

COMMUNICATION - ÉDITION - PRESSE

Maisons d'édition : les défis à relever pour 2010

4^e édition

KPMG



Édito



Le monde de l'édition est entré de plain-pied dans l'univers du numérique.

La volonté des pouvoirs publics, principalement dans le domaine du scolaire par l'introduction du cartable électronique, les progrès en matière de numérisation et d'impression, l'évolution des supports de lecture sont autant d'éléments qui caractérisent la mutation de l'environnement papier vers l'environnement numérique.

Pour les maisons d'édition, les enjeux sont multiples. Réflexion sur le modèle économique vers lequel doit tendre l'exploitation, réorganisation de l'activité et formation des collaborateurs, voire des auteurs, afin de développer une culture du numérique dans l'entreprise, sont quelques facettes des challenges auxquels les éditeurs auront à répondre.

Les grands du secteur se positionnent, les plus petits observent, s'interrogent et seront à terme pris dans la mouvance et contraints, soit de mettre en place leur propre structure, soit de s'allier avec les précurseurs dans ce domaine.

Dans ce contexte, l'équipe KPMG, spécialiste des enjeux financiers du secteur de l'édition, s'est donc donné naturellement comme ambition pour cette 4^e année, de tenter d'évaluer en amont les conséquences macroéconomiques de cette évolution, tout en faisant le point sur les différents moyens et dispositifs mis en œuvre pour assurer cette mutation technologique.

Mieux connaître le passé afin de mieux appréhender l'avenir, cette étude s'est voulue plus détaillée au niveau des données chiffrées afin de permettre aux éditeurs de mesurer l'impact et l'efficacité des mesures qu'ils pourront prendre.

KPMG marque ainsi sa volonté de vous accompagner dans vos réflexions et est à votre disposition afin que vous puissiez bénéficier des meilleurs conseils.

Merci pour votre fidélité et bonne lecture.

Michèle Bonard
Associée KPMG S.A.

Sommaire

5 Intégrer les moyens mis en œuvre pour accompagner l'ère du numérique

- 6 Appréhender la structuration de la nouvelle chaîne du livre numérique et l'utiliser en fonction de ses besoins
- 9 Identifier les aides financières pour répondre aux enjeux du numérique
- 12 Observer les bonnes pratiques

17 Maîtriser les indicateurs financiers pour mieux préparer l'avenir

- 18 Cadre de l'étude : panel et classification
- 19 Situer ses propres performances par rapport aux fondamentaux du secteur
- 28 Évaluer les conséquences du numérique
- 30 Se préparer à l'application de la LME

33 KPMG en un regard

36 Maisons d'édition incluses dans cette étude

Intégrer

les moyens mis en œuvre pour accompagner
l'ère du numérique



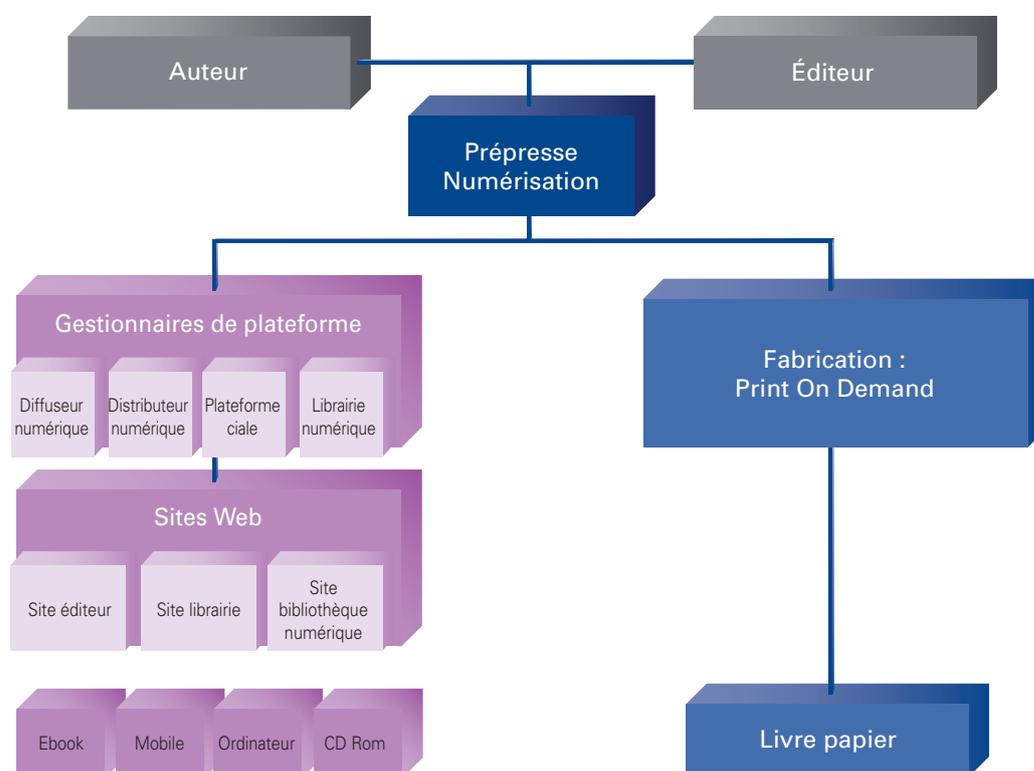
Appréhender la structuration de la nouvelle chaîne du livre numérique et l'utiliser en fonction de ses besoins

L'apparition de nouvelles technologies dans la chaîne de l'édition a pour conséquence la venue de nouveaux acteurs et s'accompagne de l'utilisation de nouvelles terminologies.

Les pouvoirs publics s'interrogent à ce propos, puisqu'en septembre 2009 un appel d'offres a été lancé visant "au regard des premiers développements du livre numérique en France, à insister sur les types de nouveaux acteurs apparus sur ces marchés et à chercher à fournir quelques grandes orientations quant aux perspectives du livre numérique en France.

En particulier, il s'agira d'analyser la décomposition et la recomposition des chaînes de valeur, les conditions et conséquences de l'apparition de nouveaux entrants, les logiques de désintermédiation et de ré intermédiation, les stratégies de commercialisation, notamment en termes de coûts et de modalités de tarification".*

L'état des lieux qui peut être fait, au vu des systèmes existants, permet d'envisager la structuration de cette chaîne numérique de la manière suivante.



*source : appel d'offres

■ Prépresse : la numérisation

La numérisation des fonds éditoriaux a, depuis le début de la décennie, été un des axes de réflexion majeurs des éditeurs aussi bien en France qu'à l'international. Cette numérisation s'est souvent accompagnée d'interrogations sur les conséquences financières induites par les moyens utilisés pour véhiculer les œuvres et la protection des droits. En France, différents facteurs ont contribué au ralentissement de sa croissance. Ils touchent au prix des ebooks, lesquels restent encore très élevés pour permettre un développement de masse, à la communicabilité des formats de numérisation avec les supports de diffusion.

À l'origine de la numérisation, de nombreux formats cohabitaient, dont le plus utilisé était le format ".PDF". Si celui-ci apparaissait intéressant dans le cas d'une impression numérique ne présentant aucune complexité, il présentait des inconvénients lorsque les affichages étaient différents.

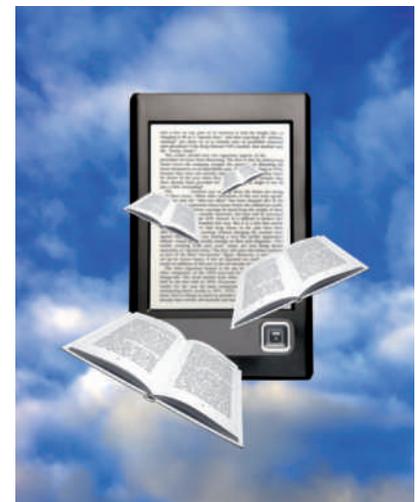
Le manque de compatibilité entre les différents formats et l'impossibilité de transférer l'information numérisée sous tout type de support, ont conduit à définir un format commun compatible avec les différents modes de sortie.

Grâce à une "justification flottante" le format ".XML" (eXtensible Markup Language) peut s'adapter à toute taille de support, et facilite les transformations et mises en forme des contenus éditoriaux pour préparer des publications telles que : livre imprimé, ebook, site internet ou cédérom interactif.

Il permet, à partir de fichiers de mise en pages, ou d'imprimés, de préparer les ouvrages dans les formats actuels des "ebooks" : ".epub" et "pdfweb". Ils deviennent ainsi disponibles pour être diffusés sous format électronique pour une nouvelle source de commercialisation.

L'adoption d'une telle démarche, nécessite le recours à un prestataire spécialisé dans la structuration des ouvrages en ".XML".

Préparer l'avenir et aller vers un modèle économique assez méconnu n'est pas chose facile. Aussi convient-il de mener une réflexion en amont sur les attentes de l'utilisateur, pour déterminer le produit et ses fonctionnalités. Les formats seront ainsi adaptés aux types de support tout en maîtrisant, en cas de recours à l'impression papier, les coûts de fabrication.



■ Fabrication : le Print On Demand (POD)

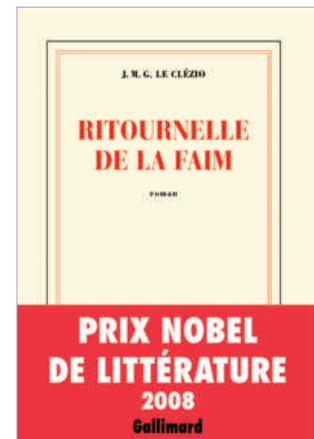
À côté de la numérisation des fonds, les avancées technologiques de l'impression numérique permettent désormais d'envisager des solutions très attractives qui permettent de réduire de manière significative le niveau des stocks à faible rotation et par voie de conséquence, de réduire le recours futur au pilonnage.

Les innovations, tant dans l'impression numérique noire que dans l'impression numérique couleur, ont trois effets significatifs :

- Des résolutions donnant une qualité d'image excellente grâce à une technologie d'impression qui permet "une impression à sec", le rendu de l'impression dépendant de la qualité et de la nature du papier.
- Des restitutions permettant d'envisager des solutions de finition impossibles jusqu'alors. Pour la première fois un imprimeur est capable de sortir, en France, des blocs pliés, assemblés et prêts à être brochés.
- Des gains de temps considérables car l'ouvrage est immédiatement imprimé sans séchage à la sortie (une machine à impression numérique est capable de produire environ 30 000 feuilles A4 par heure, près de 5 000 pages à la minute).

Les enjeux du POD n'échappent pas aux groupes d'édition qui investissent dans cette activité. C'est ainsi qu'Hachette a créé une filiale à parité égale avec Lightning Source, leader mondial de l'impression numérique.

Nous voici donc à l'ère de la révolution de l'impression numérique qui permettra d'assurer la diversité des auteurs avec des petits tirages plus économiques en imprimant et réimprimant à la demande en un temps record.



■ Les gestionnaires de plateforme

Les groupes se positionnent en adaptant leur mode de diffusion et de distribution aux enjeux du numérique.

Loin derrière Amazon et à côté de sociétés comme Libri ou ePage, le Groupe Hachette a acquis Numilog, les Groupes Flammarion, Gallimard et La Martinière se sont unis au sein d'une société commune Eden-Livres, et les Groupes Editis et Média-Participations ont créé E-plateforme.

Ces gestionnaires proposent des solutions multiples qui couvrent :

- La diffusion numérique, laquelle promeut les ouvrages numériques auprès d'un réseau de libraires en ligne. Cette étape comprend généralement :
 - La numérisation multiformat selon les procédés pdf, ePub, Prc, MP3 etc.
 - Le catalogage : la constitution du catalogue numérique et sa richesse sont indispensables pour permettre une bonne visibilité et une bonne commercialisation par les libraires.
 - L'agrégation des données.
 - La vente et la location : celles-ci pouvant être réalisées par interface avec le site marchand des librairies. Les gestionnaires proposent également un service après vente spécifique au numérique relatif au téléchargement et à la gestion des contenus.
 - Les suivis statistiques et l'information en temps réel sur l'activité, etc.

Le mode de calcul de la rémunération du diffuseur numérique serait identique à celui appliqué dans le circuit du livre papier.

- La distribution numérique, qui héberge, met en ligne, livre pour consultation dans un univers sécurisé par cryptage DRM (Digital Rights Management). Cette étape comprend :
 - Le service de stockage des fichiers des livres numériques avec un hébergement sécurisé.
 - Le service de distribution en relation avec la plateforme de commercialisation des libraires. Ce service se caractérise par un téléchargement par le client sur information du libraire.
 - Le service de protection des droits des auteurs et des éditeurs par la mise en œuvre de mesures techniques DRM.

■ Les sites Web

Devant la montée en puissance des gestionnaires de plateforme et des grosses librairies en ligne telles qu'Amazon ou la Fnac, les éditeurs indépendants et les libraires s'organisent en ouvrant leurs propres sites. Conçus dans un objectif de proximité et de personnalisation de l'offre, ils sont également leurs vitrines. Ils peuvent être marchands et permettre ainsi de toucher des consommateurs qui n'ont pas toujours la possibilité ou la volonté de se déplacer en librairie.

Bien que la chaîne du numérique donne la possibilité, tant aux gestionnaires de plateforme qu'aux éditeurs de toucher directement le consommateur, il convient de souligner le désir de tous, de maintenir dans cette chaîne, la librairie qui reste le lieu qualitatif de commercialisation quel que soit le support ou le format choisi.



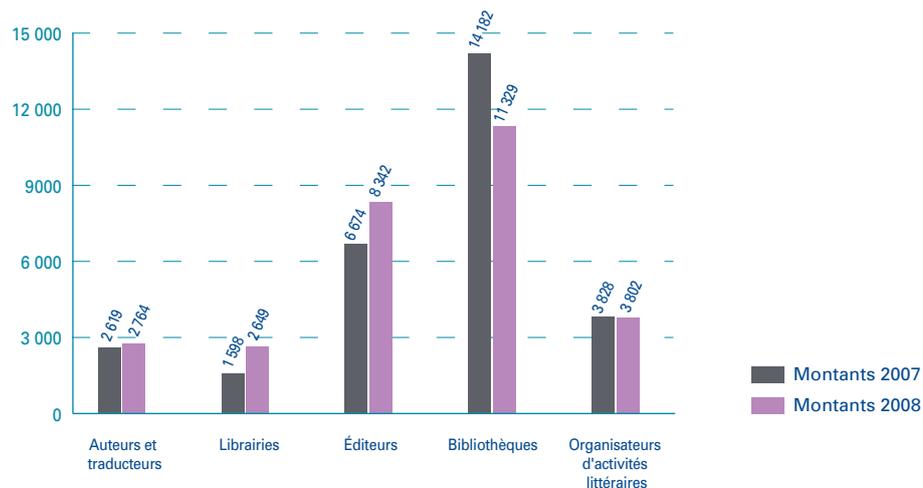
Identifier les aides financières pour répondre aux enjeux du numérique

Le ministère de la Culture et de la Communication contribue au développement culturel en offrant aux sociétés du secteur des aides dispensées par le biais de deux organismes : le Centre national du livre (CNL) et l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC).

■ Les nouvelles aides du CNL

Dans la lignée de la mission Livre 2010, le CNL a renforcé ses missions en faveur du soutien à la création et à la diffusion dans tous les secteurs de l'économie du livre. Il a accru la sélectivité des aides pour les rendre plus efficaces, et en a créé de nouvelles destinées à soutenir la révolution numérique et la librairie indépendante.

Aides CNL 2008 : Comparatif 2007-2008, répartition par bénéficiaires



Source : Centre national du livre - Bilan annuel des aides 2008

En 2008 les aides allouées par le CNL ont représenté près de 29 M€ pour l'ensemble de la filière, sur un budget global de l'ordre de 33 M€.

■ Un grand projet : Gallica 2

Depuis 2007, l'accent a été mis sur le soutien à l'économie numérique du livre dans le cadre du projet Gallica 2. La BNF a ainsi pu bénéficier d'une enveloppe budgétaire de 10 M€ pour la numérisation des documents.

En 2008, les aides ont profité principalement à 51 éditeurs et 5 "e-distributeurs" s'engageant dans un programme de test de diffusion numérique de documents sous droits.

Près de 1,4 M€ leur ont été alloués, leur permettant de numériser rétrospectivement leurs titres, qu'il s'agisse d'ouvrages de fonds ou d'ouvrages épuisés.

Cette nouvelle répartition entre les bénéficiaires se caractérise par une croissance de 25% des financements au profit des sociétés d'édition, et une diminution de 20% pour ceux alloués aux bibliothèques. Il convient de souligner que 60% de ces aides concernent les grands éditeurs, dont les projets de numérisation sont plus coûteux.

L'aide est allouée en priorité aux livres dont la publication est jugée importante et concerne tous les secteurs éditoriaux à l'exception de la BD. Les coûts visés par cette subvention peuvent être directs (préparation des documents, numérisation, contrôle qualité, production des métadonnées, conversion à partir de fichiers numériques déjà existants) ou indirects (liés à la recherche des ayants-droits et à la renégociation des contrats pour la diffusion numérique).

Elle peut financer les coûts directs engagés par les éditeurs, selon les formats jusqu'à 50% ou 66% des dépenses éligibles. Les coûts indirects peuvent être également financés sous forme d'une aide exceptionnelle de 25%.

Pour les "e-distributeurs", le financement peut représenter jusqu'à 50% des dépenses éligibles.

■ Des aides en marge de Gallica

Parallèlement au projet directeur, des subventions existent dont l'objectif est toujours d'accompagner les éditeurs dans leur projet de numérisation ou de distribution.

- **Les subventions pour la création d'une édition multimédia ou d'un projet numérique innovant**, destinées aux éditeurs qui souhaitent "soit réaliser une édition multimédia, soit créer un site Internet qui complète l'édition d'un ouvrage sur support papier, soit un projet innovant de diffusion du livre sur Internet ou les réseaux de communication, qui accompagne ou complète l'édition d'un ouvrage sur support papier".*
- **Les subventions pour projets d'édition numérique**, destinées aux éditeurs "souhaitant numériser des ouvrages de fonds, sous forme d'un produit électronique global. Il peut s'agir d'ouvrages dont la réédition est prévue à brève échéance ou de projets qui visent à proposer des contenus en ligne ou sur d'autres supports numériques".*
- **Les subventions à la création et au développement de sites collectifs d'éditeurs et de libraires**, destinées à favoriser la mutualisation des coûts et la mise en commun des données.

L'ensemble de ces subventions finance jusqu'à 50% des dépenses éligibles.

■ Un organisme de garantie souvent méconnu : l'IFCIC

Les industries cinématographiques et audiovisuelles sont au cœur de la mission de cet organisme, qui intervient également auprès des industries culturelles grâce au fonds doté par le ministère de la Culture et de la Communication.

Le recours à l'IFCIC permet de faciliter le financement bancaire. L'IFCIC octroie en effet des garanties aux établissements financiers qui accordent des crédits aux entreprises culturelles, facilitant ainsi la prise de risque dans ce secteur : en cas de défaillance de l'entreprise, la perte de la banque sera partagée avec l'IFCIC.

Les crédits soutenus concernent la plupart des besoins des entreprises, à tous les stades de leur développement : financements éditoriaux, financements d'investissements immobiliers, équipements et matériels, acquisitions de droits et licences, crédits de campagne, crédits de fonds de roulement rendus nécessaires par le développement de l'activité, rachat ou création d'entreprises... et peuvent être à court, moyen ou long terme, accordés sous forme de crédits-bails mobiliers ou immobiliers.

Par ailleurs la garantie peut couvrir les cautions bancaires portant sur certains crédits à court terme.

L'IFCIC, qui intervient à hauteur de 50 à 70% du crédit, a ainsi été sollicité dans le secteur du livre (édition et librairies) à hauteur de 2,5 M€ en 2008 contre 1,8 M€ en 2007.

Cette activité devrait poursuivre sa progression grâce à l'élargissement récent des capacités du fonds (accroissement des plafonds). Le fonds devrait être particulièrement sollicité pour la numérisation des fonds éditoriaux et pour la transmission des librairies.

Même s'il semble que les enveloppes allouées pour l'évolution vers le numérique ne soient pas encore à la hauteur des enjeux, les nouveaux dispositifs montrent la volonté marquée des pouvoirs publics d'aider les éditeurs à intégrer l'ère du numérique.



*source : CNL

Observer les bonnes pratiques

Les Éditions Bréal sont spécialisées dans le secteur scolaire et universitaire, sur le marché des classes préparatoires et des classes de l'enseignement supérieur.

La société développe également une activité parascolaire qui lui permet de consolider ses positions.

Les collections proposées touchent notamment à l'histoire, la géographie, les sciences économiques et sociales.

Si les prescripteurs sont principalement les enseignants, Bréal a diversifié son offre dans l'objectif de développer son activité auprès des étudiants.

Les Éditions Bréal sont dirigées depuis trois ans par Cécile Colonna, fille du fondateur.



Témoignage de Madame Cécile Colonna
Présidente des Éditions Bréal

Bréal et la numérisation

Notre société a recours à la numérisation et le format retenu dépend du produit numérisé.

Le format PDF se justifie dans notre cas, lorsque le produit a une durée de vie courte, alors que le format XML est surtout utilisé dans le cas où l'ouvrage subit des modifications permanentes.

En matière de modèle de restitution, Bréal, il y a un peu plus d'un an, a été la pionnière dans l'offre de la vente par modules.

La société propose des fichiers téléchargeables, couvrant un ou plusieurs chapitres d'un ouvrage existant, que les étudiants peuvent consulter et télécharger, grâce à un système d'abonnement. Ces fichiers, qui ont pour objectif d'aider l'étudiant à la préparation de ses examens en fin de période de révision, concernent tous les ouvrages de cours. Ils ont été lancés pour compenser la baisse des ventes en université.

Le téléchargement des fiches n'est financièrement intéressant que dans le cas où l'étudiant ne télécharge pas la totalité des fiches qui constituent le livre car, dans ce dernier cas, le coût est supérieur au prix du livre lui-même. Ce produit nous a permis de rendre plus captive la population des étudiants.

En termes de chiffre d'affaires, l'activité Internet a représenté, en une année, plus de 1% du chiffre d'affaires, ce qui est très encourageant.

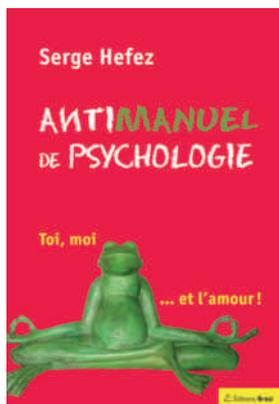
Bréal et le POD

Notre société a, depuis de nombreuses années, eu recours au POD aussi bien pour le fonds que pour les nouveautés.

Cette méthode d'impression a permis de limiter les premiers tirages et ainsi de réaffiner l'offre en fonction de l'accueil du public. Elle est, par ailleurs, intéressante jusqu'à 1 000 exemplaires (500 jusqu'à une époque récente).

Le POD rend possible le maintien au catalogue de titres "en fin de parcours" dans la mesure où un lecteur intéressé peut être amené à demander un seul exemplaire.

En conclusion le POD est un bon outil de ciblage, de réduction des coûts et de développement d'un chiffre d'affaires complémentaire.



Bréal et sa plateforme de commercialisation

Bréal a toujours prôné son indépendance dans la diffusion et la distribution. Elle a mis en place un site Éditeur marchand, qui intègre différents espaces consacrés aux enseignants, aux étudiants et aux libraires.

Son principe est de commercialiser des produits complémentaires, non vendus en librairie, autour du livre. Ces produits peuvent être, l'année de la parution du manuel, offerts gratuitement ou à des conditions privilégiées aux professeurs afin de les rendre captifs et prescripteurs en classe, sur des livres qui seront vendus en librairie.

Le site a été une réelle source d'économies et de revenus car, outre le fait que nous avons enregistré un retour sur investissement dès la première année, il a permis de réaliser des promotions auprès d'une population ciblée, sans coût papier ni frais d'envoi, et a été une excellente opportunité de constituer un fichier d'adresses, d'autant plus fiable qu'il est mis à jour de manière automatique par les prescripteurs ou les clients.

L'organisation de Bréal

Le recours au numérique n'a pas changé fondamentalement l'organisation de la société, par contre les réflexes ont évolué.

Si les éditeurs raisonnent toujours en premier lieu "papier", ils s'interrogent systématiquement sur ce qui peut être véhiculé sur Internet et qui présenterait un intérêt complémentaire à celui du papier.

Le numérique prend donc de plus en plus de place dans l'activité car les professeurs, intéressés par les produits gratuits ou moins chers, viennent plus nombreux sur le site, et les étudiants, familiarisés avec les grands sites de ventes (la Fnac ou Amazon), commencent à consulter davantage les sites éditeurs.

L'objectif pour Bréal était d'atteindre un strict équilibre en termes de consultation entre prescripteurs et étudiants. Aujourd'hui cet équilibre est atteint et nous en sommes satisfaits.

En conclusion ne pouvant être des précurseurs dans le numérique, Cécile Colonna considère qu'il est important de suivre avec intérêt l'évolution des grands du secteur afin d'en tirer les enseignements pour le futur.

Dans son domaine, la seule certitude concerne les spécimens. Le vrai changement, qui se traduira par la réduction des coûts d'envoi, viendra lorsqu'il y aura une modification profonde de l'état d'esprit des enseignants qui accepteront de les recevoir sous forme numérique.

Les Éditions Technip & Ophrys sont issues du rapprochement entre les Éditions Technip, qui publient des ouvrages spécialisés dans tous les domaines de l'industrie du pétrole et du gaz, ainsi que dans les sciences et techniques auxquelles cette industrie fait appel, et les éditions Ophrys spécialisées dans les ouvrages scolaires et parascolaires pour l'enseignement des langues vivantes, de l'histoire, de la civilisation linguistique, des langues anciennes, de la géographie et de la sociologie pour les cycles secondaires et supérieurs.

Les ingénieurs, les professeurs et les étudiants sont les principaux lecteurs des ouvrages de la société.

Les ouvrages publiés à destination des ingénieurs ont un contenu très technique, sont lourds en poids et leur prix de vente est élevé, caractéristiques que l'on ne retrouve pas nécessairement dans les manuels dédiés aux langues.

Face à ces deux types de consommateurs et de produits, Paul-François Trioux, Directeur Général des Éditions Technip & Ophrys, est amené au quotidien, à s'interroger sur la pertinence de l'application du numérique dans son activité.



Témoignage de Paul François Trioux
Directeur Général des Éditions Technip & Ophrys

Technip & Ophrys et la numérisation

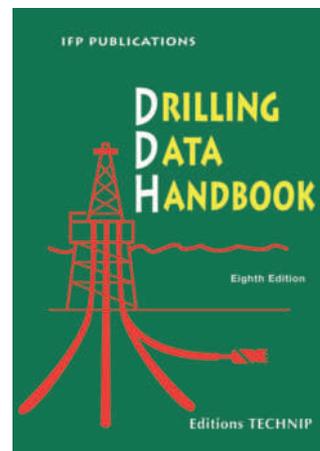
Au niveau parascolaire, la numérisation et ses applications commerciales ne sont pas forcément une réponse à notre besoin immédiat pour deux raisons :

- Il n'existe pas actuellement d'exemple de produit satisfaisant, complètement interactif, qui puisse remplacer le cahier pédagogique.
- Nos prescripteurs (professeurs) ne sont pas tous en faveur de l'utilisation des techniques du numérique, ou ne disposent pas des outils nécessaires à l'enseignement dans un environnement numérique.

À côté des livres, faciles à utiliser, et présentant des fiches détachables, ils admettent cependant que la fourniture de CD, réalisés avec l'aide de comédiens, leur est d'un réel appui et leur permet de mieux valoriser leur enseignement.

Pour les produits Technip s'adressant à un milieu professionnel habitué à consulter régulièrement des livres de référence, avec des caractéristiques spécifiques sous tout type de support, la solution de numérisation peut trouver à s'appliquer. Certains de nos ouvrages ne seront toutefois pas disponibles sous forme numérique, soit parce que leur contenu est difficile à utiliser sur support numérique, soit pour éviter le piratage. C'est le cas, par exemple, de l'ouvrage "Drilling Data Handbook".

Par contre, pour un certain nombre de revues que nous éditons (la Revue Française de Sociologie ou de l'IFP, par exemple), la numérisation se justifie et a été mise en place depuis plusieurs années, les lecteurs pouvant se porter acquéreurs, d'un ou de plusieurs articles précis, via des bases de données numériques spécialisées comme Cairn ou JSTOR.



Technip & Ophrys et le POD

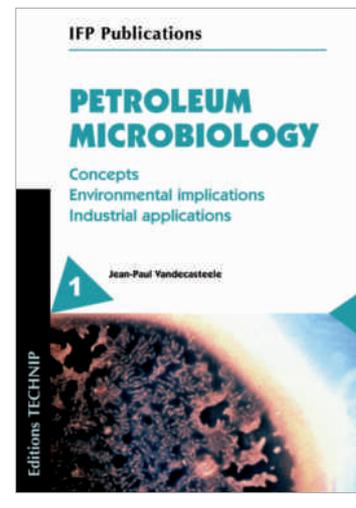
En raison de la spécificité de notre production d'ouvrages scientifiques consacrés aux hydrocarbures et aux sciences périphériques de cette spécialité, nous réfléchissons à mettre en place un procédé de POD. Ce choix résulte d'une analyse par produit.

Par exemple, notre ouvrage sur la "Microbiologie pétrolière" en deux volumes de 450 pages, qui présente des informations très pointues, est imprimé en deux éditions :

- l'une française, à diffusion faible compte tenu de la spécialité,
- l'autre anglaise, à diffusion internationale.

Dans le premier cas, le POD peut se justifier alors que dans le second, une étude sur l'équilibre économique entre les quantités imprimées, vendues et stockées s'avère nécessaire.

Cette formule du POD a l'avantage supplémentaire de permettre des mises à jour régulières dans des secteurs scientifiques qui évoluent très vite.



Technip & Ophrys et les plateformes de diffusion

Le problème en matière de numérique n'est pas tant la numérisation elle-même que le choix de la plateforme de vente (la Fnac - Amazon, etc.). En effet les sociétés de notre taille disposent rarement de leur propre plateforme.

Les plateformes externes qui nous ont été proposées sont pour l'instant très coûteuses et nécessitent une certaine quantité de ventes d'ouvrages pour être rentables.

Le seul coût d'une licence annuelle est au minimum de 12 000 €, sans compter les autres charges, pour une vente de l'ordre de 10 000 e-books par an. La société n'a pas ce marché en raison du caractère très spécialisé de notre production scientifique et technique.

Dans les prochaines années, notre politique sera d'étudier les supports de diffusion qui seront les plus adaptés à la commercialisation de nos ouvrages compte tenu de la diversité de nos publics. Un ingénieur géologue au fin fond de l'Amazone n'aura pas forcément à sa disposition le même outil qu'un professeur qui enseigne l'anglais dans un lycée.

Technip & Ophrys ne dispose pas encore d'un site marchand pour le numérique. Cependant nous y réfléchissons.

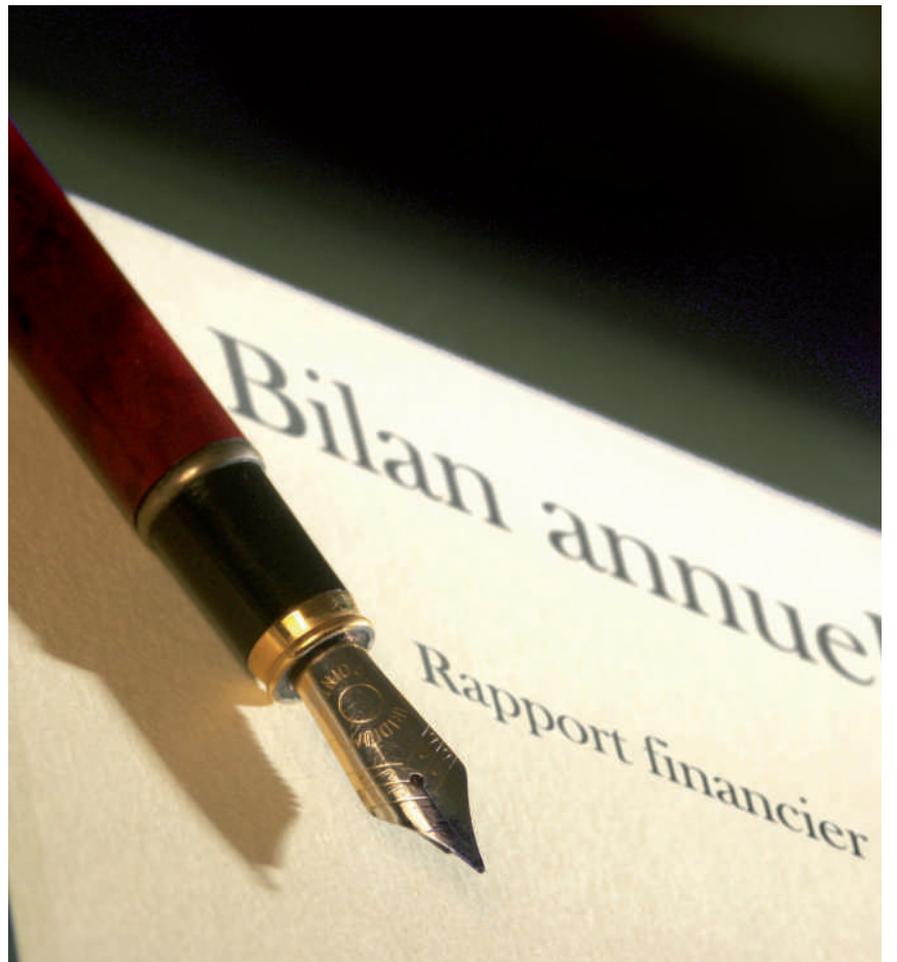
Pour ce qui est des ouvrages Technip, la majeure partie d'entre eux est accessible via le programme Google Livres, c'est-à-dire que leur contenu est consultable gratuitement à hauteur de 20% des pages de façon aléatoire.

Ces consultations peuvent déboucher sur des achats par les lecteurs via les sites partenaires de Google (la Fnac, Amazon, Decitre...) ou notre site de vente en ligne pour le livre papier www.editionstechnip.com.

Nous avons noté une augmentation de nos ventes par ce biais à partir de la mise en place de ce dispositif.

Maîtriser

les indicateurs financiers pour mieux préparer l'avenir



Cadre de l'étude : panel et classification

Basée sur les informations déposées auprès des greffes des tribunaux de commerce, cette étude regroupe 199 maisons d'édition dont l'activité principale est la production et la vente de livres (code NAF 5811 Z dont sont exclues les sociétés à dominante diffusion ou club).

Pour tenir compte des éventuels retards de dépôt des comptes, les sociétés pour lesquelles aucune information n'apparaît en 2008, sont maintenues dans l'échantillon sur la base de leurs comptes 2007.

Elles sont exclues dans le cas d'absence de publication pendant deux années consécutives.

Comme chaque année, cet échantillon de sociétés est présenté soit par groupe, soit par niveau de chiffre d'affaires, ou par secteur d'activité en retenant comme critère d'affectation l'activité dominante.

Enfin, et afin de préserver la confidentialité des informations traitées, les groupes ont été identifiés par des lettres sans référence à un ordre quelconque en terme de taille ou de classement alphabétique.

Par niveau de chiffre d'affaires

| Chiffres d'affaires | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------------------------------|------|------|------|
| C.A. supérieur à 50 M€ | 11 | 12 | 9 |
| C.A. compris entre 10 et 50 M€ | 37 | 32 | 27 |
| C.A. compris entre 5 et 10 M€ | 23 | 21 | 22 |
| C.A. inférieur à 5 M€ | 110 | 100 | 141 |
| Total | 181 | 165 | 199 |

Par secteur éditorial

| Secteurs éditoriaux retenus | 2006 | 2007 | 2008 |
|--|------|------|------|
| ■ Littérature | 62 | 58 | 71 |
| ■ Beaux livres et Pratiques | 32 | 30 | 36 |
| ■ Scolaires, sciences et dictionnaires | 41 | 37 | 43 |
| ■ Tourisme et guides | 9 | 6 | 13 |
| ■ Jeunesse | 16 | 13 | 15 |
| ■ BD | 10 | 10 | 11 |
| ■ Juridique | 11 | 11 | 10 |
| Total | 181 | 165 | 199 |

Par groupe

| Groupes retenus | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------|------|------|------|
| Groupes | 40 | 37 | 38 |
| Indépendants | 130 | 117 | 151 |
| Juridiques | 11 | 11 | 10 |
| Total | 181 | 165 | 199 |

Même si les indicateurs moyens que nous mettons en évidence permettent de faire des constats, leur prise en compte ne peut être transposée de manière stricto sensu.

Ils ont en effet pour but de mettre en évidence les grandes évolutions du secteur et de favoriser les interrogations en vue d'améliorer vos performances.

Ils doivent être mis en perspectives avec l'évolution de la situation actuelle tant technologique que financière.

Situer ses propres performances par rapport aux fondamentaux du secteur

La conception d'un livre numérique et sa transposition sur des supports physiques ou virtuels répond à des procédures différentes de celles existantes pour le livre papier. Elle met en œuvre, tant sur l'aspect production que sur l'aspect diffusion, des processus nouveaux (procédures d'accès, supports physiques etc.), et voit émerger de nouveaux acteurs, ce qui n'est pas sans conséquence au regard des grands équilibres financiers de la chaîne.

Le dénominateur commun aux rémunérations de tous les intervenants de la chaîne du livre papier est le PPHT, or les modèles de diffusion pouvant être différents en fonction des objectifs recherchés (livre électronique ou accès à un bouquet par le système d'abonnements, voire part de recettes publicitaires issues de consultation etc.), il est permis de s'interroger sur le maintien en l'état des accords, notamment des taux de rémunération, unissant l'éditeur à ses partenaires.

À cette interrogation vient s'ajouter le paramètre de la fiscalité, l'administration ayant précisé récemment le périmètre d'application du taux réduit de TVA.

Quelles que soient les conséquences à terme du numérique pour les éditeurs, il est plus que jamais impératif de maîtriser ses propres indicateurs financiers, afin d'apprécier les impacts d'une prise de décision.

■ L'activité en 2008

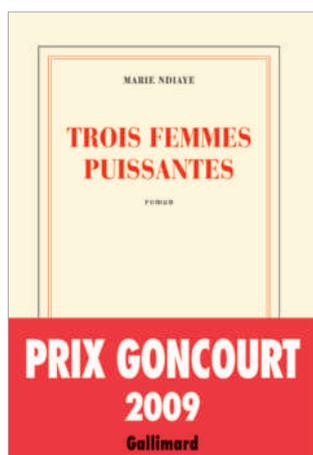
Les indicateurs ont été calculés sur la base d'un chiffre d'affaires net, toutes activités confondues, de 3 100 M€ (pour 199 sociétés) identique à celui de notre précédente étude (qui portait sur un panel plus petit de 165 sociétés).

Ce constat doit être analysé à la lumière des mouvements intervenus dans le panel.

En 2008, celui-ci a été complété de 49 sociétés, représentant un chiffre d'affaires de 220 M€. 15 sociétés représentant un chiffre d'affaires de 200 M€, ont été sorties, soit parce que leurs comptes ne sont pas publiés depuis plus de 2 années consécutives, soit parce qu'elles ont fait l'objet de restructuration.

C'est ainsi que la société Lamy, absorbée par le groupe Wolters Kluwer qui développe des activités importantes ne relevant pas de l'édition, a été exclue du panel.

Dans ce contexte, le chiffre d'affaires retraité des entrées et sorties de périmètre met en évidence une réelle stagnation de l'activité globale pour 2008.



■ Un marché des nouveautés qui ne ralentit pas

Chaque année apporte son volume de nouveautés, 2008 n'échappe pas à la règle. Tous les organismes publiant des statistiques sur la profession, et quel que soit le niveau de la chaîne retenu, convergent vers une croissance des nouveautés.

Production nouveautés / nouvelles éditions et réimpressions

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|--|--------|--------|--------|
| Production BNF (entrées au Dépôts légal livres) | 62 527 | 63 761 | 69 658 |
| Production Livres Hebdo/Electre (commercialisée) | 57 728 | 60 376 | 63 601 |
| Production SNE (base éditeurs) | 70 148 | 71 746 | 76 205 |
| Taux de retour moyen (source Livres Hebdo) | 25% | 24% | 28% |

Les défis 2008 avaient mis l'accent sur les mises en place importantes faites par les groupes, mais également sur les très fortes perspectives de production au niveau de la bande dessinée.



L'étude menée par l'ACBD et basée sur les tirages annoncés par les éditeurs, ainsi que le classement réalisé par Livres Hebdo avec le concours de l'institut Ipsos, sur les ventes d'albums en magasin, hors sites de vente à distance (source Auracan.com), montrent un rapport ventes totales / tirages de 40% (2 924 400 ventes sur un tirage total de 7 220 000 exemplaires), qui explique l'ampleur des retours constatés ou provisionnés et pour partie, la moindre performance de ce secteur.

Cette mauvaise performance est une des origines de la baisse de rentabilité relevée sur l'activité BD.

Dans un univers papier, le ratio ventes / tirages est un indicateur important qu'il convient de suivre pour le faire tendre vers 100%, au risque de voir les stocks, peser sur la trésorerie, les méventes et les retours, peser sur la rentabilité.

Le recours au POD aura une incidence positive sur cet indicateur, en limitant le niveau des stocks.

■ Une dégradation de la rentabilité

Même si le secteur de l'édition reste rentable, cette rentabilité est à la baisse dans la quasi-totalité des secteurs du fait de la dégradation de certains indicateurs comme une augmentation quasi générale des retours, une hausse des dépréciations sur avances auteurs et un vieillissement des stocks, se traduisant par une croissance de la provision pour risque de mévente.

EBIT retraité sur C.A. net (par niveau de C.A.)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|----------------------|-------|-------|-------|--------|--------------------------------|
| C.A. > 50 M€ | 5,7% | 4,8% | 6,0% | 5,8% | - 0,2 |
| 20 M€ < C.A. < 50 M€ | 12,5% | 10,9% | 11,5% | 9,0% | - 2,5 |
| 10 M€ < C.A. < 20 M€ | 6,3% | 5,6% | 7,2% | 9,5% | 2,3 |
| 5 M€ < C.A. < 10 M€ | 8,0% | 2,0% | 2,0% | - 2,1% | - 4,1 |
| C.A. < 5 M€ | 3,4% | 2,8% | 2,7% | 1,1% | - 1,6 |
| Juridique | 25,6% | 26,6% | 26,9% | 24,9% | - 2,0 |
| Moyenne | 9,4% | 8,4% | 9,4% | 8,5% | - 0,9 |

EBIT retraité sur C.A. net (par groupe)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|----------------|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| ■ Groupe A | 8,6% | 4,1% | 4,7% | 3,5% | - 1,2 |
| ■ Groupe B | 14,6% | 10,2% | 12,1% | 4,2% | - 7,9 |
| ■ Groupe C | 2,6% | 1,6% | 4,0% | 2,3% | - 1,7 |
| ■ Groupe D | 7,3% | 6,1% | 6,4% | 6,6% | 0,2 |
| ■ Groupe E | 8,1% | 4,2% | 6,1% | 2,5% | - 3,6 |
| ■ Indépendants | 6,3% | 5,5% | 7,0% | 6,2% | - 0,8 |
| ■ Juridiques | 25,6% | 26,6% | 26,9% | 24,9% | - 2,0 |

EBIT retraité sur C.A. net (par secteur éditorial)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|--|-------|--------|-------|--------|--------------------------------|
| ■ Littérature | 6,2% | 5,5% | 5,4% | 5,4% | - |
| ■ Beaux livres et Pratiques | 2,0% | - 2,9% | 0,8% | - 2,0% | - 2,8 |
| ■ Scolaires, sciences et dictionnaires | 6,9% | 4,6% | 8,7% | 8,0% | - 0,7 |
| ■ Tourisme et guides | 5,1% | 3,8% | 4,4% | 3,7% | - 0,7 |
| ■ Jeunesse | 13,5% | 11,8% | 12,1% | 7,8% | - 4,3 |
| ■ BD | 9,0% | 8,1% | 9,1% | 4,9% | - 4,2 |
| ■ Juridique | 25,6% | 26,6% | 26,9% | 24,9% | - 2,0 |

La littérature générale s'est maintenue en 2008 grâce aux éditeurs indépendants avec les succès de la trilogie "Millénium" chez Actes Sud, "La Consolante" aux éditions Le Dilletante et "Titeuf" chez Glénat. Les autres éditeurs de ce secteur enregistrent des stagnations, voire pour certains des baisses d'activité.

Le scolaire accuse une légère baisse de sa rentabilité expliquée en partie par la baisse de certains crédits et l'attentisme qui précède généralement les réformes des collèges et lycées, lesquelles sont prévues pour 2009 et 2010.

Le secteur jeunesse n'a, quant à lui, pas connu de best-sellers comme en 2007. Enfin, la part du chiffre d'affaires réalisée avec le numérique est en constante augmentation dans le secteur juridique (les acteurs de ce secteur annoncent des progressions allant de 10 à 30%), alors que la rentabilité s'est dégradée, du fait notamment des coûts liés aux développements informatiques.



■ Une relative stabilité des "coûts auteurs"

Le taux moyen des charges auteurs résultant des états financiers, apparaît supérieur à celui prévu dans les contrats conclus avec les auteurs (calculés sur le PPHT), car déterminé, en règle générale, sur le chiffre d'affaires net libraire.

Charges auteurs sur production vendue de biens (par secteur éditorial)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|--|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| ■ Littérature | 16,4% | 17,0% | 18,0% | 18,5% | 0,5 |
| ■ Beaux livres et Pratiques | 11,8% | 12,9% | 12,3% | 13,0% | 0,7 |
| ■ Scolaires, sciences et dictionnaires | 11,6% | 11,7% | 12,3% | 12,7% | 0,4 |
| ■ Tourisme et guides | 11,9% | 11,1% | 12,9% | 13,7% | 0,8 |
| ■ Jeunesse | 18,1% | 13,6% | 20,4% | 14,7% | - 5,7 |
| ■ BD | 18,3% | 18,8% | 18,8% | 19,0% | 0,2 |
| ■ Juridique | 6,1% | 6,3% | 5,8% | 6,7% | 0,9 |
| ■ Moyenne | 13,0% | 13,0% | 14,1% | 14,0% | - 0,1 |

Le poids relatif de chaque catégorie a une incidence non négligeable sur l'interprétation que l'on peut donner à la moyenne dégagée qui semble relativement identique à 2007. En fait, la littérature et la BD qui représentaient respectivement 44% et 7% du panel en 2007, représentent désormais 46% et 10%, avec une évolution des droits payés.

Par contre, la jeunesse, n'ayant pas connu de best-seller aussi important qu'Harry Potter, ne représente plus que 7% en 2008 contre 14% en 2007.

De manière à apprécier le coût réel des auteurs, les charges auteurs doivent être :

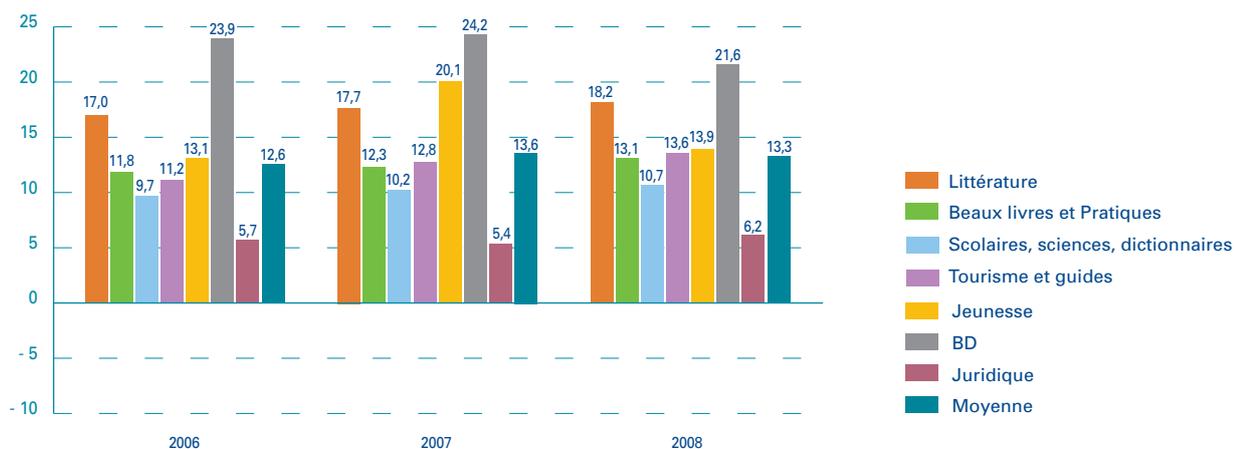
- Augmentées des dépréciations sur avances, lesquelles se situent au niveau des états financiers en diminution du poste "autres créances".
- Diminuées des charges relatives aux cessions de droits. En effet, alors que les ventes d'ouvrages présentent une "certaine régularité", les cessions de droit sont, quant à elles, très hétérogènes d'une année sur l'autre, et entraînent une augmentation ipso facto de la charge auteur.

L'ensemble des agrégats, net des charges sur cession de droits, montre une relative stabilité.

Coût auteurs brut sur production vendue de biens (par niveau de C.A.)

| | Poids relatif coût | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|----------------------|--------------------|-------|-------|-------|-----------------------------|
| C.A. > 50 M€ | 32,9% | 10,8% | 12,3% | 12,6% | 0,3 |
| 20 M€ < C.A. < 50 M€ | 23,4% | 19,1% | 21,0% | 19,2% | - 1,8 |
| 10 M€ < C.A. < 20 M€ | 10,4% | 14,8% | 16,2% | 16,6% | 0,4 |
| 5 M€ < C.A. < 10 M€ | 8,4% | 18,3% | 16,6% | 17,0% | 0,4 |
| C.A. < 5 M€ | 13,4% | 14,3% | 16,6% | 16,8% | 0,2 |
| Juridique | 11,4% | 5,7% | 5,4% | 6,2% | 0,8 |
| Moyenne | | 12,6% | 13,6% | 13,3% | - 0,3 |

Coût auteurs brut sur production vendue de biens (par secteur éditorial)



Comparé aux "charges auteurs", le niveau moyen des coûts auteurs est légèrement inférieur, mais suit la même tendance.

■ Un poids des charges cohérent et relativement immuable

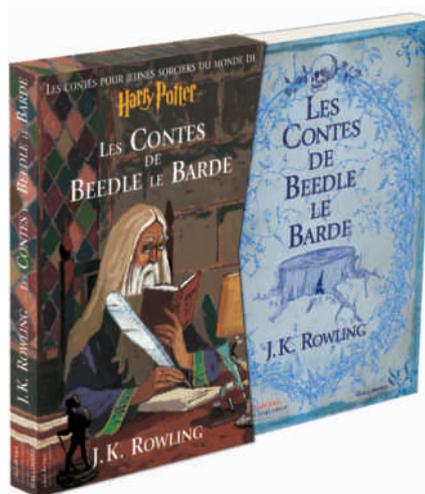
Bien que la diversité des situations rencontrées dans les maisons d'édition entraîne des hétérogénéités dans les traitements comptables, notre échantillon montre une variation cohérente du poids de chacun des postes composants les charges des entreprises.

C'est ainsi que le poste "autres achats et charges externes" représente environ 2/3 de la production vendue, avec des variations importantes au niveau de la jeunesse lors des années de sortie de Harry Potter.

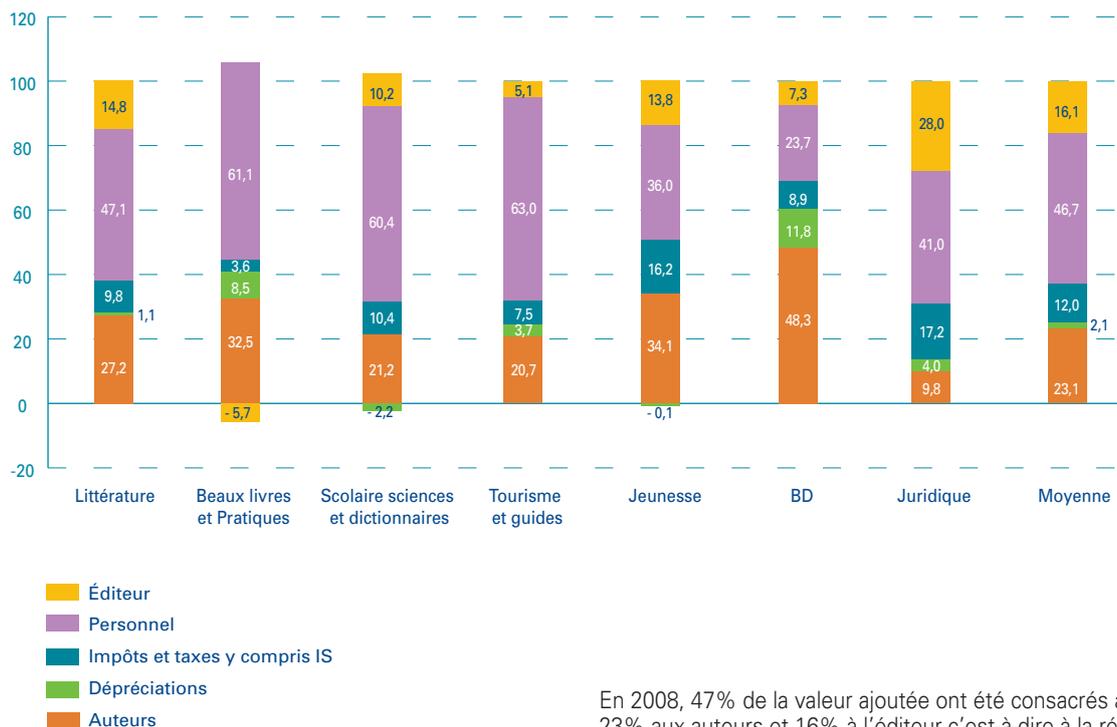
Achats / Productions de bien (par secteur éditorial)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|--|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| ■ Littérature | 77,3% | 79,4% | 74,0% | 74,3% | 0,3 |
| ■ Beaux livres et Pratiques | 70,0% | 73,6% | 74,1% | 73,3% | - 0,8 |
| ■ Scolaires, sciences et dictionnaires | 64,2% | 63,0% | 61,7% | 64,5% | 2,8 |
| ■ Tourisme et guides | 79,7% | 76,2% | 72,6% | 77,4% | 4,8 |
| ■ Jeunesse | 63,1% | 68,8% | 62,4% | 72,1% | 9,7 |
| ■ BD | 68,9% | 67,1% | 66,3% | 68,1% | 1,8 |
| ■ Juridique | 45,5% | 47,0% | 47,6% | 51,1% | 3,5 |
| ■ Moyenne | 66,1% | 67,2% | 64,7% | 67,3% | 2,6 |

De son côté la valeur ajoutée dégagée se répartit et évolue, de manière cohérente dans le temps, entre l'éditeur (actionnaire), le personnel, les impôts et taxes, les dépréciations et les coûts auteurs (par dérogation à la règle générale qui exclut les "autres charges").



Répartition de la valeur ajoutée



En 2008, 47% de la valeur ajoutée ont été consacrés au personnel, 23% aux auteurs et 16% à l'éditeur c'est-à-dire à la rémunération du capital.

■ Une amélioration du besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement s'améliore dans la quasi-totalité des secteurs et, pour la partie hors juridique, atteint un niveau plus satisfaisant qu'en 2006. Cette amélioration est pour partie due à l'absence de commercialisation d'importants best-sellers en fin d'exercice, dont la conséquence est d'alléger le poste "clients".

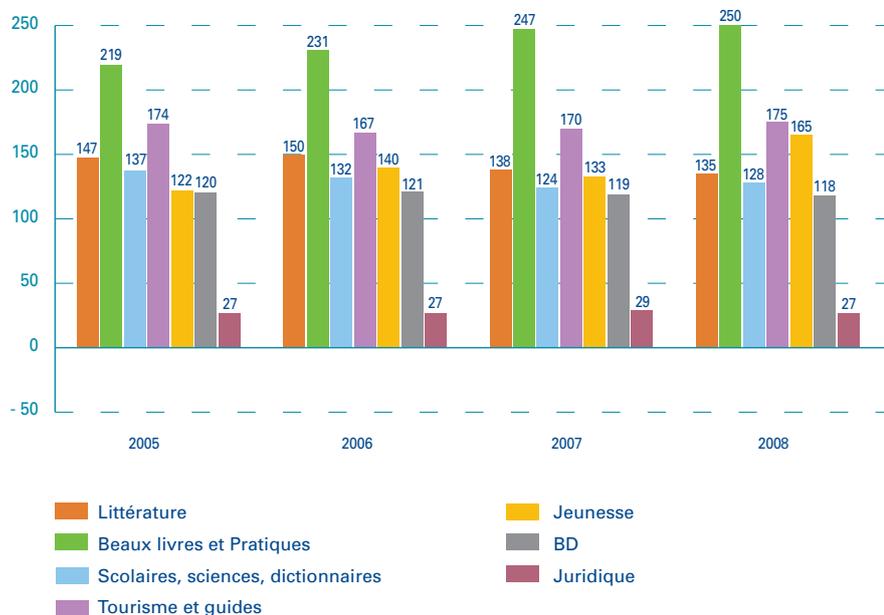
BFR corrigé en jours de C.A. proraté (par secteur éditorial)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 |
|--|------|------|------|------|-----------------------|
| ■ Littérature | 12 | 10 | 10 | 5 | - 5 |
| ■ Beaux livres et Pratiques | 70 | 78 | 88 | 86 | - 2 |
| ■ Scolaires, sciences et dictionnaires | 21 | 1 | 1 | - 2 | - 3 |
| ■ Tourisme et guides | 43 | 43 | 44 | 39 | - 5 |
| ■ Jeunesse | 77 | 92 | 122 | 117 | - 5 |
| ■ BD | 41 | 47 | 50 | 53 | 3 |
| ■ Juridique | - 49 | - 49 | - 65 | - 51 | 14 |
| ■ Moyenne | 11 | 7 | 7 | 3 | - 4 |
| Moyenne hors juridique | 23 | 19 | 22 | 17 | - 5 |

Des stocks qui s'alourdissent et une dépréciation qui augmente

Avec 616 millions d'euros en valeur pour la population étudiée, le volume des stocks a augmenté de 11 millions d'euros.

Stocks bruts (en jours de productions vendues)



Par ailleurs, la croissance systématique des provisions liées au risque de mévente, montre le vieillissement des stocks.

Taux de dépréciation (par secteur éditorial)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| Littérature | 55,7% | 55,9% | 55,3% | 56,5% | 1,2 |
| Beaux livres et Pratiques | 41,0% | 42,0% | 44,6% | 46,8% | 2,2 |
| Scolaires, sciences et dictionnaires | 48,4% | 50,1% | 51,0% | 49,6% | - 1,4 |
| Tourisme et guides | 37,0% | 40,6% | 43,3% | 43,2% | - 0,1 |
| Jeunesse | 46,1% | 46,1% | 47,6% | 48,6% | 1,0 |
| BD | 54,1% | 56,7% | 56,2% | 57,7% | 1,5 |
| Juridique | 45,3% | 45,6% | 42,1% | 44,1% | 2,0 |

■ Des avances auteurs en augmentation continue

Les avances auteurs augmentent de manière constante.

Depuis 2005, cette augmentation représente sur la population étudiée plus de 80 millions d'euros. 80% concernent la littérature et la BD, avec un taux relativement stable de dépréciation.

Les indépendants restent toujours en deçà des pratiques de certains groupes.

Taux de dépréciation (par groupe)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Évolution 2007 / 2008 (pts) |
|----------------|-------|-------|-------|-------|--------------------------------|
| ■ Groupe A | 44,9% | 44,5% | 47,4% | 47,3% | - 0,1 |
| ■ Groupe B | 60,0% | 62,2% | 61,8% | 64,3% | 2,5 |
| ■ Groupe C | 50,4% | 50,2% | 46,8% | 49,1% | 2,3 |
| ■ Groupe D | 53,2% | 54,1% | 56,4% | 57,4% | 1,0 |
| ■ Groupe E | 54,1% | 56,8% | 58,3% | 58,2% | - 0,1 |
| ■ Indépendants | 48,9% | 49,8% | 49,2% | 49,4% | 0,2 |
| ■ Juridiques | 45,3% | 45,6% | 42,1% | 44,1% | 2,0 |
| ■ Moyenne | 50,5% | 51,4% | 51,5% | 52,2% | 0,7 |

■ Un niveau de trésorerie nette en croissance pour les éditeurs indépendants

À l'inverse de l'année 2007, la trésorerie nette globale des éditeurs indépendants (trésorerie diminuée des découverts et de l'endettement) s'améliore, notamment en littérature générale, du fait des best-sellers.

Par contre, 2008 confirme la mauvaise santé de l'activité beaux livres qui a du mal à tirer son épingle du jeu.

Position de trésorerie par secteur éditorial (en millions d'euros)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--|-------|-------|--------|--------|
| ■ Littérature | 0,3 | 9,7 | 6,6 | 14,9 |
| ■ Beaux livres et Pratiques | - 5,6 | - 5,0 | - 17,0 | - 19,9 |
| ■ Scolaires, sciences et dictionnaires | 18,2 | 24,5 | 21,9 | 30,9 |
| ■ Tourisme et guides | 9,1 | 10,7 | 11,2 | 10,9 |
| ■ Jeunesse | 4,8 | 4,9 | 4,9 | 4,1 |
| ■ BD | - 0,2 | 0,9 | 0,5 | 1,4 |
| Total | 26,6 | 45,7 | 28,1 | 42,3 |



Évaluer les conséquences du numérique

■ Un impact certain du recours au POD en termes de coût

En l'état actuel, il n'est pas possible d'évaluer avec précision à quelle échelle se situerait l'économie réalisée par le recours au POD. Néanmoins cela devrait avoir un impact favorable sur la trésorerie (moins de mobilisation dans les stocks) et sur les coûts de fabrication (inclus sous la rubrique "autres achats et charges externes"), lesquels représentent, dans notre échantillon, plus des 2/3 de la production vendue.

Par ailleurs l'utilisation du POD, qui permet une réduction des stocks et des dépréciations, présenterait l'avantage de mieux appréhender le prix de revient réel par ouvrage, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui, où les agrégats du prix de revient ne prennent pas en compte les coûts liés à la mévente et aux retours.

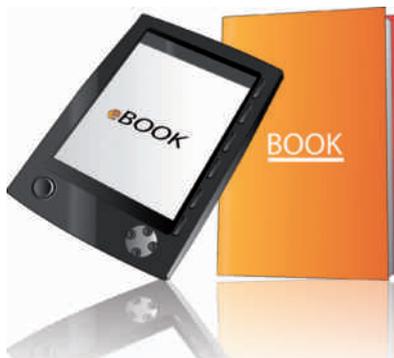


■ Évaluer et tirer les conséquences du support de diffusion

À part l'activité juridique, il est à l'heure actuelle difficile de percevoir les conséquences, en termes financiers, du développement du numérique. Compte tenu du positionnement récent des groupes dans la chaîne du numérique, ces conséquences ne devraient pas être perceptibles avant 2010.

L'appréciation financière de la mise en œuvre du numérique se heurte, par ailleurs, à la diversité :

- En terme de recettes : des business model susceptibles d'être adoptés par les éditeurs (livre numérique vendu seul à un prix moins cher que celui du papier, vente d'un bouquet comprenant plusieurs ouvrages, vente pour partie de l'ouvrage, recettes diverses tels que bandeau publicitaire, etc.).
- En terme de fabrication : de la méthodologie retenue (POD ou non).
- En terme de support : du choix des modes de diffusion (support physique, CD-ROM, téléchargement, etc.).



De plus le choix du mode de diffusion n'est pas sans incidence au regard de la rémunération des différents acteurs de la chaîne de numérisation, laquelle repose sur le PPHT.

En effet depuis le 15 septembre 2009 (n° 2009/48 TCA) une décision de rescrit a étendu le bénéfice du taux réduit de TVA à la fourniture de livres sur tout support physique (disque compact, cédérom, clé USB...) à la condition que l'information reproduite corresponde au contenu porté dans les ouvrages diffusés.

Dans la mesure où les supports physiques intègrent des fonctions complémentaires (notamment mise à jour par internet), ils relèvent du taux normal de TVA de 19,6%.

Il en est de même pour le téléchargement de livres par fichiers numériques, qui est considéré comme une prestation de service rendue par voie électronique et de ce fait reste assujetti au taux normal.

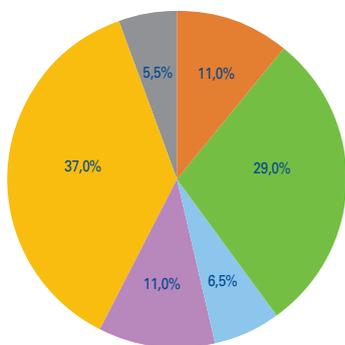
Si l'absence du recours au papier et la suppression du processus de fabrication devraient logiquement permettre une baisse du prix de vente et favoriser le développement des ventes numériques, une partie de cette baisse sera pénalisée, dans certains cas, par l'application d'un taux normal de TVA.

À titre d'exemple, Marc Lévy publiera le 2 décembre prochain son nouveau roman "La Première Nuit" sous deux formats : papier et numérique. Le prix du second format devrait être de 16 €, "soit 25% moins cher que l'édition papier publiée chez Robert Laffont"... "une version comprenant des bonus est également en préparation"

Si par hypothèse le format numérique aboutit à un téléchargement, le taux normal de TVA trouvera à s'appliquer.

S'il n'est pas possible, devant la diversité des cas qui peuvent être rencontrés, d'en chiffrer les impacts réels, il est possible en revanche d'afficher les grandes tendances.

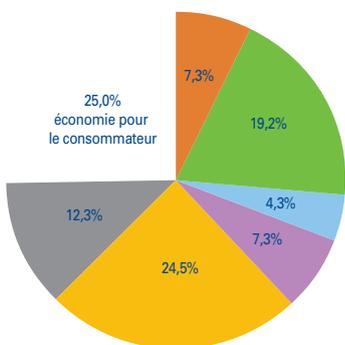
Décomposition moyenne du prix de vente d'un ouvrage papier



Source : SNE



Décomposition estimée du prix de vente d'un ouvrage numérique téléchargé (selon exemple Marc Lévy)



L'intégration du numérique dans la chaîne éditoriale entraînera une modification de la rémunération des différents acteurs et amènera les éditeurs à procéder à un arbitrage afin de préserver à la fois la création éditoriale, source de leur activité, et les circuits de diffusion, sources de leur développement.

*source : Les Échos

■ Mettre en œuvre une comptabilité analytique

De nombreux éditeurs indépendants font appel à un conseil externe pour élaborer leurs états financiers. Les analyses menées sur ces états financiers permettent de penser que ces sociétés n'ont pas à leur disposition de comptabilité analytique suffisamment pointue pour leur permettre d'apprécier au quotidien les conséquences de leur choix.

Ce point ne se retrouve pas dans les groupes où le contrôle de gestion joue un rôle primordial.

Devant les enjeux économiques (réduction des stocks qui représentent plus de trois mois de chiffre d'affaires – baisse des charges qui pèsent globalement pour 2/3 sur la production vendue), le recours à une comptabilité analytique est désormais rendu impératif par l'existence des deux circuits parallèles de diffusion.

Se préparer à l'application de la LME

Le besoin en fonds de roulement devrait à terme subir quelques modifications du fait de l'application de la loi de Modernisation de l'Économie, dite LME, votée pendant l'été 2008, et réformant notamment les délais de paiement applicables entre professionnels.

Des dérogations provisoires applicables jusqu'en 2012 résultent d'accords conclus par les organisations professionnelles de chaque secteur.

Le secteur de l'édition bénéficie d'une dérogation, cependant elle ne vise que les sociétés adhérentes des organisations suivantes :

- Le Syndicat national de l'édition.
- Le Syndicat des distributeurs de loisirs culturels.
- Le Syndicat de la librairie française.
- La Fédération de l'imprimerie et de la communication graphique / Union nationale de l'imprimerie et de la communication graphique.
- La Fédération des entreprises du commerce et de la distribution.

La dérogation ne s'appliquant pas aux fournisseurs d'achat de papier ou de frais généraux (location immobilières, prestations diverses, etc.), chaque maison d'édition, dont les comptes sont contrôlés par un commissaire aux comptes, devra pour l'exercice 2009 publier dans son rapport de gestion, des informations sur les délais de paiement à l'égard des fournisseurs, et décomposer leurs soldes par date d'échéance à la clôture des deux derniers exercices. Ces informations seront contrôlées par les commissaires aux comptes qui pourront être éventuellement amenés à faire des observations dans leur rapport.

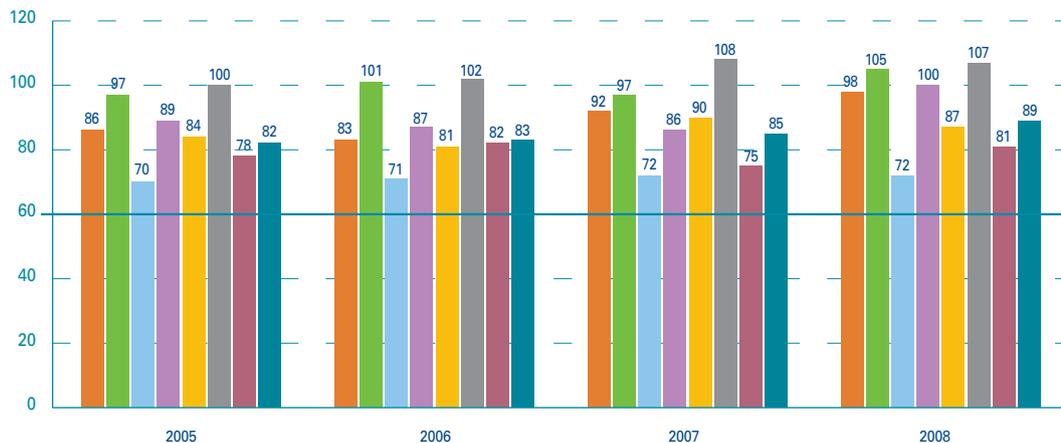
Par ailleurs les factures de vente devront impérativement mentionner la date à laquelle le règlement doit intervenir, ainsi que le taux des pénalités exigibles. Le non respect des délais de paiement indiqués sur la facture, entraînera l'application de pénalités de retard, lesquelles sont désormais fixées à 3 fois le taux d'intérêt légal, soit plus de 11% au 1^{er} janvier 2009.

Les maisons d'édition devront donc aménager leur système d'information pour répondre aux dispositions de la LME qui sont d'ordre public, et gérer les différents délais de règlement, en fonction du statut de chaque partenaire.

Sur l'aspect des fournisseurs, le besoin en fonds de roulement montre un délai de règlement moyen compris entre 80 et 90 jours, avec de fortes disparités selon les secteurs éditoriaux.

Délais de règlement fournisseurs

Nombre de jours



Ces durées sont donc nettement supérieures à la durée de 60 jours définie par la loi.

Dans l'hypothèse où la moitié des achats d'une maison d'édition ne serait pas couverte par la dérogation, les conséquences seraient une détérioration de la trésorerie d'environ 10 jours de production vendue de biens, avec une disparité selon les secteurs éditoriaux.

Les conséquences de l'application de la LME ne doivent pas être sous estimées...

Les maisons d'édition devront procéder à un état des lieux du statut des clients et des fournisseurs, pour pouvoir gérer les nouveaux délais, appréhender les impacts sur leur trésorerie et éventuellement adapter leur système d'information.



KPMG
en un regard



Premier cabinet français d'audit, d'expertise comptable et de conseil*, KPMG met à votre disposition un ensemble de compétences pluridisciplinaire.

Grâce à l'appui de son réseau international, KPMG propose de vous accompagner dans 144 pays.

* Source : Profession comptable 2009

KPMG S.A. en France

- Nombre de villes : 194
- Effectif : 7 200
- Chiffre d'affaires consolidé : 790 millions d'euros

KPMG International

- Nombre de pays : 144
- Effectif : plus de 137 000
- Chiffre d'affaires : 22,7 milliards de dollars

KPMG compte plus de 70 000 clients en France parmi lesquels :

- 200 sociétés cotées ou faisant appel public à l'épargne
- 20% des PME de plus de 50 salariés
- 6 300 associations et entités du Secteur non marchand
- 47 000 petites entreprises et professions libérales
- 5 000 références dans les collectivités publiques

Chiffres au 30 septembre 2008



KPMG et les activités d'édition

Au sein de KPMG Entreprises, une équipe de consultants pluridisciplinaire est dédiée au secteur de l'édition.

Sur le marché national [notre cabinet occupe aujourd'hui une position reconnue par les professionnels](#).

En tant qu'expert-comptable ou commissaire aux comptes, nous sommes également [présents chez de nombreux groupes d'édition et régulièrement consultés par eux](#).

[Notre ambition est de participer à la réflexion sur l'évolution de la profession](#), au-delà de la simple culture financière, afin d'en évaluer les éventuelles conséquences et actions à mener.

Notre champ d'action couvre aussi bien l'ensemble des acteurs de la chaîne "traditionnelle" du livre, de la librairie à la diffusion et à la distribution, que ceux du secteur des nouvelles technologies, éditeurs de logiciel, diffusion web.

[La richesse d'expérience de nos consultants tient dans la diversité de leurs implications et missions](#) touchant aussi bien la grande que la petite maison d'édition.

Nous vous invitons à contacter nos équipes pour tous compléments d'informations.

[L'ensemble de l'équipe reste à votre disposition](#).

Cette étude a été réalisée par l'équipe de KPMG dédiée au secteur de l'édition, dirigée par Michèle Bonard, Associée, Directeur de Pôle ; Jean-Baptiste Verdier, Manager édition, avec la collaboration de Carole Bourgois, Corinne Gabaud, Paule Teisserenc, Joëlle Tubiana, Benoit Lazzarotto et Louis Marchesseau.

Maisons d'édition incluses dans cette étude

A&J Picard, Acces, Actes Sud, Adverbum, Aedis, Agnès Vienot, Alan Sutton, Albin Michel, Alternatives Sedag, Amphora, Anne Carrière, Anne-Marie Métallie, Archipoche, Arènes, Armand Colin, Atalante, Atlantica, Au Diable Vauvert, Audie/Fluide Glacial, Auzou/Lidis, Bamboo, Bartillat, Bayard Jeunesse, Béatitudes, Belin, Belles Lettres, Berger Levrault, Bertrand Lacoste, BPI/Éditions BPI, Bragelonne, Bréal, Buchet-Chastel, Calmann-Lévy, Casteilla, Celse, Cent Pages, Cepadues, Cercle d'Art, Cerf, Christian Bourgeois, Circonflexe, Citadelle et Mazenod, Clair de Lune, Clorophyl, CNRS, Codes Rousseau, Copyright, Courrier du Livre, CRER, Dalloz, Dargaud, De Bocard, De Boree, De Fallois, De Selliers, De Vecchi, Delagrave, Delville, Denoël, Dervy, Desclee de Brouwer, Deux Terres, Didier, Didier Carpentier, Dilettante, Dominique Toreilles, Du Signe, Dunod, Economica, Edilarge, Editar, Éditions Juridiques Associées, Ellipses, Eloïse d'Ormesson, Elsevier Masson, Equinoxe, Eres, Eveil, Eyrolles, Feryane, Flammarion, Fler, Fontaine de Siloe, Fontaine Picard, Foucher, FPR Éditions, France Europe Éditions Livres, Francis Lefebvre, Galilée, Gallimard Jeunesse, Gallimard Loisirs, Gallisol, Gap Éditions, GEP/CT2M, Geste, Glénat, Grancher, Groupe Fleurus, Guy Delcourt, Hachette Livre, Harlequin, Hatier, Hazan, HC Éditions, Heimdal, Henri Vial, Hoebeke, Horay, Hugo & Cie, IMAV, Jaguar, J'ai Lu, Jean-Claude Gawsewitch, Jean-Claude Lattes, Jean-Paul Gisserot, Kaleidoscope, La Baule, La Musardine, L'arche, L'archipel (Ecriture communication), Larousse, Lavoisier, Le Pommier, Leduc.s, Législatives, Les Humanoïdes Associés, Les Mots Doux, Lexisnexis, Liana Lévi, Librairie générale française, Libris, L'inédite, Lito, Livre de Paris, Magnard-Vuibert, Maloine, Mango, Maxima, MC Productions, Mercure de France, Michalon, Michel Guérin, Milan, Minuit, Mondeos, Nouvelle Cité, Nouvelles Éditions de l'Université, Ophrys, P.O.L, Palantines, Palette, Paroi Services, Payot/Rivages, Pearson Education France, Phébus, Philippe Picquier, Philippe Rey, Pierre Lechene, Pika, Plume de Carotte, Pole, Presses du Châtelet, Presses universitaires de Grenoble, Presses universitaires de France, Privat, Publibook, Raabe, Rageot, Regard, Revue fiduciaire, Romain Pages, Rouergue, SAEP Éditions, Samep Jean de Bonnot, Sed, Sedrap, Somogy, Souny, Stock, Sud Ouest, Table Ronde, Tallandier, Taschen, Télémaque, Tequi, Terran, Textuel, Thierry Magnier, Timée, Tissot, Tonkam, Tourbillon, Ulmer, Vie et Santé, Vigot, Viviane Hamy, Weka, Xavier Barral, Zulma.

Photos : avec l'aimable autorisation des Éditions Actes Sud, Bréal, Gallimard, Gallimard Jeunesse, Glénat, Le Dilettante et Technip & Ophrys.

Contact

KPMG
Béatrice Muniz

2 bis rue de Villiers
92309 Levallois-Perret cedex
Tél. : +33 (0)1 78 66 02 10
E-mail : bmuniz@kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG Entreprises est un département de KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes à directoire et conseil de surveillance au capital social de 5 497 100 euros. 775 726 417 RCS Nanterre. Siège social : Immeuble Le Palatin, 3, cours du Triangle, 92939 Paris La Défense Cedex. KPMG International Coopérative est une coopérative de droit suisse. Les membres du réseau KPMG de cabinets indépendants sont adhérents de KPMG International. KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2009 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes en France, membre du réseau KPMG de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Coopérative, une coopérative de droit suisse. Tous droits réservés. Imprimé en France.

Référence : Étude Édition - Version 2009
Conception - Réalisation : Marketing & Communication
Région Paris et Centre - POM'SET - Novembre 2009
Crédit photo : Gettyimages - Fotolia