

« Study on the book market », étude sur le marché du livre

*Synthèse réalisée en 2007 par Carina Pfahlmann et Marie-Laure Guéraçague
(du Centre régional du livre en Limousin)*

« The multiannual cooperation agreement » est un programme européen soutenu par Culture 2000, comprenant plusieurs partenaires nationaux de Grèce, Roumanie, Italie, Espagne et d'organisations professionnelles européennes. Ce projet a été porté par Ekebi : le Centre national du livre de Grèce.

Le rapport final de juin 2007 a été coordonné par l'Association des éditeurs italiens (AIE) et la Fédération des libraires européens (EBF). Il est téléchargeable (en anglais) sur le site www.booksineurope.org.

Synthèse :

Le rapport s'organise autour des chapitres suivants :

- Vue générale du marché de l'édition.
- Distribution.
- Pratiques de lecture et promotion de la lecture.
- Coopération internationale.
- Standardisation.
- Cadre juridique.
- Conclusion.

Remarque générale : par la construction des partenariats pour ce projet, les informations les plus complètes et concrètes portent sur la Grèce, l'Espagne, l'Italie, la Roumanie (partenaires de ce programme), un peu moins les pays du nord. Néanmoins il offre une vue globale sur quinze pays, informations riches, notamment par des tableaux récapitulatifs et comparatifs (grâce aux organisations professionnelles européennes) et pointe lacunes et disparités.

Cette analyse fait ressortir des éléments-clefs que pourraient reprendre les politiques publiques européennes pour être plus efficaces dans leur soutien à la chaîne du livre.

Chapitre 1 : « Publishing Market General Overview », vue générale du marché du livre

1. « Definitions of a Book », définition du livre

Immense hétérogénéité des définitions :

- UNESCO, Union européenne, World customs organisation : « Printed books », « Printed works », « Bound and printed work on paper », document imprimé, soit une mise en avant de l'imprimé.
- European Writers Congress 2007 : prise en compte, depuis 1990 des publications numériques (« E-books »).
- International bookseller federation – London Résolution 1959 et International ISBN agency : définition très générale : « Instrument of human communication », « Monographic publication », instrument de la communication humaine.
- Définitions nationales du livre : presque partout est mis en avant l'aspect imprimé, « printed », et rédactionnel mais en incluant ou non les périodiques, les albums... En France, définition fiscale adoptée en 2005 où on a substitué au contenu rédactionnel celle de forme éditoriale, ce qui permet de considérer comme livres les cartes, partitions, albums de coloriages...
- Définition de Kant : « Est un écrit [...] qui représente un discours que quelqu'un adresse à un public en se servant de signes visibles du langage. Celui qui parle en son propre nom est l'auteur. Celui qui parle publiquement, au nom de l'autre (l'auteur) avec sa permission est l'éditeur... »

Pour le livre numérique, le e-book, il n'existe pas encore de définition satisfaisante.

Tableau récapitulatif des définitions reprises et appliquées dans quinze pays.

2. « Book production », production éditoriale

Les données statistiques ne sont pas les mêmes pour chaque pays et ne prennent pas en compte les mêmes données, comme par exemple entre les nouveautés et les réimpressions.

Grèce :

- 7 500 à 8 000 nouveaux titres par an depuis les années 1990.
- Les domaines les plus importants : littérature, science humaines et livres pour enfants.
- Concentration : 25 % des éditeurs produisent 83 % des titres.
- Centralisation : 82 % des maisons d'édition sont à Athènes.

Italie :

- 33 000 nouveaux titres par an.

Roumanie :

- La production éditoriale a commencé à se développer en 2000 : 4 420 nouveautés par an.
- Seulement 23,5 % des publications sont d'auteurs étrangers.
- Les domaines les plus importants : fiction, sciences.

Espagne :

- 70 000 publications par an (nouveautés et réimpressions).
- Les domaines les plus importants : littérature, sciences humaines.

Scandinavie :

Tableaux comparatifs entre la Norvège, la Suède, l'Islande, la Finlande, le Danemark.

3. « Number of enterprises : Publishing houses and bookshops », nombre d'éditeurs et de librairies

Le rapport indique l'impossibilité de donner le chiffre exact d'éditeurs et de libraires en Europe.

En Allemagne, par exemple, tous les éditeurs (2000) sont membres du Börseverein des Deutschen Buchhandels.

En France, le SNE (syndicat national de l'édition) représente 400 éditeurs, les chiffres totaux varient entre 1 000 à 5 000 suivant les sources.

Grèce :

- Le nombre des éditeurs augmente. Ils étaient 374 en 1990, 600 en 2002.
- 280 librairies ne vendent que des livres dont 120 de grosse taille, principalement dans les grandes villes.

Italie :

- Le nombre des éditeurs augmente.
- 84 % des libraires sont des libraires indépendants.

Espagne :

- Beaucoup de petites maisons d'édition et de librairies et peu de grandes maisons.

4. « *Turnover* », retours et chiffre d'affaires de l'édition

Tableau récapitulatif des chiffres d'affaires en Europe pour quinze pays.

Le chiffre d'affaires le plus important est celui de l'Allemagne (+ de 5 milliards d'euros) suivi du Royaume-Uni (près de 5 milliards d'euros), puis de la France (+ 2 milliards d'euros) suivie de près par l'Italie et l'Espagne. On constate une augmentation des publications dans les domaines des manuels scolaires et des livres jeunesse.

5. « *Employment* », emploi

Baisse des employés dans le domaine de l'édition (mais une augmentation en Espagne).

Chapitre 2 : Distribution

1. « Distribution Patterns », systèmes de distribution

Changements :

- La définition de la distribution a été élargie. La part prise par la distribution dans le coût d'un livre représente aujourd'hui près de 50 %.
- Plus chère, car sont apparues de nouvelles méthodes, des tâches supplémentaires.
- Cas de figures multiples de la chaîne du livre : sans ou avec grossiste, vente plus ou moins directe.
- Nouvelle situation : vente de l'auteur au client sans passer par un éditeur, notamment avec le développement des nouvelles technologies,

Donc :

- Faire attention à la valeur ajoutée de l'éditeur (avance de l'argent, information, services, temps).

2. « Distribution channels », chaînes de diffusion et distribution :

Comparaison entre les différents lieux d'achat de livres (chaînes de librairies, librairies indépendantes, supermarchés spécialisés, internet...).

Grèce :

- Seulement 280 librairies qui ne vendent que des livres dont 120 très grandes installées à Athènes et quelques autres grandes villes.

Italie :

- Disparités suivant les régions.

Roumanie :

- Les librairies sont les principaux lieux d'achat, mais beaucoup de ventes par les grossistes.

Espagne :

- Les librairies perdent de l'importance (en faveur des supermarchés).

3. Conclusion

- Pas de réseau d'information assez riche.
- La vente sur Internet doit être mieux organisée dans sa logistique (la livraison doit être rapide et fiable avec des systèmes de paiement sécurisés).
- Réduction de la chaîne du livre : l'éditeur perd de plus en plus d'importance, et pourtant est garant de la qualité d'un auteur, prend des risques pour lui, constitue un fonds, s'engage à la faire parvenir jusqu'au lecteur par la commercialisation.
- Les ventes sur Internet et des grossistes augmentent.
- Quelle prestation la librairie « traditionnelle » offre-t-elle ?
- Quelles prestations peut-elle encore offrir (en utilisant par exemple Internet).
- Que peut-on apprendre des autres pays ?

Chapitre 3. Reading attitudes and promotion

Mise en rapport entre les habitudes de lecture et la productivité du pays.

1. « Reading attitudes », habitudes de lecture

- 42,1% des Européens n'ont pas lu un livre pendant les douze derniers mois.
- Entre 60 et 70% des Européens du Nord déclarent lire pour des raisons autres que l'école ou le travail.

Grèce :

- 43,8% ne lisent pas (68% de ceux-ci ont plus de 65 ans).

Allemagne :

- Chiffres et définitions très exacts (pages 60-63).

Italie :

- Presque pas d'augmentation.
- Le pays européen dans lequel on lit le moins et le plus occasionnellement.
- Grandes différences entre le nord et le sud.

Roumanie :

- Études concernant les ventes.

Conclusion :

- Données hétérogènes.
- Raisons pour la baisse ?
- Nouveaux médias.
- Prix.
- Alphabétisation.
- Solutions.
- Projets.
- Des libraires.
- Des maisons d'édition.
- Sur le plan national.
- Sur le plan international.
- Encouragements à la lecture.
- Publicité.
- Orientation au marché ? Politiques de l'offre et de la demande.

2. « National reading campaigns », Campagnes nationales de promotion de la lecture

Nombreuses initiatives au Royaume-Uni, en Belgique, Suède, France, Espagne.

Idées centrales :

- Élection du livre (pièce de théâtre...) préféré.
- Initiation des enfants au livre.
- Revalorisation de la lecture et de l'écriture.
- Intégration de l'environnement (par exemple des enfants du même âge).
- Montrer aux enfants les lieux où l'on peut avoir contact avec la littérature (bibliothèques...).
- Discussion et rencontres.

3. « International reading campaigns » Campagnes internationales de promotion de la lecture

- World book day organisé par l'UNESCO, le 23 avril en hommage à Cervantès, Shakespeare et de La Vega morts le 23 avril 1616, et Get caught reading Europe (2004-2005), une campagne européenne mettant en avant l'aspect ludique de la lecture.

Conclusions :

- Les sociétés entrent dans l'économie de la connaissance. La lecture est un important facteur du développement économique : la lecture renforce les capacités d'innovation et le goût d'apprendre.
- Il est donc important de développer le nombre de lecteurs et les campagnes de promotion.
- La proximité des librairies accroît le nombre de lecteurs
- Mais étrangement il n'y a pas de données ni d'analyses sur les bibliothèques et la lecture publique.

Chapitre 4 : « International co-operation », coopération internationale

1. « Grants en subsidies for translation », soutiens à la traduction

11 % du budget Culture 2000 ont été consacrés au soutien à la traduction, aux manifestations littéraires, aux formations.

2. International book fairs

- La plus importante : Francfort-sur-le-Main, en Allemagne
- Des fonctions différentes (promotion de la lecture, promotion des livres, vente des livres, création des relations professionnelles et commerciales...).
- Des domaines différents (littérature jeunesse, le roman policier...).
- Des degrés d'internationalisation différents (présence symbolique, des rencontres commerciales...).

Conclusions :

- Importance des foires pour les maisons d'édition (vente, achat), les auteurs, les libraires (informations sur les prix, les nouveautés..., contacts).
- Les foires les plus importantes ont lieu en Europe : Bologne — pour la littérature pour les enfants —, Francfort-sur-le-Main — très importante pour la vente et l'achat —, mais Book expo of America, Jerusalem international book fair, Beijing international book fair deviennent de plus en plus importantes pour le marché du livre international.

Donc :

- Comment garder la position ?
- Possibilités de coopération ?

Chapitre 5 : Standardisation

1. « *The role of standards in the content industry* », rôle des standards dans l'industrie du contenu

- Accessibilité des contenus.
- Diminution des frais.
- Intéropérabilité entre des organisations différentes.
- Réutilisation des contenus.
- Rapidité de l'accès aux informations.
- Mise en évidence des relations entre productions.

2. *Standards* (pages 82-107)

- « E-commerce » : le domaine le plus important concerné par la standardisation.
- Possibilité de coopération dans ce domaine.
- Des défauts sur le plan de la standardisation.
- Attention : il n'existe pas de cadre commun pour la collection des informations.

Chapitre 6 : « Legal framework », cadre juridique

1. TVA

- Presque partout, la TVA est réduite concernant le livre (sauf en Bulgarie, Danemark, Pologne — partiellement —, Slovaquie).

2. « Fixed & free prices », prix unique ou variable (pages 109-117)

- Dans la plupart des pays, il existe prix unique : tableaux récapitulatifs complets.

3. « Copyright directives », directives européennes concernant les droits d'auteur

- Project OrmeE (Observatory on rights management for eLearning in Europe): exceptions du copyright (EU Copyright directive) sur le plan éducatif.

- Rights management system.

4. « Other legislations affecting publishing », autres législations concernant l'édition

- Eco-label, etc.

Chapitre 7 : Conclusion

- Les forces de la chaîne du livre en Europe (« strengths »):
 - Héritage culturel.
 - Facteur économique très important.
 - L'industrie du livre est la seule industrie de contenu où l'Europe reste leader sur le plan international.
- Les faiblesses (« weaknesses ») de la chaîne du livre en Europe :
 - Pas encore de définitions communes.
 - Pas encore de cadres communs et de partenariats de collecte d'informations.
 - Chaque pays n'attribue pas la même importance à la lecture. Le lien entre la performance économique et la lecture est pourtant basé sur la créativité que la lecture permet de développer chez les individus avec incidences sur leurs compétences professionnelles.
- les opportunités (« opportunities »):
 - Prendre en compte les marchés différents, les besoins différents en les développant.
 - Les nouvelles techniques peuvent être facteurs de développement de la chaîne du livre si elles sont comprises dans toutes leurs implications.
 - Le « e-content » est un marché en plein essor, une opportunité complémentaire et non de substitution.
- Les dangers (« threats »):
 - Le manque de cohérence empêche la création de systèmes de références, classification, données communes.
 - Certaines composantes de la chaîne du livre pourraient être exclues.
 - La piraterie augmente.

Beaucoup de choses peuvent être faites au niveau européen, pointer les problèmes pour se donner les moyens de les résoudre, développer les partenariats, les actions communes.