

## Le livre numérique, un marché de niche en France

# 3,5%

C'EST LA PART DE MARCHÉ  
DU LIVRE NUMÉRIQUE  
DANS L'ÉDITION FRANÇAISE

P our préparer l'été et séduire les lecteurs adeptes de la piscine ou de la plage, Kobo, filiale de Rakuten, sort, lundi 22 mai, une nouvelle liseuse étanche et anti-lumière bleue commercialisée notamment à la Fnac. La société française Bookeen a aussi lancé, vendredi 19 mai, sa nouvelle liseuse colorée, joliment dessinée par le cabinet 5.5 et vendue dans les magasins Carrefour (129,90 euros).

Des paris hardis : convaincre les Français de lire des e-books, c'est essayer de faire boire un âne qui n'a pas vraiment soif. Le marché du livre numérique grand public (hors scolaire, abonnements et édition professionnelle) ne représentait en 2016 dans l'Hexagone que 3,5 % du marché français de l'édition, soit 85 millions d'euros selon la dernière étude GFK (et 6,5 % en incluant ces trois dernières catégories, selon le Syndicat national de l'édition). Mais ce micromarché croît. C'est même le seul segment, hormis l'édition scolaire, qui ait fortement progressé, de 13 % par rapport à 2015.

Pourquoi le livre numérique a-t-il autant de mal à percer dans l'Hexagone? Selon Michaël Dahan, PDG de Bookeen, « *la principale raison vient du prix relativement élevé des ouvrages* ».

**NICOLE VULSER**

LIRE LA SUITE PAGE 8

# Pourquoi les Français boudent le livre numérique

Le marché du livre numérique ne représente que 3,5 % de l'édition française, il est toutefois en croissance

SUITE DE LA PREMIÈRE PAGE

Le prix est fixé par les éditeurs et généralement proposé à 30 % de moins que le livre physique. « Les éditeurs, échaudés par les modèles du tout-gratuit ont été très vigilants et, pour protéger leur écosystème, ont imposé des prix assez élevés pour les e-books », ajoute Sébastien Rouault, responsable du panel livres de GFK. Les coûts de revient des e-books sont pourtant très faibles puisque l'achat du papier, l'impression, le stockage et la distribution ne sont plus nécessaires dans le numérique. Pour Antoine Dreyfus, responsable marketing tablettes et liseuses chez Amazon Europe, « bon nombre de lecteurs trouvent l'écart de prix insuffisant et non justifié entre le papier et le numérique ». Une autre raison tient, selon M. Dahan, à « l'attachement des Français au papier ». M. Dreyfus note également « la faible allure à laquelle les éditeurs français ont converti leurs catalogues en numérique ».

En France, le prix unique du livre s'impose aussi sur le Net. Le dernier roman de Mario Vargas Llosa, *Aux cinq rues, Lima* (Gallimard), est vendu 15,99 euros en version téléchargeable sur tous les sites (Amazon, Fnac.com, Bookeen store...) et 22 euros en livre papier (304 pages). Parfois, des opérations commerciales ciblées sur une période courte permettent de vendre à prix cassés des livres numériques. Certains éditeurs de fantasy, comme Bragelonne, peuvent y avoir régulièrement recours.

M. Rouault note aussi des disparités importantes de ventes selon les genres littéraires. « Si les romans policiers, le fantastique et les romances atteignent jusqu'à 15 % de ventes en numérique, les ouvrages

## En France, le prix unique du livre s'impose aussi sur le Net

destinés à la jeunesse, les livres pratiques ou la BD, particulièrement mal adaptée au format des liseuses, ne sont quasiment pas vendus dans ce format », dit-il.

Tous les fabricants de liseuses en sont persuadés : c'est en équipant les lecteurs que ceux-ci achèteront des e-books. Pour Anne-Claire Tran, directrice des projets Livres numériques à la Fnac, « le canal principal de ventes reste la liseuse ». Ce que confirme le récent baromètre Sofia/SNE/SGDL rendu public en mars : 82 % des lecteurs utilisent une liseuse pour lire un livre numérique, 18 % une tablette et 10 % un téléphone portable. « Il s'agit toujours de gros lecteurs, qui lisent en vacances et dans les transports, selon M<sup>me</sup> Tran. Ces clients ne délaissent pas pour autant les livres papier. »

### L'hégémonie d'Amazon

La guerre fait rage entre les acteurs du secteur. Amazon s'est taillé la part du lion avec le Kindle et domine très largement le marché. Suivent la Fnac qui ne commercialise en magasin que sa li-

seuse Kobo, puis Apple et les rares indépendants, comme Bookeen ou TEA. Autre frein au développement : la non-compatibilité des liseuses peut jouer un rôle de repoussoir. Amazon, en effet, a développé un système propriétaire qui ne permet pas de lire des ouvrages achetés sur son site sur des liseuses concurrentes.

L'hégémonie de l'américain se vérifie aussi dans la vente des e-books. Pour endiguer sa position dominante dans la commercialisation des livres numériques, la Commission européenne a accepté début mai les engagements d'Amazon. Pendant cinq ans, le groupe américain ne pourra plus obliger les maisons d'édition à lui offrir des conditions plus favorables qu'à ses concurrents. En cas de manquement, Amazon pourrait se voir infliger une amende allant jusqu'à 10 % de son chiffre d'affaires mondial...

« Le développement du livre numérique n'a pas été aussi rapide en France que dans le monde anglo-saxon », constate M. Dreyfus. Dans les pays qui ne bénéficiaient pas de loi d'encadrement du prix du livre et qui disposaient d'un réseau de librairies moins bien maillé que dans l'Hexagone, le livre numérique a effectué, plus tôt, une percée fulgurante.

### Signes de fatigue aux États-Unis

Depuis une dizaine d'années, la vente en ligne répond à un besoin et les prix sont particulièrement bas aux États-Unis ou en Grande-Bretagne. Mais le marché

américain, où les e-books pesaient 23 % des ventes de livres en 2016, montre de gros signes de fatigue. Le chiffre d'affaires des livres numériques a plongé de 16 % par rapport à 2015, selon Nielsen Bookscan. Une chute que

le directeur général de Nielsen, Jonathan Stolper, explique par l'augmentation des prix pratiqués sur les e-books depuis que les éditeurs ont menacé de ne plus les livrer via Amazon. « Depuis 2007, ce dernier a commercialisé les livres numériques à perte pour conquérir des parts de marché et imposer sa liseuse, le Kindle », analyse M. Rouault.

De fait, les cinq plus gros éditeurs américains, Hachette Books Group, HarperCollins, Macmillan Publishers, Penguin Random House et Simon & Schuster ont augmenté leurs prix, entre 2015 et 2016 de 3 à 8 dollars en moyenne (de 2,70 à 7,15 euros).

Le prix de vente des livres auto-édités, dont la part grandit mais qui ne figurent pas dans le panel de Nielsen, est en revanche resté stable, à 3 dollars.

En Grande-Bretagne aussi, le marché s'essouffle. Si un quart des livres y sont achetés en format numérique à un prix moyen de 7 livres (8 euros), les ventes ont baissé de 4 % en 2016, a annoncé Nielsen à la Foire du livre à Londres en mars. Des marchés déjà saturés ? Non, mais matures, estime M. Dreyfus : « Les liseuses constituent désormais un marché de renouvellement puisqu'elles existent déjà depuis dix ans. » ■

NICOLE VULSER