

Enjeux

La lutte contre Amazon, menace ou opportunité pour le livre

Le marché du livre souffre. Le Forum de l'impression numérique de livres, organisé par Interquest, a fait le point sur ce secteur en Amérique du Nord et en France. Quel avenir pour le livre face aux évolutions, quelles opportunités et comment lutter contre Amazon ?

C'est autour de Gilles Biscos, président d'Interquest, que les grands acteurs du marché du livre se sont réunis le 25 septembre au Pavillon Dauphine à Paris.

Que ce soit en France ou aux Etats-Unis, les ventes de livres diminuent, la grande distribution (fermeture de Virgin), les éditeurs et les librairies traditionnelles sont à la peine. On assiste aussi à une vague montante anti-Amazon des deux côtés de l'Atlantique. Autre constat, en France l'utilisation de l'impression numérique est maintenant une réalité. Toutefois des différences demeurent dans les choix des consommateurs vers des produits numériques ou pas.

LE MARCHÉ DU LIVRE AUX ETATS-UNIS BASCULE

De 2008 à 2013, on observe une tendance baissière des ventes de livres aux Etats-Unis, le recul concerne particulièrement la littérature (couverture souple), le livre de poche et jeu-

nesse, tandis que la littérature (couverture rigide) a augmenté de près de 10 % entre 2012 et 2013. Des éditeurs ferment des entrepôts, l'édition a besoin de libraires, et de créativité pour survivre.

L'utilisation des liseuses et tablettes y est en constante progression. Dans le sondage réalisé par Interquest, les utilisateurs de liseuses représentaient 19 % des réponses en novembre 2012 et 32 % en janvier 2014 tandis qu'ils étaient près de 25 % à utiliser des tablettes en novembre 2012 et plus de 40 % en janvier 2014. Si le chiffre d'affaires de l'ebook stagne, il augmente en unités vendues.

Selon les éditeurs, Amazon est à la fois vu comme une menace et une opportunité pour évoluer. L'augmentation de ses ventes incite à la vigilance, et sa position de monopole est dénoncée dans de nombreux pays. A noter tout de même que si ses revenus ont augmenté de 31 % entre 2008 à 2013, ses profits sont en repli de



Gilles Biscos, président d'Interquest

16 % (Plus globalement Amazon vient d'émettre un avertissement sur pertes plus importantes que prévues pour la fin de l'année, continuant à brûler du cash).

Les imprimeurs américains sont donc à la recherche d'opportunités, une évolution

du POD (print on demand) est observée ainsi qu'une progression du jet d'encre, et 17 % du volume imprimé concerne l'autoédition depuis trois ans. La couleur en numérique est en croissance mais reste confinée en scolaire, livres pratiques.

COLLOQUE
ETIQ&PACK

15 Janvier 2015 - PARIS

COLLOQUE DU SOUPLE

L'Emballage souple
alimentaire

26 Mars 2015 - PARIS

**FORUM DE
L'ETIQUETTE
NUMÉRIQUE**

L'étiquette numérique
et la beauté

19 Juin 2015 - HONFLEUR

**LES ENTRETIENS
DE HONFLEUR**

- L'agencement
du point de vente
- Le design Packaging

Pour vous inscrire et **BÉNÉFICIER DE TARIFS REGROUPÉS**

Contactez : Florie BOURDEL - f.bourdel@mpmedias.com

MP Médias 4 rue de la Chaussée 14600 HONFLEUR - Tél : 02 31 81 01 73



Table ronde réunissant des acteurs des secteurs de l'imprimerie, l'édition et de la librairie

LE LIVRE RÉDUIT SES COÛTS EN FRANCE

Les ventes de livres continuent de baisser en France en chiffre d'affaires (- 3 % en 2013) et en volumes, accélération de la baisse du tirage moyen, mais le nombre de titres reste en forte augmentation. Quant aux produits numériques, ils ne représentent que 4,1 % des ventes. Certains imprimeurs français se sont lancés dans la POD, mais c'est encore à optimiser. Les imprimeurs ont à faire face à la baisse des volumes, et à la concurrence de l'Europe de l'Est. En 2014 par rapport à 2012, la fabrication des livres a progressé en Italie et en Espagne, alors qu'elle a diminué en France. Malgré cela les imprimeurs doivent maintenir leur rentabilité, alors une certaine morosité est ressentie ! Côté maisons d'édition, selon l'enquête Interquest réalisée avec 62 participants en septembre 2014, le contrôle des coûts représente 75 % de leurs préoccupations. C'est que leur volume a baissé pour 58 % d'entre elles, mais est resté stable pour 21 %. Les livres de littérature représentent le plus important volume produit, soit environ la moitié. Près de 70 % des éditeurs publient moins de 100 titres par an. Le tirage moyen pour les nouveautés ressort à 2 386 exemplaires, et pour les réimpressions, 1 198 exemplaires. Mais moins de la moitié du volume de livres est imprimé en France !

LE NUMÉRIQUE CONQUIERT LA FRANCE

On observe entre 2012 et 2014, une forte poussée de l'impression numérique, un changement constaté par Gilles Biscos : « nos événements de Bruxelles en mars et Londres en juin ont confirmé que l'impression numérique fait maintenant partie intégrante de la chaîne d'approvisionnement des maisons d'édition. » Les livres imprimés en numérique sont surtout les ouvrages de littérature et les essais. En France, l'impression est essentiellement en noir et blanc, la couleur a du mal à démarrer. Un imprimeur dans la salle lance : « En numérique les livres sont colorés, pas en couleur ». De même l'ebook n'y décolle pas, alors qu'il progresse chez les Anglo-Saxons, mais, selon les sondages, il n'a pas d'impact sur le livre imprimé.

DES OPPORTUNITÉS À SAISIR

Afin de répondre à la fois au déclin du secteur du livre et au « bousculement » du marché par Amazon, il y aurait beaucoup à gagner à rationaliser ou optimiser la chaîne d'approvisionnement. L'intérêt est

de mettre plus de livres sur le marché, sans augmenter les stocks, imprimer en petites quantités, tout en gagnant en vitesse pour la prise de commandes et pour le réap-

visionnement afin de répondre aux demandes des consommateurs. Anthony Morin, directeur Marketing et Solutions IT, du groupe CPI a annoncé, le lancement prochain chez

Firmin Didot du système de connexion avec une seule commande, une seule facture et impression sur place, en Europe, en Amérique du Nord, et Singapour par exemple. Gros enjeu aussi sur le workflow sur les trois prochaines années. Il faut plus de fluidité, d'automatisation et éviter de ressaisir l'information. L'objectif est notamment de diminuer le délai entre imprimeur et éditeur.

L'optimisation sur toute la chaîne logistique est également nécessaire pour faire le lien entre le fabricant et le distributeur et même le consommateur. Par exemple proposer une livraison directe au client à son domicile pour éviter qu'il retourne à la librairie. Il s'agit donc de tout coordonner, alors qu'actuellement le secteur du livre a un fonctionnement en silos.

LE PAPIER, MAIS QUEL PAPIER ?

Les technologies évoluent très vite. Pour les imprimeurs, passer au numérique nécessite de vivre financièrement d'abord sur le travail réalisé avec les presses déjà payées. Côté coûts, ils contestent la quantité de « clics » facturés et le prix élevé de l'encre spéciale pour chaque procédé d'impression. A cela, les fabricants de machines répondent que les encres sont très complexes et que le prix prend en compte notamment la R&D nécessaire et la rémunération des actionnaires.

Côté papier pour la fabrication des livres, le choix est de plus en plus limité. Pierre Barki, Pdg de Barki Agency a souligné que c'est surtout le cas du bouffant qui est le papier le plus utilisé (90 %), d'autant qu'en numérique l'offre est encore plus réduite. A défaut de ce papier idéal pour les livres, l'offset NCSB ou les papiers de création sont utilisés, mais pour ces derniers le choix est aussi trop limité.

Inverser la tendance ne sera pas facile, ni de rivaliser avec tout ce que sait très bien faire Amazon. Le bon sens et la créativité seront nécessaires pour promouvoir le livre et inciter à lire. Les grands acteurs du livre savent que c'est ensemble, éditeur, imprimeur, distributeur qu'ils doivent travailler. L'avenir est à ceux qui sauront s'adapter car au final, c'est le consommateur qui décidera.

Patricia Fortin

En France l'utilisation de l'impression numérique est maintenant une réalité