

Le livre numérique à la peine

L'éditeur d'e-books Rakuten Kobo mise sur le livre audio, en plein essor

Le livre numérique constitue un réel bienfait pour les couples, il a sauvé beaucoup d'histoires d'amour», affirme le Canadien Michael Tamblyn, PDG du groupe japonais Rakuten Kobo, de passage à Paris. Les liseuses conçues par la société permettent aux utilisateurs de ne pas gêner l'entourage avec une lampe aveuglante, la nuit par exemple. Dans un domaine où les principaux compétiteurs s'appellent d'abord Amazon, puis Apple et Google, le patron de la filiale de Rakuten assure : «Aucun marché national n'est suffisant pour rentabiliser les investissements nécessaires aux livres numériques.» Rakuten Kobo est installé dans 25 pays en Asie, en Amérique et en Europe. Dans chacun de ces endroits, il a fait alliance avec des partenaires locaux. Comme la Fnac Darty et Orange, en France, ou l'américain Walmart, aux Etats-Unis, qui s'est engagé à commercialiser les liseuses Kobo et à lancer, pour contrer Amazon, un service d'achat en ligne de livres numériques.

Les ventes d'e-books connaissent des évolutions contrastées en fonction des pays. Aux Etats-Unis, ce marché a atteint son apogée en 2014, après un dumping spectaculaire. Depuis, les prix ont été réajustés à la hausse, et le marché a encore chuté de 10 % en 2017, selon l'institut PubTrack Digital. Les livres numériques y représentent 19 % du marché de l'édition, loin, toutefois, des 25 % de 2014.

En France, en revanche, le livre numérique a du mal à atteindre

une taille critique : s'il a crû de 9 % en 2017, selon l'institut d'études GfK, il n'a toujours pas franchi les 5 % de part de marché. Dans ce domaine, l'Hexagone reste derrière la majorité des pays européens, dont le Danemark, en tête avec 18 % de part de marché pour les e-books. Si le prix unique du livre, également adopté par certains de nos voisins européens, joue un rôle non négligeable dans ce constat, c'est surtout le fort maillage du réseau de librairies qui explique le peu d'intérêt des Français pour les e-books.

2% de Français ont une liseuse Michael Tamblyn assure, lui, que ses ventes de livres numériques connaissent «une croissance à deux chiffres [plus de 10 %] dans le monde», qui s'effectue «au détriment des éditeurs traditionnels papier». A ses yeux, les statistiques sont faussées aux Etats-Unis, où les ouvrages autopubliés, non pris en compte, représentent un quart des ventes de livres numériques.

Les femmes de plus de 50 ans sont, «de loin, les plus grandes lectrices d'e-books, contrairement à l'industrie musicale, où les principaux consommateurs sont âgés entre 18 et 25 ans». Les plus gros acheteurs de ces ouvrages (au moins deux par semaine) restent des acquéreurs compulsifs de livres papier.

Ces lecteurs ont-ils des goûts spécifiques ? «On lit exactement les mêmes livres en numérique ou en papier, à l'exception des bandes dessinées, dont le format n'est pas

Si, en France, l'e-book a crû de 9 % en 2017, selon l'institut GfK, il n'a toujours pas franchi les 5 % de part de marché

adapté aux liseuses, et de la littérature étrangère, qui, en revanche, est surreprésentée dans ces ventes», explique Ainara Ipas, directrice de Kindle Direct Publishing (KDP) France, la structure d'autoédition d'Amazon.

La lecture des livres numériques semble directement corrélée au prix de vente : 85 % des e-books achetés à 99 centimes d'euro ne sont jamais ouverts, tandis que la même proportion de livres numériques, payés 12 euros ou 14 euros, donc, pour des auteurs connus, le sont. La moitié des e-lecteurs sont occasionnels, si bien que, pour rentabiliser une liseuse, il faut acheter au minimum 20 livres par an. Amazon, qui avait vendu plus de 23 millions de liseuses Kindle dans le monde en 2011, n'a trouvé que 7,1 millions d'acquéreurs en 2016, selon le magazine *Livres Hebdo*. En France, le nombre de Français qui possèdent une liseuse (2 %) n'évolue plus, signe qu'on lit aussi de plus en plus sur un téléphone portable. Malgré tout, deux nouvelles liseuses, une Kindle (Amazon) et

une Kobo, viennent d'être commercialisées, la première à 250 euros, la seconde à 280 euros.

La question de la compatibilité des offres et des différentes liseuses a de quoi désespérer les consommateurs. «Nous avons toujours milité en faveur de standards ouverts, sur toutes les plateformes, pour que les clients ne soient pas liés à un format spécifique» sur un ordinateur, un téléphone ou une liseuse, explique le PDG de Rakuten Kobo. Son appel du pied a laissé de marbre les groupes Amazon et Apple.

Aux côtés d'offres d'abonnements mensuels classiques, Kobo a récemment rejoint le club de ceux qui proposent de la lecture en streaming comme YouTube, YouScribe et Amazon avec Kindle Unlimited. L'offre d'abonnement illimitée de Kobo à sa librairie numérique a été lancée dans un premier temps aux Pays-Bas et en Belgique. Les négociations avec les éditeurs français n'ont, elles, pas abouti.

Pour trouver un nouveau souffle, les acteurs mondiaux du livre numérique se diversifient dans les livres audio et rivalisent désormais d'offres d'abonnements dans ce secteur qui croît à vive allure. Rakuten Kobo propose en France un abonnement à 9,99 euros pour 1 livre audio par mois. Selon Michael Tamblyn, «cela permet d'entendre des livres quand on fait la vaisselle ou en conduisant une voiture, c'est un vrai combat pour gagner du temps». ■

NICOLE VULSER