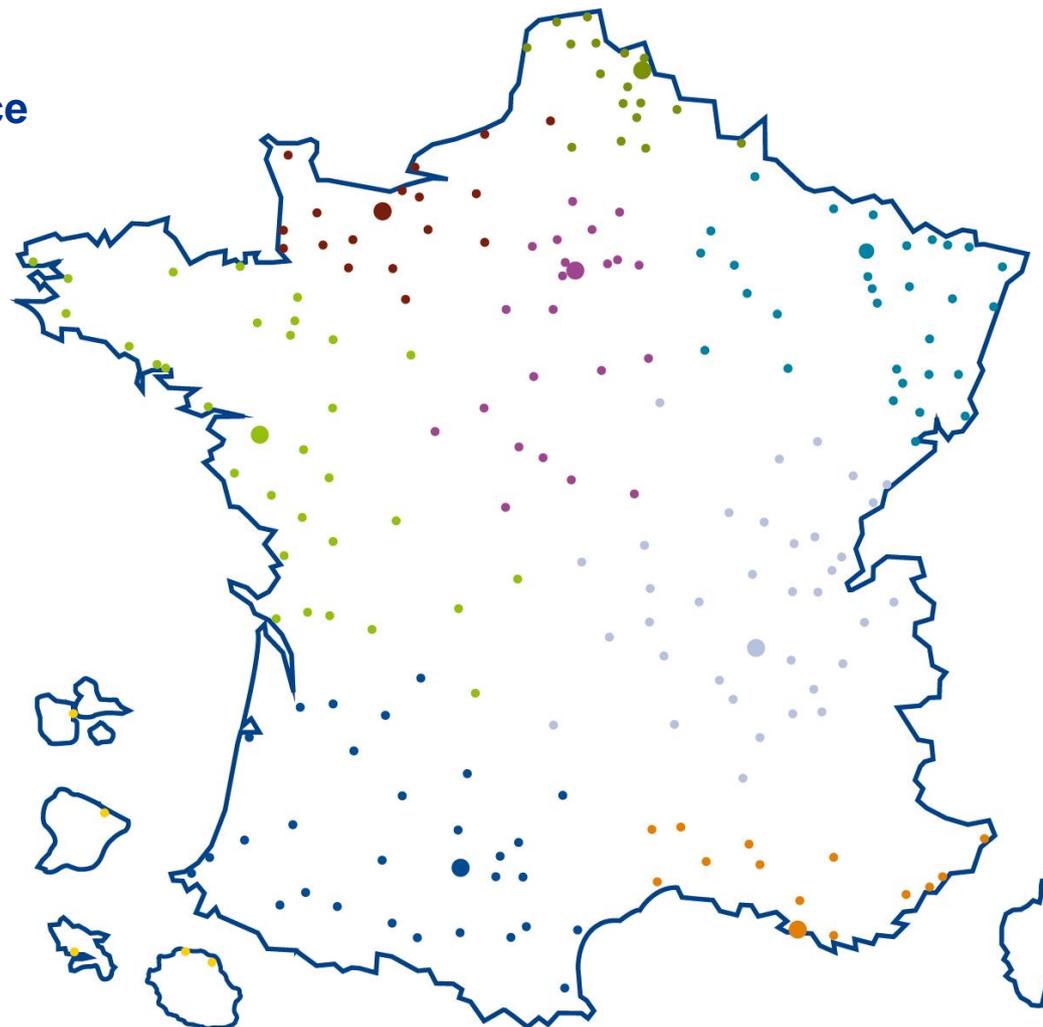
50%
des 100 ETI les
plus importantes
en France



30%
des PME de plus
de 50 salariés

KPMG France, une relation de proximité

Plus de 200 implantations en France
dont 16 grandes métropoles



KPMG et les activités d'édition

Au sein de KPMG, une équipe pluridisciplinaire de consultants 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 de Nicolas Beaudouin, Associé, et de Béatrice Muniz, Responsable projets Marketing & Communication.



Béatrice Muniz

Responsable Projets Marketing
& Communication

Tél : 01 55 68 21

Mail bmuniz@kpmg.fr

kpmg.fr

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 France est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse (« KPMG International »). KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2016 KPMG France. KPMG France désigne un ensemble de sociétés opérationnelles juridiquement distinctes. KPMG France est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France.