

Assises Professionnelles du Livre

A l'heure du numérique

Le marché du livre et l'émergence d'une demande de livre numérique

- Céline FEDOU, GFK
- Philippe PERSON, GFK



17 mars 2009

Salon du Livre de Paris

1

Philippe PERSON (GFK, directeur du pôle Culture) se propose de donner quelques perspectives sur le marché du livre et sur l'émergence d'une demande de livre numérique. GFK est un institut de marketing positionné sur le livre et sur l'ensemble des biens culturels et des biens techniques. D'abord avec quelques données sur le marché des biens technologiques, avec un focus sur les biens culturels en général et plus particulièrement sur leur évolution et leur contexte dans le cadre de la numérisation.

2008 est la première année où tous les biens culturels sont disponibles au format numérique, avec l'arrivée, en septembre dernier, du livre numérique. En 2008, le chiffre d'affaires total en France pour l'ensemble des biens culturels, dans lesquels il y a le livre, la vidéo, la musique et les jeux vidéos, s'élève à 8,03 milliards d'euros. Pour mettre cela en perspective, le marché du *hardware* en France représente 19,5 milliards d'euros. L'équipement des foyers en micro-ordinateurs, si l'on fait un bref zoom là-dessus puisque le débat sur le livre numérique ne peut s'entendre sans rapport avec les matériels pour lire ce contenu, est de 64,7 %, avec plus de 550 000 mini PC vendus en 2008. Ce dernier appareil semble être celui qui plaît le plus au consommateur en ce moment pour lire du contenu, sachant qu'il y en a d'autres. 33 % des foyers sont équipés en disques durs multimédias, la capacité moyenne d'enregistrement des disques durs en France étant de 307 Go. Cette capacité n'est pas neutre vis-à-vis d'éléments tels que la piraterie, par exemple.

Comme les mini PC, les Smartphone servent grandement à lire du contenu livre numérique. 74% des individus de 15 ans et plus sont utilisateurs de téléphones mobiles et de Smartphones. Le nombre de Smartphones vendus en France en 2008 s'élève à 1,8 million. Par ailleurs, 57, 8 % des foyers sont connectés à Internet en France, 7 internautes sur 10 étant acheteurs sur le Net. En seulement un an, la population des cyberacheteurs a grossi de trois millions.

Le marché du livre et l'émergence d'une demande de livre numérique

Internet arrive en deuxième position quand on demande aux Français comment ils occupent leur temps libre. C'est une nouveauté dans le sens où il est en forte croissance et où il vient concurrencer la télévision. On compte quatre sous-groupes Internet, en fonction des priorités. Les principaux postes de consultation sur Internet sont :

En numéro 1, c'est l'e-mail ; les Français vont sur Internet d'abord pour consulter leur e-mail. En numéro 2, c'est surfer sur le Web.

Le numéro 3, c'est la banque en ligne

et le numéro 4, c'est l'achat de produits et biens culturels

Dans le grand classement du temps libre, le numéro 1 reste encore la télévision, mais l'Internet n'est pas loin derrière. En troisième position vient l'écoute de la radio, puis passer du temps avec ses amis et sa famille, puis écouter de la musique. Enfin, le sixième poste du temps libre est consacré à la lecture de livres.

Sur le total du marché des biens culturels (ventes de livres, DVD, disques, logiciels de loisirs) on constate en 2008 une baisse en volume de 3,6 % et une baisse en valeur plus faible, de 0,6 % entre 2007 et 2008. La bonne nouvelle, c'est que cette tendance à la baisse est fortement en train de s'atténuer. Cette situation globale sur tous les biens culturels, en revanche, cache des situations bien différentes en fonction des familles. Deux groupes sont en situation tendue et délicate. La musique, sans surprise, continue à présenter une baisse assez forte à deux chiffres avec un marché à -14 % ; la vidéo avec un -7,5% ; les jeux vidéo sont à + 15,8 % (compte tenu des phénomènes très spécifiques à ce marché comme le succès des consoles Wii) ; et enfin le livre, le plus gros de tous ces marchés, est relativement stable avec -1,1%.

Car le livre bénéficie du marché certainement le plus stable par rapport aux autres biens culturels, tandis que de plus en plus, le métier du livre apparaît comme une source d'inspiration pour les autres biens culturels. Le livre est le premier métier en

ce qui concerne l'alimentation des licences et des biens divers et variés qui se déclinent sur les autres familles.

À ces bonnes nouvelles sur le livre, on peut malheureusement mettre un petit bémol au sens où si l'on regarde le top 10 de tous les biens culturels en 2008, on voit que le premier livre n'arrive qu'en neuvième position. Cela n'est pas forcément une mauvaise nouvelle, dans la mesure où les autres familles de biens culturels arrivent à créer des best-sellers avec des volumes beaucoup plus forts. Le fameux DVD des *Ch'tis*, en seulement quelques semaines d'existence, a ainsi réussi à se hisser en toute première place du top 10. On peut aussi considérer que ce marché du livre est très stable sur sa base, et que sa diversité et l'accès du public à une offre diverse est aussi une raison de sa stabilité.

En ce qui concerne la dématérialisation des autres biens, le marché physique de la musique a perdu 152 millions d'euros entre 2007 et 2008, alors que le numérique, le téléchargement de musique, en a gagné 23. La vidéo a perdu 114 millions d'euros en vente physique mais elle a gagné en VOD 23 millions elle aussi. En revanche, les perspectives de croissance de vidéo à la demande sont assez bonnes.

Le tableau est un peu noir en matière de piraterie, puisque 260 millions de fichiers ont été piratés en vidéo en 2008. Or, il faut savoir qu'au prix moyen de la VOD aujourd'hui, sur ces 260 millions de fichiers, si seulement 30 millions avaient été payés, le marché total de la vidéo serait positif.

Le jeu vidéo a su créer des dynamiques de croissance sur l'offre numérique. Si l'on prend deux exemples, le plus emblématique des deux serait le fameux *World of Warcraft*, qui est significatif de ce qui peut arriver quand on aborde un marché numérique non pas dans la seule perspective de la cannibalisation mais aussi dans la perspective de créer une offre qui va venir se compléter, avec des ventes de jeux sous boîtes, des *packages* physiques en magasins, mais aussi de la vente de cartes

prépayées en magasins, et c'est enfin un écosystème complet qui vend aussi des abonnements pour que les joueurs jouent ensemble en ligne. Cet écosystème de *World of Warcraft* est évalué à 100 millions d'euros...

Autre exemple d'appréhension du marché numérique : les services en ligne mis en place par les constructeurs de jeux vidéo. Ces constructeurs ont su créer une offre additionnelle qui ne va pas cannibaliser la vente physique mais qui vient la compléter, avec par exemple la vente de petits gadgets, de vies supplémentaires, de boucliers, d'armes.

Appréhender le dématérialisé, c'est faire attention aussi à trois aspects bien spécifiques de l'Internet qui reviennent toujours dans les études: les consommateurs attendent que les produits soient disponibles, ils attendent de la rapidité de mise à disposition sur le marché, et ils attendent aussi des prix concurrentiels bien entendu.

Céline FEDOU (GFK, Chef de groupe pour le livre) rappelle que les Français ont de plus en plus de possibilités pour dépenser leur temps libre, avec entre autres le jeu vidéo et Internet. Pourtant, malgré cela, le marché du livre est d'une étonnante stabilité au fil des années. En décembre, on observait même une hausse, qui s'est maintenue tout l'hiver. Finalement, plus la crise s'installe, plus les Français lisent!

En ce qui concerne les meilleures ventes de livres en 2008, c'est le grand format qui tire la croissance. Deux segments ont fini l'année en positif sur le marché du livre : la littérature (+1,4 en valeur) et le vaste marché du pratique (+2 en volume). On entend souvent que la littérature va bien mais qu'elle est surtout tirée par les nouveautés, les best-sellers. Or quand on regarde les chiffres entre 2008 et 2004, on se rend compte que c'est la nouveauté (titres de l'année) qui a baissé, finalement, en perdant 5 %. Le fonds, à l'inverse, est en croissance de 24 %, sachant que le marché est coupé

en deux blocs de 50-50 entre le fonds et la nouveauté. *Millénium*, par exemple, sorti en 2006, n'est pas une nouveauté 2008.

On peut couper le livre en deux ensembles : les livres utiles, qui représentent 28 % du marché, et les livres plaisir. Le livre plaisir, c'est la littérature, la B.D., la jeunesse, etc. Les livres utiles, ce sont de livres de contenu pour lesquels on peut trouver l'information ailleurs : livres de droit, de science, de tourisme, par exemple. Sur un marché global qui a perdu 2,7 % en cinq ans, le marché du livre plaisir en a gagné deux, alors que le livre utile, lui, en a perdu bien davantage, directement concurrencé par exemple par le GPS pour toute la partie cartes et atlas.

Il est important de rappeler, quand on veut décrire le marché du livre en France, que la moitié des ventes aujourd'hui se fait en librairie. Aujourd'hui, 6 % des ventes se font sur le circuit d'Internet, mais ces ventes ont connu une croissance de 30 % cette année, une croissance qui ne décélère pas. À l'inverse, la grande distribution a subi une année difficile. Finalement, les circuits qui vont bien sont ceux qui proposent au consommateur à la fois l'offre et la proximité.

Pourquoi ce succès d'Internet ? Parce qu'Internet, c'est l'offre complète : la quasi totalité des titres disponibles en France s'y retrouve. C'est aussi la disponibilité des nouveautés, c'est encore le confort de commander de chez soi, puis d'être livré. Enfin, c'est le prix, un critère de choix important pour les consommateurs sur le livre, puisqu'il bénéficie d'une réduction de 5 % sur la plupart des sites marchands.

Selon l'enquête réalisée auprès de 2000 internautes à la fin de l'année 2008, 9 % téléchargent déjà des livres, 8 % ont l'intention de le faire, mais 83% n'en ont pas l'intention. Ce chiffre est énorme.

29 % seraient intéressés par l'achat d'un eBook Reader, à la fois pour la presse et pour le livre, en particulier pour la littérature qui arrive largement en première place.

Les personnes intéressées par des eBooks Readers sont suréquipées, consomment beaucoup sur Internet et sont de gros consommateurs de biens culturels.

Pour le livre physique, le prix acceptable perçu par le consommateur est le prix réel du marché, soit 14 euros pour un roman, 9 euros pour une B.D/manga. Mais en numérique, c'est 6 euros pour un roman, 5 euros pour une B.D. ou un manga. Pour l'eBook Reader, ils sont prêts à payer 63 euros tandis que les deux prix pratiqués sur le marché en décembre 2008 sont 208 et 299 euros...

Dans une autre étude également menée à la fin de l'année 2008, il a été demandé aux libraires s'ils pensaient que le livre numérique était une menace pour leur activité. C'est le cas pour 32 % d'entre eux. En revanche, et ils sont unanimes sur ce point, ils souhaitent que les éditeurs gardent la fixation du prix sur le livre numérique.

Le marché du livre, n'est pas vraiment affecté par la crise, c'est plutôt l'inverse, et a priori, l'eBook ne vient pas déstabiliser cette croissance du marché. Mais il s'agit là d'un marché naissant, et il est difficile de savoir ce qui va se passer. Attention également à cette faible demande du eBook Reader : il ne faut pas oublier ces fameux Smartphone, ni la DSi, la nouvelle console portable de Nintendo, qui a un parc gigantesque susceptible d'aider l'arrivée du livre numérique dans tous les foyers. Sans parler du futur cartable électronique...

Il faut s'assurer que l'ensemble de la filière soit prête à livrer le consommateur avec une offre complète, disponible, et à un prix qui réponde à leurs attentes, sinon le risque est la piraterie, comme on l'a constaté pour la musique.