

Le livre toujours en résistance

La baisse d'appétit pour la lecture, l'arrivée de nouveaux intermédiaires et la multiplication des contenus gratuits alimentent l'idée d'une crise permanente. Mais éditeurs et libraires tiennent tête

NADINE BAYLE
AVEC ALAIN BEUVE-MÉRY

A partir de mercredi 14 octobre, plus de deux cents maisons d'édition françaises se retrouvent à la Foire du livre de Francfort. Avec l'arrivée de centaines de nouveaux romans sur les tables des libraires et la course aux prix d'automne, c'est l'un de ces rituels de la rentrée littéraire que rien ne semble pouvoir bousculer. Un paradoxe à l'heure où les plus grandes librairies et bibliothèques de la planète se trouvent sur Internet et où un ouvrage peut coûter moins cher qu'un café ? Retour sur trois défis qui changent le livre.

AFFRONTER LA DÉSERTION DES LECTEURS

Entre 1973 et 2008, la part dans la population des 15 ans et plus ayant lu vingt livres ou plus dans l'année a chuté de 28 % à 16 %, selon l'enquête « Pratiques culturelles des Français » du ministère de la culture. Dans leur ensemble, 53 % des Français déclaraient spontanément « lire peu ou pas du tout de livres » lors de la dernière enquête, il y a sept ans. « Le livre s'inscrit à présent dans l'économie de l'attention », une denrée rare, résume l'économiste de la culture François Moreau, professeur à l'université Paris-XIII.

Concurrence d'autres loisirs, manque de temps, désacralisation du livre, fractionnement de la lecture sur les écrans... Depuis les années 1980, chaque nouvelle génération comporte moins de grands lecteurs que la précédente. Et une partie des faibles et moyens lecteurs décrochent à partir de l'adolescence. Dans les milieux populaires, « certaines formes de romans, dont la romance, fonctionnent encore bien auprès des lecteurs féminins mais le livre n'offre plus de relais auprès des hommes », constate Olivier Donnat, qui dirige l'enquête sur les pratiques culturelles des Français au ministère de la culture. *Le polar s'est élitisé, on est passé de SAS à Fred Vargas en quinze ans.*

Le livre numérique n'a pas créé, lui, de nouveaux lecteurs. D'où la nécessité pour les éditeurs de trouver des relais de croissance par la diversification, quitte à procéder par acquisition. Après le rachat de Flammarion, en septembre 2012, Antoine Gallimard en illustre le principe dans *Télérama* (22 mars 2014). « Flammarion sort régulièrement

ment des documents politiques, ce qui n'est pas le cas de Gallimard. Michel Onfray, qui s'en est pris à Freud et Sartre, est publié chez Flammarion, pas chez Gallimard, la maison de ces deux auteurs. Ce qui m'intéresse, c'est d'avoir, à côté de Folio, une collection de poche populaire comme J'ai lu, d'avoir Casterman, car la BD est un secteur en plein développement, et d'avoir un beau département

éducation, complémentaire au nôtre... »

Autre moyen de combattre l'érosion des lecteurs : « Tout le monde va chercher des débouchés hors de la librairie », témoigne Phi-Anh Nguyen, agent depuis vingt ans, qui travaille notamment pour le spécialiste du livre jeunesse et BD Sarbacane. « Nos livres étaient encore sous forme de maquettes pour notre premier Salon de Francfort, en 2002 ! Dès le départ, nous étions conscients que la cession des droits de nos ouvrages était nécessaire à l'économie de la maison », confirme Frédéric Lavabre, le fondateur de Sarbacane. En 2014, le chiffre d'affaires des éditeurs lié aux cessions de droits (poché

compris) progressait de 5,5 %, alors que les ventes de livres s'affaiblissent en repli (-1,7 %), selon le Syndicat national de l'édition (SNE).

Avant même sa sortie, la semaine prochaine, le nouvel Astérix, *Le Papyrus de César* (tiré à 1,8 million d'exemplaires) « suscitait des marques d'intérêt très soutenues, et pas seulement pour le cinéma », indique-t-on chez Hachette Livre. Il y a aussi les objets, le textile, quand ce ne sont pas les parcs à thèmes...

En ce moment, tous les regards se tournent vers la télévision et le cinéma, gros consommateurs de contenus. Cinq éditeurs s'envolent pour Los Angeles le 9 novembre pour la prochaine opération de charme organisée par la profession, « Shoot the Book ». Et « c'est dans un avion que Nicole Garcia a découvert Mal de pierres, de Milena Agus, qu'un ami lui avait prêté et dont elle va faire un film avec Marion Cotillard, produit par Le Trésor », raconte Liana Levi, dont la petite maison d'édition portant son nom (vingt nouveautés par an) verra trois de ses

œuvres adaptées au cinéma en 2016. « Du jamais-vu pour nous ! » À tel point que, comme le souligne Yves Pagès, qui dirige les Editions Verticales, « pour certains auteurs, voir leurs œuvres au cinéma est une consécration plus grande que de les voir en librairie ! ».

RÉSISTER À LA MACHINE AMAZON

Ils viennent de la com', du marketing, de la gestion, de la stratégie... Benjamin Cornet fait partie de ces nouveaux libraires « nés » après Amazon. Après une carrière dans le conseil et une étude de marché, il a ouvert il y a deux ans, sur cent vingt mètres carrés à Boulogne-Billancourt, Les Mots et les Choses. « Tous les jours, des clients me remercient de m'être installé ici en disant qu'ils arrêtent l'achat en ligne, témoigne-t-il. Mon chiffre d'affaires n'a fait que progresser. »

Depuis un an, les 3200 librairies indépendantes constatent comme lui un retour des clients. Fin juin, leur chiffre d'affaires affichait une hausse comprise, selon leur taille, entre 5 % et 9 % par rapport à la même période de 2014, d'après les indicateurs de Li-

vres Hebdo. « Ce qui frappe, c'est que le livre est non seulement l'industrie culturelle la plus ancienne mais c'est aussi la plus solide », note Françoise Benhamou, spécialiste de l'économie culturelle et auteur de *Le Livre à l'heure numérique* (2014, seuil). Il a un côté force tranquille, qui s'appuie sur la lecture publique, la loi du prix unique du livre et une TVA réduite qui s'applique aussi bien à Grey qu'à un titre confidentiel et au papier comme au numérique. »

Cela fait de la France, en comparaison

d'autres pays, une forteresse pour Amazon. A chaque nouvelle menace, le gouvernement sort le carton rouge, comme en octobre 2014 : entre la réduction de 5 % sur le prix de vente permise par la loi Lang et les frais de port gratuits, il faut désormais choisir. « Cela coûte à présent moins cher d'acheter en librairie avec une carte de fidélité, se réjouit Guillaume Husson, le délégué général du Syndicat de la librairie française (SLF). Cela a joué, Amazon ne fait plus 15 % de croissance par an. »

Le géant américain de la vente en ligne, avec plus de 400 000 références en langue française sur son site ouvert en 2000 et sa li-seuse Kindle vendue depuis fin 2012 dans l'Hexagone, devrait pourtant devenir le premier libraire de France « en 2016 ou au plus tard en 2017 », prédit le cabinet Xerfi. « Son chiffre d'affaires dans le livre se rapproche de celui de la Fnac, autour de 500 millions d'euros », précise le chargé d'études pour le livre, Alexandre Masure. Les deux tiers des ventes en ligne de livres physiques de l'Hexagone et la moitié des achats d'e-books transiteraient par Amazon.fr.

« Cela ne fait pas d'Amazon un acteur dominant, relativise le professeur à Paris-XIII François Moreau. La vente par Internet est fragmentée et l'e-book reste marginal. Une des forces du livre est de réussir à maintenir un réseau de libraires actif et vivant. Un monde où Amazon les ferait tous disparaître serait sans doute très différent. »

L'exemple des indépendants américains est dans tous les esprits. Laminés entre 2009 et 2011, quand les ventes d'e-books ont explosé au profit de l'e-commerçant, ils prennent leur revanche. Dans leurs rangs, 567 points de ventes de plus qu'il y a cinq ans et 302 nouveaux membres (sur 1712), selon l'American Booksellers Association. Tous ont choisi de se concentrer sur la vente, l'animation et le service autour du livre physique.

Une approche largement partagée de ce côté-ci de l'Atlantique. Seuls 200 libraires français se sont lancés dans la vente d'e-books, directement pour les plus importants ou à travers des plates-formes. Il n'y aurait « pas de progression notable de ces ventes », selon le SLF. « La Fnac, "agitateur culturel", avait poussé les libraires à sortir de derrière leur comptoir, Amazon nous impose

« POUR CERTAINS AUTEURS, VOIR LEURS ŒUVRES AU CINÉMA EST UNE CONSÉCRATION PLUS GRANDE QUE DE LES VOIR EN LIBRAIRIE ! »

YVES PAGÈS
directeur des Editions
Verticales

LES DEUX TIERS
DES VENTES
EN LIGNE DE
LIVRES PHYSIQUES
DE L'HEXAGONE
ET LA MOITIÉ DES
ACHATS D'E-BOOKS
TRANSITERAIENT
PAR AMAZON.FR

de faire notre métier, c'est-à-dire la vente de livres physiques», juge Georges-Marc Habib, qui dirige la librairie parisienne L'Atelier.

A deux reprises, en 2014 et 2015, l'Association des librairies informatisées (ALire) a fait le voyage aux Etats-Unis pour s'inspirer des bonnes pratiques des Américains, en particulier le système de diffusion des catalogues des éditeurs, rapporte l'un des fondateurs, François Milliet. Et comme leurs alter ego américains, les grands éditeurs français ont investi dans l'appui logistique et la distribu-

tion. Chez le numéro un français, Hachette Livre, «une livraison à J+2 a été mise en place il y a deux ans pour permettre à nos clients libraires d'être plus réactifs». Tous se dotent de machines d'impression à la demande dans leurs filiales de diffusion. «Comme dans l'automobile où les voitures ne sont fabriquées qu'après avoir été achetées, la solution parfaite consistera à rajouter dans le carton d'un libraire un livre qui sera imprimé dès la réception de la commande», explique Eric Lévy, le directeur des opérations du groupe Editis. D'ici à 2017, ce type de production sera possible en Europe.

Ironie de l'histoire, la Fnac, dont la politique de discount avait irrité les détaillants et suscité la loi Lang en 1981, se trouve aujourd'hui la mieux placée pour tenir tête à Amazon. Après avoir réduit ses surfaces consacrées au livre, elle mise sur le couplage de son site Internet à ses 104 magasins en matière de commandes et de livraisons. «Une force qu'Amazon n'a pas», souligne Coralie Pi-

ton, la directrice du livre de la Fnac. *Le livre n'est pas un produit d'appel pour nous, il est présent dans un panier sur deux dans nos magasins et sur Internet et au cœur de notre relation avec les clients.*

VIVRE AVEC LE GRATUIT

Sur la photo, abandonné sur un banc en bordure d'une rivière du Loiret, un livre s'offre au promeneur. Comme son ancien propriétaire, plus de 15.000 personnes ont participé mi-septembre à la seconde opération «Oublie un livre quelque part» lancée sur Facebook. L'esprit du «bookcrossing», mouvement né aux Etats-Unis, qui consiste à «libérer» des livres étiquetés comme des pigeons voyageurs pour en suivre le parcours, souffle sur la France.

Personne ne trouvait rien à redire à ces échanges, jusqu'à ce que des acteurs de l'Internet s'en mêlent. Avec ces nouveaux venus, le don et le troc pratiqués depuis toujours entre amis, voisins et membres de la famille pourrait changer d'échelle, et de nature. Dernier exemple, la jeune pousse Booxup a levé en septembre 310.000 euros pour améliorer son service de partage de livres papier et de rencontre entre lecteurs, basé sur la géolocalisation. Elle veut introduire la publicité, comme dans les forfaits de lecture illimitée dits «freemium», et vendre des ouvrages.

Le débat entre défenseurs et opposants autour de la «libre» circulation du livre, divisés sur le partage des revenus entre auteurs, éditeurs et libraires, laisse de mar-

bre Guillaume Decitre. «Ce sont des combats d'arrière-garde», affirme le président du groupe Decitre dont le fonds a installé une dizaine de boîtes à livres en quinze mois dans la région lyonnaise.

Le «tout-gratuit» est un marqueur de

l'époque, mais comment ne pas le laisser dynamiser le modèle économique du livre, après ceux de la musique et de la vidéo? Plus de la moitié des lecteurs numériques français expérimentent ou constituent des bibliothèques de classiques avec des œuvres du domaine public, sans parler du piratage. Transformer le lèche-vitrines en achats, la problématique est vieille comme le commerce. «Le feuilletage augmente de 10 % à 15 % les ventes», selon le libraire numérique Kobo. Surtout, «en offrant un tome, un chapitre, une planche, on peut créer des communautés de lecteurs qui vont échanger grâce à Internet et permettre une diffusion commerciale plus large», observe Christophe Evans, chargé d'études en sociologie au service Etudes et recherche de la bibliothèque publique d'information du Centre Pompidou.

Cette pratique, bien connue des auteurs autoédités qui l'utilisent pour créer leur public, fait des émules dans la romance, la BD et la littérature pour jeunes adultes. J'ai lu a, par exemple, recruté en février des lectrices autour de Jennifer L. Armentrout, en publiant gratuitement en numérique son dernier opus, *Eternellement*. Un titre en forme de promesse pour toute la profession du livre. ■

La bibliothèque universelle de Google a fait long feu

C'ÉTAIT L'UN DES PROJETS les plus ambitieux de bibliothèque universelle pour tous. Lancé en décembre 2004, le programme Google Books a permis la numérisation de plus de 10 millions d'ouvrages, grâce à des accords signés avec 29 bibliothèques (22 américaines et 7 européennes, dont la bibliothèque municipale de Lyon, deuxième fonds de France). En comparaison, Gallica, la bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France (BNF), numérisait 300.000 ouvrages en mode texte, à la même période.

Aujourd'hui, une page est tournée. Le géant de Mountain View s'occupe prioritairement de l'actualité, tout comme ses rivaux Facebook et Apple. Google n'a plus aucun programme de numérisation de bibliothèque en cours.

En numérisant d'abord les livres et en ne se posant qu'ensuite la question de leur statut juridique, Google a entamé un bras de fer très médiatisé avec les éditeurs et les ayants droit, et placé la question du droit d'auteur au cœur des débats. En novembre 2013, la justice américaine a donné raison à Google, contre la guilde des auteurs, sur la

légalité du «fair use», pratique validée parce qu'elle donnait au public des avantages supérieurs aux atteintes causées aux détenteurs du copyright. En Europe, Google a dû reculer.

Pour l'offre de Google, il convient de distinguer les livres tombés dans le domaine public, intégralement disponibles, des livres sous copyright. Cette catégorie, et tous les nouveaux livres référencés par le moteur de recherche, alimentent désormais la partie livre de son magasin en ligne, Google Play, où les utilisateurs peuvent ensuite commander les ouvrages à distance.

Gallica s'apprête de son côté à faire peau neuve, après deux ans de travail, à l'occasion d'une refonte graphique et fonctionnelle. «Face à la vision planétaire de Google, Gallica a répondu par une diversification de son offre qui comprend des livres, des images et des documents sonores. Il s'agit aujourd'hui de deux approches assez différentes», précise Bruno Racine, président de la BNF. Les deux institutions, autrefois en guerre ouverte, suivent désormais des routes différentes. ■

A. B.-M.

Marie-Pierre Sangouard, d'Amazon à Editis

SA CARRIÈRE résume à elle seule les vingt-cinq dernières années de l'édition française. Un quart de siècle qui a vu Amazon, Google, Apple et d'autres débouler dans le secteur et bousculer les règles séculaires qui régissaient le monde du livre, voire la manière de lire.

Depuis le 7 septembre, Marie-Pierre Sangouard est la nouvelle directrice de la stratégie digitale et marketing d'Editis, deuxième éditeur français (Nathan, Robert Laffont, Plon, Belfond, Julliard, Pocket, Le Robert...). Elle a été recrutée alors qu'elle était responsable des contenus numériques de la liseuse Kindle d'Amazon, depuis 2011.

«Le livre reste un bien culturel à part, stable économiquement, mais il est passé d'un milieu protégé à un milieu concurrentiel. Cela oblige chacun des acteurs à réinventer son modèle, les éditeurs comme les libraires», mais d'après elle, «le livre n'a jamais disposé d'autant d'atouts qu'à l'heure actuelle pour recruter de nouveaux lecteurs».

A 48 ans, cette femme élancée et élégante est propulsée à un des postes-clés de ce secteur qui pèse 2,5 milliards d'euros et qui est la

première industrie culturelle en France. Du livre, elle a déjà presque tout vu et tout connu. De l'édition papier, elle est passée par le numérique, pour revenir au papier, aguerrie et enrichie par son expérience. «Toutes les start-up qui se créent autour du livre démontrent à l'envi la vitalité du secteur. Les changements en cours bouleversent les équilibres traditionnels, mais cela oblige à se concentrer sur les nouveaux services à offrir aux lecteurs et sur la valeur ajoutée à apporter», poursuit-elle.

La plus crainte et la plus courtisée

Son parcours a suivi les évolutions du secteur. Diplômée d'HEC en 1988, elle a débuté comme assistante de Jacques Lehn, vice-président directeur général d'Europe 1, avant de bifurquer vers l'édition, devenant directrice marketing chez Hachette.

Après un petit détour par les Etats-Unis (1998-2001) à un moment où ont émergé les futurs grands acteurs de la Toile, Amazon et Google, elle accepte en 2005 la direction de «J'ai lu», la filiale poche grand public de Flammarion.

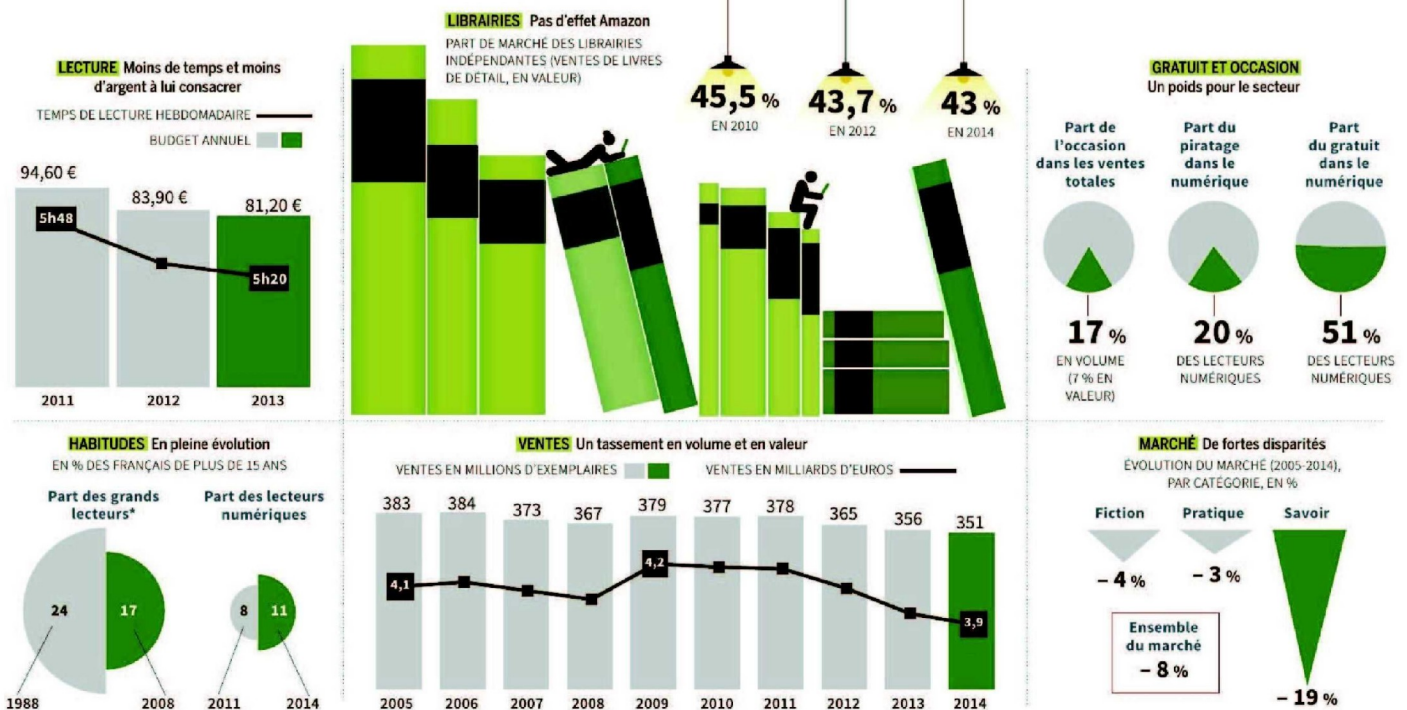
En 2008, elle est recrutée par la Fnac, le premier réseau de librairies en France, où elle prend la direction du Livre.

Nouveau virage en 2011, où Marie-Pierre Sangouard relève le défi de devenir à la fois la femme la plus crainte et la plus courtisée de l'édition. Amazon la recrute comme tête de proue, pour son implantation en France, avec le lancement de la Kindle. «Les modes de consommation se sont beaucoup diversifiés. Avec l'autoédition, l'écriture partagée, la création de communauté de lecteurs sur la Toile, la littérature s'est un peu plus démocratisée», observe-t-elle. A ce poste, elle a aussi recruté en mars Clément Monjou en tant qu'éditeur pour Amazon Publishing qui revendique plus de 600 000 auteurs édités en France par l'américain.

Mais dans l'Hexagone, Amazon ne détient que 40 % à 50 % du marché du livre électronique contre 90 % au Royaume-Uni. Cela peut expliquer ce nouveau changement de cap de la plus «digitale» des editrices françaises. ■

A. B.-M.

L'économie traditionnelle du livre résiste aux vents contraires et à la vague numérique



*LISENT PLUS DE 20 LIVRES PAR AN

SOURCES : DEPS-MINISTÈRE DE LA COMMUNICATION, LIVRES HEBDO-IPSO, GFK, SLF, SCFIA-SNE-SGDL