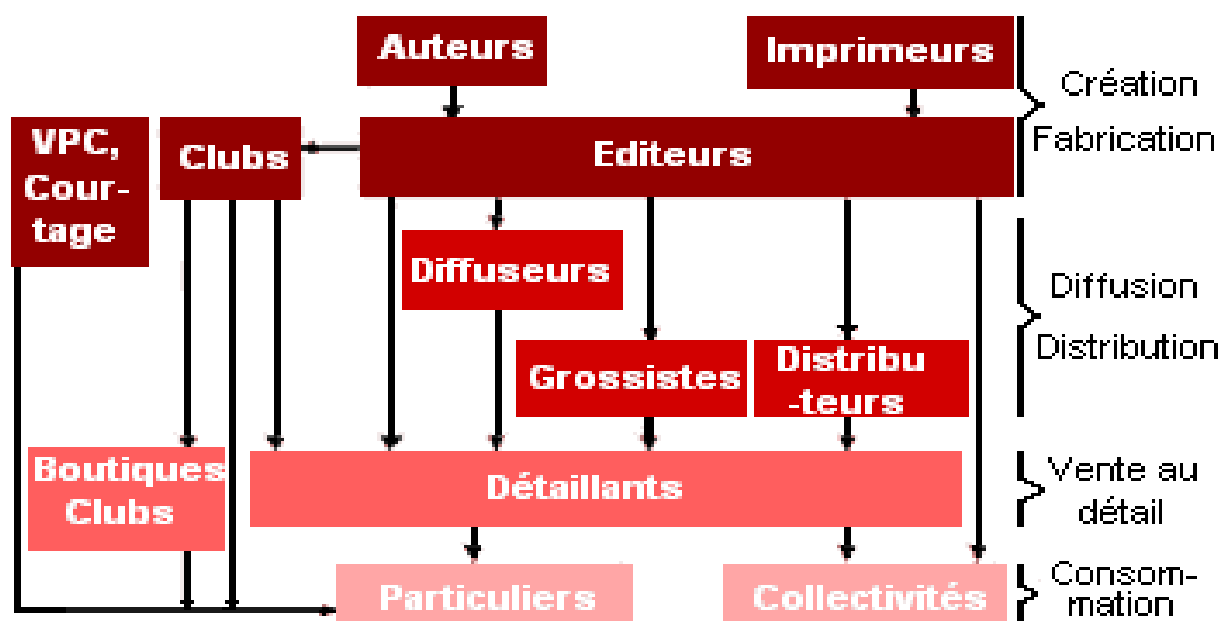


Document 1 : Les métiers de l'édition.

Les acteurs du marché du livre



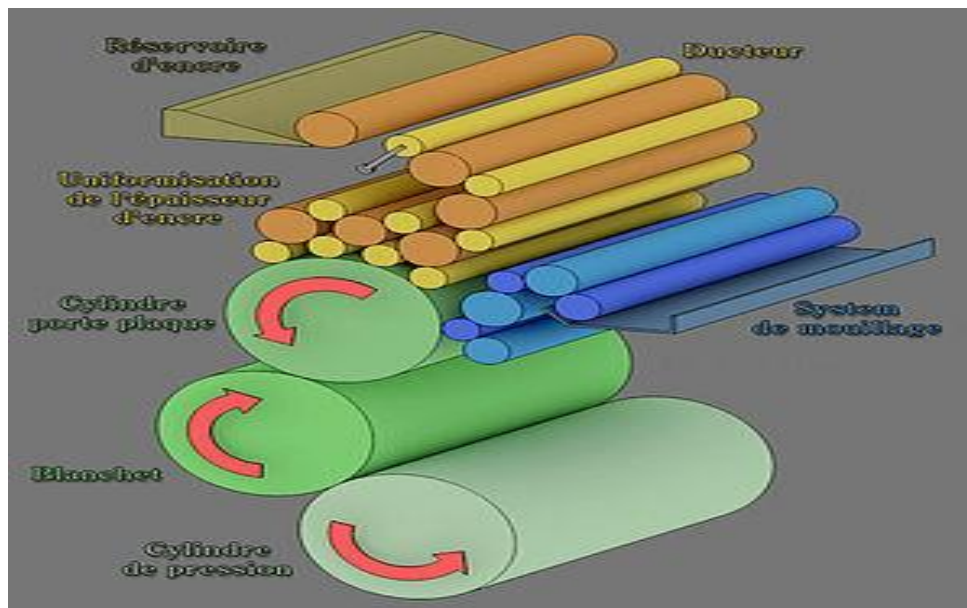
Le **métier d'éditeur** est un acteur du marché du livre. Un éditeur accompagne les auteurs, de la rédaction de leur manuscrit à son impression, jusqu'à sa distribution, l'éditeur est l'acteur central et quasi incontournable du monde du livre.

L'**imprimeur** est le maillon le plus stratégique du processus d'impression : c'est lui qui fait la liaison entre les besoins/envies du client et les possibilités des machines. Son rôle est donc tout à la fois technique, commercial et esthétique. On distingue dans les procédés d'impression l'offset et le numérique.

L'**offset** (de l'anglais *to set off*, reporter) est un procédé d'impression qui est l'amélioration de la lithographie, remplaçant la pierre lithographique par une plaque souple, adaptée à un cylindre, et l'ajout d'un blanchet autour d'un cylindre porte-blanchet (ou cylindre offset), entre le cylindre porte-plaque et le papier.

Le procédé offset est actuellement le procédé majeur d'impression professionnelle. Son succès est dû à sa souplesse et sa capacité à s'adapter à une large variété de produits. L'offset permet de couvrir une gamme de tirages relativement large. En effet, le procédé est préférable à d'autres procédés jusqu'à quelques centaines de milliers d'exemplaires. Au-delà, on lui préférera l'héliogravure.

Schéma d'un système d'encre pour l'impression offset par voie humide.



Les procédés d'impression numérique sont une forme contemporaine de l'imprimerie.

L'impression numérique est une technique d'impression sans forme imprimante - contrairement à l'offset- utilisant les données informatiques en flux continu directement de l'ordinateur à la machine imprimante.

Les applications de l'impression numérique permettent à ses utilisateurs de s'adapter aux exigences modernes des marchés :

- Impression à la demande et courts tirages permettant d'imprimer rapidement et à coûts raisonnables de petites quantités, ce qui réduit ou fait disparaître les stocks de documents imprimés,
- Impression à données variables permettant de personnaliser entièrement et en couleur tout ou partie d'un document en fonction de son destinataire (textes, images). L'impression à données variables et la personnalisation sont particulièrement utilisées dans le domaine du marketing, et notamment du marketing direct, qui y voit une opportunité de toucher directement sa clientèle et d'augmenter les ventes.

Le métier du diffuseur est principalement commercial et marketing. Il favorise la présence des livres dans les librairies physiques et sur les salons littéraires. Si le distributeur permet à votre livre de pouvoir être acheté partout, le diffuseur fait en sorte qu'il soit vu partout, quel que soit le point de vente : librairies indépendantes, chaînes, grandes surfaces, marchands de journaux, centrales d'achat, etc.

le diffuseur s'appuie sur une équipe de commerciaux, nommés « représentants », qui se consacre entièrement à la vente des livres, selon les étapes suivantes :

1. Définir avec votre éditeur un objectif de nombre d'exemplaires de livres à insérer sur le marché.
2. Démarcher les points de vente pour leur faire connaître le catalogue de votre éditeur et les convaincre de commander des exemplaires.

3. Fournir aux points de vente des supports de promotion pour mieux vendre : kakémonos, présentoirs, affiches, etc.
4. Prendre les commandes réceptionnées par les points de vente et les fournir à votre éditeur (qui les fournit ensuite au distributeur).
5. Assurer le réassort des livres dans les points de vente pour éviter les ruptures de stock.
6. Sensibiliser les points de vente sur les nouveautés littéraires de l'éditeur, puis reprendre au point 3., et ainsi de suite.

Le métier de distributeur est principalement tourné vers la logistique et peut se résumer en quatre verbes : stocker, expédier, retourner, facturer.

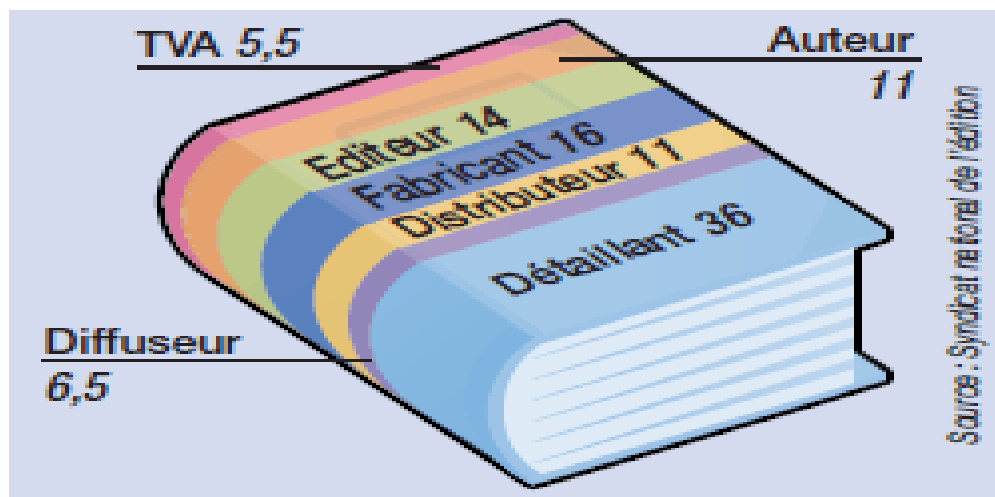
Il gère le stock de livres imprimés. C'est toujours utile si le premier tirage de votre ouvrage s'élève à plusieurs milliers d'exemplaires, l'éditeur ne pouvant stocker des dizaines de cartons pesant une tonne dans son bureau exigüe.

Lorsqu'un exemplaire de votre livre trouve preneur, le distributeur assure l'expédition, c'est-à-dire qu'il conditionne le colis et l'envoie par voie postale aux librairies, aux clients finaux ou à toute autre adresse renseignée par l'acquéreur. Concrètement, lorsqu'un lecteur commande un livre sur un site internet marchand ou dans une librairie de quartier, ils se passe trois choses : le site internet marchand et la librairie encaissent l'argent puis transmettent la commande au distributeur qui expédie le livre sous 48h, la plupart du temps.

Selon les éditeurs, une politique de retour des livres invendus est mise en place, ainsi que la mise au pilon (destruction). Cette étape, qui permet aux éditeurs et aux auteurs de minimiser les risques financiers est, paradoxalement, facturée très cher par les distributeurs, ce qui explique que certains éditeurs ne gèrent pas cet aspect.

Le distributeur qui se charge de la facturation pour la simple et bonne raison qu'il est en contact direct avec les centrales d'achat et les librairies (physiques et en ligne) qui commandent les livres. Il comptabilise donc les exemplaires vendus (expédiés puis facturés par tous les intermédiaires) et transmet ponctuellement un rapport de vente aux éditeurs.

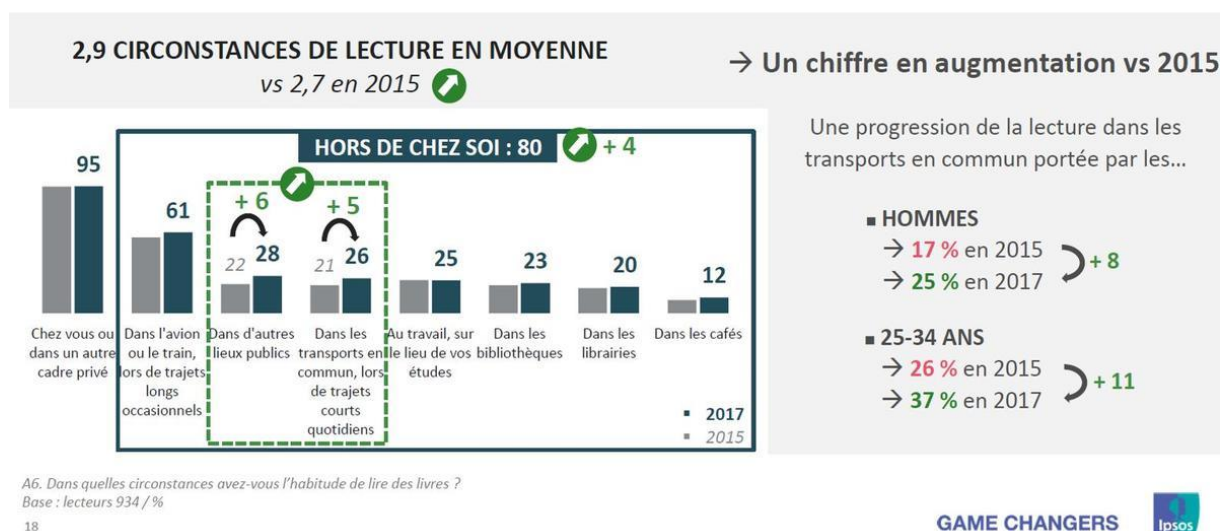
Document 2 : La décomposition du prix du livre.



Document 3 : Les pratiques des lecteurs. Le Figaro. Marie-Estelle Pech.

INFOGRAPHIES - La lecture se pratique davantage hors de chez soi, notamment dans les lieux publics, les cafés et les transports en commun. Une augmentation sensible chez les 25-34 ans.

En revanche, les circonstances de lecture se sont diversifiées par rapport à 2015. La lecture se pratique toujours autant à domicile, mais également plus hors de chez soi, notamment dans les lieux publics et les transports en commun



La France reste un pays de lecteurs et les Français lisent de plus en plus de livres. Ils sont 91 % à se déclarer lecteurs à des degrés divers (d'un livre lu à plus de cinquante par an), selon le Centre national du livre (CNL) qui a confié à Ipsos la mise en œuvre d'un baromètre portant sur un échantillon de 1000 personnes. Les « grands lecteurs » qui affirment lire plus de quinze livres par an sont surtout des femmes et des plus de 50 ans. Et cette catégorie lit de plus en plus. Ils sont 30 % à se déclarer grands lecteurs contre 22 % en 2015. Les plus jeunes ne sont pas en reste dans cette frénésie de lecture. Alors que la tendance à la baisse était particulièrement marquée chez 15-24 ans en 2015, ils sont aujourd'hui plus nombreux à déclarer lire plus de livres, 28 % contre 16 %.

Des livres sur le rangement, les secrets de l'intestin ou l'alimentation ont été particulièrement plébiscités ces derniers mois

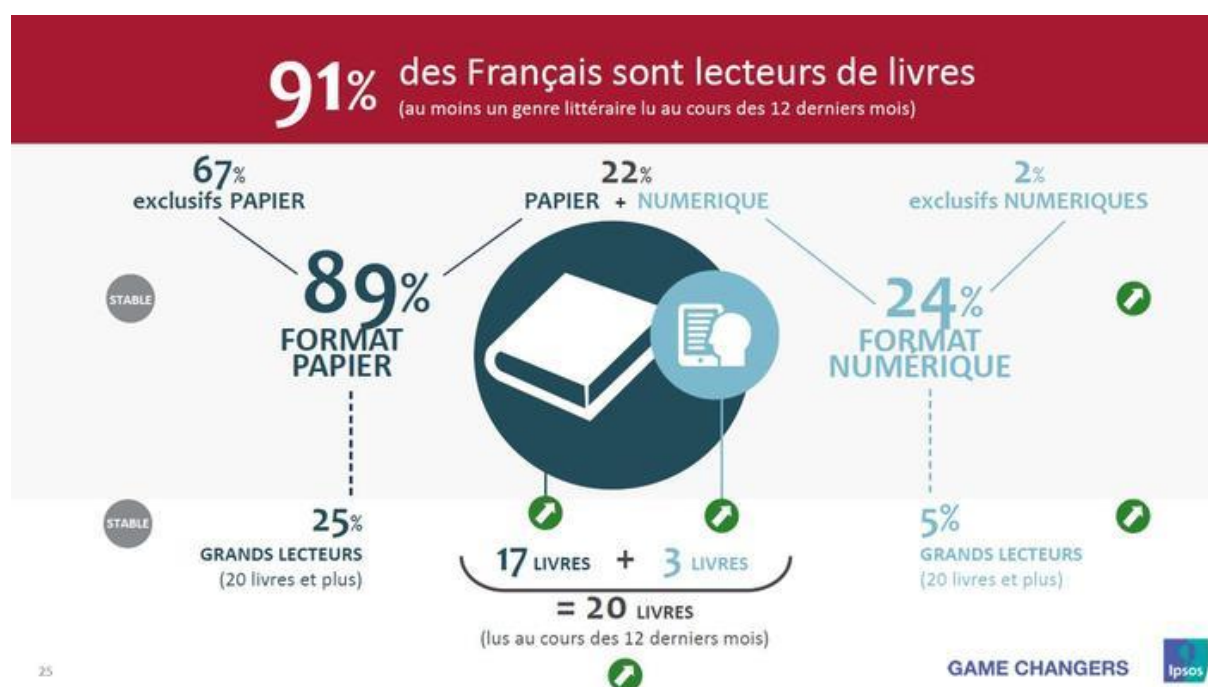
Ce sondage n'exagère-t-il pas ? Les gens n'ont-ils pas tendance à mentir sur leur pratique de la lecture, surtout à l'heure d'internet où les loisirs se sont multipliés ? D'autant que la lecture est souvent présentée comme une pratique sociale valorisante... « Il y a sûrement une part de ressenti dans les déclarations », reconnaît Vincent Monadé, président du Centre national du livre. Mais tout dépend ce que l'on entend par « livre ». Un livre, ce n'est pas forcément une œuvre littéraire de haute volée. Si les romans policiers sont plébiscités, ce sont les livres pratiques qui sont en forte croissance, surtout ceux qui ont trait au développement personnel, à la santé et à la psychologie. Des livres sur le rangement, les secrets de l'intestin ou l'alimentation ont été particulièrement plébiscités ces derniers mois. C'est ce que les femmes lisent en premier pour 69 % d'entre elles, loin devant les romans. Les hommes préfèrent toujours les bandes dessinées... devant les livres pratiques. Les livres pour enfants affichent aussi de nettes progressions

Les circonstances de lecture se sont diversifiées par rapport à 2015. On aime toujours autant lire à domicile, mais aussi de plus en plus à l'extérieur, notamment dans les lieux publics, les transports en commun et dans les cafés. Ils sont désormais 26 % contre 21 % à lire dans les transports en commun, lors de trajets courts quotidiens. Un effet « en partie lié au numérique », observe le président du Centre national du livre, l'organisme public chargé de soutenir tous les acteurs de la chaîne du livre. Cette augmentation est particulièrement sensible chez les 25-34 ans, avec une croissance de 11 points (37 % contre 26 %).

Progression de la lecture de livres numériques

L'augmentation globale du nombre de livres lus s'explique par les grands lecteurs qui lisent encore plus de livres au format papier qu'en 2015, 17 contre 14. Mais elle s'explique aussi par une progression de la lecture de livres numériques, surtout chez les femmes et les plus de 65 ans, même si les plus gros consommateurs de numériques se trouvent chez les 15-44 ans (32 % de lecteurs numériques). De fait, si 67 % des Français ne lisent que sur papier et 2 % uniquement sur numérique, 22 % alternent les deux.

Enfin, les modes d'accès aux livres ont fortement évolué. Plus du tiers des lecteurs a eu recours à l'achat d'occasion en 2017 (+ 8 points par rapport à 2015), surtout les plus de 35 ans. Et plus des trois quarts des lecteurs ont également emprunté ou reçu en cadeau un livre. Ainsi, la vente en ligne - qui est souvent aussi un achat d'occasion - a très nettement progressé au détriment des librairies. Les grandes surfaces culturelles et les lieux d'achat spécialisés dans l'occasion se sont également fortement développés. Les Français ne sont plus que 70 % à acheter un livre en librairie en 2017, contre 75 % en 2015.



Les acheteurs de livres expliquent toujours leur non-fréquentation des librairies par le fait qu'il n'y en a pas près de chez eux, mais également parce qu'ils pensent que les livres y sont

plus chers. « Une fausse idée qu'on ne parvient pas à faire changer alors que le prix du livre est unique », observe Vincent Monadé. La loi sur le prix unique du livre en vigueur depuis 1981...

S'ils le pouvaient, 63% des Français affirment qu'ils aimeraient lire davantage. Ce chiffre atteint même 76% chez les 25-34 ans. S'ils avaient une journée supplémentaire dans la semaine à consacrer aux loisirs, la lecture serait l'une des trois activités privilégiées par les personnes interrogées, avant une sortie culturelle (musée), le cinéma, la télévision. C'est toutefois sortir avec des amis que les Français privilégieraient.

Quant au goût de la lecture, il dépend en large partie du contexte familial pendant l'enfance, constate l'étude du CNL. Ainsi, 20% des Français dont les parents ne lisaient jamais de livres sont aujourd'hui non-lecteurs, comme leurs parents tandis que 36% des Français dont les parents lisaient souvent des livres sont aujourd'hui des grands lecteurs.

Document 4 : Le Pass Culture. Premier Ministre. Direction de l'information légale et administrative.

Après une expérimentation de 2 ans dans plusieurs départements, le Pass Culture est désormais accessible à tous les jeunes de 18 ans sans condition de ressources sur tout le territoire. Ce forfait de 300 € peut être utilisé pour l'achat de billets (cinéma, concert, spectacle, musée...), de biens culturels (livres, disques, instruments de musique...), de cours de pratiques artistiques ou de services numériques (jeux vidéo, musique en ligne, certaines plateformes de VOD, presse en ligne, ebooks...).

Document 5 : Comment gérer une librairie.

Les libraires coordonnent souvent les animations et leur assortiment aux nombreux événements littéraires nationaux et internationaux tels que les salons et les remises de prix. Pour pouvoir conseiller ses clients, il doit se tenir à la pointe de l'actualité littéraire et spécialisée dans le type de livres qu'il vend.

Les 4 objectifs d'un libraire :

- Guider et conseiller la clientèle ;
- Sélectionner les ouvrages en fonction des attentes des clients et du type de librairie (généraliste ou spécialiste) ;
- Gérer les stocks en réalisant régulièrement des inventaires, en s'occupant des approvisionnements et en gérant les retours invendus ;
- Fidéliser la clientèle.

On distingue les librairies en fonction de leur surface :

surface moyenne des librairies A : 900 m² ; surface moyenne des librairies B : 300 m² ;
surface moyenne des librairies C : 122 m² ; > Surface moyenne des librairies D : 70 m². On constate que les librairies C rentabilisent le mieux l'espace de vente.

Les logiciels du libraire :

La solution « Medialog » pour la gestion de stock de tous les produits culturels. Place des Libraires. Le portail des librairies françaises.

La solution « Mediaweb » pour la vente en ligne dédiée aux librairies.

La base « Medialab » de données bibliographiques et commerciales des professionnels de la culture.

Document 6 : Témoignage d'un ancien libraire.

Septembre rejoue le traditionnel tsunami de la rentrée littéraire : près de 600 nouveaux romans en à peine deux mois vont s'ajouter aux 67 041 nouveaux titres produits dans l'année et aux 728 400 références disponibles [1]. Quand on sait que les gens considérés comme grands lecteurs (acheteurs d'au moins douze livres par an) représentent seulement 13% de la population adulte [2], on imagine vite la quantité de ces livres prédestinés au pilon. Mais, pour les libraires, c'est chaque année le même casse-tête : Que faut-il commander ? Que faudra-t-il avoir en stock pour ne pas louper une vente ? Comment éviter la réflexion grinçante du client : « *Bien sûr, vous ne pouvez pas tout avoir !* » qui ira chercher le livre dont « on » parle dans la grande surface voisine ou sur Amazon ?

Même s'il se flatte de choisir en toute indépendance les livres qu'il va essayer de conseiller, le libraire indépendant est sous cette pression. À moins que sa librairie ne soit pensée comme devant lui coûter de l'argent au lieu d'en rapporter, il ne peut se permettre de mépriser les livres dont « on » parle s'il veut garder une clientèle plus étoffée qu'une poignée de lecteurs « exigeants ». Son indépendance est donc toute relative, conditionnée par ce compromis. Car ce « on » a des moyens marketing énormes que n'ont pas les petits éditeurs : budgets de pub considérables, attaché.e.s de presse efficaces, copinages dans les médias (voire carrément certains journalistes dans leur « écurie »), représentants commerciaux mordants, etc. Le poids de cet appareil explique que sur les presque 1 500 éditeurs existant en France, les 5 grands groupes (Hachette-Lagardère, Planeta-Editis, Madrigall-Gallimard, etc.) possédant environ 200 éditeurs réalisent à eux seuls 85% des ventes. Face à ce rouleau compresseur, la marge de manœuvre des libraires reste au final aléatoire : malgré l'imagerie que défendent certaines petites échoppes pour se distinguer des chaînes et autres gros « empileurs de livres », ce n'est pas la passion qui commande, mais la trésorerie.

Pendant les dix-huit années où j'ai été libraire, de 1994 à 2012, ce fut mon perpétuel dilemme. Pour la librairie Voix au chapitre que j'avais créée à Saint-Nazaire (Loire-Atlantique), ce jeu d'équilibriste entre titres de choix et incontournables médiatiques était vital. Car, même si je n'avais pas ouvert cette librairie dans l'espoir de faire fortune, il fallait bien payer les charges et essayer de sortir un maigre salaire. Ce que ne manquaient pas de me rappeler mon banquier m'incitant à « *faire du chiffre* », et les comptabilités des éditeurs. Ces derniers, tout en sachant vanter le dynamisme des librairies indépendantes, s'en remettent sans trop rechigner à leurs diffuseurs-distributeurs pour réduire les remises des plus petits – qui ne vendent pas assez à leurs yeux – et favoriser les grosses boîtes qui, passant de grosses commandes, ont le pouvoir de négocier.

Un libraire indépendant bénéficie en général d'une « remise moyenne » de 30 à 35%. S'il marche bien, une fois tous ses frais payés, il récupère au mieux entre 2 et 5% du prix du livre. Mais bien souvent la dette s'accumule et finit par l'étrangler. Les fermetures de petites librairies indépendantes se multiplient depuis quelques années. Aux faibles marges s'ajoutent la concurrence des grandes surfaces « culturelles » qui se multiplient (et bénéficient, elles, de remises de 40% à 45% – auxquelles s'ajoutent diverses opérations de promotion), celle des ventes en ligne (favorisées par une ignorance tenace sur le prix unique du livre [3]) et une désaffection croissante des jeunes générations pour la lecture d'imprimés.

Il a donc fallu jongler en permanence pour faire ce métier de la manière dont j'estimais qu'il devait être fait : défendre des livres choisis par goût, hors de la liste des têtes de gondole ; avoir un fonds suffisamment solide dans un espace réduit ; contribuer à ce que Musso n'écrase pas totalement Scutenaire et que Max Gallo n'occulte pas entièrement Daniel Guérin ou Lissagaray. J'avais pour cela la marge de liberté que n'ont pas les « chaînes ». Cela me permettait, parfois, de vendre en quantité importante un titre « invisibilisé » par la presse, produit par un petit éditeur auquel cette vente permettait de souffler temporairement. Les rencontres avec des auteurs et des éditeurs que j'organisais dans ma librairie où en partenariat avec des associations renforçaient aussi ce processus. Le prix Loin du marketing [4], que j'ai fondé et défends toujours y contribuait également.

Mais la passion ne peut pas tout. Je devais aussi faire face aux difficultés que connaissent tous les libraires indépendants : loyers de centre-ville en hausse constante, frais de transport et de fournitures rognant fortement la marge, difficulté à négocier des conditions commerciales correctes avec des représentants n'ayant plus assez de temps à consacrer aux « petits ». Sans compter la production éditoriale triplée en vingt ans, saturant le libraire et empêchant toute connaissance exhaustive des parutions et tout conseil de qualité. Car, contrairement à ce que pensent bien des lecteurs, le libraire ne passe pas sa journée à lire. Il se consacre aux clients, puis à faire ses comptes et s'occuper des urgences logistiques – commandes, livraisons, retours [5] – et autre paperasse administrative. Bref, par passion, mais aussi parce que le métier l'exige, un bon libraire est un libraire insomniaque. Ce qui était heureusement mon cas.

Aussi, lorsque trois grandes surfaces « culturelles » se sont installées sur la ville en l'espace de quelques mois, mon chiffre d'affaires a chuté de 40%. J'ai dû mettre la clé sous la porte, après de longues années passées à tenir sur la corde raide. J'en garde la fierté d'avoir fait un « beau métier » et le regret de ne pas avoir su faire suffisamment comprendre à quel point les librairies sont vitales pour la liberté de création et d'opinion, pour le développement des connaissances, de l'imagination et de l'esprit critique.

Gérard Lambert-Ullmann

[2] 24% en ont acheté de 1 à 4, 14% en ont acheté de 5 à 11, 13% en ont acheté 12 et plus, soit 51% de la population adulte française, ce qui signifie que 49% de cette population, soit près de la moitié, n'a acheté aucun livre ! (Statistiques de l'Observatoire de l'économie du livre).

[3] Depuis le 10 août 1981, la loi dite « Lang » protège les libraires d'un possible *dumping* par les grandes surfaces en imposant un prix unique du livre : chaque livre a un prix fixé par l'éditeur, qui doit figurer sur l'ouvrage et qui est le même quels que soient les points de vente. Les livres ne sont donc pas moins chers en grande surface. Mais la plupart des consommateurs continuent à en être persuadés, aidés en cela par des publicités roublardes.

[4] Voir [Les coudées franches](#).

[5] Chez la plupart des gros éditeurs, le libraire a un délai pour retourner des nouveautés invendues. Ce qui peut paraître une sorte d'assurance mais est en réalité un piège pouvant plomber la trésorerie car le libraire doit avancer l'argent de ces « mises en place » avant d'être crédité de ses retours.

Document 7. La fin des éditions Le Fallois. Le Monde avec l'AFP.

Les Editions de Fallois n'y ont pas survécu. Après la disparition de Bernard de Fallois, puis l'envol de Joël Dicker, leur auteur vedette parti créer sa propre maison d'édition, elles cessent leur activité.

« *Les Editions de Fallois, fondées en 1987, mettront fin à leur activité le 31 décembre 2021 conformément à la décision de leurs actionnaires, réunis en assemblée générale extraordinaire le 7 octobre* », a annoncé, un communiqué transmis à l'Agence France-Presse (AFP), la maison d'édition.

Celle-ci avait été fondée par un universitaire spécialiste de Marcel Proust, devenu l'un des éditeurs les mieux considérés à Paris, Bernard de Fallois, mort à 91 ans en janvier 2018. D'après l'entreprise, celui-ci ne souhaitait pas que sa maison d'édition lui survive durablement, mais qu'elle disparaisse à terme.

« *Tel était le vœu du fondateur de la maison, Bernard de Fallois (1926-2018), qui avait été auparavant directeur général du Groupe Livre Hachette puis directeur général du groupe des Presses de la cité* », ont expliqué les Editions de Fallois.

L'avenir de cette maison semblait compromis après le départ du romancier qui assurait l'essentiel de ses ventes, Joël Dicker. L'écrivain suisse, révélé en 2012 par *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert*, a annoncé en mars qu'il lançait sa propre maison d'édition. Baptisée Rosie & Wolfe, elle doit voir le jour le 1^{er} janvier.

La cessation d'activité laisse penser que Joël Dicker devrait récupérer les droits sur ses livres, qui se vendent par centaines de milliers d'exemplaires en France chaque année. Le devenir du reste des titres de cette maison est incertain.

« *Les Editions de Fallois ont inscrit plus de 800 titres à leur catalogue, caractérisé par un large éclectisme : Raymond Aron y côtoie notamment Marcel Pagnol, Robert Merle, Jacqueline de Romilly, Emmanuel Berl, Fernand Braudel, Marc Fumaroli, Alain Peyrefitte, Simone Bertièrre. Elles firent également connaître en France les romans de Rose Tremain et de Kate Atkinson, et révélèrent au monde entier ceux de Joël Dicker* », ont résumé les Editions de Fallois.

Document 8 : A quoi sert un éditeur ?

L'ÉDITEUR SÉLECTIONNE LES TEXTES QU'IL PUBLIE...

La toute première mission de l'éditeur, c'est bien sûr de sélectionner les textes qu'il publie, c'est de repérer le talent chez un auteur. Cette sélection est nécessaire :

- pour s'assurer que le texte soit cohérent par rapport à sa ligne éditoriale ;

- pour proposer aux lecteurs des textes nouveaux, des textes originaux, qui ne ressemblent à aucun autre.

... AINSI QUE LES AUTEURS

Cela peut paraître étrange, mais une relation auteur/éditeur, c'est avant tout une relation humaine, alors l'éditeur doit s'assurer qu'il pourra travailler avec l'auteur dans un respect mutuel, une confiance réciproque.

L'ÉDITEUR COORDONNE : CORRECTION / COUVERTURE / CRÉATION DU LIVRE

L'éditeur est un véritable chef d'orchestre : il coordonne la conception graphique de la couverture, la correction et la conception du livre (papier ou numérique). C'est aussi lui qui choisit le titre et qui rédige le 4ème de couverture qui donnera envie aux lecteurs de lire le livre.

L'ÉDITEUR RÉALISE LA PROMOTION DE L'OUVRAGE

Une mission très importante pour l'éditeur est celle de faire la promotion du livre. À quoi servirait-il de publier un livre sans essayer de le faire connaître auprès des lecteurs ? C'est donc l'éditeur qui se bat pour que le livre soit en bonne place dans les librairies, ou ait une bonne visibilité sur les plateformes de vente sur internet.

L'ÉDITEUR PREND DES RISQUES POUR SES AUTEURS

L'éditeur est celui qui prend les risques : il investit du temps et de l'argent dans les livres auxquels il croit. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle il effectue une sélection scrupuleuse des manuscrits qu'il reçoit.

Document 9 : Le marché du livre. SGDL.

Le secteur du livre est la première industrie culturelle en France. Le marché du livre représente près de 4,5 milliards d'euros. À titre de comparaison, le marché de la musique enregistrée est estimé à moins de 1 milliard d'euros et celui du cinéma (billetterie et ventes de DVD) à près de 2 milliards d'euros.

Le secteur de la production et de la diffusion du livre représente, au sens large (édition, diffusion, distribution, commerce de détail et bibliothèques), plus de 80 000 emplois, dont environ 13 000 dans la branche de l'édition et 10 000 dans celle de la vente de livres au détail, auxquels il convient d'ajouter les 101 600 auteurs de livres qui sont à l'origine de cette filière.

Le secteur du livre est une industrie de nouveautés, dont l'économie est basée sur une logique de péréquation entre succès commerciaux et moindres réussites. Cette démarche favorable à la création littéraire incite les éditeurs de livres à multiplier les nouveautés pour augmenter leurs chances de succès. L'équilibre nécessaire entre diversité et surproduction devient de fait de plus en plus fragile.

Le secteur de l'édition a ainsi produit, en 2018, 67 942 nouveautés et nouvelles réimpressions (soit 190 nouveautés par jour !), ce qui porte le nombre de références disponibles à 783 000 en version imprimée (+1 % par rapport à 2017) et à 281 000 en version numérique (+13 %).

Cette hausse de la production éditoriale s'accompagne d'une forte diminution du tirage moyen par titre : en 2017, le tirage moyen s'établit à 4 994 ex./titre, soit une baisse de 6,5 % par rapport à 2016.

En 2017, 430 millions d'exemplaires (livres imprimés, numériques et audio) ont été vendus, générant pour le secteur de l'édition un chiffre d'affaires (CA) de 2,754 milliards d'euros (prix de cession éditeur), dont 201,7 millions d'euros pour les livres numériques et audio.

Malgré la grande diversité de l'offre disponible, on observe une tendance à la concentration des ventes sur un nombre réduit de titres : ainsi le secteur de l'édition réalise 48 % de son chiffre d'affaires grâce aux seuls 10 000 titres les plus vendus et 20,8 % de son chiffre d'affaires avec les 1 000 titres les plus vendus. Ce phénomène de concentration demeure toutefois nettement moins marqué dans le secteur du livre que dans d'autres industries culturelles.

Il existe par ailleurs une forte disparité dans l'évolution du marché selon les secteurs éditoriaux.

Le secteur de la littérature générale (roman, nouvelle, poésie, théâtre...) conserve une place importante, tant au sein de la production éditoriale (24,3 % des exemplaires produits), que de sa commercialisation (26 % des exemplaires vendus), et enregistre une croissance qui mérite d'être soulignée (+2,7 % de CA en 2017) dans un marché global stable au cours des dernières années.

Les secteurs du livre jeunesse et de la bande dessinée sont ceux qui, au cours des vingt dernières années, ont connu les plus fortes progressions.

Si le secteur du livre jeunesse a vu son chiffre d'affaires (340 M€ en 2017) progresser de 67,5 % depuis 2000, l'évolution du nombre de titres publiés dans ce secteur a cependant augmenté plus rapidement encore (+103 %), ce qui se traduit dans les faits par un CA/titre qui décroît et donc une rémunération des auteurs en baisse, sans compter que les taux des droits appliqués dans ce secteur demeurent généralement faibles (8 % en moyenne) et le plus souvent partagés entre l'auteur et l'illustrateur. Une étude consacrée à la filière du livre jeunesse sera réalisée en 2019 par le ministère de la Culture et le Centre national du livre (CNL), en lien avec la Société des gens de lettres (SGDL), le Syndicat national de l'édition (SNE) et le Syndicat de la librairie française (SLF), et devrait permettre de mieux appréhender la réalité du déséquilibre en matière de partage de la valeur dans ce secteur éditorial qui réalise à lui seul 12,8 % du CA de l'édition.

Le secteur de la bande dessinée a également connu une forte progression, la production éditoriale ayant augmenté de 400 % en vingt ans (9 606 titres publiés en 2017) et le chiffre d'affaires de ce secteur ayant enregistré une hausse de 206 % sur la même période (dont +13 % en 2017). Il représente aujourd'hui 10,5 % du CA global de l'édition.

Le secteur des sciences humaines et sociales se caractérise par cette particularité qu'il conserve une part importante au sein du chiffre d'affaires de l'édition (14 % en 2017), alors qu'il ne représente que 3 % des exemplaires produits et 4,6 % des exemplaires vendus.

Le secteur de l'édition scolaire tient lui aussi une place importante dans l'économie du livre, avec 14,2 % de part de marché (378 M€ en 2017).

On observe également que les ouvrages en format de poche occupent une place croissante au sein de la production, bien qu'à proportion ils contribuent dans une bien moindre mesure au chiffre d'affaires du secteur : en 2017, le poche représente 25 % de la production éditoriale et 27,1 % des ventes de livres, mais seulement 14,3 % du chiffre d'affaires de l'édition (soit 379,50 M€).

Le secteur de la traduction contribue également au maintien des équilibres : en 2017, les éditeurs français ont réalisé 13 452 cessions de droits pour des traductions en langue étrangère, soit 8 % de plus qu'en 2016, ces cessions ayant contribué à hauteur de 138 M€ au chiffre d'affaires global de l'édition (+4,4 %). Dans le même temps, ils ont acquis les droits de traduction de 12 591 titres étrangers, qui représentent 18,5 % de la production éditoriale française.

L'anglais (59,3 % des titres traduits en français en 2018, en progression de 0,8 %) demeure la langue la plus traduite dans l'édition française, suivi de très loin par le japonais (12,6 %), l'allemand (5,9 %), l'italien (4,5 %), l'espagnol (3,2 %) et le russe (1,9 %).

Le prix de vente des livres continue, quant à lui, à progresser nettement moins vite (+0,5 % en 2017) que l'indice moyen des prix des biens de consommation (+1,8 %).

Dans ce contexte de stabilité du prix de vente des livres, la hausse de la production éditoriale, conjuguée à une baisse des tirages moyens, conduit à un chiffre d'affaires réalisé par titre en baisse et donc à une diminution proportionnelle des droits versés aux auteurs, dont la situation économique tend à se dégrader.

Document 10 : La première et la quatrième de couverture d'un livre.

JULIETTE FRANÇOISE

L'EMPIRE DE LA MONNAIE
dans les Mascareignes
au XVIII^e siècle



ÉDITIONS ITHAKA

L'EMPIRE DE LA MONNAIE
dans les Mascareignes

La monnaie est une institution qui permet la médiation des relations sociales de dette et de créance. Ses fonctions de compte, de paiement, d'échange et de réserve de valeur sont essentielles au fonctionnement de l'économie marchande. Il existe une pluralité de monnaies qui relèvent de pratiques monétaires multiples et différenciées, historiquement et spatialement situées dans des régimes de souveraineté politique et monétaire.

Cet ouvrage propose une approche historique de la monnaie et des dynamiques monétaires liées aux activités commerciales et coloniales françaises dans l'Océan Indien au XVIII^e siècle. Il s'agit d'analyser le fait monétaire dans sa globalité, c'est-à-dire, non seulement en tant qu'institution de base de l'économie marchande, mais aussi comme enjeu politique. La monnaie est, en effet, un élément clef dans les modalités d'exercice et d'imposition de la domination coloniale puisqu'elle symbolise la souveraineté politique et qu'elle permet la captation et l'orientation des richesses. Il est indispensable de prendre en compte ces deux dimensions de la monnaie afin de proposer une interprétation la plus complète possible des dynamiques monétaires activées par la présence française dans un espace extra-européen à l'époque moderne.



Diplômée de l'École des Études Orientales et Africaines de Londres et de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Juliette Françoise poursuit ses études à l'École Normale Supérieure. Ses recherches portent sur la monnaie et la finance à l'époque moderne. Elle s'intéresse, en particulier, à la production et à la circulation des instruments monétaires, ainsi qu'aux institutions monétaires et financières liées à l'Empire colonial français en Asie. Cet ouvrage est issu de son mémoire de master 2 d'Histoire économique moderne, rédigé sous la direction d'Anne Conchon.



Prix : 16€
ISBN : 978-2-95662-953-5
ÉDITIONS ITHAKA
www.ithaka.fr

Parution : 10 juin 2020

Genre : Histoire économique

16 €

286 pages, broché

Format : 14 X 21 cm

ISBN : 978-2-95662-953-5