culture études

Secrétariat général
Délégation au développement et aux affaires internationales
Département des études, de la prospective et des statistiques

182, rue Saint-Honoré, 75033 Paris cedex 01
☎ 01 40 15 79 13 – 🖷 01 40 15 79 99

PRODUCTION, DIFFUSION ET MARCHÉS

Téléchargeable sur le site http://www.culture.gouv.fr/deps 2008-4

Les enjeux du livre au format de poche

Éric MARTI*

The place and future of paperbacks

Avant-propos

Le livre au format de poche constitue une innovation commerciale et éditoriale majeure du siècle passé qui a largement contribué à la démocratisation culturelle de la lecture et à la santé économique du secteur de l'édition de livres. Il a aussi renforcé certaines tendances de cette industrie culturelle, comme la concentration, l'intégration verticale, la maîtrise des risques, le développement des coûts de marketing, la rentabilisation des investissements, une meilleure exploitation des acquisitions, une forme de* versioning *du livre, etc. Le livre au format de poche a été un puissant facteur de transformation du secteur mais est aujourd'hui dans une situation à l'interprétation ambiguë. D'un côté, il existe une réserve de valeur importante pour l'avenir du secteur. De l'autre, la montée des risques est réelle : remise en cause de la rentabilité à travers les tensions sur les coûts et les prix ; dilution d'identité tant le livre au format de poche, par son pouvoir d'attraction, a créé un* continuum *étendu ; part de la production affectée en priorité par les marchés numériques potentiels (classiques, scolaires, dictionnaires…) pour lesquels le livre de poche constitue un levier sans doute fécond mais fragile.

Philippe Chantepie
chef du DEPS

Alors que la collection emblématique du « Livre de Poche » a fêté ses cinquante ans en 2003, le livre au format de poche est incontestablement un secteur important et dynamique de la filière économique du livre.

Format populaire et parfaitement intégré au panorama éditorial et à l'offre de librairie son poids économique est allé croissant, passant de 10 % à 14 % de parts de marché en valeur entre 1986 et 2006 et il constitue le quart de la production (voir encadré p. 8).

Il se caractérise par une grande diversité de l'offre, avec une extension du territoire des genres et des ouvrages concernés. Le « format poche » constitue ainsi un *continuum*, allant du livre à petit prix au « semi-poche », en passant par la forme classique des « grandes collections ». Il propose tous les contenus de la fiction, de la littérature générale à la fiction jeunesse, en passant par des genres comme le policier, la science-fiction ou le sentimental, mais il accueille également les sciences humaines, les guides pratiques et un large éventail d'ouvrages scientifiques, éducatifs et parascolaires. Il est devenu autant le lieu du « fonds de catalogue » que, dans une certaine mesure, celui de « l'édition de référence ».

Le livre au format de poche est également de plus en plus un lieu d'innovation, entre publication d'inédits, création de nouvelles collections spécialisées, segmentation fine des contenus et des publics. Il se distingue enfin par la mise en œuvre d'outils de promotion et de stratégies commerciales offensifs.

* Directeur du cabinet U+me. Cette synthèse a été établie à partir de l'étude confiée par le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la Culture et de la Communication en collaboration avec le Département de l'économie du livre de la Direction du livre et de la lecture au cabinet U+me et réalisée sous la direction d'Éric Marti avec la collaboration de Florence de Mougins, Béatrice Lacoste-Duplessier, Flor Husson Dumoutier et Sanam Madjedi.

Directeur de publication : Philippe Chantepie, chef du Département des études, de la prospective et des statistiques
Responsable des publications :

2008-4 – juin 2008

Les enjeux du livre au format de poche

The place and future of paperbacks

Éric Marti

Éditeur : Département des études, de la prospective et des statistiques
Lieu d'édition : Paris
Année d'édition : 2008
Date de mise en ligne : 8 juillet 2015
Collection : Culture études
ISBN électronique : 9782111398849



http://books.openedition.org

Édition imprimée
Date de publication : 1 juin 2008
Nombre de pages : 8

Référence électronique
MARTI, Éric. *Les enjeux du livre au format de poche.* Nouvelle édition [en ligne]. Paris : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2008 (généré le 25 avril 2021). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/deps/311>. ISBN : 9782111398849.

© Département des études, de la prospective et des statistiques, 2008
Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 3.0 non transposé - CC BY-NC 3.0

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère Culture Communication

Secrétariat général
Délégation au développement et aux affaires internationales
Département des études, de la prospective et des statistiques

182, rue Saint-Honoré, 75033 Paris cedex 01
☎ 01 40 15 79 13 – 01 40 15 79 99

culture études

PRODUCTION, DIFFUSION ET MARCHÉS

Téléchargeable sur le site http://www.culture.gouv.fr/deps 2008-4

Les enjeux du livre au format de poche

Éric Marti*

The place and future of paperbacks

Avant-propos

Le livre au format de poche constitue une innovation commerciale et éditoriale majeure du siècle passé qui a largement contribué à la démocratisation culturelle de la lecture et à la santé économique du secteur de l'édition de livres. Il a aussi renforcé certaines tendances de cette industrie culturelle, comme la concentration, l'intégration verticale, la maîtrise des risques, le développement des coûts de marketing, la rentabilisation des investissements, une meilleure exploitation des acquisitions, une forme de* versioning *du livre, etc. Le livre au format de poche a été un puissant facteur de transformation du secteur mais est aujourd'hui dans une situation à l'interprétation ambiguë. D'un côté, il existe une réserve de valeur importante pour l'avenir du secteur. De l'autre, la montée des risques est réelle : remise en cause de la rentabilité à travers les tensions sur les coûts et les prix ; dilution d'identité tant le livre au format de poche, par son pouvoir d'attraction, a créé un* continuum *étendu ; part de la production affectée en priorité par les marchés numériques potentiels (classiques, scolaires, dictionnaires…) pour lesquels le livre de poche constitue un levier sans doute fécond mais fragile.

Philippe Chantepie
chef du Deps

Alors que la collection emblématique du « Livre de Poche » a fêté ses cinquante ans en 2003, le livre au format de poche est incontestablement un secteur important et dynamique de la filière économique du livre.

Format populaire et parfaitement intégré au panorama éditorial et à l'offre de librairie son poids économique est allé croissant, passant de 10 % à 14 % de parts de marché en valeur entre 1986 et 2006 et il constitue le quart de la production (voir encadré p. 8).

Il se caractérise par une grande diversité de l'offre, avec une extension du territoire des genres et des ouvrages concernés. Le « format poche » constitue ainsi un *continuum*, allant du livre à petit prix au « semi-poche », en passant par la forme classique des « grandes collections ». Il propose tous les contenus de la fiction, de la littérature générale à la fiction jeunesse, en passant par des genres comme le policier, la science-fiction ou le sentimental, mais il accueille également les sciences humaines, les guides pratiques et un large éventail d'ouvrages scientifiques, éducatifs et parascolaires. Il est devenu autant le lieu du « fonds de catalogue » que, dans une certaine mesure, celui de « l'édition de référence ».

Le livre au format de poche est également de plus en plus un lieu d'innovation, entre publication d'inédits, création de nouvelles collections spécialisées, segmentation fine des contenus et des publics. Il se distingue enfin par la mise en œuvre d'outils de promotion et de stratégies commerciales offensifs.

* Directeur du cabinet U+me. Cette synthèse a été établie à partir de l'étude confiée par le Département des études, de la prospective et des statistiques (Deps) du ministère de la Culture et de la Communication en collaboration avec le Département de l'économie du livre de la Direction du livre et de la lecture au cabinet U+me et réalisée sous la direction d'Éric Marti avec la collaboration de Florence de Mougins, Béatrice Lacoste-Duplessier, Flor Husson Dumoutier et Sanam Madjedi.

Directeur de publication : Philippe Chantepie, chef du Département des études, de la prospective et des statistiques 2008-4 – juin 2008
Responsable des publications :

Si le format poche affiche un dynamisme et une « bonne santé » économique qui en font incontestablement un moteur pour le marché du livre dans son ensemble, la connaissance de ce secteur reste pourtant encore imparfaite : son identité est floue en raison de son hétérogénéité et de son étendue, il ne bénéficie pas de l'exposition et de la considération des grandes collections traditionnelles et reste souvent considéré comme une activité éditoriale annexe réservée à des spécialistes.

Un oligopole concurrentiel

Le secteur du livre au format de poche est dominé par un oligopole, constitué par cinq groupes qui se partagent plus de 82 % du marché : Hachette Livre, Éditis, Gallimard, Flammarion et La Martinière. Ces cinq groupes contrôlent une quinzaine de collections ; les premières en termes de parts de marché sont « Le Livre de Poche », « Harlequin », « Marabout » et « Larousse » pour Hachette Livre, « Pocket », « Pocket Jeunesse », « Fleuve Noir », « 10/18 », « Kurokawa » (soit l'ensemble Univers Poche) et « First » pour Éditis, « Folio » chez Gallimard, « J'ai lu », « Librio » et « GF » pour Flammarion, et « Points » pour La Martinière.

L'activité d'édition au format de poche est clairement marquée par son caractère industriel : pour les éditeurs, il s'agit avant tout d'un marché de masse. Les tirages moyens sont sensiblement supérieurs aux tirages moyens du grand format (de 48 % pour les réimpressions à 75 % pour les nouveautés en 2005), alors que le prix est nettement inférieur (6,20 euros en moyenne contre 17,90 euros pour la littérature en grand format), avec pour objectif de générer des volumes de ventes importants. Pour maintenir un prix attractif, le modèle économique est très précis et maîtrisé par les opérateurs.

Ce marché est majoritairement réservé à des opérateurs intégrés verticalement qui contrôlent ainsi l'acquisition des droits, la primo-édition en grand format, l'édition au format poche, puis en aval la diffusion et la distribution. Cette intégration assure une maîtrise des coûts et le cumul vertical des marges. L'intégration à un groupe confère également à l'éditeur en format poche une capacité de pénétration du marché et un pouvoir de négociation plus importants pour occuper, voire « acheter », l'espace commercial des librairies indépendantes, des grandes surfaces alimentaires (GSA) et des grandes surfaces spécialisées (GSS).

Au regard de la concurrence en amont, au niveau de l'acquisition des droits annexes qui sont l'objet de l'édition en format poche, comme en aval, de la grille des prix aux actions de promotion et de publicité, l'oligopole de l'édition en format de poche se caractérise par une situation concurrentielle forte entre les opérateurs, notamment entre les deux *leaders* Le Livre de Poche et Pocket.

L'existence d'un tel oligopole se traduit en revanche pour les acteurs plus petits par des barrières à l'entrée sur ce marché. Si de nombreux éditeurs indépendants ont développé depuis plusieurs années des collections au format poche (ou semi-poche) avec un certain succès, permettant ainsi l'exploitation directe de leurs fonds sur ce marché, ils restent cependant dans la majorité des cas cantonnés à une position d'offre de complément, notamment en librairie de premier niveau et dans certaines GSS. L'accès au marché de masse, notamment dans les GSA, et la pénétration du marché dans les librairies de deuxième et troisième niveaux leur sont difficilement ouverts. Le maillon de la diffusion/distribution joue donc un rôle essentiel de « goulot d'étranglement » à l'impact très différent pour les collections des grands groupes intégrés et celles des éditeurs plus modestes.

Les raisons du succès

Au-delà de la concurrence entre les acteurs de l'oligopole, d'autres facteurs expliquent le dynamisme et le succès du secteur.

Maîtrise du risque éditorial

Plusieurs facteurs permettent à l'éditeur de livre au format de poche de mieux maîtriser le risque éditorial. Ils découlent principalement de la particularité première de ce secteur qui est d'être une activité de réédition, ou d'édition de droits dérivés ou annexes, d'un livre ayant au préalable fait l'objet d'une édition en grand format.

Cette première édition en grand format apporte des indications très précieuses pour le « calibrage » de l'édition en format de poche. Elle permet de mieux évaluer le potentiel de ventes en fonction de la carrière commerciale initiale, de mieux cerner le public concerné par l'ouvrage, donc de dimensionner plus précisément la sortie du livre au format de poche. Elle autorise également, dans certains cas, une nouvelle intervention de l'auteur pour proposer une version « aboutie » de son livre (ou actualisée pour certains essais).

La capacité à définir le potentiel et les objectifs commerciaux, mais aussi la possibilité donnée à l'auteur et l'éditeur de peaufiner le contenu éditorial, sont des facteurs essentiels de succès compte

tenu de l'élargissement extrême du spectre couvert par l'édition au format de poche. Cette dernière ne se limite plus en effet, depuis de nombreuses années, à la seule réédition dans un format économique des œuvres ayant connu un fort succès en grand format, ce qui était sa définition première il y a un demi-siècle ; une large variété de titres alimente aujourd'hui les nombreuses collections avides de nouveautés, aussi bien en littérature générale que dans les domaines des sciences humaines ou encore des guides pratiques.

Le fait qu'il s'agisse de « droits annexes » (ou « dérivés ») a également une conséquence directe sur le montant des droits d'auteurs : la rémunération proportionnelle de 10 %, versée par l'éditeur du format de poche aux ayants droit, est traditionnellement répartie à égalité entre l'auteur et le primo-éditeur ; elle reste donc pour moitié au sein du groupe, ou de l'éditeur indépendant lorsque celui-ci intègre l'édition grand format et l'édition au format de poche. Cela se traduit de fait par une diminution de 50 % du poste des droits d'auteurs par rapport à l'édition grand format. Cette rémunération proportionnelle de 5 % pour l'auteur vaut aussi pour les inédits en format de poche.

L'activité de réédition permet enfin de jouer sur de très nombreux leviers pour orchestrer la sortie du titre en poche, et pour multiplier les mises en avant d'un livre sur une longue période. Il en va ainsi de toutes les occasions liées directement à l'œuvre ou à son auteur : sortie d'une nouveauté de l'auteur en grand format, adaptation au cinéma ou à la télévision, anniversaires et commémorations… Il en est de même pour des occasions moins directement liées au livre, comme le lancement d'une nouvelle collection thématique, la mise en avant d'un sujet par l'actualité ou du fait d'un débat de société. La réédition prend même un caractère rituel et cyclique pour les « classiques » et l'ensemble des titres concernés par la « prescription scolaire », de l'école primaire au lycée, avec son réassort annuel quantifiable très précisément d'une rentrée à l'autre.

Le livre au format de poche bénéficie donc d'une succession d'occasions et d'opportunités de relances pour un même titre. Les éditeurs peuvent ainsi miser sur une exploitation commerciale régulièrement dynamisée à partir du même *corpus* proposé sous un habillage renouvelé.

Optimisation des ventes

Une seconde série de facteurs de succès contribue à l'optimisation des stratégies commerciales et des outils de commercialisation pour les éditeurs et les libraires.

Le premier d'entre eux réside dans les politiques tarifaires appliquées à ce format. Bien qu'ayant progressé plus rapidement que le prix moyen du grand format et du livre en général, pour s'établir aujourd'hui à un niveau moyen de 6,20 euros, le livre au format de poche reste marqué par son attractivité en termes de prix. Il reste encore, surtout par le biais de collections au prix unique de deux euros, le produit d'entrée de gamme, le « premier prix » du marché du livre. Il est important de souligner que, par le jeu d'une grille tarifaire ayant une vingtaine de catégories – plus ou moins selon les éditeurs –, avec des paliers très rapprochés de 0,20 euro à 0,40 euro, l'échelle des prix est un véritable outil de dynamisation des ventes. La position d'un titre dans l'échelle tarifaire d'une collection, son glissement vers la catégorie de prix inférieure ou supérieure, sont des facteurs déterminants pour la commercialisation de ce titre, et peuvent avoir une incidence sur le prix moyen de la collection comme sur le positionnement de cette dernière vis-à-vis de la concurrence.

Le succès du format de poche repose également sur sa faculté remarquable à occuper tous les espaces commerciaux dévolus au livre. Par sa diversité et son faible encombrement, le livre au format de poche est présent dans tous les circuits de distribution et sur tous les linéaires ; par « capillarité », il permet même d'ouvrir au livre des espaces commerciaux qui ne lui sont pas dédiés à l'origine. D'autre part, la neutralité et la banalité de l'objet, avec un format pratique et une présentation attractive, le rendent extrêmement accessible à tous les consommateurs, en évitant l'écueil possible de la pesanteur académique ou de la posture ostentatoire que peuvent présenter certaines collections en grand format.

Cette accessibilité dans tous les sens du terme, géographique et physique, est encore renforcée par le souci permanent des éditeurs d'orienter leurs collections vers le public. Les politiques éditoriales et commerciales se conjuguent pour multiplier les exploitations possibles d'un titre et les entrées du consommateur dans une collection. C'est ce souci d'imaginer et d'exploiter les « mille et une façons de faire vivre le fonds » qui accentue la disponibilité du format de poche pour le public.

Dans cette optique, une très large gamme d'outils de commercialisation est mise en œuvre par les éditeurs, qui n'hésitent pas à utiliser les méthodes habituelles des marchés de consommation de masse :

– promotion sur le lieu de vente très agressive. Les opérations commerciales se succèdent de la part des grands éditeurs et revêtent toutes les formes,

du cadeau-prime pour un achat à l'offre tarifaire explicite (1 livre offert pour 2 achetés) en passant par une variété d'opérations de fidélisation autour d'une collection ;
– « achat d'espace » physique sur le lieu de vente, avec présentoirs dédiés disposés devant les tables ou dans les allées selon une logique d'exposition des produits en tête de gondole. Comme pour tous les produits de grande consommation, cela se traduit par des conditions commerciales plus favorables pour le détaillant, et ces opérations donnent ainsi lieu à des surremises accordées aux libraires qui les mettent en place ;
– opérations plus sophistiquées reposant sur le principe d'une implication plus forte du lecteur, dans la perspective d'un choix ou d'un « club des lecteurs » ; cette stratégie qui vise à valoriser le lecteur et à mettre en avant des titres qui auront été plébiscités par celui-ci permet de donner un contenu plus fort à la promotion, tout en comblant partiellement le vide considérable de l'espace accordé au format de poche par les grands médias, presse, radio et télévision ;
– des campagnes publicitaires aujourd'hui systématiques, amples et spectaculaires, de la part de tous les éditeurs majeurs du marché visent également à combler ce vide. Elles sont courantes sur des supports associant visibilité et prestige (affichage) ou permettant de toucher une cible précise en jouant sur le registre de la proximité (en presse et en magazine). Pour atteindre efficacement le public, si la publicité télévisée est aujourd'hui écartée, les éditeurs investissent d'ores et déjà dans le nouveau média qui tend à devenir dominant de l'internet.

Le montant des investissements en marketing (publicité et promotion) représente environ 4 % du prix de vente hors taxe du livre chez un éditeur traditionnellement prudent, mais peut dépasser les 10 %, et atteindre jusqu'à 12 % du prix de vente hors taxes pour les éditeurs les plus agressifs. Les campagnes s'appuient sur des créations publicitaires traditionnelles : visuels évocateurs et accroches rédactionnelles visant à provoquer l'intérêt et l'achat chez le consommateur. La communication commerciale des éditeurs s'articule aujourd'hui autour de deux tendances principales : d'une part, une mise en avant de plus en plus forte de certains auteurs, jusqu'à la création d'une « marque-auteur » qui peut réunir sous le nom d'un auteur vedette des livres s'inscrivant dans une ligne ou un style ; d'autre part, la volonté de capitaliser sur la « marque-ombrelle » de la collection en mettant en valeur sa diversité, sa qualité et sa capacité à satisfaire largement les attentes du public.

Les effets d'entraînement sur l'ensemble du secteur du livre

La bonne santé du secteur du format de poche n'a pas seulement un effet positif sur les comptes d'exploitation des éditeurs concernés, son dynamisme a un impact sur l'ensemble de l'économie du livre, par des effets d'entraînement, de contagion et de capillarité notamment sur les nouveautés en grand format.

Réédition

La particularité initiale du format de poche étant la réédition d'un livre paru précédemment en grand format, le délai entre cette « primo-édition » et la parution en format de poche est un des éléments clés du travail de l'éditeur de ce dernier. Avec la tendance d'une exploitation quasi systématique des nouveautés en format de poche, y compris pour les titres qui n'ont pas connu un succès en grand format, ce délai devient un facteur important de dynamisation du marché global.

En effet, en l'absence de toute disposition d'encadrement similaire à la « chronologie des médias » en vigueur pour le cinéma, la sortie du titre au format de poche est du seul ressort contractuel entre le primo-éditeur et l'éditeur du format de poche. L'ensemble des professionnels concernés, éditeurs, diffuseurs et libraires, souligne un raccourcissement du délai moyen entre la sortie du grand format et celle du format de poche : de l'ordre de 18 à 24 mois il y a quelques années, pour une nouveauté ayant connu un certain succès en grand format, ce délai se situe aujourd'hui plus souvent entre 12 et 15 mois en littérature et tombe à 6 ou 9 mois pour les documents et les essais. Cette tendance s'inscrit dans un marché toujours plus tourné vers la nouveauté. Elle a pour conséquence d'accélérer la rotation des titres en grand format, entraînant ainsi un plus grand dynamisme productif de ce secteur.

Acquisition de droits

L'exploitation élargie des nouveautés et du fonds en format poche contribue également à soutenir la politique d'acquisition de droits de l'éditeur du grand format. Celui-ci peut en effet intégrer dans son compte prévisionnel des recettes issues de ce second marché. Les groupes intégrés, *leaders* sur ce marché, définissent donc leur politique d'acquisition de droits en tenant compte de cette exploitation. Celle-ci, rentable et en croissance, tend à constituer un « socle » plutôt qu'un « complément » pour le résultat d'exploitation de ces opérateurs.

Plusieurs éléments viennent renforcer cette tendance : le catalogue des éditeurs de format poche est très large et l'exploitation d'un titre peut se prolonger avec succès sur plusieurs années dans ce format ; ces conditions favorisent la « mutualisation » d'une partie des recettes et des coûts d'exploitation du catalogue. C'est d'autant plus vrai en l'absence d'un schéma unique pour la reddition des comptes aux ayants droit.

En outre, une part importante des recettes des éditeurs de livre au format de poche provient des « classiques » et de la prescription scolaire qui y est associée. Ceux-ci représentaient 8 % des ventes en volume et 5 % du chiffre d'affaires total de ce secteur en 2005, et les collections de classiques sont principalement le fait des éditeurs majeurs. Cette « rente de situation » est d'autant plus appréciable que les textes sont dans le domaine public et ne donnent donc pas lieu à versement de droits d'auteurs.

Demande de « nouveautés »

L'alimentation régulière de ce fonds en format poche conduit donc les groupes intégrés à investir sur des nouveautés en grand format, même pour un potentiel commercial faible dans cette primo-édition. En effet, en l'absence d'un seuil minimum de ventes clairement défini pour conditionner une exploitation d'un livre au format de poche, et compte tenu de la capacité d'inscrire un titre dans une dynamique de collection, de genre, et de s'appuyer sur des éléments comme la thématique ou la proximité avec un auteur-référence, cette exploitation dérivée est susceptible de générer des recettes indépendamment du résultat commercial enregistré en grand format.

L'activité de l'éditeur du format poche constitue donc pour un groupe intégré une base essentielle pour engager ses investissements dans le grand format ; elle contribue en effet à « sécuriser » des revenus futurs et son alimentation justifie de maintenir un niveau élevé de nouveautés.

Le poche et le reste

Un dernier facteur influe directement sur la fluidité et le dynamisme du marché du grand format, en relation directe avec la manière dont les librairies installent les livres au format de poche.

L'interclassement dans sa version la plus poussée, à savoir la présentation indifférenciée du format poche et du grand format sur un même linéaire, s'est généralisé depuis une dizaine d'années. Il a imposé la comparaison des prix entre les deux formats avec un résultat évident : de par leur situation sur le même rayon, l'acheteur a naturellement tendance à emporter le titre dans le format le plus économique. Il a donc facilité le glissement du fonds du grand format vers le format poche. De nombreux libraires ont désormais pour habitude de retourner le grand format lorsque le titre sort en poche, ce qui tend à raccourcir sa durée de vie et à augmenter la rotation des titres.

La proximité des deux formats favorise un autre phénomène. Pour les éditeurs d'un groupe intégré, il est possible d'envisager des opérations couplées où la nouveauté d'un auteur en grand format est accompagnée d'une promotion sur les titres du même auteur en format poche afin de dynamiser l'ensemble. Cette pratique est même adoptée par des éditeurs n'appartenant pas au même groupe et ne s'appuyant pas sur les mêmes entreprises de diffusion/distribution : Liana Levi et Points se sont ainsi associés pour une publicité annonçant la sortie simultanée du grand format et du format de poche d'un auteur.

Les effets d'entraînement du format poche sur l'ensemble du livre sont enfin très sensibles dans des genres particuliers (jeunesse, sentimental, policier, science-fiction) où, en l'absence d'une édition en grand format, les collections de poche sont dominantes dans l'édition et la librairie, alimentées qu'elles sont dans leur grande majorité par des inédits publiés directement dans ce format.

Influence sur les pratiques éditoriales

L'expérience acquise dans le « poche » et les innovations commerciales qu'il autorise ont une influence sur l'ensemble des pratiques des éditeurs. La primauté du lecteur, et l'attitude constamment orientée vers la satisfaction des attentes du marché qui en découle, imposent des pratiques qui s'étendent peu à peu à l'ensemble des éditeurs. Il en est ainsi du souci de la segmentation des collections, de la lisibilité de l'offre aussi bien dans la conception de la couverture que de la « quatrième de couverture », ou encore de la création de marques-auteurs permettant de « tirer » une collection.

Cela concerne également l'extrême attention portée à la fixation du prix, et à son éventuel ajustement dans le temps, bien que cela s'avère plus difficile en grand format compte tenu de la durée de plus en plus courte de l'exploitation dans ce format. Cette pratique du métier d'éditeur, tournée vers le lecteur autant sinon plus que vers l'auteur, se traduit

également par le suivi très scrupuleux des performances commerciales, par des études complémentaires permettant de décrypter des tendances, et par l'adoption d'un arsenal promotionnel et publicitaire très complet.

L'édition de livres au format de poche se distingue notamment par sa capacité à segmenter son offre pour élargir son public en agrégeant des cibles distinctes et complémentaires. Elle permet ainsi d'identifier des publics, des cibles, conformément au phénomène de « communautés » ou de « tribus » qui émerge dans la consommation des biens culturels. Ce savoir-faire se traduit notamment par une conception adaptée des collections, avec la création de labels ou de sous-collections, avec une signalétique précise et des codes de couleur qui sont autant d'indices qui aident le lecteur à se guider dans la collection et mettent en valeur une promesse de contenu. Si elle n'est pas encore reprise par la majorité des éditeurs de grand format, cette approche est toutefois de plus en plus répandue.

Une de ses applications les plus remarquables, qui gagne aujourd'hui l'ensemble de l'édition, est la création et la capitalisation sur des marques. La marque peut être purement éditoriale et il s'agit alors de donner une identité forte à la collection. De plus en plus fréquemment des marques sont créées au sein même d'une collection : elles reposent alors généralement sur la personnalité et le nom d'un auteur vedette. Cette politique des « marques-auteurs », particulièrement développée et sophistiquée dans le secteur du livre au format de poche (avec mise en page, code de couleur et typographie attachée à un auteur, mais également des démarches de séries dans certains genres, voire de « filiation » de nouveaux auteurs), tend à se retrouver aujourd'hui dans la plupart des secteurs de l'édition.

Réserves de croissance ou menaces de déclin ?

Le livre au format de poche semble donc être devenu à la fois le lieu du fonds, de l'édition de référence, mais aussi de la nouveauté, voire de l'inédit, et de l'innovation en matière éditoriale. Plusieurs générations sont familières depuis l'enfance avec ce format qui semble promis à un succès durable. Les réussites de petits éditeurs qui lancent leurs propres collections de format poche, tout comme la concurrence vive à laquelle se livrent les acteurs majeurs confirment que ce secteur est un des réservoirs de valeur de l'industrie du livre. Certaines perspectives actuelles obligent toutefois à tempérer cet optimisme. Elles sont pour partie liées au modèle économique serré qui caractérise le secteur ; d'autres posent plus profondément la question de la définition même du livre au format de poche.

Remise en cause de la rentabilité

Dans un modèle économique fondé sur un prix public moyen d'environ 6 euros, des variations infimes, de l'ordre de quelques centimes, peuvent se traduire par une dégradation forte de la rentabilité : une approche chiffrée réalisée à partir de données récentes recueillies chez des éditeurs majeurs montre clairement la répercussion directe sur le résultat net de l'éditeur de la hausse d'un poste comme la fabrication ou le *marketing*.

Une tendance inflationniste peut être due à une hausse du prix du papier ou des coûts de transport mais surtout à la diversification et l'intensification des opérations de promotion et de publicité, avec notamment les investissements à consentir pour une présence sur l'internet ou simplement pour maintenir son niveau de visibilité dans un contexte de plus en plus encombré. Dans ces conditions, le montant des droits d'auteurs semble la seule variable d'ajustement éventuellement disponible malgré leur niveau initialement bas.

Le modèle économique de l'édition au format de poche paraît alors d'autant plus fragile que les recettes pourraient être en partie amoindries par la rémunération supplémentaire consentie au libraire pour la nécessaire mise en place des opérations de promotion. La hausse du prix de vente, qui a déjà été plus soutenue pour le livre au format de poche que pour le grand format sur les dix dernières années, présenterait, si elle s'accentuait, l'inconvénient de porter atteinte à l'une des caractéristiques premières et à un atout spécifique de ce secteur.

Dilution et perte de l'identité

Paradoxalement, la remarquable capacité du livre au format de poche à s'adapter au marché pour en épouser les évolutions pourrait se traduire par une perte d'identité préjudiciable à moyen terme.

En élargissant toujours plus son domaine, en diversifiant ses collections aussi bien vers les offres de « premier prix », comme les livres à 2 euros, que vers des propositions plus « haut de gamme », jusqu'aux collections dites de semi-poche avec des tirages plus faibles et une qualité de fabrication et un prix élevés, le livre au format de poche s'inscrit dans un *continuum* dont les frontières s'estompent progressivement. Ce problème de définition est accru par la multiplicité des formats, qui s'écartent

très souvent du standard de 10 à 11 cm sur 17 à 18 cm, mais aussi par l'abandon de la condition du succès préalable en grand format, et l'accroissement (+ 35 % en dix ans) des nouveautés éditées directement en format poche.

En l'absence sur le marché français d'une tradition du *hard cover* au profit d'un « grand format » moins singularisé, les volumes les plus importants de grandes collections de poche affichent des prix supérieurs à certaines nouveautés en grand format dans des collections historiques prestigieuses. La distinction est donc plus difficile à faire pour le lecteur, qui tend de plus en plus à considérer le livre au format de poche comme n'importe quel autre livre.

Dans ce contexte de dilution de l'identité, la perspective du développement d'un troisième format, le « semi-poche », peut constituer une menace, ou bien à l'inverse permettre de rappeler et de renforcer l'identité du format de poche. Cette nouvelle catégorie est à l'évidence pour les éditeurs modestes un moyen de « faire du poche plus cher », c'est-à-dire de maîtriser l'exploitation secondaire de leur catalogue, en investissant toutefois dans des tirages plus faibles et en se couvrant par un prix unitaire plus élevé. C'est également depuis longtemps un moyen pour des éditeurs majeurs de poursuivre encore la carrière d'un titre en lui donnant une troisième vie après qu'il a réalisé son potentiel au format de poche.

L'enjeu est aujourd'hui différent pour les grands éditeurs intégrés ; il s'agit pour eux de créer un marché intermédiaire, à plus forte valeur ajoutée, dont la fenêtre d'exclusivité pourrait se situer entre le grand format et le format de poche.

Ce pari semble risqué, compte tenu de l'inexistence du *hard cover*, et de la proximité entre grand format et format de poche. S'il devait réussir, il aurait certainement pour conséquence de redéfinir, en le réduisant, le territoire du format d'entrée de gamme sur le marché. S'il échouait, le format de poche renforcerait sa position d'édition économique de référence.

La perspective numérique

Le secteur du livre au format de poche ne peut éviter une réflexion sur le phénomène de numérisation des contenus qui affecte toutes les industries culturelles.

Si nombre d'observateurs préfèrent rappeler les qualités et les atouts du format de poche, et comptent *in fine* sur l'attachement des lecteurs à « l'objet-livre » pour repousser cette perspective, il est cependant indispensable d'évaluer comment ce phénomène pourrait avoir des conséquences sur le secteur. Quels sont les contenus qui peuvent être adaptés à un mode de consommation numérisé ?

C'est d'abord le cas pour tous les contenus à mise à jour régulière, des dictionnaires aux guides pratiques, voire pour des essais et bien entendu pour le large éventail des travaux universitaires. Un autre secteur pourrait rapidement être concerné, avec un impact beaucoup plus profond sur la structuration à moyen et à long terme des habitudes de consommation et sur le marché. Il s'agit de l'ensemble des classiques et plus largement de la prescription scolaire.

La mise à disposition quasi gratuite des textes appartenant au domaine public pourrait s'accompagner d'un développement des appareils critiques sous forme multimédia accessibles en ligne, avec un accès payant, sur le site de l'éditeur. Une telle perspective peut réunir autour d'intérêts et d'objectifs communs les industriels qui proposent les terminaux et les services associés, les éditeurs majeurs et les pouvoirs publics. Favoriser la mise à disposition de terminaux, à l'image du téléphone portable, peut alors en accélérer la diffusion dans le public clé des nouveaux lecteurs, des 10-18 ans, et précipiter le passage à un marché de masse des contenus et des lecteurs numériques.

Si les éditeurs majeurs considèrent que le taux d'équipement est suffisant, et que les modèles mis en place garantissent une remontée de recettes sécurisée, ils auront alors la tentation d'élargir rapidement le catalogue numérique proposé au public. La convergence des dimensions « industrielles » de la diffusion de masse des contenus et de l'équipement de la population en lecteurs numériques pourrait ainsi convertir l'oligopole des éditeurs à ces nouveaux modèles d'exploitation.

Si cela ne signifie certainement pas une disparition rapide du livre au format de poche, cela devrait toutefois se traduire par une réduction de son domaine éditorial et commercial.

Les opérateurs sont aujourd'hui très partagés sur ces perspectives mais ils sont de plus en plus conscients de l'imminence d'une évolution en cours. Ils observent, échangent, voire expérimentent les premiers modèles (techniques et économiques) proposés pour en évaluer le potentiel. Il reste deux points sur lesquels les réflexions semblent pour le moment encore assez peu avancées : en aval, le rôle et le modèle économique proposés aux librairies dans ce contexte numérisé, et en amont, le mode de rémunération des auteurs. ■

Portrait statistique du livre au format de poche

Le livre au format de poche représente, en 2006, 22,5 % de la production en titres, mais 25,7 % de la production en exemplaires, ce qui atteste de tirages moyens supérieurs à la moyenne générale de l'édition. Il fournit 26,9 % des ventes en exemplaires mais seulement 14,3 % du chiffre d'affaires eu égard à son prix relativement plus faible que la moyenne. Le chiffre d'affaires éditeur par exemplaire en format de poche vendu s'établit à 3,15 euros, soit un prix de vente moyen prix public de l'ordre de 6,20 euros.

Le livre au format de poche suit les grandes tendances de la production de livres : il voit ainsi son nombre de titres publiés progresser nettement plus vite que le nombre d'exemplaires produits et surtout vendus.

Importance et évolution 1990-2006 du format de poche

	1990	1995	2000	2006
Titres produits	8 467	11 496	11 918	15 778
Exemplaires produits*	114 432	144 051	142 913	161 540
Exemplaires vendus*	89 926	98 226	100 690	126 538
Chiffre d'affaires**	190	245	272	398

* En milliers
** En millions d'euros

On observe donc le même effet de ciseaux entre une progression de long terme de la production en nombre de titres et la baisse tendancielle du tirage moyen. Les tirages moyens des livres au format de poche restent cependant sensiblement plus élevés que ceux de l'ensemble de la production éditoriale.

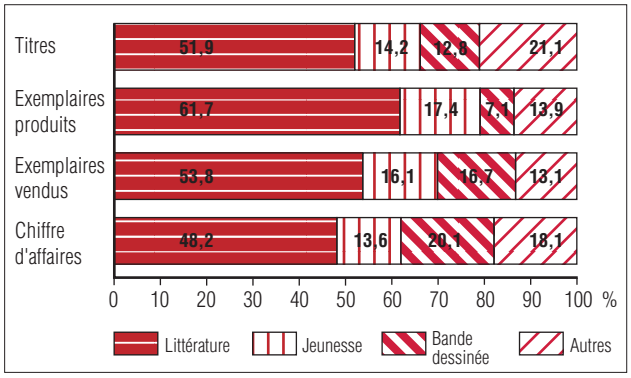
Cette évolution bien connue et problématique au niveau de l'ensemble de l'édition, en particulier parce qu'elle correspond à un raccourcissement de la durée de vie des nouveautés, prend pour le livre au format de poche une résonance particulière : quels peuvent être les minima pour la rentabilité d'un nouveau titre en poche en termes de montant des droits, de tirage initial et de réimpression ? Sur un marché résolument dynamisé par l'offre et caractérisé par une segmentation sur des genres et des cibles de plus en plus précis, la nécessité de lancer des titres nouveaux peut entrer en contradiction avec la contrainte de respecter un tirage minimum incompressible sous peine de voir les prix devenir incompatibles avec l'image même du poche.

Trois catégories éditoriales assurent à elles seules les 4/5 de l'économie du livre au format de poche : au premier rang vient la *littérature* qui correspond à la moitié des titres et des ventes et jusqu'à 61 % des exemplaires produits, ce qui est beaucoup plus que pour l'ensemble des livres (17,3 % pour le chiffre d'affaires, 26,8 % pour les exemplaires produits). Viennent ensuite les *livres pour la jeunesse* qui occupent une place peu différente de celle dans l'économie générale du livre et, enfin, la *bande dessinée* particulièrement présente en termes de titres et de ventes.

C'est ainsi que le format de poche est majoritaire dans la production globale de littérature et tient une place importante dans le théâtre et la poésie ainsi que dans la bande dessinée ou encore dans certains types d'ouvrages pratiques comme la cuisine ou les encyclopédies et dictionnaires thématiques… Il occupe une place exclusive pour certains genres comme le roman sentimental ou encore les mangas et comics.

La place de l'édition en format de poche

Part dans l'édition en format de poche (en %)



Source : SNE 2006

Enfin, le format de poche tient une place significative quoique variable suivant les types de lieux de vente. Faible par définition dans les circuits de vente directe (VPC, clubs…), la part du livre au format de poche reste limitée en librairie et dans les grands magasins par opposition aux grandes surfaces spécialisées ou non et aux librairies-papeteries, maisons de la presse : dans ces trois derniers types de magasins, le « poche » constitue plus de 40 % des exemplaires vendus et plus de 20 % du chiffre d'affaires (contre respectivement 27 % et 15 % en général).

RÉSUMÉ

Tenant une place importante au sein de la filière du livre, le format de poche est dominé par un oligopole concurrentiel même si de petites maisons ont aussi recours à ce mode d'édition. Il a connu un grand succès du fait de la maîtrise du risque éditorial et de la recherche d'une optimisation des ventes. Le dynamisme de ce sous-secteur de l'édition a ainsi un impact sur l'ensemble de la filière du livre et en particulier sur les pratiques éditoriales. Mais la croissance de cet objet aux contours imprécis à force de s'élargir peut être menacée dans son modèle économique très tendu par la hausse des coûts ainsi que par les perspectives de numérisation d'une partie de son champ.

ABSTRACT

Paperbacks, which occupy a large corner of the book trade, are overlorded by a competitive oligopoly, although smaller publishing houses also use the format. The format's success is due to minimisation of publishing risk and perfected sales techniques. The sub-sector's vitality exerts an influence on the industry in general and more particularly on publishing policies. The form's outline is hard to define since it has expanded so much, but its further growth as a tightly-strung economic model is threatened by rising costs and the possibility that some of its territory may be annexed by computers.

Fabrication : TRANSFAIRE – 04250 Turriers