

LES CAHIERS DU CROCIS

LES ÉDITEURS FRANCILIENS À L'HEURE DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

N° 36 - juin 2011



*Cette étude a été réalisée par Bénédicte GUALBERT
Centre Régional d'Observation du Commerce, de l'Industrie et des Services
Chambre de commerce et d'industrie de Paris
Directeur de la publication : Pierre TROUILLET
Directeur de la rédaction : Jean-Louis SCARINGELLA
Rédacteur en chef : Isabelle SAVELLI-THIAULT
Maquette, mise en page : Nathalie PAGNOUX*

*Le CROCIS remercie le service Etudes et Enquêtes de la CCIP-Paris,
Département Développement Territorial, qui a réalisé les cartes présentées
dans cette étude et y a apporté son expertise du territoire parisien.*

SOMMAIRE

1	L'édition, une spécialité francilienne	3
1.1	Une activité très parisienne	4
1.2	De nombreuses structures sans salarié.....	6
1.3	Principales sociétés	7
1.4	L'analyse financière révèle des entreprises rentables mais fragiles.....	8
1.5	Des effectifs salariés en baisse.....	8
2	Le marché du livre s'ouvre lentement au numérique.....	11
2.1	L'édition, un secteur concentré et très hétérogène.....	12
2.2	Un marché du livre imprimé stable mais de petits éditeurs fragiles.....	12
2.3	Le livre numérique, un marché encore confidentiel.....	13
2.4	Des réductions de coûts... mais des investissements conséquents.....	14
3	La question centrale du prix.....	16
3.1	De nouveaux acteurs prêts à brader les contenus numériques	17
3.2	Un prix unique pour le livre numérique.....	17
3.3	Une TVA réduite	18
4	Vers un nouveau modèle économique.....	19
4.1	Fixer un prix, un exercice compliqué	20
4.2	Le livre numérique ne doit pas être un marché de substitution	20
4.3	Les éditeurs de bande dessinée unis autour du numérique.....	21
4.4	De nouvelles formes de commercialisation	21
5	Un avenir sombre pour les librairies ?.....	23
5.1	Les librairies franciliennes : nombreuses, mais en difficulté	24
5.2	La montée en puissance des librairies en ligne.....	26
	Annexes.....	27

L'irruption des technologies numériques bouscule les habitudes en matière de consommation de loisirs et fait entrer dans le monde de l'édition de nouveaux acteurs de rang mondial, étrangers au monde du livre, qui perturbent l'équilibre de ce marché bien installé. Le livre numérique constitue-t-il pour les maisons d'édition un vrai relais de croissance, apte à relancer un marché mature ou bien une menace ? Quel modèle économique pourrait permettre de sauvegarder la rentabilité de ce secteur essentiellement parisien, au poids symbolique essentiel ?

Note méthodologique

Cette étude analyse le secteur de l'édition de livres uniquement, identifié par l'INSEE sous le code NAF 58.11Z :

Cette sous-classe comprend les activités d'édition de livres sous forme imprimée, électronique (CD, écrans, etc.), audio ou encore sur Internet.

Cette sous-classe comprend

- l'édition de livres, de manuels scolaires, de brochures, de prospectus et de publications similaires, y compris l'édition de dictionnaires et d'encyclopédies
- l'édition d'atlas, de cartes et de plans
- l'édition de livres audio
- l'édition d'encyclopédies et d'ouvrages similaires sur CD-ROM

Cette sous-classe ne comprend pas

- la production de globes (cf. 32.99Z)
- l'édition de matériel publicitaire (cf. 58.19Z)
- l'édition de livres musicaux et de partitions (cf. 59.20Z)
- les activités des auteurs indépendants, notamment la production d'œuvres originales (cf. 90.03B)

NB : Il faut toutefois noter que certaines maisons d'édition ne sont pas répertoriées sous ce code, alors qu'à contrario y sont présentes des entreprises qui ne sont pas vraiment des maisons d'édition, ou pour lesquelles l'édition peut être une activité très secondaire.

Le secteur de la librairie étudié correspond au code NAF 47.61Z Commerce de détail de livres en magasin spécialisé.



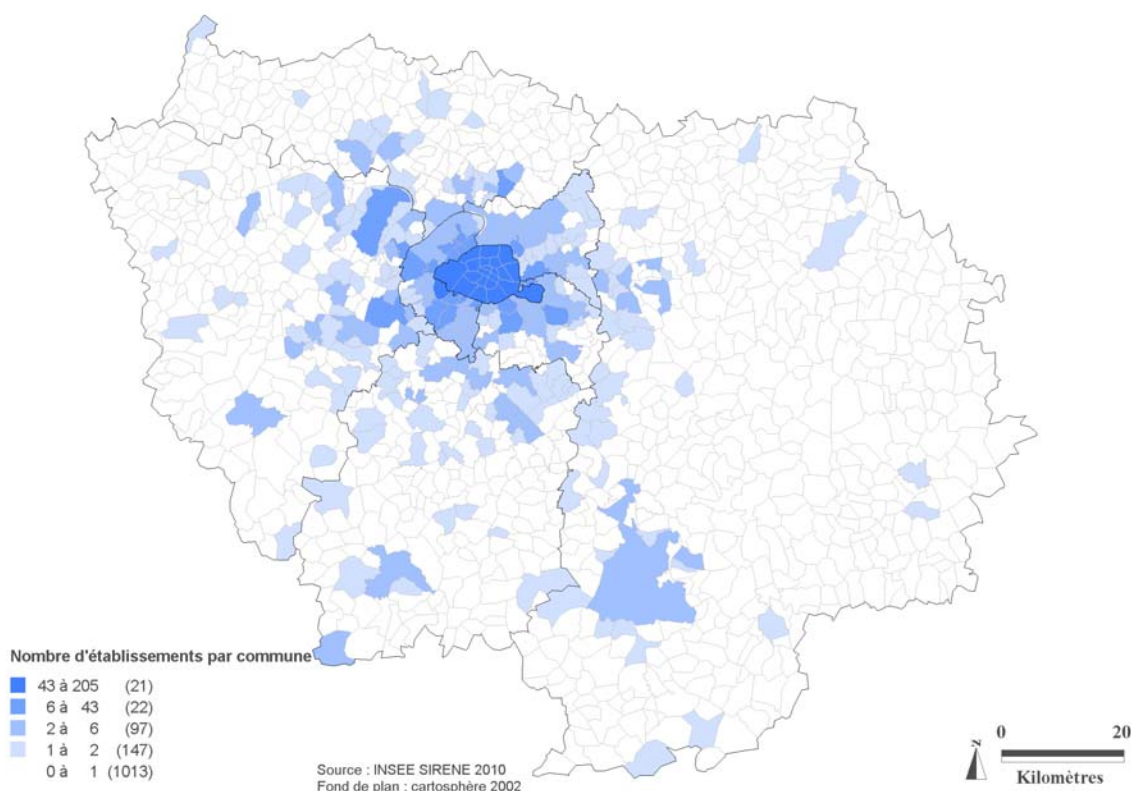
1 L'édition, une spécialité francilienne



1.1 Une activité très parisienne

Avec 11 280 salariés¹ en 2009, l'Île-de-France représente 80 % des emplois de l'édition française, et près de 60 % de ses établissements : la région parisienne, et plus spécifiquement Paris, est le cœur névralgique du secteur. La capitale regroupe en effet 75 % des 2 577 établissements franciliens, en particulier sur la rive gauche : le 6^{ème} arrondissement de Paris en regroupe à lui seul 12 %, avec le quartier historique de l'édition, Saint-Germain des Près, et les arrondissements voisins : le 5^{ème} (quartier Latin), les 7^{ème}, 13^{ème}, 14^{ème} et 15^{ème} arrondissements. Hors de la capitale, Boulogne-Billancourt, Neuilly-sur-Seine et Levallois-Perret, sièges des groupes de communication, mais aussi Versailles, sont les principales implantations des maisons d'édition. En effet depuis quelques années s'opère une légère déconcentration, très progressive, de la capitale vers les Hauts-de-Seine (Montrouge), et dans une moindre mesure vers la Seine-Saint-Denis, département qui a depuis plus de vingt ans une politique active de soutien au livre, comme en témoigne le salon du livre de jeunesse de Montrouil. Toutefois on ne voit pas encore se dessiner un « pôle édition » hors de Paris, et si les entrepôts et services logistiques, nécessitant de l'espace, se situent en banlieue (Hachette à Maurepas), les sièges sociaux restent dans leur très large majorité dans la capitale.

Nombre d'établissements par commune



¹ Précision : les chiffres concernant l'emploi de cette étude sont ceux de Pôle Emploi services, correspondant aux salariés des établissements du code NAF 58.11Z. En cela ils diffèrent de ceux du Syndicat National de l'Édition, basés sur son enquête, notamment car les emplois dans l'édition y sont considérés de façon plus restrictive : ils concernent les emplois directement liés à la fonction éditoriale.

L'emploi dans l'édition : une très forte concentration en Ile-de-France

Ile-de-France	80 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur (y compris Monaco)	4 %
Rhône-Alpes	3 %
Midi-Pyrénées	2 %
Pays-de-la-Loire	2 %
Languedoc-Roussillon	2 %
Bretagne	1 %
Aquitaine	1 %
Centre	1 %
Bourgogne	1 %
Poitou-Charentes	1 %
Auvergne	1 %
Basse-Normandie	1 %
Nord-Pas-de-Calais	0 %
Haute-Normandie	0 %
Alsace	0 %
Picardie	0 %
Lorraine	0 %
Limousin	0 %
Franche-Comté	0 %
Corse	0 %
Champagne-Ardenne	0 %

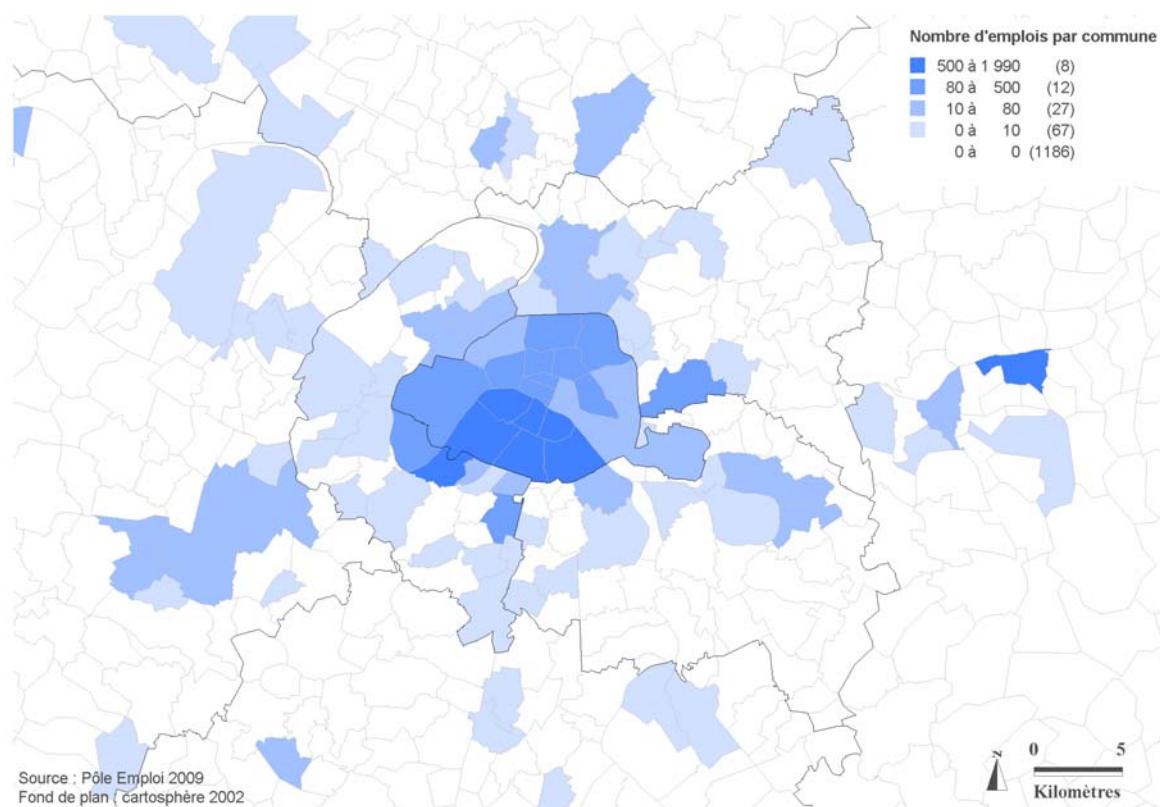
Source : Pole Emploi Services, 2009

A Paris, les emplois dans l'édition sont majoritairement sur la rive gauche

Arrondissements	Effectif 2009
PARIS 6E ARRONDISSEMENT	1 990
PARIS 13E ARRONDISSEMENT	1 575
PARIS 15E ARRONDISSEMENT	1 490
PARIS 7E ARRONDISSEMENT	758
PARIS 14E ARRONDISSEMENT	513
PARIS 5E ARRONDISSEMENT	503

Source : Pôle Emploi services

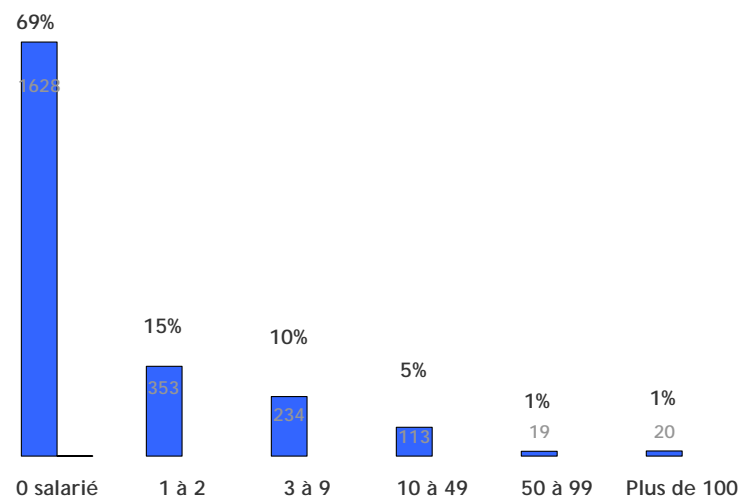
Nombre d'emplois par commune



1.2 De nombreuses structures sans salarié

Le secteur de l'édition comprend de très nombreuses structures qui n'ont aucun salarié (67 % des structures de la région). En effet les petits éditeurs travaillent très souvent seuls en associé-gérant, ou avec des jeunes dans le cadre de leur formation. De nombreux métiers de l'édition sont occupés par des travailleurs free-lance : correcteurs, traducteurs, imprimeurs, parfois même directeurs de collection. Les quelques établissements de 100 salariés ou plus sont à près de 90 % situés dans la capitale, ce sont en général les sièges sociaux, où se trouvent les services administratifs et financiers, marketing, et littéraires.

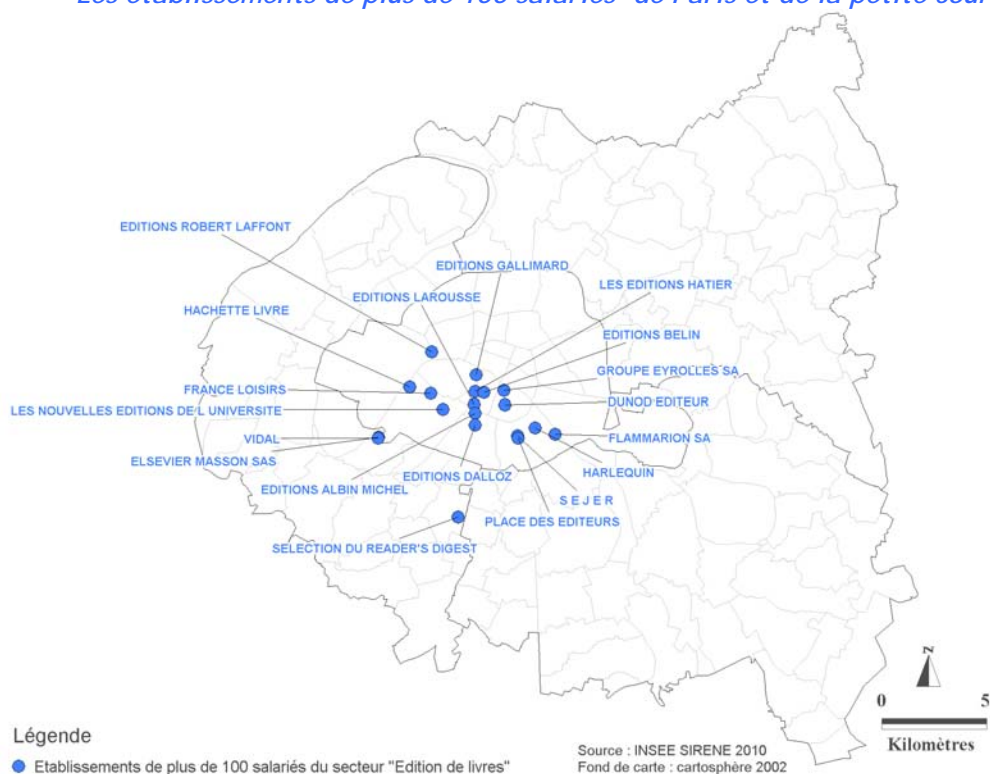
Nombre d'établissements d'édition en Ile-de-France en 2010 par tranche d'effectif



Source : Insee, Sirene

1.3 Principales sociétés

Les établissements de plus de 100 salariés² de Paris et de la petite couronne



Les 10 principaux groupes français d'édition (par chiffre d'affaires 2009 en M€³)

Editeur	Chiffre d'affaires 2009 en M€
Hachette Livre	2 273
Editions Etitis	751
France Loisirs	370
Media-Participations	319
Lefebvre Sarrut	314
Reed Elsevier	265
Groupe Flammarion	263
La Martinière Groupe	260
Groupe Gallimard	243
Panini France	237

Source : Livres Hebdo, 2010

Hachette domine largement le secteur, avec un chiffre d'affaires trois fois supérieur au numéro 2, Etitis.

² Cette carte a été élaborée à partir des données d'effectif présentes dans la base Sirene de l'INSEE, elle peut ne pas être exhaustive.

³ Il s'agit du chiffre d'affaires des entreprises, et non pas seulement de leur activité d'édition.

1.4 L'analyse financière révèle des entreprises rentables mais fragiles

Chiffres-clés		MEDIANE	MOYENNE
	Chiffre d'affaires, EUR, 2009	153 307	4 339 241
	Bénéfice ou perte, EUR, 2009	1 846	173 792
	Valeur ajoutée, EUR, 2009	41 639	1 301 796
	Total de l'actif : net, EUR, 2009	198 198	4 716 168
	Capitaux propres, EUR, 2009	45 370	1 892 317
	Effectif, 2009	2	16
Solvabilité à court terme	Liquidité réduite, 2009	1,4	19,9
Charges fixes	Charges sociales (10), EUR, 2009	7 712	208 498
	Total des charges fin., EUR, 2009	146	76 651
Equilibre financier	Fonds de roul. net global, EUR, 2009	51 422	491 921
	Couv. du C.A. par bes. en fdr, jours, 2009	45	3754224
	Trésorerie nette, EUR, 2009	17 014	292 761
Rentabilité	Excédent brut d'exploitation, EUR, 2009	5 936	553 021
	Résultat courant avant impôts, EUR, 2009	1 511	352 819
Endettement	Total dettes : montant brut, EUR, 2009	42 515	2 262 912
	Total dettes : à 1 an au plus, EUR, 2009	41 311	1 966 267
	Total dettes : à plus de 5 ans, EUR, 2009	0	254 694

Source : base de données Diane, traitement CROCIS, échantillon composé de 800 entreprises actives, installées en Ile-de-France, ayant pour code APE 58.11Z.

L'écart existant entre les valeurs médianes et les valeurs moyennes des différents ratios financiers indique que le secteur de l'édition est très hétérogène, composé de quelques très grandes maisons d'éditions et d'une multitude d'entreprises beaucoup plus modestes.

Le chiffre d'affaire et le total de l'actif indiquent que dans l'ensemble les maisons d'éditions ont un niveau d'activité satisfaisant.

Le bénéfice médian est faible car de nombreuses entreprises enregistrent des pertes, le résultat courant avant impôt est également faible, prouvant que les plus petites maisons d'éditions sont assez fragiles.

Le fonds de roulement est positif donc les emplois durables sont intégralement financés par des ressources stables. En revanche, bien que positive (= 17 K€), la trésorerie nette est assez faible, les entreprises possèdent donc des ressources immédiates mais limitées, ce que confirme le ratio de liquidité réduite (1,4).

Dans l'ensemble les maisons d'éditions sont rentables, mais l'excédent brut d'exploitation étant inférieur à 6 000 €, leur situation reste précaire.

Les entreprises ont un endettement fort à court terme mais quasi inexistant à long terme.

Tous ces résultats sont à nuancer par le fait qu'il s'agit dans l'ensemble de très petites entreprises, l'effectif médian étant de 2 salariés.

1.5 Des effectifs salariés en baisse

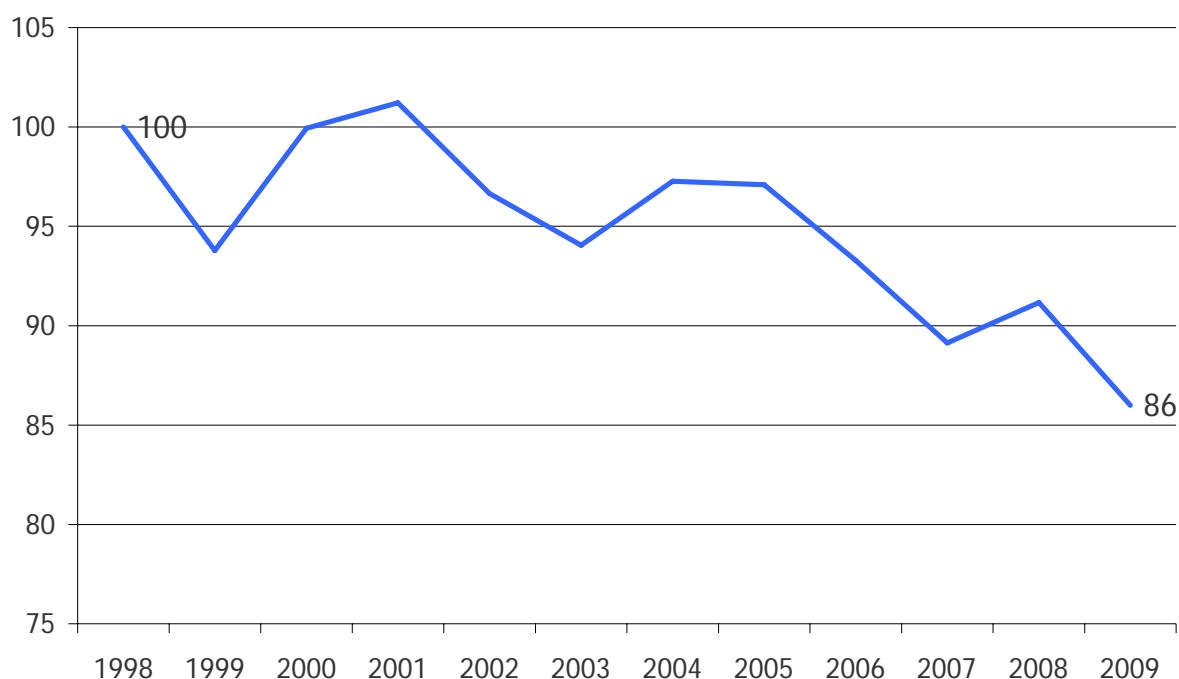
Ces dernières années, les effectifs de l'édition ont diminué de (- 24 % entre 1998 et 2009), les baisses étant particulièrement marquées après le retournement conjoncturel de 2001 et la crise économique et financière de 2008. Des maisons d'édition ont fermé leurs portes, d'autres ont été amenées à externaliser de nombreux emplois face aux difficultés économiques : ainsi les

correcteurs, autrefois salariés des maisons d'édition, sont aujourd'hui souvent du personnel free-lance.

La baisse a surtout été marquée à Paris (- 28 % des effectifs entre 1998 et 2009), et en grande couronne (- 20 %) alors que les emplois de petite couronne sont restés stables.

Parallèlement, le nombre d'établissements dans la région augmentait de 3 % entre 2000 et 2009. Cette croissance cache toutefois une évolution contrastée, alternant légère baisse, stabilité, et légère croissance du total des établissements selon les années. Paris a connu une grande stabilité du nombre de ses établissements, alors que la petite couronne voyait ses maisons d'édition croître de 17 %, et la grande couronne de 12 %. Il est probable que les nouvelles structures aient été découragées de s'implanter dans la capitale par le prix élevé des loyers parisiens et aient ainsi privilégié l'économie au prestige en préférant la banlieue.

*Evolution des effectifs dans l'édition entre 1998 et 2009
 Base 100 en 1998*



Source : Pôle Emploi Services

Le soutien des pouvoirs publics en Ile-de-France

Le Conseil Régional Ile-de-France et la Mairie de Paris apportent un soutien aux professionnels du livre, à travers une série de mesures d'aides.

La Région encourage les actions d'envergure régionale contribuant à développer les partenariats professionnels et interprofessionnels, et soutient également la librairie et l'édition indépendantes. Elle a mis en place le MOTif, observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France, espace de débat, centre de ressources et observatoire économique du secteur, pour renforcer le lien entre les professions du livre et proposer des politiques publiques adaptées aux évolutions en cours.

La Mairie de Paris a annoncé la création prochaine, dans le quartier latin, d'un nouveau lieu de 500 m² dédié à la jeune édition innovante, afin d'aider les acteurs du milieu à appréhender tous les enjeux du numérique. A la fois incubateur de projets innovants et plateforme d'information et de rencontres sur les mutations du secteur, le Laboratoire de l'Edition va accompagner les acteurs traditionnels dans leur adaptation aux enjeux du numérique et aider les jeunes pousses à croître et à trouver leur pérennité professionnelle.

L'incubateur du Laboratoire de l'Edition accueillera tout entrepreneur, issu de l'industrie, des services ou du monde de la recherche, porteur d'un projet présentant une innovation pour la filière de l'édition numérique. Le pacte pour l'emploi, la formation et le développement économique de Paris, démarche réunissant l'Etat, la Région et la Ville de Paris a prévu dans son plan d'action 2011 de soutenir le Laboratoire de l'édition.



2 Le marché du livre s'ouvre lentement au numérique



2.1 L'édition, un secteur concentré et très hétérogène

Le secteur français de l'édition est traditionnellement décrit comme une « oligopole à frange », avec quelques grands groupes dominant le marché, mais permettant néanmoins à de nombreuses structures de se développer à leur frange, sur des créneaux plus ou moins étroits. Selon l'enquête 2010 du Syndicat National de l'Edition, 12 maisons d'édition font plus de 50 M d'euros de chiffre d'affaires (54,9 M en 2009) et représentent 45 % des effectifs. 118 maisons d'édition font moins de 1 M d'euros de chiffre d'affaires et représentent 3,3 % des effectifs.

L'Ile-de-France concentre à la fois de grands groupes internationaux, des maisons de taille moyenne et de très petites structures. Des modes d'activité de type artisanal cohabitent donc avec des entreprises de dimension mondiale. Le MOTif⁴ dénombre dans la région plus de 1000 maisons d'édition, ainsi que 24 groupes parmi les plus importants du paysage éditorial français, et estime le chiffre d'affaires francilien à 1,9 milliard d'euros, dont les trois quarts pour Paris. Les filiales des grands groupes internationaux de communication y occupent une place essentielle.

2.2 Un marché du livre imprimé stable mais de petits éditeurs fragiles

Le marché du livre représente un poids symbolique important en termes de vitalité culturelle. C'est un marché mature qui ne connaît pas de très fortes variations, à la hausse comme à la baisse.

En 2009, selon le Syndicat National de l'Edition (SNE), il s'est vendu en France 464,5 millions d'ouvrages neufs pour un chiffre d'affaires de 2,8 milliards d'euros. Bien que fortement corrélé au PIB, le marché du livre résiste plutôt bien à la crise : le livre reste le bien culturel le plus vendu (54 % du marché des biens culturels selon le panel GfK) en particulier en raison de son prix peu élevé. La littérature, le livre pour la jeunesse, les livres pratiques, les bandes dessinées en particulier voient leurs ventes augmenter. Mais la croissance du marché est faible, même pour les grands groupes d'édition.

De plus, on observe depuis le début des années 90 une tendance structurelle à la baisse de la consommation de livres, notamment en raison de la concurrence d'autres loisirs (internet, jeux vidéo, télévision,...). « *Le livre s'inscrit dans le marché général du loisir, confronté à la problématique numéro un du temps disponible. Depuis des années, le nombre de « gros lecteurs⁵ » diminue régulièrement* ».

Depuis 2004, l'activité n'a que faiblement progressé, le marché est moins rentable, les retours d'ouvrages en provenance des libraires ont augmenté, les éditeurs se sont donc efforcés de réduire leurs coûts d'exploitation : pressions sur les imprimeurs, baisse du tirage moyen en nombre d'exemplaires, réduction des coûts de stockage par politique accrue de pilonnage. L'industrie de l'édition est tirée par son offre, avec une production toujours riche en titres. Mais depuis deux ans elle réduit sa production en exemplaires par souci d'économies dans un contexte de crise. Si les grands groupes n'ont pas trop souffert de la crise de 2008, les petits éditeurs ne disposent pas en termes de trésorerie de marges de manœuvre leur permettant de faire face à des difficultés inattendues, tels que des retours des libraires plus importants que prévus⁶. La plupart des petits éditeurs font face à des soucis de diffusion-distribution, à la difficulté d'être référencé chez les détaillants. La récente mise en liquidation amiable de Calibre, société de distribution créée par le Syndicat National de l'Edition (SNE) et le Syndicat de la librairie française (SLF), qui avait pour but d'aider à la distribution dans les librairies françaises des petits éditeurs, va leur poser des problèmes de distribution et de trésorerie.

Ces considérations prioritaires empêchent souvent les petits éditeurs de vraiment préparer l'arrivée du livre numérique, bien qu'ils soient conscients de son importance. Seuls quelques éditeurs « pure

⁴ Le MOTif, observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France, est un organisme associé de la Région Ile-de-France mis en place pour renforcer le lien entre les professions du livre et proposer des politiques publiques pertinentes.

⁵ Concept variable, mais on estime souvent qu'un lecteur qui lit plus de 20 livres par an est un gros lecteur.

⁶ L'office est un contrat établi entre le libraire et l'éditeur (ou le diffuseur), qui détermine le nombre de nouveautés que le commerçant désire recevoir. L'éditeur s'engage à faire parvenir au libraire le nombre indiqué de nouveautés à leur parution. A la réception, le libraire paie l'éditeur mais peut retourner les invendus dans un certain délai.

players » ont fait le choix du tout numérique. En revanche, chez les grands éditeurs, il s'agit d'une préoccupation essentielle. « *Le livre numérique, c'est 1 % du marché mais c'est 80 % de nos préoccupations* ».

2.3 Le livre numérique, un marché encore confidentiel

Le livre numérique ne peut être cerné en une seule définition, car de par sa nature il est un hybride entre le bien et le service culturel. A minima, il est la version numérisée du livre papier, mais peut également être enrichi grâce au multimédia (liens hypertexte, son, vidéo, ...).

On commence par exemple à concevoir des guides de voyage qui, lus sur des smartphones ou tablettes numériques avec GPS, proposent au lecteur des lieux remarquables, restaurants ou hôtels en fonction du lieu où il se trouve, ou lui permettent de consulter les avis d'une communauté de voyageurs sur ces endroits. A terme, il sera possible de disposer d'un guide complet sur une ville, avec audioguide de visite de ses musées, plan de ses transports en commun, calculs d'itinéraires via la géolocalisation, qui pourrait compléter ou concurrencer le guide papier. Certains secteurs de l'édition, le livre scientifique, professionnel, le livre pratique se convertissent massivement au numérique.

En France, le livre numérique n'occupe actuellement qu'une très faible part des ventes (environ 1 %) contre environ 8 % aux Etats-Unis, mais sa part devrait représenter 5 à 10 % à l'horizon 2015, puis sa croissance devrait s'accélérer. Selon un récent sondage de l'institut GfK, seuls 13 % des Français ont déjà téléchargé un livre électronique.

Jusqu'à présent le marché était limité en raison d'une part de la faible pénétration des « liseuses » (outils consacrés à la lecture de livres numériques) et de leur coût élevé, et d'autre part de la faiblesse -relative- de l'offre en livres numériques. En effet beaucoup d'éditeurs ont longtemps adopté une position prudente vis-à-vis du livre numérique, effrayés par les déboires rencontrés par l'industrie musicale. Le secteur de l'édition cherche, instruit par l'exemple, à préserver à tout prix sa chaîne de valeur. L'absence de standard pour les formats et pour les mesures anti-piratage, et la négociation nécessaire des droits numériques avec les auteurs, ont également ralenti le passage au numérique.

Depuis 2010, sont apparues de nouvelles liseuses, offrant un meilleur confort de lecture, la lecture sur smartphones s'est développée, et le lancement par Apple de l'iPad, tablette numérique multi-usages, a représenté une avancée importante. L'accès au livre numérique s'en est trouvé élargi à des lecteurs occasionnels, et non plus seulement aux gros lecteurs, utilisateurs de liseuses dédiées au livre numérique telles le Kindle d'Amazon ou le Reader de Sony. « *Ce sont les outils qui créent le marché, aujourd'hui la version 3 du Kindle d'Amazon est un excellent outil et d'ailleurs aux Etats-Unis les ventes de livres numériques explosent* ». La montée en puissance du marché du livre numérique dépendra de la diffusion de ses outils de lecture, et donc de la baisse de leurs prix, encore élevés à ce jour.

Le monde de l'édition s'efforce de ne pas reproduire les mêmes erreurs que l'industrie musicale : c'est ainsi qu'il juge indispensable qu'une offre légale attractive à des prix modérés soit disponible afin de lutter contre le téléchargement illégal. En effet, l'offre de livres numériques est souvent jugée encore assez faible en France : 80 000 titres en 2011 selon le MOTif⁷, soit à peine 15 % du catalogue français. Mais elle évolue vite : « *2011 est une année de basculement, les éditeurs s'y mettent, aujourd'hui la plupart des nouveautés sortent à la fois en papier et en numérique.* » Selon le MOTif, plus de 1 titre sur 3 parmi les best sellers est disponible en téléchargement légal, contre 17 % en 2010 : l'offre légale s'est fortement développée, mais l'offre pirate augmente également, avec 36 % de disponibilité des titres du panel. De plus, compte tenu de l'étroitesse actuelle du marché, le monde de l'édition considère que l'offre existante est au contraire assez conséquente.

La politique active de numérisation dans laquelle se lancent désormais de nombreux éditeurs devrait rapidement faire évoluer les titres disponibles. Le Ministère de la Culture via le Centre National du Livre a en effet incité les éditeurs à numériser leurs fonds afin de proposer au lecteur un vaste choix de livres numériques.

⁷ « E-book : l'offre légale et illégale de livres numériques », Tableau de bord n°2, Mathias Daval, Edysseus consulting pour le MOTif, mai 2011.

2.4 Des réductions de coûts... mais des investissements conséquents

Actuellement, les frais de création de livres numériques et les investissements qui y sont liés sont supportés par les recettes des ouvrages papier.

Le MOTif, dans son étude « Le coût d'un livre numérique⁸ » évalue les seuils de rentabilité d'un ouvrage numérique -hors frais de structure- « *entre 50 et 500 exemplaires pour des nouveautés, 200 à 800 exemplaires pour des livres à numériser sans contenu multimédia* ». « *C'est un effort d'investissement important à faire pour les éditeurs, mais les seuils de rentabilité ne semblent pas irréalistes. Les nouveautés en particulier, qui s'intègrent dans la chaîne de production des éditeurs, semble pouvoir être produites sans frais excessifs. Il semblerait donc que des gains rapides soient possibles, notamment sur les nouveautés numériques si les prix sont attractifs* », selon le MOTif.

Mais pour de gros éditeurs, l'idée que les coûts vont drastiquement baisser pour le livre numérique est un mythe : « *Le problème du numérique, c'est que les investissements sont à revoir sans cesse en fonction des évolutions technologiques : il faut constamment adapter les fichiers pour les rendre compatibles, avec le Kindle, avec l'IPad, avec les nouvelles tablettes, à chaque fois c'est un renouvellement des processus techniques* ». « *On dit que ça génère des économies sur les coûts de fabrication et de distribution physique, mais comme les nouveautés sortent à la fois en papier et en numérique, il n'y a pas d'économies, il y a des coûts supplémentaires* ».

Depuis longtemps les éditeurs ont numérisé leurs fichiers pour travailler avec les imprimeurs et leurs outils de PAO, mais les éditeurs ayant un catalogue important à numériser devront également compter avec des coûts de numérisation élevés. Surtout, bien souvent il ne s'agit pas de numérisation simple, mais de création d'une base de données interactive, ce qui est d'une tout autre ampleur. La mise en place de systèmes anti-piratage sous la forme de DRM⁹ représente également un coût important. « *Les investissements nécessaires pour un livre numérique sont variables, s'il s'agit de faire un livre équivalent fonctionnellement à un livre imprimé, au format e-pub, à partir d'un PDF imprimeur ou d'une source papier rétroconvertie, ce n'est pas très compliqué, mais ce n'est pas ça qui est l'avenir du métier d'éditeur dans le numérique, c'est plutôt dans le livre enrichi à référencer, à restructurer, donc dans ce cas il y a des investissements lourds à faire dans des systèmes informatiques et logiciels, dans des dépôts intermédiaires qui permettent de diffuser les livres numériques de manière sécurisée, dans l'enrichissement des contenus, les métadonnées, pour qu'ils soient référencés correctement dans des bases et des moteurs de recherche, c'est ça le plus couteux dans le livre numérique* ».

Surtout, les plates-formes de distribution d'e-books génèrent des coûts importants : « *Elles doivent être accessibles 24 h sur 24, 7 jours sur 7, il faut une maintenance, un système de sécurité, un interfaçage avec les différents moteurs, des accords avec les systèmes de paiement par carte bancaire ou Paypal, tout cela représente des investissements importants. Nous n'avons pas d'autre choix que de les faire, mais la visibilité sur l'évolution de ce marché est très faible. De plus, même si le marché numérique se développe très vite, les chiffres d'affaires en valeur absolue sont tellement ridicules qu'ils sont très loin de couvrir les investissements* ».

Lors de la phase d'investissement, les maisons d'édition à la faible rentabilité peuvent se retrouver transitoirement en position de fragilité financière. A plus long terme, grâce aux réductions de coûts (fabrication, stockage, logistique, absence de transport et de retours) engendrés par le numérique, ces maisons pourraient peut-être bénéficier d'une rentabilité accrue. En effet les avancées technologiques de l'imprimerie avec l'impression à la demande (Print on Demand) permettent désormais d'imprimer¹⁰ de manière rentable un livre à quelques centaines d'exemplaires seulement, ce qui permet aux éditeurs d'espérer baisser les seuils de rentabilité qui sont élevés pour les ouvrages papier à faible rotation, en baissant notamment les coûts de stockage. La commission versée aux détaillants en ligne devrait, de plus, être inférieure, de 30 % environ, à celle laissée aux libraires.

Pour aborder ce nouveau marché, la politique du milieu éditorial a visé à transposer pour les livres numériques l'environnement favorable qui a permis le développement d'une économie viable

⁸ « Le coût d'un livre numérique », Hervé Bienvault, Aldus Conseil pour le MOTif, Avril 2010.

⁹ Digital Rights Management, terme anglais pour Gestion des Droits Numériques, la protection technique des droits d'auteur et de reproduction dans le domaine numérique.

¹⁰ Impression en noir et blanc seulement à l'heure actuelle.

autour du livre imprimé : un prix fixé par l'éditeur, et une TVA réduite. Ces éléments doivent permettre de préserver les capacités d'investissements des éditeurs pour financer la création. Il s'agit de protéger les marges des éditeurs pour rémunérer les auteurs, assurer la diversité éditoriale et la survie d'un réseau de librairies. « *Nous avons souhaité créer des règles qui permettent à la fois la défense et la promotion de ce marché du livre numérique, et la protection du marché du papier qui reste l'essentiel de notre business* ».

3.1 De nouveaux acteurs prêts à brader les contenus numériques

La nouvelle donne numérique fait entrer sur ce marché de nouveaux acteurs, venus d'ailleurs : géants de l'internet (Google, Amazon), de la technologie (Apple, Sony), opérateurs téléphoniques, qui ont d'autres objectifs que de préserver la valeur des œuvres numériques. En effet ces opérateurs exploitent les livres sans avoir assumé les coûts de leur création, afin de commercialiser des terminaux de lecture (Amazon, Apple) ou d'améliorer l'attrait et les performances d'un moteur de recherche dans le but de générer du trafic (Google). Google a même entrepris de constituer une bibliothèque numérique en numérisant des titres présents dans les catalogues de bibliothèques universitaires, dans le total mépris des droits d'auteur (moraux et financiers), ce qui lui a valu un procès en contrefaçon. Il prépare en outre une plate-forme d'édition et de vente de livres numériques, Google Edition.

Aussi les relations sont-elles parfois tendues avec les éditeurs, qui souhaitent en particulier rester maîtres d'un élément stratégique : le prix.

Les éditeurs redoutent une mise en coupe réglée du marché par les grands opérateurs internationaux, qui revendraient du contenu en fixant des prix basés sur des stratégies marketing sans tenir compte de sa valeur réelle : « *Pour la musique, Apple commercialise un même titre à 99 centimes d'euros en France et à 99 cents aux USA, ce qui fait 40 % d'écart, on voit bien qu'on est dans une logique de pur marketing. En littérature tous les prix doivent entrer dans la grille d'Apple qui a une politique de prix ronds (0,99 €, 2,99 €, 3,99 €,...) donc il est possible qu'Apple finisse par décider non pas du prix mais de la gamme des prix de tous les livres du monde entier, parce qu'il est le premier à proposer un support à succès* ».

Dans l'économie de l'édition, depuis toujours s'effectue une péréquation entre les différents types de livres, les best-sellers et autres succès d'édition permettant aux éditeurs de financer des ouvrages plus difficiles d'accès ou plus longs à trouver leur public. Les éditeurs redoutent que les acteurs industriels internationaux fixent les prix à leur place, ce qui remettrait en cause cette péréquation qui permet de rémunérer la valeur de la création.

3.2 Un prix unique pour le livre numérique

En vertu de la loi Lang de 1981, c'est l'éditeur qui fixe le prix du livre imprimé. Ce prix unique s'impose à tous les détaillants de livres imprimés, quel que soit le circuit de distribution. Une ristourne est possible, mais elle est limitée à 5 % maximum¹¹.

Cette loi fait l'objet d'un large consensus parmi les professionnels du livre, et aurait notamment permis d'assurer une diversité éditoriale et le maintien d'un important réseau de librairies. « *C'est une loi qui crée un environnement favorable pour les éditeurs, mais c'est aussi profitable pour les consommateurs : sur dix ans, le prix du livre a évolué environ deux fois moins vite que l'inflation, et quatre fois moins vite que coût du logement, donc tout le monde est gagnant* ».

En l'absence d'une loi équivalente pour le livre numérique, les nouveaux acteurs proposent des prix très bas afin de créer un effet d'entraînement pour la vente de matériels. Ainsi, Amazon cherche-t-il à acquérir les droits des œuvres numériques en grande quantité puis de les diffuser à bas prix, quitte à les vendre à perte, dans le but d'augmenter les ventes de son lecteur, le Kindle. Aux Etats-Unis, il a imposé une politique de prix de 9,99 \$ pour les nouveautés, contre 26 \$ pour le livre imprimé, et la concurrence s'est alignée sur ces prix. Or les éditeurs français jugent que cette politique de prix risque de détruire la valeur du livre et ont refusé de céder leurs fichiers à Amazon. L'arrivée de la tablette iPad d'Apple, concurrente du Kindle d'Amazon, a permis à des éditeurs de négocier avec Amazon un « contrat d'agence », c'est-à-dire la possibilité pour les éditeurs de fixer le prix auquel le livre numérique sera vendu par Amazon, parmi la gamme de prix d'Apple.

Afin de permettre aux éditeurs de retrouver la maîtrise des prix de leurs ouvrages et aux libraires de préserver leur réseau, ceux-ci par la voix de leurs syndicats professionnels le Syndicat National de l'Edition et le Syndicat de la Librairie Française ont mené une intense action de lobbying afin qu'un prix unique s'applique, sur le même modèle, au livre numérique. Editeurs et libraires

¹¹ 9 % pour les collectivités.

souhaitaient mettre le secteur à l'abri des pratiques tarifaires agressives de nouveaux acteurs : leur puissance leur aurait permis de revendre les fichiers numériques à prix très réduits, inférieurs à ce que des revendeurs de taille plus modeste auraient pu proposer. *« Nous sommes favorables à une dérogation au droit de la concurrence pour que la concurrence ne passe pas uniquement par le prix ».*

L'Assemblée Nationale et le Sénat ont donc voté en mai dernier une loi qui étend les dispositions de la loi Lang au numérique : tout éditeur établi en France fixe un prix pour tout ouvrage numérique qu'il lance à destination du public français. Ce prix ne pourra être dégressif en raison de la puissance économique de l'acheteur. Tout détaillant, situé en France ou hors de France, qui s'adresse à un acheteur français, devra respecter le prix unique fixé par l'éditeur français. Cette clause d'extraterritorialité est un des points essentiels de la loi, qui fait que le prix unique s'impose également aux distributeurs basés à l'étranger, afin d'empêcher les distributeurs « type » Amazon, installés dans des pays à la fiscalité avantageuse, de proposer des prix cassés. Cependant des menaces planent sur ce texte qui pourrait ne pas être conforme à la législation européenne. La Commission Européenne est en effet très vigilante sur cette question fondamentale de la libre prestation de service et du libre établissement : elle avait émis des réserves sur la proposition de loi et lancé une enquête en mars dernier car elle suspectait une entente entre les éditeurs sur les prix du livre numérique. La France va maintenant devoir répondre aux observations émises par Bruxelles, et souhaite un soutien des autres pays européens.

La grande majorité des acteurs du livre se dit très satisfaite de cette loi, en ce qu'elle va permettre un démarrage du marché du livre numérique dans de bonnes conditions, quitte à en revoir les modalités ultérieurement. *« Avec cette loi les éditeurs vont pouvoir se rendre compte du juste prix du livre numérique sans le subir, ils vont ajuster leurs prix jusqu'à ce que le marché du livre numérique décolle vraiment. Les éditeurs ont la main sur les prix, ils vont pouvoir contrôler l'évolution du marché dans le sens qu'ils souhaitent ».* *« Cette loi permet à l'éditeur de faire en sorte que sur les différents supports la gamme de prix soit cohérente, qu'il n'y ait pas de course à la baisse ».*

Mais certains observateurs jugent que cette loi est prématurée, en ce qu'elle va limiter l'émergence de modèles et d'acteurs nouveaux. De plus, elle s'applique uniquement au livre numérique homothétique c'est-à-dire identique au livre édité en papier, ou avec de menus enrichissements. Les œuvres très enrichies (avec son, vidéo, etc.) sont donc exclues du champ d'application. Sans cadre tarifaire, ces œuvres seront diffusées comme un autre produit multimédia, selon les politiques des distributeurs internet et leur rapport de force avec les éditeurs. Or certains jugent qu'une grande partie de l'intérêt du numérique réside dans les nouveaux usages permis par les nouvelles technologies, hors donc du cadre de cette loi.

3.3 Une TVA réduite

Le téléchargement de livre par voie numérique est considéré comme une prestation de service rendue par voie électronique, et est donc soumis à un taux de TVA de 19,6 %. Afin de proposer des tarifs attractifs, éditeurs et libraires, représentés par le SNE et le SLF, ont souhaité que la TVA applicable au livre numérique soit identique à celle appliquée au livre papier, qui en tant que bien culturel, est taxé au taux réduit de 5,5 %. Le Sénat, puis l'Assemblée Nationale en décembre 2010, ont donc voté cet abaissement du taux, dont la mise en œuvre sera effective au 1^{er} janvier 2012. Cet abaissement a été décidé au nom d'une « politique de défense d'une certaine exception française en matière culturelle ». *« La bonne idée a été de proposer cet abaissement de TVA alors que le marché du livre numérique n'existe pas encore, il n'y a donc pas pour l'Etat de manque à gagner qu'il faudrait compenser ».*

Il faudra néanmoins convaincre la Commission Européenne, seule habilitée à autoriser une baisse de la TVA. Le gouvernement a annoncé la nomination de l'ancien ministre Jacques Toubon comme « ambassadeur itinérant pour mener les concertations au niveau européen afin d'aboutir à une uniformisation du taux de TVA pour le livre numérique au sein de l'Union Européenne ».



4 Vers un nouveau modèle économique



4.1 Fixer un prix, un exercice compliqué

La fixation du prix de vente d'un livre numérique doit prendre en compte plusieurs éléments contradictoires : il doit être suffisamment bas pour permettre à ce nouveau marché de se développer, et dissuader les lecteurs de s'adonner au piratage. Mais il doit aussi prendre en compte la juste rémunération des auteurs, ainsi que les coûts de la numérisation du fonds, voire le développement d'applications spécifiques. D'ores et déjà un principe s'est imposé : le prix du livre numérique sera inférieur à celui du livre papier. En effet le public ne semble pas prêt à payer pour le livre numérique un prix aussi élevé que pour le livre papier.

Les Français interrogés lors de divers sondages souhaitent un prix du livre numérique inférieur de 30 % au livre imprimé grand format, mais la baisse réellement constatée se rapproche plus de 20 % environ. Cela sera-t-il suffisant pour convaincre les lecteurs et les dissuader de télécharger illégalement ?

De plus, se pose la question du prix lors de la sortie en poche du livre imprimé. Le livre numérique connaîtra-t-il à cette occasion une baisse de son prix, déjà peu élevé en version papier ? Il semble que les éditeurs ne s'orientent pas vers une modification de prix à cette occasion, ce qui pose un problème de mise en cohérence des prix. Les lecteurs admettront-ils cet état de fait ? Faudra-t-il au contraire concevoir des prix dégressifs avec l'ancienneté du livre ? On peut aussi imaginer, sur le modèle des DVD, des e-books intégrant des bonus pour justifier un prix plus élevé. En tout état de cause, le numérique ouvre la voie à la possibilité d'attribuer plusieurs prix au livre en fonction des services qu'il offre.

Plus le livre est éloigné de la simple transposition numérique de la version papier, et plus les investissements nécessaires sont importants. Et surtout, plus on s'éloigne de la notion de produit pour passer à l'idée de service. Une comparaison peut être faite avec l'évolution de la presse papier, comme l'indique l'économiste Françoise Benhamou. La version papier du journal représente un produit achevé, et la version numérique permet de bénéficier de services associés, qui peuvent faire l'objet d'un paiement supplémentaire.

4.2 Le livre numérique ne doit pas être un marché de substitution

Actuellement, étant donnée l'étroitesse du marché du livre numérique, le chiffre d'affaires obtenu est insignifiant pour les maisons d'édition, et compte tenu des investissements nécessaires, le modèle est loin d'être équilibré, et devrait être déficitaire pendant de longues années. De plus, le coût moindre d'un livre numérique par rapport à sa version papier fait planer une menace sur l'édition : en effet, si les ventes d'e-books se substituent à celles du livre papier, comme elles génèrent un chiffre d'affaires plus faible, elles ne compenseront pas la baisse des ventes de livres papier qui seront eux-mêmes moins rentables. Il faut que le livre numérique génère des ventes supplémentaires : *« Là où je vendais 10 000 livres, si je vends 5 000 en papier et 5 000 en numérique, les 5 000 en papier seront infiniment moins rentables et me feront peut-être passer sous la barre du point mort, et les 5 000 en numérique ne seront pas suffisants pour rentabiliser les coûts de production puisqu'ils seront inférieurs au marché papier, donc je perdrai sur les deux tableaux. Si les 10 000 livres que je vendais sont remplacés par 5 000 papier mais aussi par 10 000 ouvrages numériques, là peut-être qu'il y a un modèle économique »*. Il semble que l'intérêt majeur du livre numérique soit de pouvoir toucher un nouveau public, qui ne fréquentait pas ou peu les librairies, et faire ainsi face à la disparition des « gros lecteurs ».

Etant donné le prix moindre du livre numérique, les éditeurs doivent générer de gros volumes de vente pour être rentables, et pour cela bénéficier d'un trafic important, ce qui suppose de nouer des partenariats avec des fournisseurs de trafic, de type moteurs de recherche (Google), diffuseurs de contenu en ligne (Apple, Amazon) mais aussi sites de media, télévision, fournisseurs d'accès internet, (France Télévisions, TF1, Le Figaro, Orange, etc.). Ces sites seront demain les prescripteurs du livre numérique.

La lecture numérique peut également être une opportunité pour les éditeurs d'internationaliser leur marché, en bénéficiant d'une visibilité nouvelle. En effet actuellement le livre français s'exporte

assez peu, et même si cela suppose des coûts de traduction, une ouverture au-delà du seul marché francophone peut permettre d'atteindre plus facilement un seuil de rentabilité.

Le marché du livre numérique dépendra aussi du degré de conversion des lecteurs occasionnels, qui représentent la majorité du marché du livre en volume, et de l'impact du livre enrichi, qui pourrait attirer un nouveau public qui ne lisait pas habituellement de livre imprimé. La facilité d'achat sur les librairies en ligne, la capacité à lire le livre numérique sur plusieurs supports, et surtout le prix, seront des éléments déterminants pour le développement de ce marché.

Le livre papier ne devrait quant à lui pas connaître un déclin aussi brutal que le disque vinyle à l'arrivée du CD puis du fichier MP3, le support papier bénéficiant d'un usage pratique et d'une forte popularité.

4.3 Les éditeurs de bande dessinée unis autour du numérique

Dans l'univers numérique, entrepôts électroniques et plates-formes de distribution numérique remplacent les distributeurs traditionnels, stockent les ouvrages numériques et les mettent à la disposition des libraires dans un contexte sécurisé.

Un outil de distribution interprofessionnel existe, créé à parité entre éditeurs et libraires, le hub Dilicom, ainsi que des plates-formes d'opérateurs privés (Immateriel, e-Pagine, ...). Mais afin de maîtriser la chaîne de distribution de leurs e-books, les principaux groupes éditoriaux ont fait l'acquisition de plates-formes de distribution numérique : Hachette a acquis Numilog, les groupes Flammarion, Gallimard et La Martinière ont fondé Eden Livres, et les groupes Editis et Media-Participations ont créé E-plateforme. Ces plates-formes assurent la centralisation, le référencement, la livraison (aux libraires ou aux intermédiaires) des livres numériques. Les éditeurs agissent donc en ordre dispersé et n'ont pas su proposer une offre commune, même si les trois grandes plates-formes ont récemment conclu un accord pour devenir interopérables, et permettre à un libraire connecté sur une des plates-formes d'acheter un ouvrage disponible sur une autre.

Les grands acteurs de la bande dessinée francophone, ont, quant à eux, conclu un accord pour créer une seule plate-forme de diffusion-distribution du livre numérique.

Les huit plus gros éditeurs de bande dessinée franco-belges ont créé un organe commun de diffusion, la société « Bande numérique », qui a pour actionnaires Casterman, Bamboo, Delcourt, Dupuis, Glénat, Lombart, Soleil, et Dargaud, soit 80 % de l'édition de BD francophones. Elle permet l'arrivée d'une offre légale destinée à lutter contre le piratage et à contenir l'ambition des grands distributeurs internationaux : « *Cette offre commune est notre moyen de faire front face à Apple, Google, Amazon, qui nous lamineront si nous arrivons en ordre dispersé. Nous voulons à tout prix éviter qu'un grand opérateur international nous dise comment vendre de la bande dessinée numérique et à quel prix* ».

Cette offre s'articule autour de la plate-forme numérique Iznéo, lancée en 2010 par le groupe Media Participations, premier éditeur de bandes dessinées en France et en Europe (Dargaud, Dupuis, Le Lombard), qui permet d'acheter mais aussi de louer des bandes dessinées, pour une lecture sur ordinateur ou autres écrans. Cette plate-forme a en outre vocation à être utilisée au delà des huit actionnaires : elle est en effet ouverte à tous les éditeurs de bande dessinée souhaitant proposer leurs catalogues numérisés aux librairies en ligne, et est accessible directement à l'acheteur ou via des sites de libraires. Pour être rentable, Iznéo devra toutefois atteindre des volumes de ventes conséquents.

4.4 De nouvelles formes de commercialisation

Iznéo innove aussi en proposant au choix un accès permanent (achat) ou temporaire (location) à ses bandes dessinées. En effet le passage du papier au numérique -d'une économie de produit à une économie de service- va profondément modifier les modalités d'achat du livre : celles-ci vont se diversifier, et outre l'achat à l'unité, le support numérique permet d'envisager des systèmes d'abonnements, de forfaits, de ventes par chapitres, sous forme de feuillet, mais aussi de location. Ainsi aux Etats-Unis l'éditeur O'Reilly propose-t-il un accès à l'ensemble de son catalogue à partir de 23 dollars par mois. « *Je crois au modèle économique de l'abonnement, c'est un des rares modèles qui fonctionne sur internet, c'est celui des FAI* ». Un des enjeux à venir sera d'adapter les ouvrages numériques à chaque mode de diffusion, et de coordonner les circuits de

distribution dans une optique de synergie. « *Ce qui compte c'est le format pertinent par rapport à l'usage et au public* ».

Une plate-forme numérique telle qu'Iznéo est conçue essentiellement en B to B à destination des libraires et revendeurs, mais permet également la vente au client final en B to C. Or jusqu'à présent les éditeurs n'étaient pas en contact commercial direct avec le lecteur. Cela présente au minimum un intérêt considérable en termes de marketing : « *Avec Iznéo nous avons désormais l'occasion de connaître nos lecteurs, nous avons des bases de données, nous pouvons faire des études marketing en direct, c'est un atout nouveau. Quand un lecteur nous a acheté le tome 14 de Blake et Mortimer, dès que le tome 15 paraît, nous pourrons lui envoyer un message. Nous disposerons désormais de fichiers avec des cibles ultra-qualifiées* ». La vente directe à l'utilisateur final reste une possibilité qui pourra être développée dans l'hypothèse du déclin du réseau français de librairies, que de nombreux acteurs jugent inéluctable.



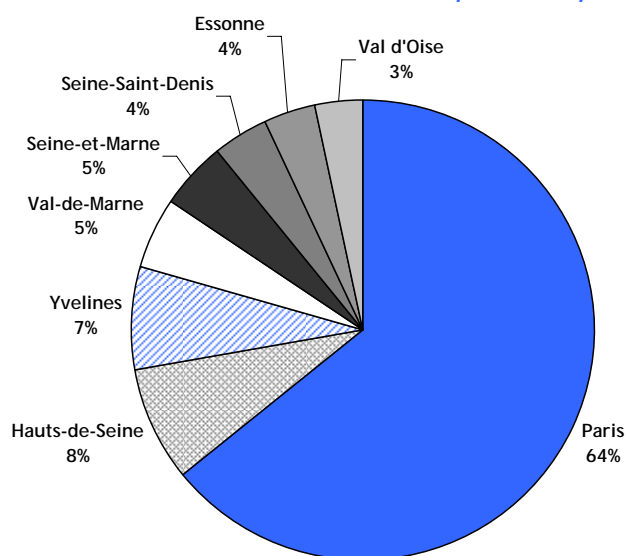
5 Un avenir sombre pour les librairies ?



5.1 Les librairies franciliennes : nombreuses, mais en difficulté

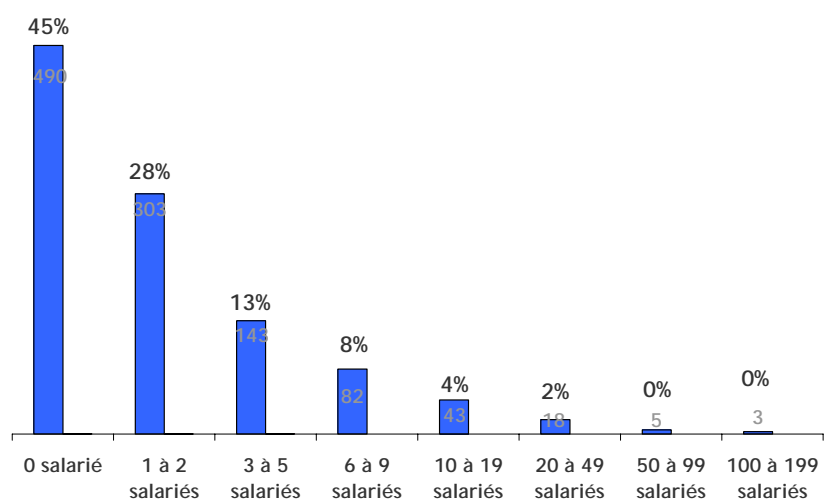
L'Ile-de-France compte le réseau le plus dense de librairies du pays. Avec 1084 librairies en 2009, la région représente 27 % du total français, et ses 3 396 salariés représentent 28 % des effectifs nationaux. Près des deux tiers des librairies franciliennes se trouvent à Paris, qui concentre librairies généralistes et spécialisées. Les autres départements franciliens ne représentent chacun qu'une faible part des établissements du commerce du livre. Dans son étude « Les librairies franciliennes¹² », le MOTif indique que sur 1 300 communes, 276 (20 %) ont au moins une librairie, mais que la répartition territoriale est inégale : si Paris compte 1 librairie pour 4 000 habitants, en Seine Saint-Denis, on en trouve 1 pour environ 46 000 habitants. Les librairies de la région sont de petite taille : 45 % d'entre elles n'ont pas de salarié.

Les librairies d'Ile-de-France en 2009 : répartition par département



Source : Insee, Sirène, 2009

Répartition des librairies par tranche d'effectif en Ile-de-France en 2009



Source : Insee, Sirène, 2009

¹²«Les librairies franciliennes », Cécile Toutou, Tosca Consultants, pour le MOTif, juin 2009.

Le nombre de librairies a baissé de 6 % entre 2000 et 2009. Les effectifs des librairies ont parallèlement baissé: - 7 % sur la même période. Cette baisse est surtout marquée en petite couronne (- 18 %), alors qu'elle est plus modérée en grande couronne (- 9 %) et à Paris (-5 %). La forte concurrence des grandes surfaces et de la vente sur internet a entraîné une baisse de fréquentation et a joué un rôle important dans la diminution du nombre de librairies, tout comme l'effondrement du panier moyen du client, lié à la tendance à la baisse des habitudes de lecture. Les coûts élevés et croissants des charges fixes, en raison notamment du coût des loyers, et des frais de personnel, ont entraîné des difficultés de trésorerie à l'origine de la fermeture de nombreuses librairies indépendantes de petite taille, surtout dans les quartiers du centre de Paris. Une étude réalisée par les Rencontres nationales de la librairie, à la demande du Syndicat de la librairie française et du ministère de la culture sur la situation économique et financière des librairies indépendantes françaises entre 2003 et 2010, indique qu'avec une rentabilité nette moyenne estimée à 0,3 % en 2010, celles-ci sont à la limite de l'équilibre. Les frais de personnel sont élevés, en proportion du chiffre d'affaires car la valeur ajoutée de la librairie repose en large partie sur la présence et la compétence de libraires, ce qui permet aux librairies indépendantes de se positionner sur la notion forte de conseil par opposition aux grandes surfaces ou librairies en ligne. Il faut noter que la baisse des emplois dans les librairies est plus élevée en Ile-de-France qu'au niveau national où elle n'est que de 1 % entre 2000 et 2009. Les loyers sont quant à eux un problème majeur, en particulier à Paris, et s'il existe un dispositif de la Semaest qui prend en charge la rénovation de locaux¹³, il n'y a pas d'aide aux loyers proprement dite. « *Au lieu de financer un portail internet où les libraires affrontent Amazon, ce qui est perdu d'avance, il vaudrait mieux proposer une aide aux loyers qui est un problème central pour les librairies de la région* ».

Les libraires ne disposent que de marges de manœuvre étroites pour réduire leurs coûts d'exploitation. De plus, ils se plaignent des remises insuffisantes de la part des éditeurs et diffuseurs. Et le système de l'office, qui régit les relations entre libraire et éditeur ou diffuseur, amène le libraire à avancer de l'argent à l'éditeur. En effet l'office est un contrat établi entre le libraire et l'éditeur (ou le diffuseur), qui détermine le nombre de nouveautés que le commerçant désire recevoir. L'éditeur s'engage à faire parvenir au libraire le nombre indiqué de nouveautés à leur parution. A la réception, le libraire paie l'éditeur mais peut retourner les invendus dans un certain délai, qui peut aller jusqu'à un an, générant ainsi des tensions sur la trésorerie.

L'enquête annuelle de l'INSEE sur les librairies révèle ainsi une fragilité économique du secteur, avec un profit limité à 1,4 % du chiffre d'affaires en moyenne, et une faible capacité d'investissement. Dans son rapport « Situation économique de la librairie indépendante », Antoine Gallimard indiquait que 23 % des librairies françaises ont un résultat courant négatif, pourcentage qui monte à 31 % pour les petites librairies (au chiffre d'affaires inférieur à 1 M d'euros). La librairie fait d'ailleurs l'objet d'une dérogation dans le cadre de la loi LME sur la réduction des délais de paiement.

Face à ces difficultés, certains libraires se sont regroupés en réseau sous une enseigne commune (Chapitre.com), ce qui leur permet des économies et une plus grande force de négociation face aux éditeurs. A Paris, sept librairies indépendantes, toutes situées au nord-est de la capitale, se sont regroupées pour créer le GIE « libr'est », structure qui propose un site grand public (librest.com) permettant la mutualisation des stocks et l'acheminement rapide des livres. Des conseils de lecture, le calendrier des animations sur les différents lieux élargissant le rôle des librairies en espace culturel (lectures, débats, concerts, dédicaces, rencontres avec les auteurs...) y sont aussi présentés. La Générale libr'est qui a repris en 2009 les activités du grossiste la Générale du Livre (grand entrepôt à Charenton le Pont), exerce de son côté une activité de vente de livres et CD aux professionnels (librairies, maisons de presse, commerces, établissements scolaires, bibliothèques, comités d'entreprises et petits éditeurs indépendants pour les services de distribution) à travers son site lageneraledulivre.com. En vu de concilier commandes en ligne et commerces de proximité, elle met aussi à disposition de ses clients points de vente du livre un site de vente grand public sur toute la France avec livraison exclusive dans les points de vente adhérents (lalibrairie.com). D'autres librairies ont développé une stratégie de diversification, en proposant des produits additionnels au livre : papeterie, carterie, gadgets, produits dérivés.

Devant la contraction du marché du livre, il est très possible que le nombre de librairies diminue fortement dans les années à venir - peut-être au profit de grandes librairies de centre-ville - et ce d'autant plus que va bientôt se poser le problème de la transmission pour les nombreuses librairies

¹³ Depuis 2008, la mairie a confié à la Semaest, une société d'économie mixte, le soin de racheter des locaux du quartier Latin, de les remettre à neuf et de les louer exclusivement à des libraires indépendants.

nées dans les années 80, à la faveur de la loi Lang. Leurs dirigeants, nés dans les années 50, seront potentiellement nombreux à partir en retraite dans les dix prochaines années. Or il est difficile pour ces libraires de trouver un repreneur motivé par une activité peu rentable.

5.2 La montée en puissance des librairies en ligne

Les points de vente du livre en France sont nombreux : librairies, grandes surfaces culturelles (Fnac, Cultura, Virgin...), grandes surfaces alimentaires, internet, clubs (France Loisirs). Depuis le milieu des années 80, jusqu'en 2005, on a observé une montée en puissance des grandes surfaces, spécialisées ou non, reflet des évolutions du commerce dans son ensemble. Parallèlement, les librairies, et particulièrement les librairies-papeteries-presse, ont perdu la moitié de leur part de marché entre 1994 et 2007.

Avec le développement de la vente sur internet, le libraire n'est plus le seul à pouvoir défendre la diversité culturelle, car les librairies en ligne proposent une offre très large. Ces dernières années la part de marché des ventes en ligne a fortement augmenté, pour atteindre 9 % des ventes totales de livres en valeur, et 8 % en volume. Ce circuit se situe derrière les librairies indépendantes (40 % des ventes en valeur), les grandes surfaces culturelles (31 %) et la grande distribution (20 %), mais connaît une croissance rapide. Amazon.com et Fnac.com représentent environ 70 % du marché de la vente en ligne, et semblent avoir pris un avantage compétitif que les libraires ne pourront plus rattraper, même après la création de 1001 librairies.com, portail de la librairie indépendante. Ce portail souhaite jouer sur la proximité via la mise en relation des internautes avec leurs librairies de quartier. Mais les habitudes d'achat prises par les internautes sur les gros libraires en ligne Amazon.com, Fnac.com ou Alapage.com ne sont-elles pas déjà irréversibles ? D'autant plus que ces sites proposent la gratuité des frais de port, et que, même si le contentieux juridique à ce sujet entre le Syndicat de la Librairie française, Alapage et Amazon n'est pas encore conclu, les internautes considèrent ce principe comme acquis.

Conscients d'avoir manqué le coche de la vente en ligne de livres imprimés, les libraires ne veulent pas prendre le même retard pour le livre numérique.

Mais il est probable que beaucoup d'entre eux auront des difficultés à se former au numérique, et à disposer des outils pour commercialiser des e-books. Les bornes de téléchargement d'e-books installées dans les librairies convaincront-elles les clients ? *« Quand les gens se mettront à acheter du numérique, je crois qu'ils continueront à acheter du papier. Si leur libraire habituel dispose d'une borne, d'utilisation simple, qui leur permet de commander leurs fichiers numériques de la librairie même, je pense qu'ils s'en serviront. Mais s'ils doivent de chez eux, chercher sur internet le titre du fichier numérique qu'ils ont repéré pour le télécharger, ils n'iront pas sur le site de leur libraire, ils iront chez Amazon ».*

Et les difficultés des libraires américains (5 000 librairies indépendantes en 2000, 1 350 en 2010), et la faillite de Borders, la deuxième chaîne de libraires des Etats-Unis, ne sont pas de bon augure. Or la fragilisation de l'important réseau de libraires est une réelle menace pour le secteur éditorial : *« Il va être très compliqué de maintenir le réseau de librairies en bonne santé à la hauteur de ce qu'il est actuellement, et cela va forcément impacter l'édition ».*

Sur le marché balbutiant du livre numérique, il n'est pas encore possible de discerner un business model en mesure de s'imposer. Les éditeurs espèrent, sans certitude, qu'il permette d'attirer un nouveau public sans pour autant cannibaliser les ventes de livres imprimés. Actuellement, l'heure est aux investissements et aux expérimentations, ce qui suppose d'importantes capacités financières, mais les éditeurs manquent de visibilité sur ce nouveau marché, son rythme de croissance et les clés de sa rentabilité. L'arrivée d'opérateurs au poids économique et aux capacités d'investissements incomparables change la donne pour les acteurs traditionnels de ce marché. L'économie du numérique va modifier les rapports entre auteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs et détaillants, et pourrait imposer une nouvelle répartition dans la chaîne de valeur du livre.



Annexes



Annexe 1

Experts interrogés

M. Gérard Delmas,
Gérant, librairie Arthur

M. Vincent Monadé,
Directeur, le MOTif, Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France

M. Claude de Saint Vincent,
Président, Editions Dargaud
Directeur Général, Media Participations

M. Arnaud Valette
Chargé de mission, Syndicat National de l'Édition

Le CROCIS remercie chaleureusement les personnes interrogées pour leur aimable accueil.

Annexe 2

Pour en savoir plus

Le MOTif, Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France,
6, villa Marcel-Lods, Passage de l'Atlas, 75019 Paris
www.lemotif.fr

Syndicat National de l'Edition,
115 boulevard Saint-Germain 75006 Paris
www.sne.fr

Syndicat de la Librairie Française,
Hôtel de Massa, 38, rue du Faubourg Saint-Jacques, 75014 Paris
www.syndicat-librairie.fr

Bureau International de l'Edition Française,
115 boulevard Saint Germain, 75006 Paris
www.bief.org

Livres Hebdo,
35 rue Grégoire de Tours, 75006 Paris
www.livreshebdo.fr

Annexe 3

Bibliographie

- « Editeurs d'Ile-de-France », Françoise Claustres et Hélène Spoladore pour le MOTif, mars 2011
- « Edition de livres », Xerfi 700, août 2010
- « L'édition en perspective, 2009-2010 », Syndicat National de l'édition
- « Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique », Françoise Benhamou, Olivia Guillon, Culture et Prospective, Ministère de la Culture et de la Communication, 2010-2, juin 2010
- « Le triple casse-tête du prix du livre numérique », Nathalie Silbert, Les Echos, 6 octobre 2010
- « Combien coûte un livre numérique ? », Hervé Bienvault, Aldus Conseils pour le MOTif, avril 2010
- « Le livre numérique, une opportunité à saisir pour les éditeurs », Nathalie Silbert, Les Echos, 8 novembre 2010
- « E-bookz : l'offre légale et illégale de livres numériques », Tableau de bord n°2, Mathias Daval, Edysseus consulting pour le MOTif, mai 2011
- « Livres, distribution », Xerfi 700, septembre 2010
- « Les librairies franciliennes », Cécile Touitou, Tosca Consultants pour le MOTif, juin 2009
- « Les industries créatives en Ile-de-France, un nouveau regard sur la métropole », IAU, mars 2010
- « Comprendre la 4e révolution du livre, Enjeux pour l'interprofession », Lorenzo Socavvo, Intervention pour le congrès i-expo 2011

Annexe 4

LOI n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique

NOR: MCCX1027694L

Version consolidée au 6 juin 2011

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1

La présente loi s'applique au livre numérique lorsqu'il est une œuvre de l'esprit créée par un ou plusieurs auteurs et qu'il est à la fois commercialisé sous sa forme numérique et publié sous forme imprimée ou qu'il est, par son contenu et sa composition, susceptible d'être imprimé, à l'exception des éléments accessoires propres à l'édition numérique.

Un décret précise les caractéristiques des livres entrant dans le champ d'application de la présente loi.

Article 2

Toute personne établie en France qui édite un livre numérique dans le but de sa diffusion commerciale en France est tenue de fixer un prix de vente au public pour tout type d'offre à l'unité ou groupée. Ce prix est porté à la connaissance du public.

Ce prix peut différer en fonction du contenu de l'offre et de ses modalités d'accès ou d'usage.

Le premier alinéa ne s'applique pas aux livres numériques, tels que définis à l'article 1er, lorsque ceux-ci sont intégrés dans des offres proposées sous la forme de licences d'utilisation et associant à ces livres numériques des contenus d'une autre nature et des fonctionnalités. Ces licences bénéficiant de l'exception définie au présent alinéa doivent être destinées à un usage collectif et proposées dans un but professionnel, de recherche ou d'enseignement supérieur dans le strict cadre des institutions publiques ou privées qui en font l'acquisition pour leurs besoins propres, excluant la revente.

Un décret fixe les conditions et modalités d'application du présent article.

Article 3

Le prix de vente, fixé dans les conditions déterminées à l'article 2, s'impose aux personnes proposant des offres de livres numériques aux acheteurs situés en France.

Article 4

Les ventes à primes de livres numériques ne sont autorisées, sous réserve des dispositions de l'article L. 121-35 du code de la consommation, que si elles sont proposées par l'éditeur, tel que défini à l'article 2, simultanément et dans les mêmes conditions à l'ensemble des personnes mentionnées à l'article 3.

Article 5

Pour définir la remise commerciale sur les prix publics qu'il accorde aux personnes proposant des offres de livres numériques aux acheteurs situés en France, l'éditeur, tel que défini à l'article 2, tient compte, dans ses conditions de vente, de l'importance des services qualitatifs rendus par ces derniers en faveur de la promotion et de la diffusion du livre numérique par des actions d'animation, de médiation et de conseil auprès du public.

Article 6

A modifié les dispositions suivantes :
Modifie Code de la propriété intellectuelle - art. L132-5 (V)

Article 7

Un décret en Conseil d'Etat détermine les peines d'amende contraventionnelle applicables en cas d'infraction aux dispositions de la présente loi.

Article 8

Un comité de suivi composé de deux députés et deux sénateurs, désignés par les commissions chargées des affaires culturelles auxquelles ils appartiennent, est chargé de suivre la mise en œuvre de la présente loi. Après consultation du comité de suivi et avant le 31 juillet de chaque année, le Gouvernement présente au Parlement un rapport annuel sur l'application de la présente loi au vu de l'évolution du marché du livre numérique comportant une étude d'impact sur l'ensemble de la filière.

Ce rapport vérifie notamment si l'application d'un prix fixe au commerce du livre numérique profite au lecteur en suscitant le développement d'une offre légale abondante, diversifiée et attractive, et favorise une rémunération juste et équitable de la création et des auteurs, permettant d'atteindre l'objectif de diversité culturelle poursuivi par la présente loi.

Article 9

La présente loi est applicable en Nouvelle-Calédonie.

Article 10

Sous réserve des décisions de justice passées en force de chose jugée, sont validés, à la date de leur délivrance, les permis de construire accordés à Paris en tant que leur légalité a été ou serait contestée pour un motif tiré du non-respect des articles ND 6 et ND 7 du règlement du plan d'occupation des sols remis en vigueur à la suite de l'annulation par le Conseil d'Etat des articles N 6 et N 7 du règlement du plan local d'urbanisme approuvé par délibération des 12 et 13 juin 2006 du Conseil de Paris.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 26 mai 2011.
Nicolas Sarkozy

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,

François Fillon

La ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,

Christine Lagarde

Le ministre de la culture
et de la communication,

Frédéric Mitterrand

(1) Travaux préparatoires : loi n° 2011-590. Sénat : Proposition de loi n° 695 (2009-2010) ; Rapport de Mme Colette Mélot, au nom de la commission de la culture, n° 50 (2010-2011) ; Texte de la commission n° 51 (2010-2011) ; Discussion et adoption le 26 octobre 2010 (TA n° 10, 2010-2011). Assemblée nationale : Proposition de loi, adoptée par le Sénat, n° 2921 ; Rapport de M. Hervé Gaymard, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 3140 ; Discussion et adoption le 15 février 2011 (TA n° 607). Sénat : Proposition de loi, modifiée par l'Assemblée nationale, n° 309 (2010-2011) ; Rapport de Mme Colette Mélot, au nom de la commission de la culture, n° 339 (2010-2011) ; Texte de la commission n° 340 (2010-2011) ; Discussion et adoption le 29 mars 2011 (TA n° 89, 2010-2011). Assemblée nationale : Proposition de loi, adoptée avec modifications par le Sénat en deuxième lecture, n° 3264 ; Rapport de M. Hervé Gaymard, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 3318 ; Discussion et adoption le 7 avril 2011 (TA n° 644). Sénat : Proposition de loi, modifiée par l'Assemblée nationale en deuxième lecture, n° 416 (2010-2011) ; Rapport de Mme Colette Mélot, au nom de la commission mixte paritaire, n° 484 (2010-2011) ; Texte de la commission n° 485 (2010-2011) ; Discussion et adoption le 5 mai 2011 (TA n° 109, 2010-2011). Assemblée nationale : Rapport de M. Hervé Gaymard, au nom de la commission mixte paritaire, n° 3380 ; Discussion et adoption le 17 mai 2011 (TA n° 660).

Annexe 5

Les 20 communes franciliennes où les effectifs de l'édition sont les plus élevés

Code postal	Commune	Effectif 2009
75106	6ème arrondissement	1 990
75113	13ème arrondissement	1 575
75115	15ème arrondissement	1 490
92040	Issy-les-Moulineaux	903
75107	7ème arrondissement	758
75114	14ème arrondissement	513
75105	5ème arrondissement	503
75108	8ème arrondissement	311
75111	11ème arrondissement	245
92007	Bagneux	196
75110	10ème arrondissement	174
75118	18ème arrondissement	164
75119	19ème arrondissement	146
75109	9ème arrondissement	139
75102	2ème arrondissement	119
75116	16ème arrondissement	98
93048	Montreuil-sous-Bois	93
75101	1er arrondissement	91
92012	Boulogne-Billancourt	87
92051	Neuilly-sur-Seine	70

Source : Pôle Emploi Services

Le Centre Régional d'Observation du Commerce de l'Industrie et des Services a été créé par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris en 1994 afin d'analyser les grandes mutations économiques de l'Ile-de-France et de ses territoires.

Le CROCIS rassemble et traite les principales données structurelles et conjoncturelles permettant d'identifier et d'analyser les évolutions économiques de l'Ile-de-France. Pour ce faire, de nombreuses bases de données sont utilisées. Le CROCIS mène des études combinant une approche sectorielle et une approche territoriale. Par des enquêtes de terrain et l'intégration de données et indicateurs locaux dans sa démarche d'analyse, le CROCIS mesure l'évolution des filières et localise leurs activités. Cette analyse intègre, parmi d'autres facteurs, le tissu local et le rôle des acteurs territoriaux, l'approche de marché et la concurrence mondiale, les conséquences du développement des secteurs innovants et des filières émergentes en Ile-de-France.

Depuis deux ans, le CROCIS s'est doté d'une cellule de veille économique qui assure pour chaque Délégation Départementale de la CCIP une veille territoriale et pour les collaborateurs du CROCIS une veille sur les thématiques de chaque chargé d'études.

Le CROCIS a relancé récemment son programme de formation destiné aux responsables et chargés d'études de services économiques, en particulier des collectivités locales, des agences de développement, et des organismes consulaires, aux collaborateurs de centres d'information et/ou d'observation économique et de cabinets d'études ou enfin aux professionnels du développement local. Ces formations portent sur l'élaboration d'un tableau de bord, sur la réalisation d'enquêtes par sondage ainsi que sur la mise en place d'un plan de veille.



Avec près de 4000 sources analysées dont 400 sites surveillés en continu, le portail de veille territoriale du CROCIS informe, notamment, sur les opérations d'investissement et de désinvestissement sur le territoire du Grand Paris : implantation d'entreprise, fermeture de site, extension de site existant, transactions immobilières, réduction d'effectif et création d'emploi.

CROCIS de la CCIP, 27 avenue de Friedland - 75382 PARIS cedex 08
 tél. : 33 (1) 55 65 82 00 - fax : 33 (1) 55 65 82 62 - e-mail : crocis@ccip.fr
 Retrouvez toutes nos publications sur www.crocis.ccip.fr

- Secrétaire général : Isabelle SAVELLI-THIAULT
- Industrie - Démographie d'entreprise : Yves BURFIN
- Commerce - Enquêtes - Développement durable : Julien TUILLIER
- Conjoncture - Benchmark européen : Mickaël LE PRIOL
- Services : Bénédicte GUALBERT
- Veille économique : Marielle GUERARD ; Catherine PICQ
- PAO - Multimédia : Nathalie PAGNOUX
- Administration - Secrétariat : Vanessa BUSSCHOTS