

De l'impression à la vente des livres

Filière du livre – Décembre 2018

1. Le livre comme objet culturel

1.1 Démocratisation du livre, 1er bien culturel en France

La filière actuelle du livre est le résultat d'une construction sur plusieurs siècles. À ces débuts, tous les échelons étaient concentrés au sein d'un unique acteur, le libraire¹, qui fabriquait des livres de façon artisanale. La demande augmentant, la chaîne s'est structurée et les métiers se sont spécialisés. Au cours des XVII^e et XVIII^e siècles, une séparation systématique s'établit : d'un côté, les libraires-imprimeurs conçoivent des livres moins coûteux² et donc plus accessibles ; de l'autre, les libraires-revendeurs se développent³ pour répondre à la demande croissante de livres concomitante à l'alphabétisation de la population française. Les prix tendent à se stabiliser et à s'harmoniser sur le territoire national. Progressivement, le livre se diffuse dans la société française.

Le XIX^e siècle marque un tournant important. Tout d'abord, les éditeurs lancent des collections de livres à petits prix en réaction à la concurrence étrangère de livres contrefaits⁴. Le premier d'entre eux, Gervais Charpentier, crée un nouveau format de livre : avec une couverture cartonnée, des économies de papier et des caractères d'impression plus serrés, des ouvrages de 2 à 5 tomes peuvent désormais tenir en un volume pour un prix de vente divisé par 4⁵. Le « format Charpentier », prédécesseur du format « poche » actuel, est bientôt suivi par l'éditeur Michel Lévy et ses livres à 1 franc qui contribuent à diviser par 15 le prix moyen des ouvrages en 20 ans⁶.

Les livres à petits prix se multiplient et l'appareil de production de livre se modernise en conséquence. L'imprimerie devient un métier à part entière, avec des investissements dans la mécanisation de l'impression qui permettent des économies d'échelle en jouant sur les tirages, les formats et le papier.

À la fin du XIX^e siècle, les lois Ferry entraînent une demande rapide et importante en manuels scolaires et renforcent l'industrialisation de l'impression. Le livre est le support des politiques d'alphabétisation de l'État français et accompagne avec succès la généralisation de l'accès à l'éducation : en 1900, 32% de la population française sait lire et écrire, soit 12 millions de personnes contre 7 millions un siècle auparavant (26% en 1800)⁷. De nouveaux débouchés apparaissent,

¹ Jusqu'au XVI^e siècle, les libraires intègrent toutes les étapes de la chaîne du livre, depuis l'approvisionnement en papier jusqu'à la commercialisation de l'ouvrage en passant par l'impression. Le taux d'alphabétisation au sein de la population française est faible et les tirages restent limités (Hervé Gaymard, *Situation du livre. Évaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives*, mars 2009)

² Car plus économes en papier et plus facilement reproductibles (Hervé Gaymard, *op. cit.*)

³ Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁴ Ibid

⁵ Ibid

⁶ Odile et Henri-Jean Martin, « Le monde des éditeurs : comment sortir de la crise ? », dans *Histoire de l'édition française*, vol. 3, in Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁷ Maurice Crubellier, « L'élargissement du public », dans *Histoire de l'édition française*, Promodis-Cercle de la librairie, vol. 3, 1985 in Hervé Gaymard, *op. cit.*

notamment le « roman populaire », prémices de la « best-sellerisation » du XXème siècle. L'accès à la culture et au savoir se démocratise grâce au livre.

Mais si la demande augmente, l'offre la surpasse et le secteur du livre se retrouve plongé dans une longue crise entre les années 1890 et 1910. La baisse rapide des prix de vente des livres couplée aux logiques d'économie d'échelle déstabilisent la chaîne du livre et conduisent à des faillites⁸.

Cette crise est suivie d'une période inflationniste causée par la première guerre mondiale qui a pour conséquence d'augmenter de 250% le prix du papier, et par ricochet les prix de vente : de plus 20% pour les manuels scolaires à plus 70% pour les ouvrages de littérature générale en 1916⁹. Un premier temps contrôlé par le syndicat des éditeurs, ces hausses finissent par lui échapper et par être appliquées sans concertation. Finalement, les pouvoirs publics interviennent et l'arrêté Poiré de 1924 met en place un système où le prix de vente est fixé en amont par le producteur. Ce premier acte de régulation de la chaîne du livre par l'État cherche à rétablir implicitement le régime du prix conseillé qui s'était généralisé au XIXème siècle¹⁰.

1.2 Évolution et limites d'un modèle en surproduction

Le livre connaît une nouvelle étape dans sa démocratisation avec l'invention de la collection « Le Livre de Poche » par la Librairie Générale Française en 1953. S'inscrivant dans la droite ligne des livres à petits prix du XIXème siècle, cette nouvelle collection joue sur les mêmes ressorts : réduire les coûts de fabrication et de matières premières en proposant un petit format pour des ouvrages bon marché dont le prix de vente est jusqu'à 6 fois inférieur à celui d'ouvrages grand format¹¹. Par son prix diminué, « Le Livre de Poche » facilite encore un peu plus l'accès à la littérature dans toute sa diversité et pousse les autres éditeurs à créer leurs propres supports de démocratisation de la pensée. À la suite de « Le Livre de Poche », « J'ai lu » et « Presses Pocket » apparaissent en usant de mécanismes similaires : un premier cœur de production centré sur le romanesque, considéré comme « le noyau dur de la légitimité culturelle » au sein de l'édition¹², suivi d'un second cercle de diversification en genres et thèmes des titres proposés¹³ pour toucher un large public.

Après avoir favorisé à la démocratisation de la pensée, le format « poche » continue à participer aux évolutions du monde de l'édition française des années 1980 et 1990. Peu à peu, la légitimation du livre ne vient plus des instances culturelles que sont les critiques littéraires ou le système éducatif mais du marché¹⁴. La frontière entre création littéraire et marketing publicitaire se brouille : les succès

⁸ Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² Bertrand Legendre, « Industrialisation et légitimité culturelle. Le cas de l'édition de poche », 1999

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid. ; Pierre Bourdieu, « Une révolution conservatrice dans l'édition » in *Actes de la recherche en sciences sociales*, mars 1999

commerciaux, mesurés sur l'instantanéité et le volume des ventes, deviennent des événements littéraires¹⁵. Les pratiques promotionnelles se développent massivement et de plus en plus de moyens sont alloués au marketing¹⁶. La capacité des maisons d'édition à engager et maintenir la visibilité publicitaire de leurs ouvrages devient déterminante pour leur survie. Symbole des temps qui changent, certains éditeurs assument leur rôle de *publisher* « mettant au service de la recherche du bénéfice maximal toutes les techniques de gestion et de commercialisation disponibles : marketing, publicité, bas prix, etc. »¹⁷

Le livre opère ainsi le passage d'une « culture discutée vers une culture consommée » selon les mots d'Habermas. Il répond de plus en plus à une logique de consommation de masse ; l'édition quant à elle se rapproche d'une activité commerciale « comme les autres »¹⁸.

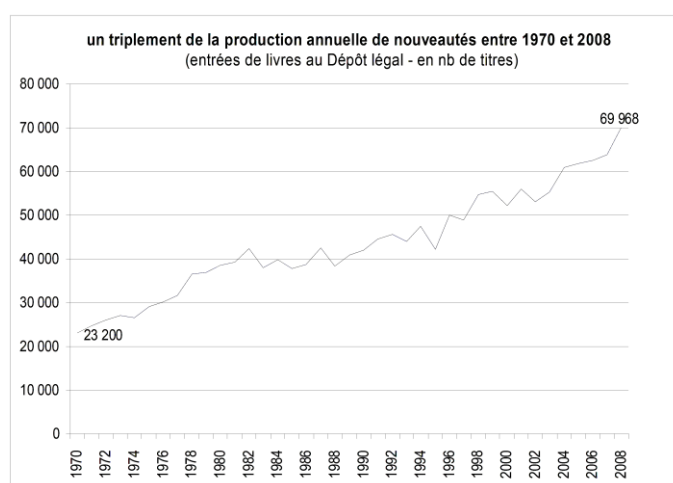


Figure 1. Évolution de la production annuelle de nouveautés entre 1970 et 2008 (nombre de titres)
Source : Rapport Gaymard 2009, d'après les données de la BNF

Si le livre s'est démocratisé et a joué un rôle crucial dans l'accès à la culture et au savoir pour tous, de nombreux acteurs de la chaîne du livre en France considèrent que cette filière est aujourd'hui prise au piège d'un modèle de surproduction. Le nombre de nouveaux titres se démultiplie¹⁹ alors que la durée de vie des livres sur le marché se réduit, à l'exception de quelques-uns.

¹⁵ Pierre Bourdieu, *op. cit.*

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Pierre Bourdieu, *op. cit.*

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Entre 1970 et 2007, la production de nouveaux titres a ainsi triplé : +175% (soit 2,8%/an) selon la Bibliothèque nationale de France (BnF) et +203% (soit 3%/an) selon une enquête du Syndicat national de l'édition (SNE) – Hervé Gaymard, *op. cit.*

2. De l'impression à la fin de vie des livres

2.1 Introduction générale à l'aval de la filière

Selon les spécialistes du secteur, l'édition française est en crise : la consommation de livres par les français baisse inexorablement depuis le milieu du XX^{ème} siècle. Pourtant, l'édition française n'a jamais proposé une telle diversité de titres aux lecteurs.

2.1.1 Description de l'aval de la filière

2.1.1.1 Les métiers du livre

Comme décrit en introduction (voir 1.3 Objectif et périmètre de l'étude), la filière du livre désigne dans cette étude toutes les étapes de production du livre, depuis l'exploitation forestière jusqu'à la vente du livre en France. L'aval de la filière concerne les dernières étapes de production du livre, à savoir : l'impression, l'édition, la diffusion, la distribution, et la vente.

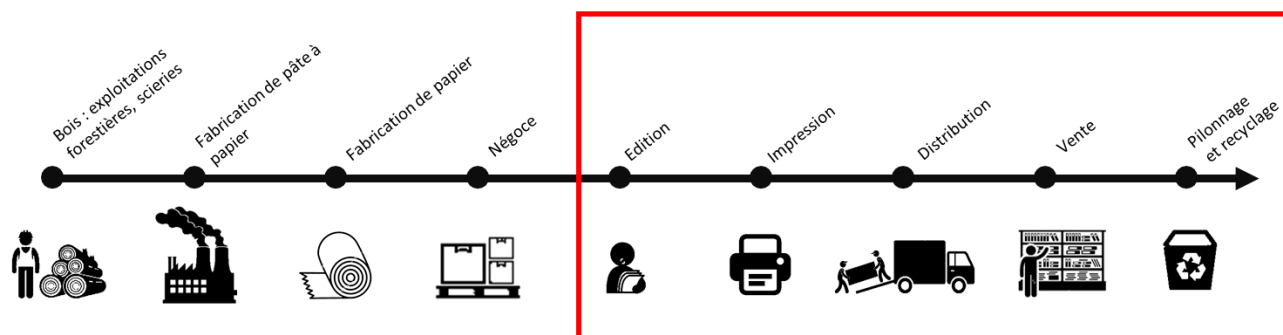


Figure 2. Étapes de la chaîne du livre.
Source : BASIC

Le secteur français de l'édition est composé de 8 224 éditeurs « actifs »²⁰ en 2016 dont près de la moitié n'a réalisé qu'un seul dépôt²¹. En moyenne, une maison d'édition dépose 9,5 titres en 2015 et 2016 contre 9,9 en 2012, soit un léger repli²². Les maisons d'édition ont la particularité d'être très concentrées

²⁰ Nombre d'éditeurs estimés par l'Observatoire du dépôt légal. Un éditeur est considéré « actif » à partir du moment où il a réalisé au moins un dépôt dans l'année (Bibliothèque nationale de France, « Observatoire du dépôt légal – données 2016 », 2017).

²¹ Bibliothèque nationale de France (BnF), *op. cit.*

²² *Ibid.*

géographiquement en Ile-de-France, et à Paris : 20% des maisons d'édition et 50% des publications sont ainsi localisés dans la capitale²³.

L'impression du livre est une des étapes de la fabrication du livre²⁴. En 2013, l'impression de livres ne représente que 6% des tonnages de papiers imprimés en France²⁵, en chute de 30% depuis 2000, pour un chiffre d'affaires estimé entre 300 et 350 millions d'euros²⁶ (5% du chiffre d'affaire de la branche²⁷).

Le livre est ensuite diffusé et distribué dans les points de vente. La diffusion consiste en la promotion du livre auprès des revendeurs. Bien qu'il existe quelques acteurs spécialisés, cette fonction est le plus souvent réalisée par la maison d'édition ou par le distributeur.

La distribution quant à elle consiste en la gestion logistique des flux de livres entre plateformes de distribution, points de vente et stocks. Ce secteur de la distribution est très concentré en France et les acteurs les plus importants appartiennent aux plus grandes maisons d'édition.

Le livre est enfin vendu dans une grande diversité de lieux en France, même si cette diversité tend à se réduire : de 25 000 points de vente (à titre principal ou indicatif) en 1980, les estimations sont ainsi passées en 2000 à 15 000 points de vente ayant des comptes ouverts auprès des deux leaders de la distribution française²⁸.

Si le livre est invendu, les points de vente ont la possibilité de le retourner au distributeur contre remboursement. Le livre peut être un temps stocké ; mais le stockage coûte cher et certains livres sont pilonnés. Le pilonnage des livres consiste à les compacter en cubes ensuite revendus pour recyclage. Ce dernier secteur est composé en France d'environ 240 centres de tri pour moitié privés et pour autre moitié sous maîtrise d'ouvrage publique²⁹. Les 2/3 de ces centres sont faiblement mécanisés en plus d'être dispersés sur le territoire français³⁰.

²³ Bibliothèque nationale de France (BnF), « Observatoire du dépôt légal – données 2015 », 2016

²⁴ La fabrication par les industriels du livre implique 2500 salariés estimés pour environ 200 entreprises (DGE UNIIC, *Imprimer en France : l'avenir de la filière livre*, décembre 2015)

²⁵ D'après les données de l'UNIIC et l'INSEE sur une enquête annuelle de production in DGE UNIIC, *op. cit.*

²⁶ Sur un chiffre d'affaires global de l'imprimerie de labeur estimé à 7 milliards d'euros d'après les données de l'IDEP, « Regards sur les marchés de la communication graphique », 2014 in DGE UNIIC, *op. cit.*

²⁷ L'imprimerie de labeur (code NAF 18.12Z) regroupe les travaux d'impression de textes et/ou images hors impressions des journaux quotidiens. Elle comprend donc l'impression des magazines et périodiques sauf quotidiens, la publicité et les affiches, les livres, les emballages, les imprimés administratifs et commerciaux, et les imprimés en continu (Xerfi, *L'imprimé et les activités graphiques*, mars 2016 ; DGE UNIIC, *op. cit.*).

²⁸ François Rouet, *Le livre, une filière en danger ?*, 4^{ème} édition, mai 2013

²⁹ Asterès et Ecofolio, « 0 déchet, 100% croissance. Manifeste pour une économie circulaire des papiers », septembre 2015

³⁰ Ibid.

2.1.1.2 Le livre

En France, le secteur du livre peut être segmenté en une douzaine de catégories.

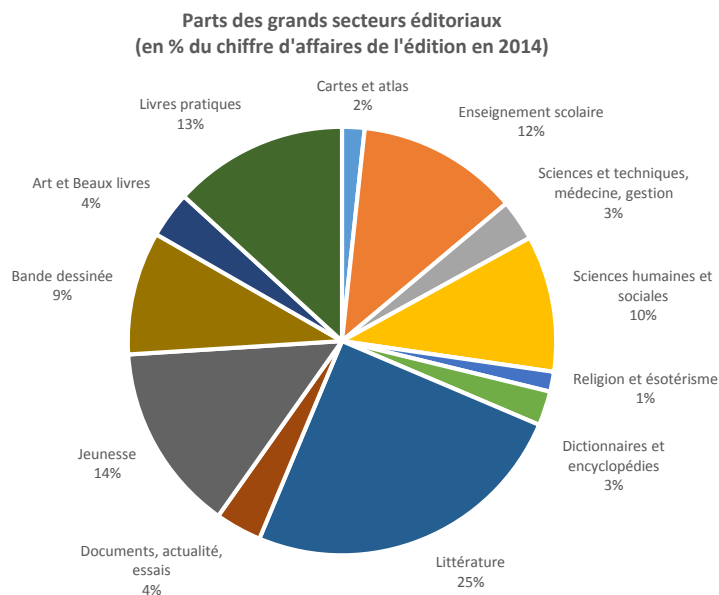


Figure 3. Parts des grands secteurs éditoriaux dans le chiffre d'affaires de l'édition en 2014. Source : BASIC, d'après les données du SNE « Chiffres de l'édition 2015, données 2014 »

Catégorie la plus importante, la littérature générale a concentré le quart des ventes des éditeurs français en 2014, en volume comme en valeur (environ 627 millions d'euros en 2014).

Néanmoins, c'est la catégorie Jeunesse (14,2% des ventes en valeur)³¹ qui apparaît comme le principal moteur du marché du livre sur la période 2010-2015 avec une croissance moyenne annuelle estimée à 1,5%³².

Le livre peut aussi être classifié en fonction de caractéristiques techniques. Objet de notre étude, le livre « noir », est ainsi différencié du reste des livres : il se compose du poche (noir broché), du non-poche noir broché et cartonné, et des mangas³³.

Selon cette catégorisation, le « noir » représente 45% du chiffre d'affaire de l'édition française en 2013 et 44% du nombre d'exemplaires. À noter que le « poche » à lui seul représente 21% des exemplaires

³¹ SNE, « Les chiffres clefs de l'édition 2015, données 2014 », 2015

³² Xerfi, L'édition de livres en France, mars 2016

³³ DGE UNIIC, *op. cit.*

produits (1^{ère} place) et 12% du chiffres d'affaires de l'édition (4^{ème} place).

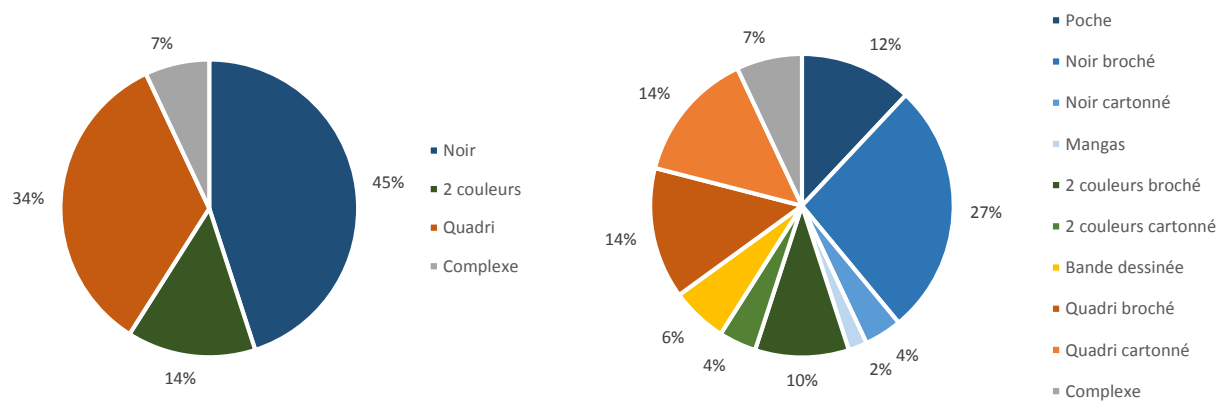


Figure 4. Répartition du chiffre d'affaires de l'édition française par catégories techniques de livres.
Source : BASIC, d'après les données de DGE UNIIC, *Imprimer en France : l'avenir de la filière livre*, décembre 2015

2.1.2 La consommation de livres en France

Bien que le livre reste le premier bien culturel consommé par les français en 2015, sa consommation est en baisse : le poids du livre dans les dépenses des français ne cesse de diminuer, de 25% en 1968 à moins de 14% en 2016³⁴.

Cependant, tous les types de livre ne connaissent pas la même tendance. Sur la période 1995-2009, les ventes de livres jeunesse, de littérature générale et les bandes-dessinées³⁵ sont en hausse, tandis que les ventes de dictionnaires et encyclopédies déclinent.

Paradoxalement, la production annuelle de titres ne cesse d'augmenter depuis 1970 pour atteindre aujourd'hui presque 70 000 titres annuels. Entre 1970 et 2007, la production de nouveautés a triplé : +175% (soit 2,8%/an en moyenne) selon le dépôt légal et +203% (soit 3%/an en moyenne) selon l'enquête du Syndicat national de l'édition (SNE)³⁶.

Cette vigueur de la production dans un contexte de baisse de la demande - caractéristique intrinsèque du secteur de l'édition - est typique d'une économie de l'offre : les maisons d'édition doivent « créer » la demande en « inventant » sans cesse de nouveaux produits³⁷. Elles ont alors recours à deux stratégies :

³⁴ Xerfi 2016 d'après les données de l'INSEE.

³⁵ Ces trois segments constituent un peu moins de la moitié de la demande globale de livres en France (Xerfi, *op. cit.*)

³⁶ Hervé Gaymard, *Ibid.*

³⁷ François Rouet, *op. cit.*

d'un côté exploiter les valeurs sûres qui constituent le « fonds » de toute maison édition et de l'autre rechercher en permanence des nouveautés qui trouveront éventuellement leur public³⁸.

Dans la logique de cette deuxième stratégie, les éditeurs multiplient les titres tout en continuant d'occuper le terrain pour créer un « effet de masse ».

De plus, cette diversification de l'offre est devenue incontournable pour les éditeurs afin de s'adapter aux évolutions de la consommation³⁹. Les lecteurs-consommateurs d'aujourd'hui sont de plus en plus en recherche de biens personnalisés, correspondant au plus près à leurs attentes⁴⁰. Ce phénomène d'individualisation de la consommation de masse a d'abord été mis en lumière dans le contexte de l'émergence de la grande distribution dans les années 1970⁴¹, avant d'être constaté dans le secteur des industries culturelles⁴². La consommation reste de masse mais se segmente en des catégories de consommateurs de plus en plus hétérogènes.

Elle s'illustre par deux tendances caractéristiques : une augmentation continue du nombre de titres et une diminution des tirages moyens en parallèle.

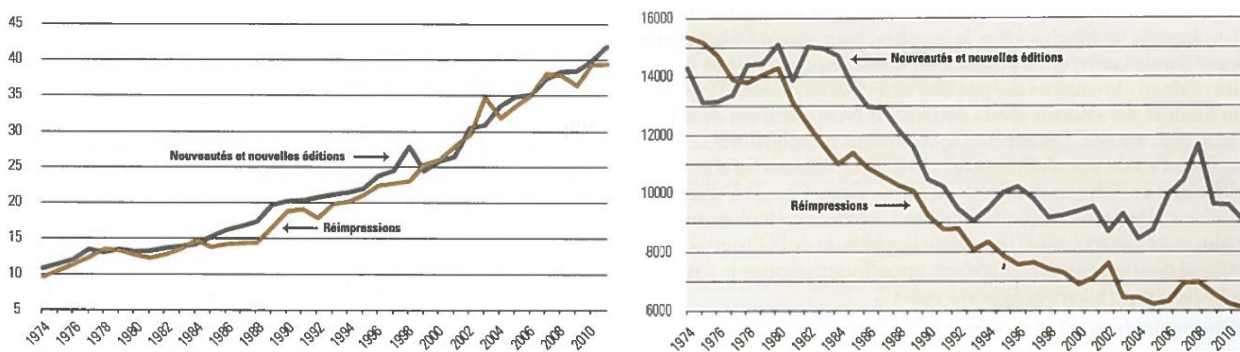


Figure 5. À gauche, évolution de la production éditoriale française (1974-2010, en milliers de titres).
À droite, évolutions des tirages moyens en France (1974-2010, en milliers de titres).
Source : François Rouet 2013, d'après les données du syndicat national de l'édition SNE

Afin de comprendre l'aval de la filière du livre, nous commencerons par une analyse de l'édition française qui depuis les années 1980 a connu de profondes évolutions en termes de concentration et de financiarisation de son métier (2.2). Nous étudierons ensuite les conséquences de ces bouleversements du monde de l'édition sur le reste des acteurs de l'aval de la filière du livre. Nous analyserons les

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Jean-Claude Daumas, « Consommation de masse et grande distribution. Une révolution permanente (1957-2005) », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, 2006

⁴¹ Ibid.

⁴² François Rouet, *op. cit.*

dynamiques actuelles du secteur de la vente du livre et ses impacts. Nous terminerons cette partie sur le secteur de l'impression de livres en France, pris en étau entre une demande en déclin et une concurrence forte émanant des pays européens, de l'Est notamment sur le marché du livre « noir ».

2.2 L'édition de livres en France

Au cours du XX^{ème} siècle, l'édition s'est progressivement concentrée et industrialisée. Le phénomène s'est accéléré à partir des années 1980 quand des grands groupes hors du secteur traditionnel de l'édition française ont commencé à prendre des participations ou même à acheter des maisons d'édition.

L'édition française est aujourd'hui un oligopole à franges⁴³ : une poignée de maisons d'éditions qui concentrent la production et le chiffre d'affaire, entourée d'une myriade de petits voire très petits éditeurs.

2.2.1 Concentration horizontale et intégration verticale par les maisons d'édition françaises

Le début des années 1980 marque un tournant dans l'édition française⁴⁴ avec le rachat d'Hachette par Lagardère ou encore l'opération boursière de Jimmy Goldsmith avec les Presses de la Cité achetées en 1986 et revendues quelques mois plus tard⁴⁵.

« LA FONCTION COMMERCIALE EST AUJOURD'HUI MIEUX REMUNEREE QUE LA FONCTION TECHNIQUE ET EDITORIALE AU SEIN DES MAISONS D'EDITION. L'EVOLUTION DE L'ECHELLE DES SALAIRES AU SEIN DES ENTREPRISES MONTRE L'IMPORTANCE [...] QU'ONT PRIS CES METIERS DANS L'EDITION FRANÇAISE SUR LES VINGT DERNIERES ANNEES. »
ENTRETIEN AVEC UN EDITEUR FRANÇAIS

Ce phénomène d'intégration des maisons d'édition au sein de grands groupes internationaux plus ou moins spécialisés dans les médias et la communication mais étrangers au monde de l'édition se poursuit dans les années 1990 avec les mouvements de rachat de Presses de la Cité par Havas (1997) puis Lagardère (2002) engendrant la scission entre La Cité et Editis, acquis par Wendel⁴⁶ (2004) puis Grupo Planeta⁴⁷ (2008).

L'intégration au sein de grands groupes modifie les logiques internes aux maisons d'édition : répondant à des actionnaires en recherche de dividendes, conditionnées à une rentabilité de court terme, l'édition se « financiarise »⁴⁸. Pierre Bourdieu

⁴³ « Sous l'effet des contraintes induites par la diffusion-distribution, les structures de l'édition vont peu à peu se rapprocher d'un oligopole à frange – marché dominé par quelques grandes structures mais à côté desquelles figurent de petites entreprises innovantes. » François Rouet in « Culture, État et marché », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)* 2003 ; François Rouet, *op. cit.*

⁴⁴ Interview avec un universitaire spécialisé dans l'édition française

⁴⁵ Pierre Bourdieu, *op. cit.*

⁴⁶ Société d'investissements française créée en 2002 de la fusion-absorption entre la Compagnie générale d'industrie et de participations et Marine-Wendel. Son président d'honneur est Ernest-Antoine Seillière depuis 2013.

⁴⁷ Groupe espagnol spécialisé dans l'édition et la communication créé en 1949, très présent en Espagne et en Amérique latine où il est leader du marché éditorial (www.planeta.es/es/el-grupo-planeta). En 2008, Grupo Planeta acquiert Editis auprès de Wendel Investissement.

⁴⁸ Pierre Bourdieu, *op. cit.* ; François Rouet, *op. cit.*

décrit notamment « la brutalité des bouleversements structurels qui ont été suscités [...] par l'irruption d'une logique financière sans concessions dans le monde relativement protégé [...] de l'édition française. »⁴⁹

« LES GROS SUCCES EN LIBRAIRIE SONT DES APPAREILS A CASH. ET IL VAUT MIEUX UNE SEULE BELLE REUSSITE QUE TOUT UN CATALOGUE : UN GONCOURT SERA SUFFISAMMENT RENTABLE POUR COMPENSER DIX ECHECS »

ENTRETIEN AVEC UN EDITEUR FRANÇAIS

L'achat des éditeurs par des grands groupes internationaux accélère ainsi le processus de concentration inhérent à l'édition française et est concomitant de l'influence croissante des financiers sur les maisons d'édition, et notamment du contrôle de gestion. Encore une fois, Pierre Bourdieu écrit à la fin des années 1990 que « de façon générale, la concentration s'accompagne d'une réduction du nombre et de l'autonomie littéraire des lieux de décision et qu'elle tend à livrer à des responsables financiers, peu portés à favoriser les investissements à long terme d'une politique littéraire d'avant-garde, la gestion financière des ouvrages à cycle long aussi bien que des ouvrages à cycle court, favorisant ainsi [...] le triomphe progressif des produits à faible teneur littéraire et à large diffusion, sorte d'*universel commercial* qui s'oppose diamétralement, tant par sa genèse sociale que par sa qualité littéraire, à l'*universel littéraire* »⁵⁰.

Au-delà de la collusion entre concentration et financiarisation de l'édition française, l'analyse de Bourdieu met aussi en lumière une nouvelle perception de ce qu'est l'identité d'une maison d'édition. Plus recentrée sur le « modèle de l'*entertainment* »⁵¹, l'édition est peu à peu assimilée à « un secteur productif (de profits) comme un autre »⁵². Auparavant, la rentabilité d'une maison d'édition était calculée sur l'intégralité de son catalogue, entre livres « sûrs » à rendements rapides et élevés et livres avec des petits volumes de vente rentables sur le temps long. Elle est à présent presque systématiquement pensée par titre avec une recherche constante du meilleur ratio pour chaque titre entre coût de fabrication et prix de vente du livre. Il y a 20 ans, ce ratio moyen était situé entre 4 et 5⁵³. Il est aujourd'hui établi entre 7 et 8 dans l'édition française⁵⁴. Sur les 5 dernières années, les plus grands éditeurs ont même réussi à atteindre un ratio de 20 pour les très gros succès⁵⁵.

La rationalisation économique du travail éditorial incite également les maisons d'édition à opérer des choix stratégiques sur les manuscrits reçus. La préférence va aux manuscrits les plus aboutis sur la forme (notamment la prose de l'auteur) et qui nécessitent peu de travail éditorial, au détriment de manuscrits peut-être dont le contenu peut être plus inventif mais requiert trop de temps et d'énergie

⁴⁹ Pierre Bourdieu, *op. cit.*

⁵⁰ Pierre Bourdieu, *op. cit.*

⁵¹ « L'intégration de la plupart des éditeurs dans de puissants groupes oligopolistiques aux filiales dirigées par des managers qui, issus du monde de la finance ou des médias, ne sont pas des plus compétents en matière littéraire et imposent à l'édition le modèle de l'*entertainment* » in Pierre Bourdieu, *op. cit.*

⁵² Ibid.

⁵³ Interview avec un éditeur français

⁵⁴ Le coût de fabrication d'un livre est estimé à 15% du prix de vente hors taxes (Xerfi, *op. cit.* ; Hervé Gaymard, *op. cit.*) ; Interview avec un éditeur français

⁵⁵ Interview avec un éditeur français

pour devenir un livre. Cette sélection optimise le travail éditorial en le réduisant à son strict minimum, favorisant entre autres les écrivains plus aboutis mais pénalisant ceux nécessitant un accompagnement de la part d'un éditeur.

Cette évolution change non seulement la logique de conception d'un catalogue pour un éditeur mais a également des conséquences sur les partenaires de la fabrication et vente du livre.

Ce contrôle de gestion accru est légitimé et renforcé dans un contexte où le marketing et la promotion des ouvrages sont devenus incontournables (voir 1.2) : « *la prise de risque éditorial [...] est mise en cause dans ce mécanisme, car l'efficacité de la promotion appelle plutôt un produit unique à fort potentiel de vente que des produits multiples à faible public. Dans une filière où l'on s'accorde à considérer que les ventes de 60 à 70% des titres ne permettent pas d'amortir leur prix de revient, le principe même de la réédition en poche couplé à ces pratiques promotionnelles ne peut que favoriser une rationalisation du choix éditorial.* »⁵⁶

Poussée à l'extrême, cette rationalisation est appelée « best-sellerisation », phénomène par lequel un nombre restreint de titres concentre les investissements en production et commercialisation pour occuper le terrain⁵⁷. Certains analystes du secteur identifient même l'apparition d'un « mercato littéraire » où à l'instar de ce qui se passe dans le sport les auteurs sont « transférés » entre maisons d'édition pour des sommes importantes : le départ de Michel Houellebecq de Flammarion en 2005 a ainsi coûté 1,3 million d'euros à Fayard⁵⁸.

Désormais mue par des objectifs de rentabilité à court terme, l'édition subit un double mouvement de concentration horizontale et d'intégration verticale.

La concentration horizontale de l'édition reflète ce qui se passe dans les autres industries culturelles⁵⁹ ; elle trouve ses racines dans une concentration progressive du milieu de l'édition tout au long du XX^{ème} siècle⁶⁰. Elle est ainsi le résultat tant des mouvements de rachat décrits précédemment que des logiques de croissance externe qui ont toujours prévalu dans l'édition française⁶¹.

⁵⁶ Bertrand Legendre, *op. cit.*

⁵⁷ Interview avec un éditeur français ; interview avec un professeur d'université spécialisé dans l'édition française

⁵⁸ François Rouet, *op. cit.*

⁵⁹ Interview avec un professeur d'université spécialisé dans l'édition française

⁶⁰ La concentration horizontale peut se mesurer en chiffres d'affaires et en nombre de titres produits. Dès 1962, 7% des maisons réalisaient 55% du chiffre d'affaires du secteur de l'édition tandis que 60% des maisons d'édition réalisaient 8% ; en 2011, 5% des maisons d'édition réalisaient 54% du chiffre d'affaires du secteur de l'édition tandis que 66% des maisons réalisaient 6%. Cette concentration du chiffre d'affaire du secteur s'est doublée d'une augmentation du chiffre d'affaires par les maisons les plus importantes : en 1962, les 7% de maisons avaient un CA avoisinant 1,5 million d'euros ; en 2011, les 5% ont un CA dépassant les 50 millions.

En ce qui concerne le nombre de titres produits, 20 éditeurs déposent plus de 200 titres et réalisent plus de 50% production totale en 1968 alors qu'en 2011 100 éditeurs déposent plus de 200 titres et réalisent 92% de la production totale (François Rouet, *op. cit.*).

⁶¹ La croissance externe est décrite comme la croissance par le rachat d'autres maisons d'édition pour augmenter la surface de l'offre. Étant donné les coûts d'entrée sur le marché élevés dans le monde de l'édition, il est perçu comme plus facile de racheter une maison d'édition avec

Depuis la fin du XIX^{ème} siècle, les maisons d'édition ont inexorablement évolué du statut de « petite entreprise familiale » vers des entreprises quasi-industrielles.

Mais ces changements ont pris une autre dimension dans les années 1980 et 1990 : « les phénomènes de concentration se [succèdent], allant du rachat pur et simple à la prise de participation au capital – sans parler de tous les liens de dépendance associés à la participation à la fabrication ou à la diffusion, avec pour conséquence, presque toujours, l'abandon d'une politique éditoriale proprement littéraire au profit d'une logique purement commerciale. »⁶²

Aujourd'hui, le secteur est défini comme un oligopole à franges⁶³ que nous pouvons décrire en trois cercles concentriques :

- 1) un cœur de trois acteurs avec le leader incontesté Hachette Livre (Lagardère)⁶⁴ suivi d'Editis (Grupo Planeta) et Flammarion (Madrigall, tout comme Gallimard)⁶⁵
- 2) un nombre restreint de quelques grandes maisons ou groupes moyens (Actes Sud, Michel Lafon Publishing)⁶⁶
- 3) un très grand nombre de petites maisons d'édition évoluant en périphérie des 2 premiers cercles⁶⁷.

un catalogue (de titres et d'auteurs) constitué, une reconnaissance sur le marché voire un nom porteur auprès des lecteurs que de lancer une nouvelle collection.

⁶² Pierre Bourdieu, *op. cit.*

⁶³ Pour rappel, un oligopole à franges se définit comme suit : une concentration du secteur par un petit nombre d'entreprises entourées de multiples petites voire très petites entreprises (« Sous l'effet des contraintes induites par la diffusion-distribution, les structures de l'édition vont peu à peu se rapprocher d'un oligopole à frange – marché dominé par quelques grandes structures mais à côté desquelles figurent de petites entreprises innovantes. » François Rouet in « Culture, État et marché », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)* 2003 ; François Rouet, *op. cit.*

⁶⁴ Hachette Livre est également 8^{ème} au classement des groupes mondiaux de l'édition en 2014 ; Grupo Planeta est 11^{ème} selon ce même classement (Xerfi, *op. cit.*).

⁶⁵ Xerfi, *op. cit.*

⁶⁶ Livres Hebdo, « Classement : les 200 premiers éditeurs français », octobre 2015

⁶⁷ Xerfi, *op. cit.*

L'édition française est ainsi hautement concentrée mais aussi très polarisée entre une multitude de petits ou très petits et une poignée de très grands ; l'entre-deux s'appauvrit et tend à disparaître. L'entre-deux est en effet difficile à tenir : un mouvement inexorable s'opérait déjà au sein des maisons d'édition qui en accroissant leur capital littéraire glissaient inévitablement vers un renforcement des objectifs commerciaux⁶⁸.

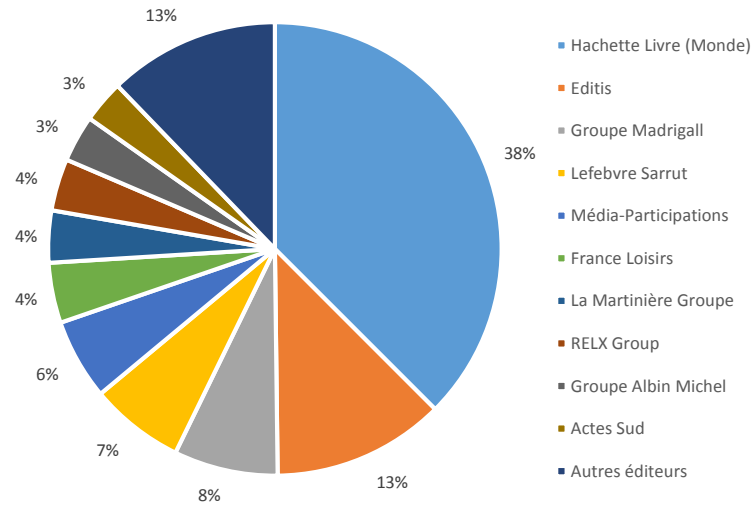


Figure 6. Répartition du chiffre d'affaires des 200 premiers éditeurs français en 2014. Source : BASIC, d'après les données du classement Livres Hebdo 2015.

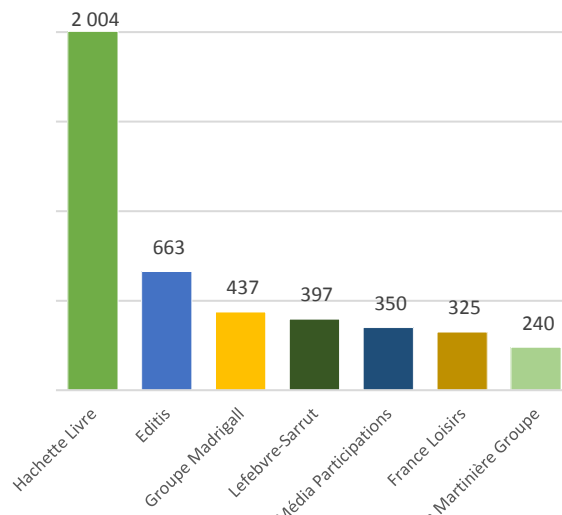


Figure 7. Chiffres d'affaires en millions d'euros des 7 premiers éditeurs français. Source : BASIC, d'après les données du classement Livres Hebdo 2015

⁶⁸ Pierre Bourdieu, *op. cit.*

Cependant, si les chiffres d'affaires d'une poignée de maisons d'éditions peuvent atteindre des sommes considérables, la réalité de la majorité des éditeurs est très différente. Plus particulièrement, les petites maisons d'édition ont une viabilité économique fragile et subissent de plein fouet la concurrence des collections des grandes maisons d'édition sur leur champ littéraire de spécialisation. N'ayant pas les mêmes capacités financières ni logistiques, leur rentabilité est souvent difficile à trouver dans un contexte de concurrence accrue.

| Distributeur | Maison-mère |
|------------------------------|-----------------------|
| Hachette Distribution | Hachette |
| Inteforum | Editis |
| Sodis | Madrigall-Gallimard |
| Union Distribution | Madrigall-Flammarion |
| MDS | Media Participations |
| LogLibris | Seuil / La Martinière |
| Dilisco | Albin Michel |

Figure 8. Principales plateformes de distribution et leurs maison-mères.
Source : BASIC, d'après les données de DGE UNIIC 2015

En parallèle de ces mouvements de concentration horizontale s'opèrent des mouvements d'intégration verticale des échelons de diffusion et distribution par les maisons d'édition.

La principale raison en est que la diffusion, et encore plus la distribution, sont deux étapes décisives pour cette économie de l'offre : la capacité d'une maison d'édition à « occuper le terrain » - c'est-à-dire à s'assurer que ses livres puissent être disponibles partout, tout le temps et en masse – est fonction de l'efficacité de la diffusion et de la distribution.

En 2005, Hachette et Editis contrôlent ainsi 60% de la diffusion et de la distribution via leurs structures dédiées Hachette Livre Distribution et Interforum⁶⁹. Avec Madrigall, les trois leaders de l'édition française contrôlent les 4 premiers distributeurs qui représentent environ 85 à 90% du marché⁷⁰.

Ces entreprises de distribution sont des entreprises spécialisées sous forme d'entités juridiques distinctes et qui travaillent également avec des éditeurs tiers. Elles sont souvent dotées de services de diffusion, parfois complémentaires de ceux de la maison d'édition⁷¹.

⁶⁹ Julien Denieul, Concentration éditoriale et bibliodiversité. Quels enjeux pour le livre ?, L'Harmattan, 2010

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ DGE UNIIC, *op. cit.*

En France, la distribution est ainsi non seulement contrôlée par les acteurs de l'édition, mais aussi très concentrée : si ce phénomène peut être jugé bénéfique en termes d'efficacité logistique, le revers de la médaille est que tout ce qui n'est ni compris dans l'offre prévue ni standardisé « n'est pas possible »⁷² et ne peut être distribué⁷³.

Les investissements récents des deux principaux distributeurs ainsi que ceux des Presses Universitaires de France (PUF)⁷⁴ dans l'impression à la demande sont intéressants à noter, même s'il est trop tôt pour savoir s'ils s'inscrivent dans une logique d'intégration verticale (à l'instar des maisons d'édition avec les distributeurs).

Pour l'instant, le développement de l'impression à la demande semble répondre à des besoins combinés de réduction des stocks coûteux, diminution des flux retours et maîtrise des tirages moyens initiaux.

2.2.2 Impacts au sein de l'édition et sur la distribution des livres

2.2.2.1 Évolutions de l'emploi

Les principaux impacts aujourd'hui référencés sur le secteur de l'édition française résultent des logiques de rentabilité financière de court terme⁷⁵ mais aussi d'une crise sur le marché du livre (voir 2.1).

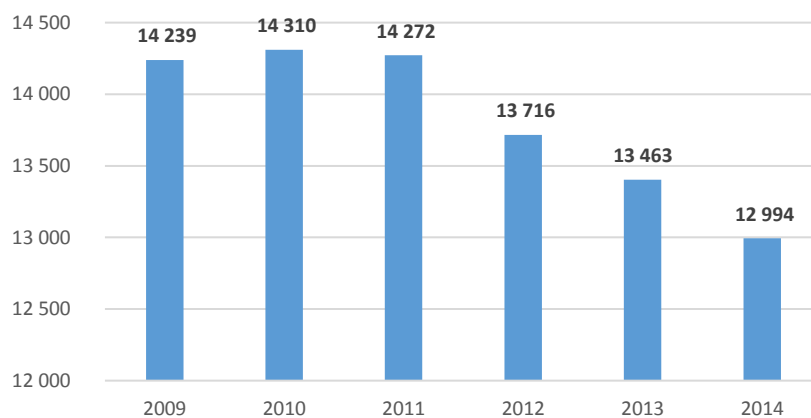


Figure 9. Évolution des effectifs salariés du secteur de l'édition de livres en France (en nombre de salariés). Source : BASIC, d'après les données Xerfi 2016.

⁷² Interview avec un éditeur français

⁷³ Interview avec un éditeur français

⁷⁴ Hachette Livre Distribution et Ingram (USA) ont créé une *joint venture* Lightning Source France (LSF) et Interforum (Editis) a monté un partenariat avec Epac (USA) pour monter une chaîne de fabrication pour 10 millions de livre par an (= 10% volume expédition annuel) (Hervé Hugué, « Interforum : le distributeur qui imprime », *Livres Hebdo*, 2 septembre 2016 consulté le 26 octobre 2016)

⁷⁵ Interview avec un éditeur français

Ces dynamiques engendrent une pression sur les fournisseurs qui augmentent leurs recours aux indépendants, entraînent la précarisation des conditions de travail⁷⁶ et détruisent des emplois. Le secteur a ainsi perdu un peu plus de 1200 salariés en 5 ans soit 8,7% de l'effectif salarié.

2.2.2.2 Le pilon⁷⁷

Les acteurs du secteur rapportent également que la logique de rentabilité au titre – en opposition à une logique de gestion sur l'ensemble du catalogue - favorise la surproduction puisque les marges croissent avec l'augmentation des tirages par titre⁷⁸.

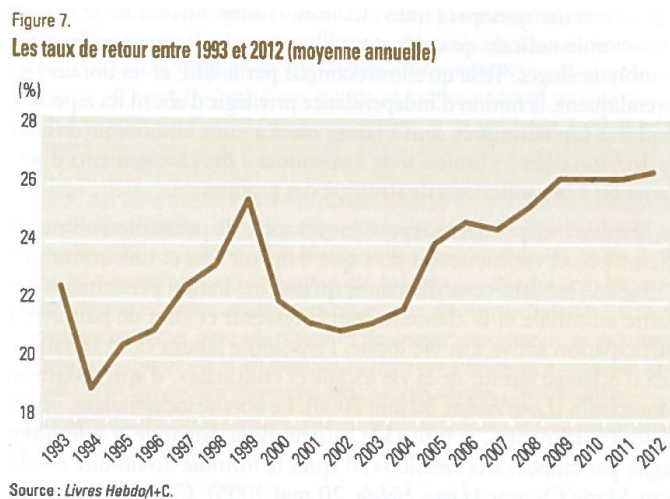


Figure 10. Source : F. Rouet, *Le livre, une filière en danger ?*, 2013

La surproduction est également liée à l'« effet de masse » recherché par chaque éditeur : la multiplicité des points de vente inciterait (et obligerait) les éditeurs à produire plus pour bénéficier d'une exposition maximale, partout sur le territoire⁷⁹. Ainsi, il peut arriver par exemple que pour des ventes estimées à 1500 exemplaires, on puisse imprimer « consciemment » le double.

En tout, environ 20 à 30% de la production annuelle de livres seraient pilonnés, soit une moyenne annuelle estimée entre 80 à 100 millions d'ouvrages⁸⁰.

⁷⁶ Interview avec un éditeur français

⁷⁷ Si les volumes des ouvrages pilonnés sont suivis par les maisons d'édition, il n'existe pas de chiffres publics mais des estimations réalisées par différents organismes.

⁷⁸ Interview avec un éditeur français

⁷⁹ Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁸⁰ DGE UNIIC 2015.

« LES LIVRES SONT DES PRODUITS FRAIS
AVEC UNE DATE DE PEREMPTION.

[...] QUAND ON FABRIQUE DES STOCKS,
ON FABRIQUE DES DECHETS. »

ENTRETIEN AVEC UN EDITEUR

Mais tous les livres ne subissent pas le même sort : si les beaux livres et ouvrages de référence ne sont quasiment jamais pilonnés⁸¹, certains éditeurs avouent pilonner directement les livres « poche » car les coûts de stock sont trop élevés.

Globalement la majorité des flux est constituée d'ouvrages de littérature générale qui connaissent les retours les plus rapides (dès 1 à 3 mois après la mise en place) en raison du travail en flux tendus des libraires⁸². À noter que la majorité des retours serait réalisée par les rayons livres des grandes surfaces alimentaires au modèle concentré sur les ouvrages de masse à rotation courte (notamment les nouveautés et les livres liés à l'actualité.

Ces chiffres du pilon et du taux de retour sont néanmoins à mettre en perspective avec les chiffres constatés dans d'autres pays. Aux États-Unis, le taux de retour moyen annuel avoisine les 40%⁸³. Ce chiffre élevé est la conséquence d'un système de prix libre du livre qui favorise les opérations commerciales - des gros volumes de livres avec des moments de rabais très attractifs - qui engendrent souvent des retours massifs⁸⁴.

2.3 La vente de livres en France

La concentration constatée dans l'édition et la distribution de livres en France a des conséquences directes sur les points de vente. Si les canaux de vente restent très divers, on observe depuis le milieu du XX^{ème} siècle un double mouvement de concentration des points de vente et de disparition des petites librairies. Ce phénomène s'est accentué depuis le début des années 2000 avec le développement rapide de la vente en ligne.

2.3.1 Évolutions de la vente de livre en France

Le livre se vend dans une multitude de points de vente sur l'ensemble du territoire, mais aussi en ligne désormais. L'apparition des *pure players*, autrement dit les revendeurs qui travaillent exclusivement sur internet, a perturbé le paysage français de la vente de livres. Comme en témoigne le graphique ci-dessous, la vente en ligne est celle qui a gagné le plus de parts de marché, passant de 2% en 2002 à presque 15% en 2010.

⁸¹ Mylène Leenhardt et Micheline Keil (ACT Consultants), « De la réutilisation des livres voués au pilon à l'amélioration des pratiques de don », *Cahiers de l'économie du livre*, n°5, mars 1991 in Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁸² Payot Marianne, « Voyage au bout du pilon », *L'Express*, 24 Janvier 2005

⁸³ Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁸⁴ *Ibid.*

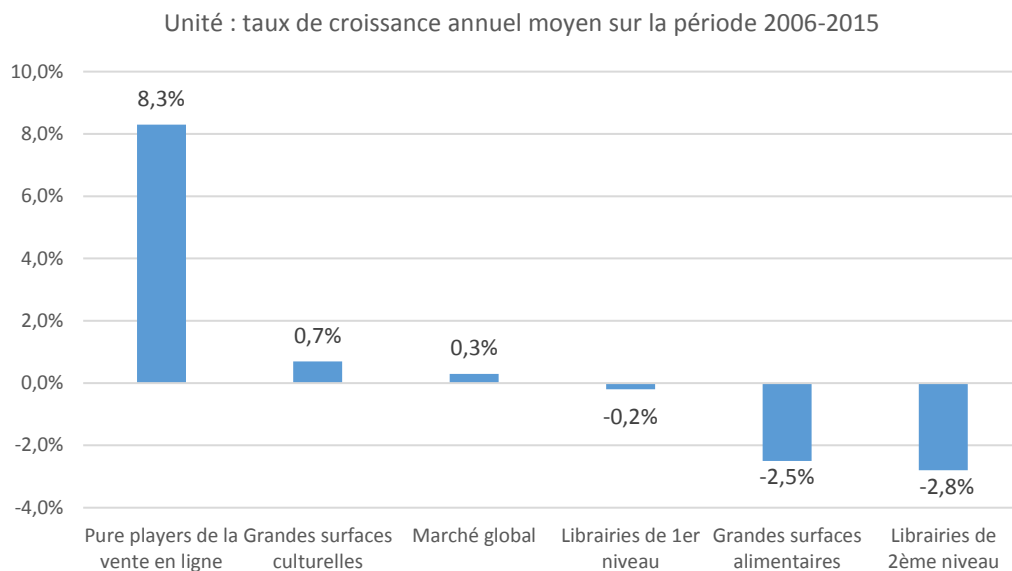


Figure 11. Évolutions des ventes au détail des livres imprimés par secteur de distribution.
Source : Xerfi 2010, Secteur du livre : points de vente comparés.

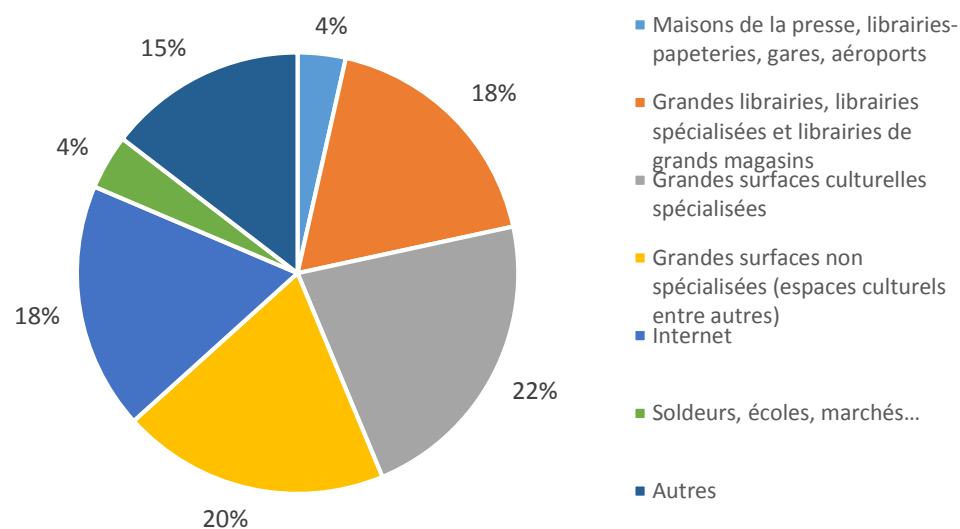


Figure 12. Répartition des lieux d'achat du livre en 2013 (livres neufs imprimés, exprimés en % des ventes). Source : BASIC, sur la base des données du Syndicat national de l'édition 2014

Ces chiffres reflètent également une concentration des points de vente des livres, qui est analysée comme une prolongation directe :

- de l'intégration verticale de la distribution par l'édition

- et de la concentration de la distribution qui en résulte (voir 2.2)⁸⁵.

Au-delà du lien avec les changements parvenus au sein de l'édition française, deux phénomènes concomitants ont également favorisé cette concentration. D'une part, les volumes traités par la distribution rendent très difficiles la survie des petits points de vente.

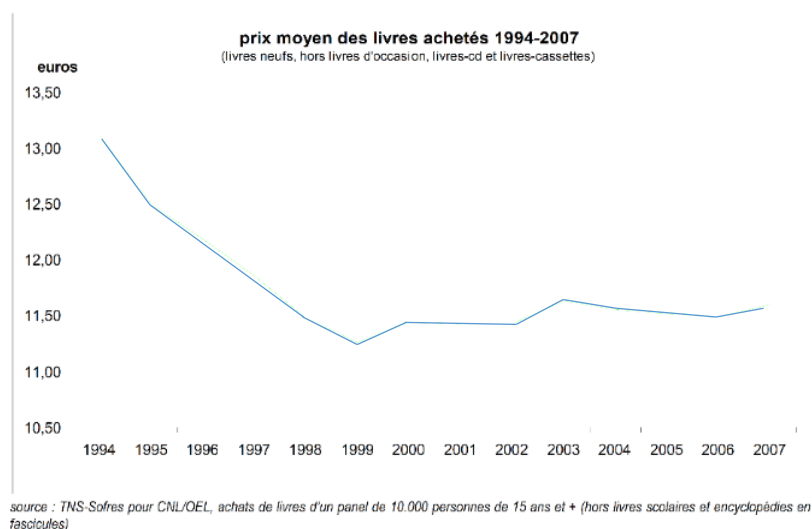


Figure 13. Évolution du prix moyen du livre entre 1994 et 2007. Source : Rapport Gaymard 2009.

D'autre part, la concurrence sur les prix entre éditeurs a impacté négativement les points de vente dans un contexte de baisse des ventes. Cette « guerre des prix » est d'autant plus problématique pour une filière où l'éditeur fixe les prix et détermine in fine les marges de chacun des acteurs en aval de lui⁸⁶.

Dans un contexte de ventes en berne et de concurrence accrue, la viabilité financière de chacun des acteurs est encore plus compliquée à trouver⁸⁷.

2.3.2 Les acteurs de la vente de livres en France

Parmi les leaders de la vente de livres en France on retrouve les acteurs de la grande distribution culturelle (FNAC, Espaces culturels E. Leclerc, Cultura) accompagnés du géant de la vente en ligne, Amazon.

⁸⁵ Interview avec un représentant des libraires français ; interview avec un éditeur français ; interview avec un universitaire spécialiste de l'édition française ; François Rouet, *op. cit.*

⁸⁶ Interview avec un représentant des libraires français

⁸⁷ Interview avec un représentant des libraires français

Sur les ventes des dix premiers points de vente, 50% des parts marchés se répartissent équitablement entre la Fnac et Amazon et 35% entre les Espaces cultures Leclerc, Cultura et France Loisirs⁸⁸.

La concentration des ventes reste néanmoins maîtrisée la loi Lang de 1981 : « nul doute que sans la loi, une grande partie de ces plus petites librairies aurait disparu face à la concurrence de la grande distribution »⁸⁹. Une des vertus soulignées de la loi est d'avoir permis le relatif maintien d'une diversité de points de vente entre librairies, grandes surfaces culturelles et maisons de la presse... qui répond à une diversité des besoins, attentes et centres intérêts des lecteurs.

Dans son rapport de 2009, Hervé Gaymard en veut pour preuve les conséquences de l'abandon au Royaume-Uni du Net Book Agreement : « il suffit toutefois pour juger de l'importance de la loi pour le maintien des librairies indépendantes, de constater l'impact négatif qu'a pu avoir l'absence de régulation sur les prix [...] sur le mouvement de concentration considérable des points de vente de livres qu'a entraîné au Royaume-Uni l'abandon du Net Book Agreement ».

2.3.2.1 Les librairies

La France compte le réseau le plus dense de librairies en Europe avec environ 3 000 points de vente estimés qui employaient environ 12 000 salariés en 2010⁹⁰. Il convient néanmoins de distinguer trois types de librairie :

- les librairies sous enseigne (par exemple Gibert Joseph),
- les grandes librairies indépendantes (à l'instar de Mollat à Bordeaux),
- les petites librairies à la rentabilité très faible (taux de résultat net de l'ensemble de la branche était de 0,6% en 2011⁹¹).

Parmi les librairies sous enseigne ou grandes librairies indépendantes, quelques 250 « barons » de la profession sont identifiés⁹² : ils vendent tout type d'ouvrage, ont des fonds très importants (en moyenne de 50 000 à 60 000 titres et pouvant atteindre jusqu'à 155 000 titres, soit autant qu'une Fnac), sont situés en centre-ville sur des surfaces de plus 500 m² et comptent leur chiffre d'affaires en millions d'euros⁹³.

Les éditeurs mettent l'accent sur ces librairies qu'ils identifient comme des « lanceurs » en littérature et des gros clients sur des catégories éditoriales plus difficiles comme les sciences humaines. Ces librairies permettent « à la fois aux éditeurs de mettre sur le marché et de tester, notamment grâce au service des

⁸⁸ Xerfi, La distribution de livres en France, 2016

⁸⁹ Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁹⁰ Interview avec un représentant des libraires français ; Xerfi, *op. cit.*

⁹¹ Xerfi, Viabilité économique des librairies indépendantes, 2013

⁹² François Rouet, *op. cit.*

⁹³ François Rouet, *op. cit.*

nouveautés (« l'office »), la quasi-totalité de leur production, mais également de maintenir en diffusion les titres de fonds de leurs catalogues »⁹⁴.

| Part des 10 premiers points de vente (exprimée en % du chiffre d'affaires) | Enseigne | Actionnariat | Points de vente en France | Profil |
|--|------------------------------|---------------------------|--|----------------------------------|
| 24% | FNAC | Groupe Artemis | 121 magasins | Grande surface culturelle |
| 23% | Amazon | Jeffrey Bezos | | Pure player de la vente en ligne |
| 18,1% | Espaces culturels E. Leclerc | Groupement d'indépendants | 215 magasins | Grande surface culturelle |
| 10% | Cultura | Sodival | 66 magasins | Grande surface culturelle |
| 9% | France Loisirs | Actissia | 198 magasins | Réseau de librairies |
| 4,7% | Carrefour | Public | 5 650 magasins (dont 242 hypermarchés) | Grande surface alimentaire |
| 4% | Gibert Joseph | Financière Palidis | 18 magasins | Réseau de librairies |
| 3% | Relay | Lagardère | 550 magasins | Maison de la presse |
| 2% | Decitre | M. Guillaume Decitre | 7 magasins | Réseau de librairies |
| 2% | Furet du Nord | Vauban Partenaires | 17 magasins | Réseau de librairies |

Figure 14. Les 10 premiers points de vente de livre en France. Source : Basic d'après les données Xerfi 2016

Les petites librairies quant à elles sont souvent des spécialistes. C'est justement cette carte de la spécialité, couplée avec le « localisme », le relationnel et la proximité qui constituent leur grande valeur ajoutée⁹⁵.

Des systèmes d'aides, bien que limités, ont été mis en place pour soutenir ces petites librairies : entre autres, le label LIR créé en 2009 que détiennent aujourd'hui environ 500 librairies⁹⁶ et le FALIB instauré en 2013 ouvert à l'ensemble des librairies pour les soutenir face aux difficultés de trésorerie de leurs activités⁹⁷.

⁹⁴ Hervé Gaymard, *op. cit.*

⁹⁵ Interview avec un représentant des libraires français ; interview avec un universitaire spécialiste de l'édition française

⁹⁶ Languedoc-Roussillon Livre et Lecture, <http://www.lr2l.fr/actualites/label-lir-les-dossiers-sont-envoyer-le-30-avril-au-plus-tard.html-0>

⁹⁷ Sur le label Librairie de Référence (LiR) : http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/librairie/lr_un_label_de_reference/presentation/; sur le Fonds d'avances remboursables aux librairies indépendantes (FALIB) :

http://www.centrenationaldulivre.fr/fr/librairie/aide_aux_librairies/fonds-d-aides---la-tr-sorerie-en-faveur-des-librairies-ind-pendantes/

La vente en ligne crée une concurrence encore plus féroce pour ces petites librairies. Pour y faire face, elles ont créé des plateformes de librairies indépendantes : Parislibrairies.fr créé en 2013 regroupe ainsi 110 librairies parisiennes et de la petite couronne pour un fonds de 1,5 million de références⁹⁸.

Les librairies assurent alors une promotion collective de la littérature qui passe par des catalogues communs et alimentent un site vitrine souvent assorti d'une plateforme de vente en ligne⁹⁹.

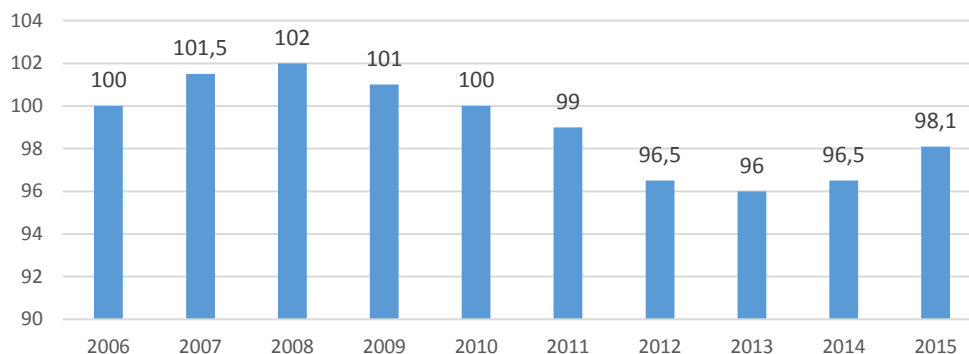


Figure 15. Ventes au détail de livres en librairies de 1^{er} niveau (indice de valeur base 100 en 2006).
Source : BASIC, d'après les données de Xerfi 2016

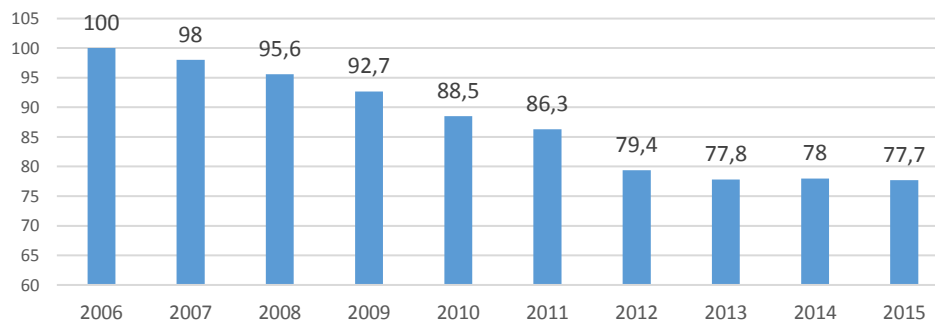


Figure 16. Ventes au détail de livres en librairies de 2^e niveau (indice de valeur base 100 en 2006).
Source : BASIC d'après les données de Xerfi 2016

2.3.2.2 Les grandes surfaces culturelles ou grandes surfaces spécialisées

Parmi les grandes surfaces culturelles ou grandes surfaces spécialisées, nous retrouvons le leader de la vente de livres tous points de vente confondus : la Fnac. Le premier libraire de France réalisait en 2015

⁹⁸ Xerfi, op. cit.

⁹⁹ François Rouet, op. cit.

un chiffre d'affaires estimé entre 500 et 550 millions d'euros sur son rayon livre. Depuis sa création en 1954, la Fnac a contribué à reformer le paysage de la vente de livres en France, notamment en appliquant des rabais systématiques qui rendaient la concurrence très dure pour les librairies indépendantes avant l'instauration de la limite des 5% de rabais par la loi Lang en 1981.

Dans les années 1990 et 2000, les grandes surfaces culturelles ou spécialisées ont connu une très forte progression en termes de parts de marché, passant de 11 à 22% sur la période 1994 - 2007¹⁰⁰.

Mais si ces « multi-spécialistes » représentent encore le 2^{ème} canal de vente des livres, ils n'en subissent pas moins la concurrence de la vente en ligne : en témoigne la disparition de Virgin en 2013.

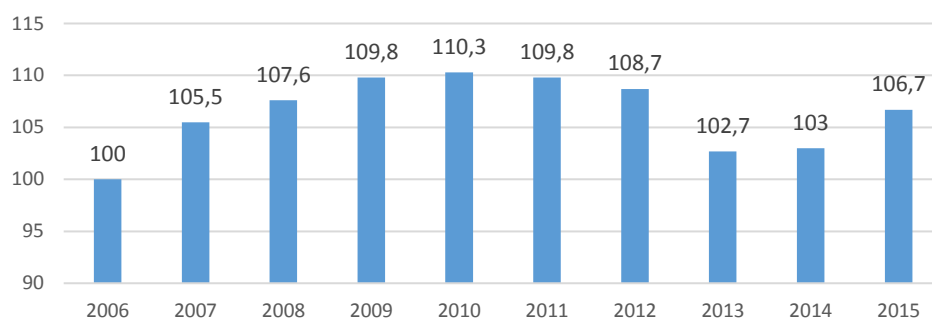


Figure 17. Ventes au détail de livres en grandes surfaces culturelles (indice de valeur base 100 en 2006).

Source : BASIC d'après les données de Xerfi 2016

2.3.2.3 Les pure players

Comme dit précédemment, la vente en ligne de livres représente aujourd'hui 18% des parts de marché. Bien que d'autres acteurs aient investi ce marché, Amazon reste le leader incontesté et détiendrait selon les estimations 75% de la vente totale de livres sur internet¹⁰¹.

¹⁰⁰ Hervé Gaymard, *op. cit.*

¹⁰¹ Xerfi, La distribution de livres en France, 2016

La force des *pure players* comme Amazon semble plus résider dans la profondeur et l'exhaustivité de leur catalogue que dans leur capacité à proposer des livres en lien avec l'actualité¹⁰².

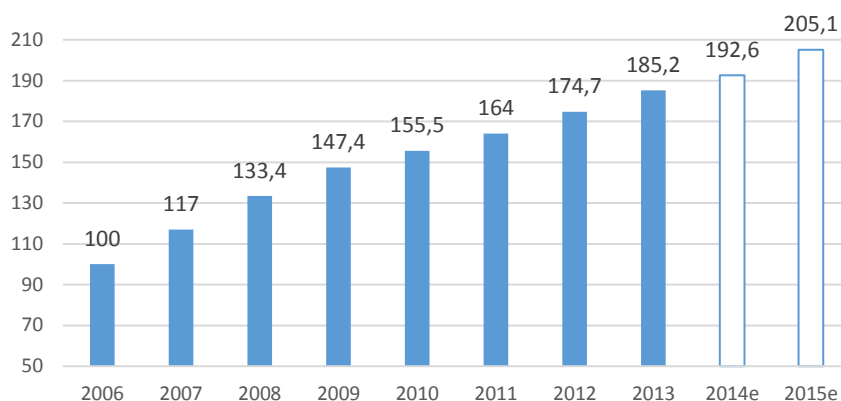


Figure 18. Ventes au détail de livres par les *pure players* (indice de valeur base 100 en 2006). Source : BASIC d'après les données de Xerfi 2016

Leur stratégie de dumping a également été payante. Ne pouvant pas dépasser le rabais de 5% sur la vente des livres, Amazon a tenté de faire baisser le prix de vente en ligne en appliquant des frais de livraison à 0 euros, bientôt suivi par la Fnac. Rapidement, une loi a été votée en 2011 au Parlement interdisant l'application du rabais de 5% cumulé aux frais gratuits de livraison, dite loi « anti-Amazon »¹⁰³. Amazon a donc monté les frais de livraison de livraison à 1 centime d'euros, tout comme la Fnac.

Cette montée en puissance de la vente en ligne permet aux éditeurs de toucher un plus large public mais aussi à certains lecteurs d'avoir accès plus facilement à une offre très large¹⁰⁴. Néanmoins, elle n'est pas perçue comme exclusivement positive par les éditeurs : des géants de la vente en ligne comme Amazon, Apple ou encore Google renversent les rapports de force jusqu'à présent plus souvent équilibrés (vis-à-vis des Grandes Surfaces Spécialisées) ou à l'avantage des éditeurs (vis-à-vis des librairies individuelles) car ils sont en capacité d'imposer leurs conditions, la vente de livres étant une activité parmi d'autres pour eux mais la raison d'être des maisons d'édition.¹⁰⁵

¹⁰² Interview avec un universitaire spécialiste de l'édition française

¹⁰³ Audrey Fournier, « Tout comprendre du conflit entre Amazon et l'industrie du livre », Le Monde, 13 août 2014, consulté le 23 octobre 2016.

¹⁰⁴ Interview avec un éditeur français

¹⁰⁵ Interview avec un universitaire spécialiste de l'édition française

En témoigne notamment le conflit ouvert sur les prix de vente des éditions électroniques d’Hachette sur la plateforme Amazon aux États-Unis qui a abouti à des mesures de rétorsion de la part d’Amazon (allongement des délais de livraison, disparition des précommandes et suppressions des réductions)¹⁰⁶.

2.3.2.4 Les grandes surfaces alimentaires ou non spécialisées

Reproduisant l’argument du « tout à disposition en grande surface » sur les livres, les grandes surfaces alimentaires ou non spécialisées dotées d’un rayon dédié ont vu leurs parts de marché quasiment doubler entre 1994 et 2007, passant de 14 à 21%¹⁰⁷.

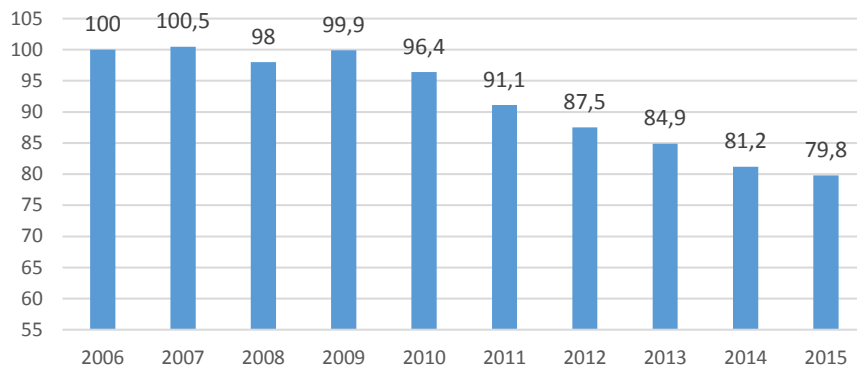


Figure 19. Ventes au détail de livres en grandes surfaces alimentaires (indice de valeur base 100 en 2006). Source : BASIC d’après les données de Xerfi 2016

Elles misaient alors sur des assortiments courts composés quasiment exclusivement de bestsellers et de livres très grand public à la durée de vie courte (quelques semaines, parfois deux seulement)¹⁰⁸.

Leurs parts de marché sont aujourd’hui en recul, notamment parce que les acteurs des grandes surfaces alimentaires font désormais le choix de ne plus avoir de rayons livres et de développer leurs propres grandes surfaces spécialisées à l’instar des Espaces culturels Leclerc.

2.3.3 Les impacts de la vente des livres

La concurrence entre les points de vente et leur concentration ont pour principal impact la destruction d’emplois. Elle est marquée pour les librairies qui ont perdu quasiment 10% de leurs effectifs salariés estimés entre 2009 et 2014¹⁰⁹.

¹⁰⁶ Le Monde.fr avec AFP, « Accord entre Hachette et Amazon sur les ventes de livres aux États-Unis », 13 novembre 2014, consulté le 23 octobre 2016.

¹⁰⁷ Hervé Gaymard, *op. cit.*

¹⁰⁸ François Rouet, *op. cit.*

¹⁰⁹ Xerfi, L’imprimerie et les activités graphiques, juillet 2016

De même, après une croissance de 10% de l'effectif salarié entre 2005 et 2012, les grandes surfaces culturelles ou spécialisées ont vu leurs effectifs diminuer de 11,5% entre 2012 et 2015¹¹⁰.

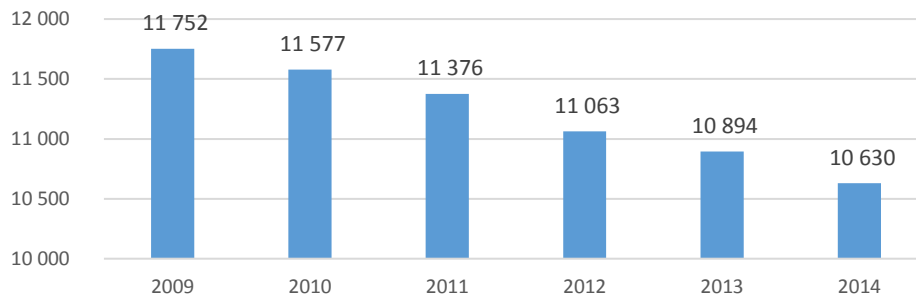


Figure 20. Évolutions des effectifs salariés du secteur du commerce de détails en magasin spécialisé (nombre de personnes).
Source : BASIC d'après les données de Xerfi 2016

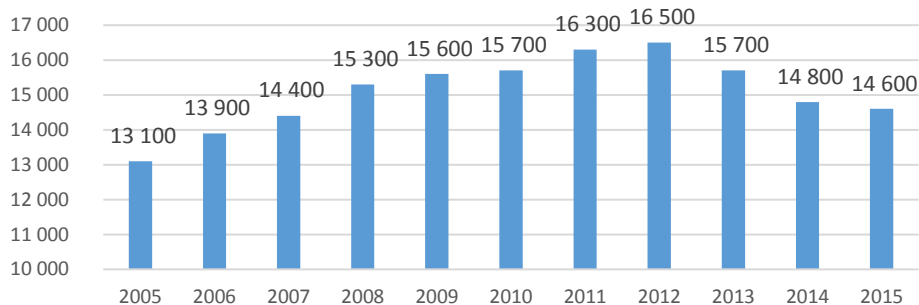


Figure 21. Évolutions des effectifs salariés des grandes surfaces culturelles (nombre de personnes).
Source : BASIC d'après les données de Xerfi 2016

2.4 L'impression de livres

L'érosion de la consommation de livres en France et la logique financière prévalant désormais dans l'édition française ont des effets directs sur le secteur de l'imprimerie, qui est par ailleurs confronté à une forte concurrence émanant des pays limitrophes pour l'impression des livres « noir ».

2.4.1 L'imprimerie de labeur française

L'imprimerie est un secteur très capitalistique et intensif en main d'œuvre. Principale variable d'ajustement pour réduire les coûts d'impression des livres en raison du peu de flexibilité du parc machine, cette dernière a un fort impact sur la compétitivité des imprimeries françaises¹¹¹ : une part

¹¹⁰ Xerfi, *op. cit.* Ce chiffre est à relativiser car comprend la période sur laquelle Virgin a cessé son activité.

¹¹¹ Asterès, *Économie circulaire et recyclage : vers un nouveau modèle économique*, 2013

croissante des impressions de livres déposés et vendus en France sont ainsi imprimés dans des pays où les coûts de main d'œuvre sont plus faibles. On estime qu'entre 30% et 40% des livres déposés et vendus en France entre 2013-2014 étaient imprimés à l'étranger¹¹².

Le marché du livre est perçu comme difficile pour l'ensemble des industriels de la chaîne du livre en France, et notamment les imprimeurs¹¹³. L'intensité concurrentielle s'est accrue sur les dernières années et les machines tournent moins, créant une surcapacité de production. Des investissements seraient nécessaires pour moderniser le parc machines mais ils sont très coûteux et d'autant plus difficiles à réaliser qu'il existe peu de visibilité sur l'évolution future du marché de l'impression de livres en France.

Le manque de visibilité sur les plannings, les contraintes de délais imposés par les éditeurs et les relations parfois tendues avec les plateformes de distribution font également partie des difficultés auxquelles sont confrontés les imprimeurs sur le marché français¹¹⁴.

Entre 2005 et 2014, le secteur français de l'imprimerie de labeur a ainsi accusé une baisse de 33% des volumes, contre 11% en moyenne dans les pays de l'Union européenne¹¹⁵. En conséquence, les imprimeurs français diversifient leurs activités car les débouchés classiques ne suffisent plus¹¹⁶.

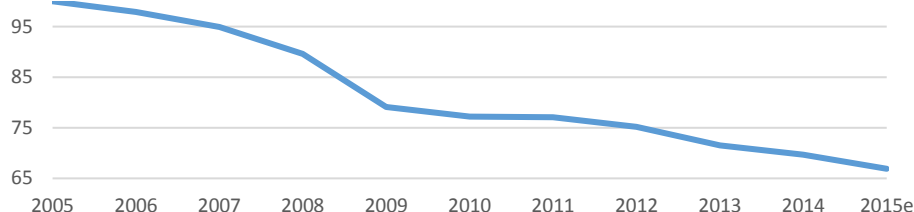


Figure 22. Évolutions de la production de l'imprimerie de labeur en France (indice de volume (tonnages) base 100 en 2005).
Source : Xerfi 2016, d'après les estimations et données de l'IDEP

2.4.1.1 L'impression du livre « noir »

Malgré les difficultés auxquelles il est confronté, le marché du livre français reste attractif pour les imprimeurs étrangers de par sa taille, sa stabilité et sa porosité. En effet, les pays limitrophes d'où sont issus les concurrents des imprimeries françaises ont souvent connu une réduction de leur marché local suite à la crise 2008.

¹¹² DGE UNIIC, *op. cit.*

¹¹³ Ibid.

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ Asterès, *op. cit.*

¹¹⁶ DGE UNIIC, *op. cit.*

À titre d'exemple, les marchés italiens et espagnols ont chuté de 15 à 20% : les imprimeurs ont réagi par une politique commerciale agressive orientée vers la France, afin de trouver de nouveaux relais de croissance sur ce marché considéré plus stable¹¹⁷.

25¹¹⁸ à 40%¹¹⁹ des titres vendus en France sont imprimés à l'étranger. Les sphères de concurrence sont très différentes en fonction du type de livre.

Pour le livre noir et « deux couleurs » (58% du marché), les impératifs de réactivité font que la concurrence se « réduit » à 1500km¹²⁰ autour de Paris : l'Italie¹²¹, l'Allemagne¹²² et l'Espagne sont alors les principaux pays d'impression avec une très forte progression sur les 5 dernières années des pays de l'Europe de l'Est¹²³.

| | |
|-----------|--------|
| France | 54,98% |
| Italie | 13,52% |
| Espagne | 11,84% |
| Chine | 10,69% |
| Belgique | 4,10% |
| Roumanie | 1,62% |
| Allemagne | 1,36% |
| Malaisie | 0,66% |
| Slovénie | 0,42% |
| Portugal | 0,34% |
| Slovaquie | 0,26% |
| Singapour | 0,16% |
| Bosnie | 0,04% |
| Pologne | 0,02% |

Figure 23. Pays d'impression des livres déposés à BnF en 2013 (tous types de livre confondus).
BASIC, d'après les données de DGE UNIIC 2015

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ BNF, *op. cit.*

¹¹⁹ DGE UNIIC, *op. cit.*

¹²⁰ Pour les livres complexes dits « imprimés froids », par exemple requérant de la main d'œuvre comme les livres jeunesse, la sphère de concurrence regroupe plutôt des pays asiatiques dont très majoritairement la Chine (DGE UNIIC, *op. cit.*).

¹²¹ Avec un secteur de l'édition dominé par Mondadori et RCS-Libri (40% du livre et 75% du scolaire), le nombre d'éditeurs italiens a diminué et les ventes chutent au rythme annuel de 6% par an depuis 2001. Les imprimeurs, historiquement situés dans le nord de la péninsule, ont toujours très orienté vers la France et ont réalisé beaucoup d'investissements, notamment dans la géothermie, l'éolien et le photovoltaïque. De plus, ils ont intégré les préoccupations environnementales dans leurs processus industriels de production ce qui facilite d'autant le recours à l'impression à l'étranger puisqu'ils possèdent les certifications qualité et environnementales. Traditionnellement reconnus pour la qualité de leur travail sur les livres d'art et en couleurs, la part des impressions du livre « noir » en Italie augmente (DGE UNIIC, *op. cit.*).

¹²² Les imprimeurs allemands sont également très présents auprès des éditeurs français, surtout sur l'impression du livre « noir » et sont connus pour leur processus qualité et environnement. À l'inverse, le marché de l'édition allemande est jugé impénétrable par les imprimeurs français : les éditeurs allemands sont très attachés au « Made in Deutschland » et complètent au besoin avec des importations depuis l'Europe de l'Est (DGE UNIIC, *op. cit.*).

¹²³ DGE UNIIC, *op. cit.*; interview avec une employée d'imprimerie française

La présence des pays de l'Europe de l'Est est récente mais importante sur le marché du livre « noir ». En moins de 10 ans, des grands noms de l'impression ont installé des usines en Europe de l'Est : Quad-Graphics (USA) en Pologne, CPI-Moravia (France) en République tchèque, Canale (Italie) en Roumanie.

« LES PAYS DE L'EST NOUS MANGENT NOS PARTS DE MARCHE. ILS ARRIVENT A FABRIQUER DES LIVRES DE BONNE QUALITE MOINS CHERS, TRANSPORT COMPRIS ! »

ENTRETIEN AVEC UN IMPRIMEUR FRANÇAIS

Ces imprimeurs peuvent réaliser jusqu'à 80% de leur chiffre d'affaire à l'export dans des usines qui se sont clairement développées pour répondre à une demande européenne plutôt que locale. En Pologne dès 2011, les imprimeurs polonais exportaient déjà 42% de leur production vers l'Europe occidentale.

Le nombre de dépôt légal en France portant la mention d'une impression en Europe de l'Est a ainsi été multiplié par 2,5 entre 2009 et 2013¹²⁴. À l'instar des autres pays d'impression, les processus qualité et environnement sont jugés comparables aux standards français¹²⁵.

Leur avantage comparatif réside clairement dans le faible coût du travail : dans une industrie très capitalistique et intense en main d'œuvre, les usines d'Europe de l'Est disposent d'équipements souvent très récents et de salaires mensuels oscillant entre 300 et 400 euros. Cet avantage leur permet ainsi d'être très agressif commercialement, notamment sur les tirages courts sur lesquels ils peuvent préserver leurs marges au vu des coûts très bas de leur main d'œuvre¹²⁶.

2.4.2 Impacts sociaux, économiques et environnementaux

2.4.2.1 Evolutions de l'emploi

La réduction du volume des impressions de livre en France a des conséquences sur les activités de prépresse, impression et post-presse. Entre 2009 et 2014, l'imprimerie de labeur a ainsi perdu 10 000 salariés soit 18% de sa masse salariale. Sur la même période, le prépresse a perdu 2 300 emplois, soit un peu moins de 17% de l'ensemble de ses effectifs salariés en 2009.

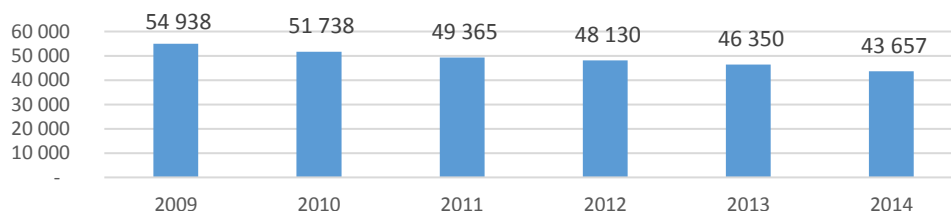


Figure 24. Évolutions des effectifs salariés de l'imprimerie de labeur du secteur 2009-2014 (en nombre de salariés).
Source : BASIC, d'après les données de Xerfi 2016

¹²⁴ DGE UNIIC, *op. cit.*

¹²⁵ Interview avec une employée d'imprimerie française

¹²⁶ Interview avec une employée d'imprimerie française

2.4.2.2 Émissions de polluants (air et eau)

Les procédés d'impression sont composés de différentes étapes émettrices de polluants pour l'environnement et l'homme (pour les impacts sur la santé humaine, voir 2.4.2.4 Santé au travail). Tout d'abord, l'étape du mouillage du papier se réalise avec une solution à base d'isopropanol qui dégage des composés organiques volatils (COV) toxiques¹²⁷. Après chaque tirage, les machines sont ensuite nettoyées. Les solutions de nettoyage sont notamment composées de benzène, produit hautement toxique¹²⁸.

Le rejet des eaux résiduaires est néanmoins très réglementé¹²⁹ en France, notamment par de le Code de la santé publique, avec des normes fixées pour la demande biologique (DBO5) et chimique (DCO) en oxygène, en métaux lourds et en hydrocarbures.

Enfin, une fois le livre produit vient l'étape de façonnage. Cette étape consiste en l'application d'un pelliculage sur la couverture du livre. Cette phase occasionne une quantité importante de rejets de substances cancérigènes, notamment à cause du film de papier de polypropylène ou d'acétate servant à réaliser le pelliculage¹³⁰.

2.4.2.3 Production de déchets

Il n'existe pas de moyenne sur la quantité de papier nécessaire pour réaliser une quantité de livres car trop de facteurs rentrent en ligne de compte : en plus des pratiques de chaque imprimeur, les techniques, les machines ou encore les méthodes d'impression sont autant de variables importantes que ne peuvent refléter les moyennes¹³¹.

À titre d'exemple, il existe de grandes différences de « gâche de papier » (production de déchets papiers) entre les machines offset et les machines numériques. D'un côté, les machines offset requièrent un temps de calage important : réglages des débits de l'encre, de l'eau, de la vitesse, de la tension et du positionnement du papier... La « passe » génère alors entre 2 à 5% de déchets papier - à noter que ce pourcentage augmente avec les tirages plus petits et tend à diminuer les tirages augmentant¹³². A l'inverse, les machines numériques ne requièrent quasiment pas de calage et souvent, « la première feuille est la bonne ».

¹²⁷ Terre Vivante, *Fabriquer des livres*, 2013

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Les imprimeries sont soumises à la législation ICPE (Installation classée pour la protection de l'environnement) ce qui les contraint sur le volet eau par exemple à respecter la directive cadre sur l'eau, la Loi sur l'eau, la Loi sur les installations classées, l'arrêté ministériel du 2 février 1988 et les arrêtés sectoriels (papeterie, traitement de surface...) (pour plus d'information, le site de la Prévention des risques et de la lutte contre les pollutions du Ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer : <http://www.installationsclassées.developpement-durable.gouv.fr/-L-etude-d-impact-.html>).

¹³⁰ Terre Vivante, *op. cit.*

¹³¹ Interview avec un imprimeur français

¹³² Interview avec un imprimeur français

Néanmoins, les machines offset continuent à être préférées pour les tirages importants. Là où la courbe numérique est linéaire, celle de l'offset connaît des effets de seuil. Si le numérique est plus rentable en termes économiques pour des faibles tirages, l'offset est plus compétitif les tirages augmentant.

Des améliorations sont possibles sur la « gâche de papiers ». C'est là que les pratiques des imprimeurs sont importantes, au-delà des machines. Commander des feuilles à la taille la plus adaptée possible au format de l'ouvrage imprimé permet de diminuer les fonds perdus inhérents à l'impression¹³³.

Le problème reste néanmoins que toute commande de papier requiert généralement un minimum de 3 tonnes. Sans visibilité du calendrier de travail et des commandes, il est compliqué pour les imprimeurs d'anticiper et de réaliser les achats adéquats.

2.4.2.4 Santé au travail

À l'instar du papier, l'usage et la composition des encres utilisées varient selon les types et la vitesse d'impression, les caractéristiques du papier et l'apparence finale souhaitée. Il est là encore difficile d'établir des moyennes même si les encres sont généralement composées de trois éléments : les pigments, les agents véhiculant et les additifs¹³⁴.

Les risques liés à l'exposition aux encres et aux résines potentiellement dangereuses pour la santé des travailleurs sont essentiellement dus aux composés organiques volatils (COV) qui peuvent entrer en contact avec la peau, être inhalés voire ingérés (notamment par déglutition après inhalation)¹³⁵.

Certains pigments et charges minéraux font également partie de la liste des agents considérés comme cancérigène potentiel voire avéré pour l'être humain. À titre d'exemple, le noir de carbone a notamment été évalué comme faisant partie du groupe 2B, c'est-à-dire possiblement cancérigène¹³⁶ tandis que le cadmium, utilisé comme pigment minéral coloré, est considéré comme cancérigène avéré par le Centre International de Recherche sur le Cancer CIRC (TMP61)¹³⁷. Des études épidémiologiques réalisées dans le courant des années 2000 sur des cohortes du secteur de l'imprimerie ont fait état de prévalences de cancers du poumon, uro-génitaux ou du tube digestif, ainsi que des excès de leucémies et de lymphomes¹³⁸

Notons enfin que les compositions des encres ne sont souvent pas rendues publiques par leurs fabricants, considérant que cela relève du secret industriel¹³⁹.

¹³³ Interview avec un imprimeur français

¹³⁴ G. Lasfargues, « Travaux en imprimerie : remplacer les encres et solvants dangereux », *Santé & Travail*, janvier 2004.

¹³⁵ Institut national de recherche et de sécurité (INRS), « Encres et vernis d'impression. Composition, risques toxicologiques et mesures de prévention », 2010

¹³⁶ *Ibid.*

¹³⁷ *Ibid.*

¹³⁸ G. Lasfargues, « Travaux en imprimerie : remplacer les encres et solvants dangereux », *Santé & Travail*, janvier 2004.

¹³⁹ Interview avec un imprimeur français

3. Bibliographie thématique

AVAL – DE L'IMPRESSION A LA FIN DE VIE DU LIVRE :

Asterès et Ecofolio, « 0 déchet, 100% croissance. Manifeste pour une économie circulaire des papiers », septembre 2015

Asterès, Économie circulaire et recyclage : vers un nouveau modèle économique, 2013

Bibliothèque nationale de France, « Observatoire du dépôt légal – données 2015 », 2016

Bibliothèque nationale de France, « Observatoire du dépôt légal – données 2016 », 2017

Bourdieu Pierre, « Une révolution conservatrice dans l'édition » in *Actes de la recherche en sciences sociales*, mars 1999

Bulletin des bibliothèques de France (BBF) 2003

Crubellier Maurice, « L'élargissement du public », dans *Histoire de l'édition française*, Promodis-Cercle de la librairie, vol. 3, 1985

Daumas Jean-Claude, « Consommation de masse et grande distribution. Une révolution permanente (1957-2005) », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, 2006

Denieul Julien, Concentration éditoriale et bibliodiversité. Quels enjeux pour le livre ?, L'Harmattan, 2010.

Direction Générale des Entreprises (DGE) et Union des industries de l'impression et de la communication (UNIIC), *Imprimer en France : l'avenir de la filière du livre*, décembre 2015

Fournier Audrey, « Tout comprendre du conflit entre Amazon et l'industrie du livre », *Le Monde*, 13 août 2014, consulté le 23 octobre 2016.

Gaymard Hervé, Situation du livre. Évaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives, 2009

Institut national de recherche et de sécurité (INRS), « Encres et vernis d'impression. Composition, risques toxicologiques et mesures de prévention », 2010

Lasfargues G., « Travaux en imprimerie : remplacer les encres et solvants dangereux », *Santé & Travail*, janvier 2004.

Le Monde.fr avec AFP, « Accord entre Hachette et Amazon sur les ventes de livres aux États-Unis », 13 novembre 2014, consulté le 23 octobre 2016.

Legendre Bertrand, « Industrialisation et légitimité culturelle. Le cas de l'édition de poche », 1999

Livres Hebdo, « Classement : les 200 premiers éditeurs français », octobre 2015

Martin Odile et Henri-Jean, « Le monde des éditeurs : comment sortir de la crise ? », dans Histoire de l'édition française, vol. 3

Ministère de la Culture, « Livre et lecture. La chaîne du livre », <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-Lecture/Documentation/La-chaîne-du-livre>

Payot Marianne, « Voyage au bout du pilon », paru dans l'Express du 24 Janvier 2005

Prosper Martine, *Edition. L'envers du décor*, Nouvelles Éditions Lignes, 2009

Rouet François, *Le livre, une filière en danger ?*, 4^{ème} édition, mai 2013

Rouet François, « Culture, État et marché », Bulletin des bibliothèques de France (BBF) 2003

Syndicat National de l'Édition (SNE), « Les chiffres clefs de l'édition 2015, données 2014 », 2015

Syndicat National de l'Édition (SNE), « Les chiffres clefs du livre et de l'édition », 17 mars 2016

Syndicat National de l'Édition (SNE), « Chiffres clés de l'édition. 2015 : un marché qui renoue avec la croissance pour la première fois depuis 5 ans », <http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/>

Xerfi, L'édition de livres en France, mars 2016

Xerfi, L'imprimerie et les activités graphiques, juillet 2016

Xerfi, La distribution de livres en France, 2016

Xerfi, Viabilité économique des librairies indépendantes, 2013

INTERVIEWS UTILISÉES DANS L'ANALYSE :

Colleu Gilles, éditeur-imprimeur (Éditions Vents d'ailleurs et imprimerie Yenoa)

Overbeek Winnie, responsable de l'ONG *World Rainforest Movement*

Pinhas Luc, maître de conférence (Université de Paris XIII) et vice-président de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants

Richard Sylvie, employée de la Nouvelle Imprimerie Laballery

Interview avec un éditeur français

Interview avec une éditrice française

Interview avec un expert technique de la filière papier

Interview avec un représentant des libraires français

Interview avec un libraire indépendant

Interview avec une analyste en ONG, spécialisée en analyse cycle de vie

Interview avec un analyste Forêt et bois en ONG

Interview avec une experte Forêt et bois en ONG française

Interview avec une consultante en ONG

4. Glossaire

Impression numérique : Procédé d'impression permettant d'imprimer des documents directement depuis les données informatiques sans temps de calage, ce qui le rend plus flexible, réactif et rapide. Il est principalement utilisé pour les petits tirages ou les réassorts de livres en France.

Impression Offset : Procédé d'impression adapté de la lithographie dans lequel le texte est transféré de la plaque de métal encrée sur le papier via un cylindre de caoutchouc. Par extension, on parlera de « papier offset » pour désigner le papier adapté à ce procédé d'impression.

Ce procédé requiert un matériel lourd et un savoir-faire dans la manipulation des machines mais peut couvrir une large gamme de tirages, ce qui le rend intéressant pour les gros tirages où les économies d'échelle sont importantes. Il est encore le procédé majoritairement utilisé pour l'impression des livres en France.

Pilon / pilonnage. Ensemble des livres destinés à être détruits. Il vise principalement à alléger les stocks et d'invendus.