



Growth
from
Knowledge

2019-2022 Marché du livre en accélération : enjeux & conséquences pour les librairies

GfK Market & Consumer Intelligence
Rencontres Nationales de la Librairie
3 & 4 Juillet 2022

Sandrine VIGROUX

Directrice Market Intelligence Biens Culturels



Cette présentation a été commentée à l'occasion des Rencontres Nationales de la Librairie 2022 et présente les analyses issues des données Market & Consumer Intelligence | France précisées en sources.

Cette présentation est à usage strictement interne et documentaire. Elle ne peut être publiée, ni partagée à des tiers, que ce soit partiellement ou dans son intégralité, sans une autorisation préalable et explicite de la part de GfK.

Merci d'adresser toute demande à [votre contact Sales](#) ou à magali.saint-laurent@gfk.com



2019-2022 | Marché du livre en accélération : Enjeux & conséquences pour les librairies



2019-2022 :
un marché en accélération



2021 :
les sources de la croissance



Ancrages & potentiels
de la librairie

2019-2022 : Un marché du livre en accélération



Une croissance exceptionnelle !

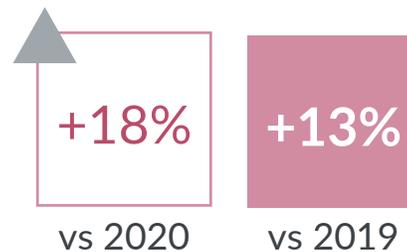
Livres – Estimation 100% – Physique Neuf + Occasion + Numérique – Année 2021



469 M
Exemplaires



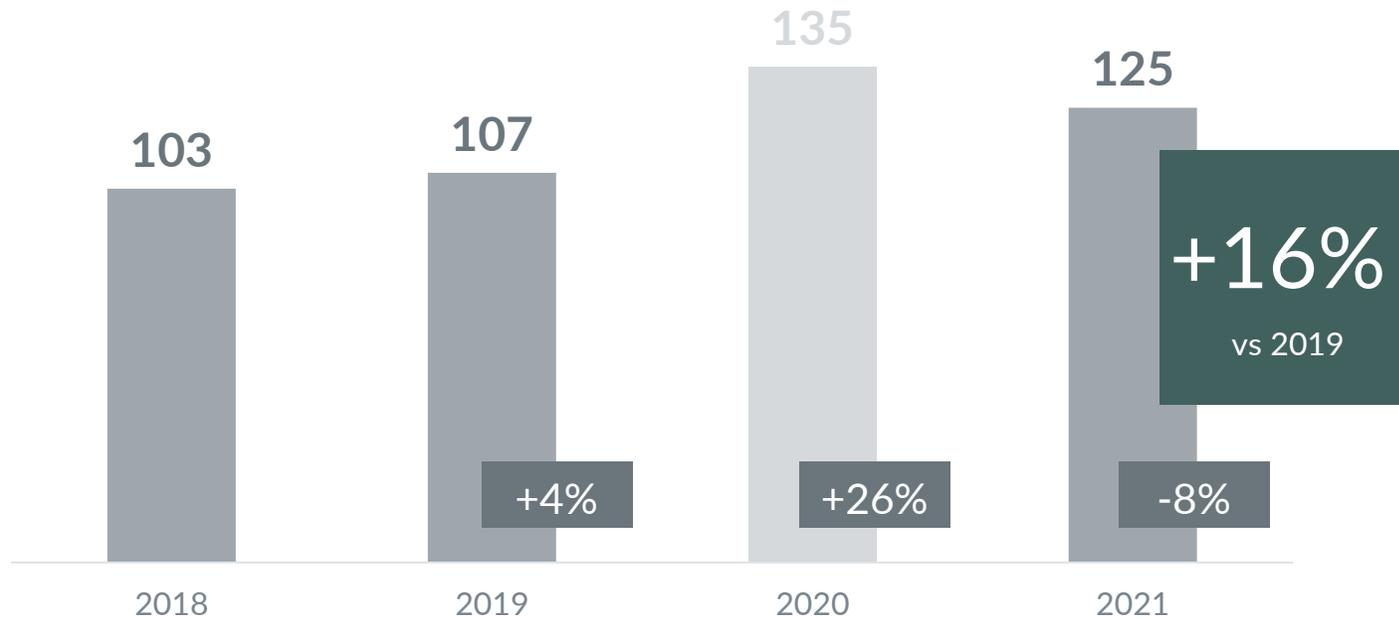
4,9 Mds€
Chiffre d'affaires



Source : GfK Market Intelligence & Panel Consommateurs Entertainment GfK – Livre – Année 2021 | Estimation 100%
Périmètre : livres physiques neufs (yc VPC et segment Autres : images + PGP) + occasion + livres numériques (marché grand public, téléchargements à l'acte, hors abonnements, hors applications)

Livre numérique : nouvel élan et retour aux fondamentaux

Estimation du chiffre d'affaires livre numérique – millions d'€



► Retour aux fondamentaux

7,6€
prix moyen ▲
Vs 2020

3%
Poids /
Total livre ▼
Vs 2020

Les pratiques numériques s'installent

Consumer Pulse Janv.2022 | Consommation d'ebooks et de livres audio numériques en 2021



30%



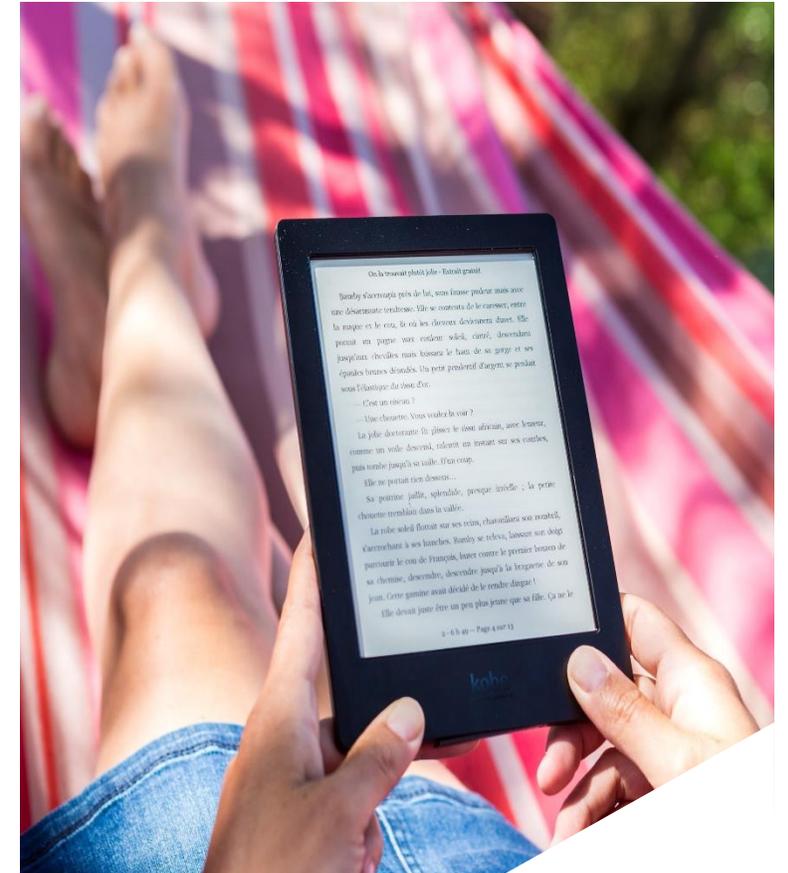
des Français ont consommé
au moins 1 livre
dématérialisé
(ebook ou livre audio)

Renforcement de la pratique

Plus de

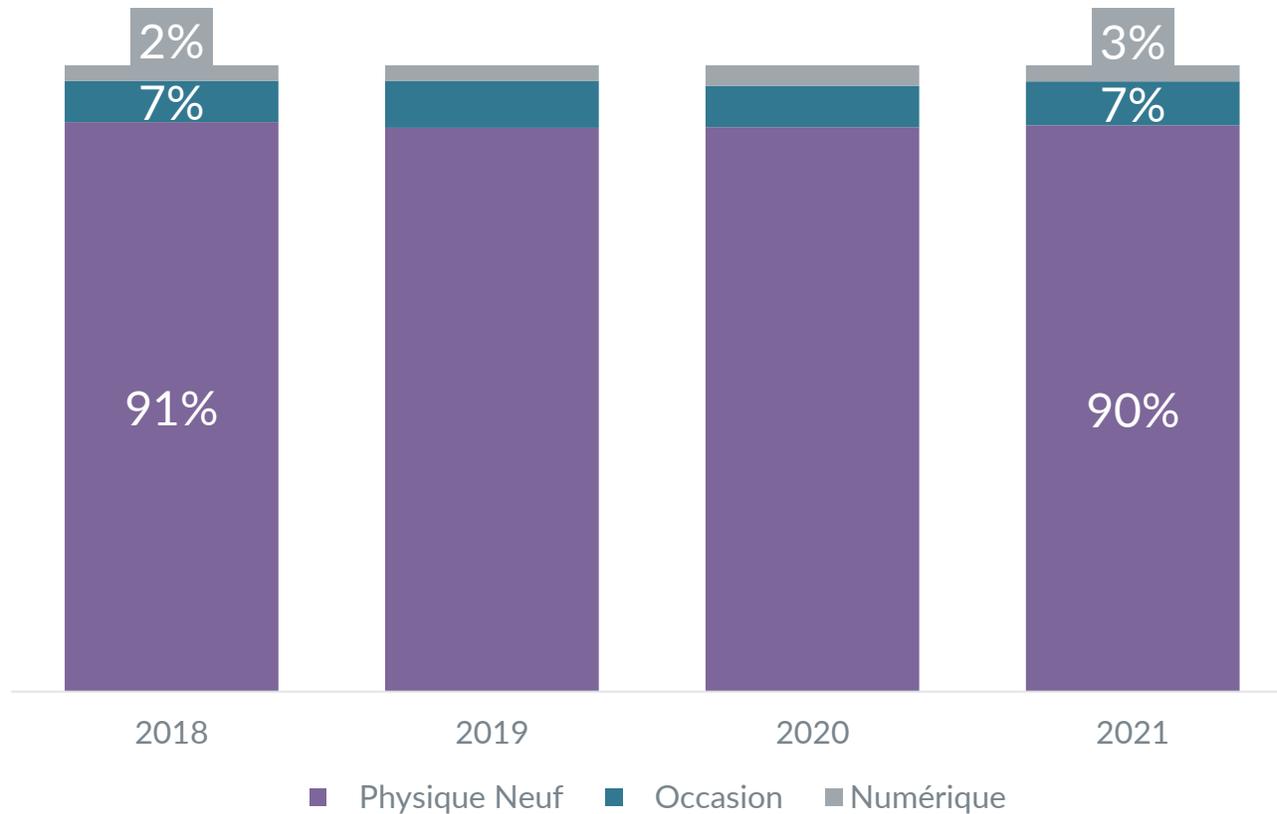
50% 

de ces lecteurs disent en
consommer **plus qu'avant**
la crise



Ancrage du livre papier neuf

Poids valeur par support



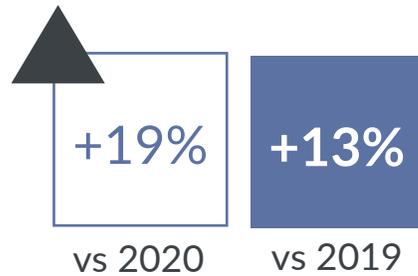
Le livre physique neuf tire le marché



Livres physiques neufs – Estimation 100% - Année 2021

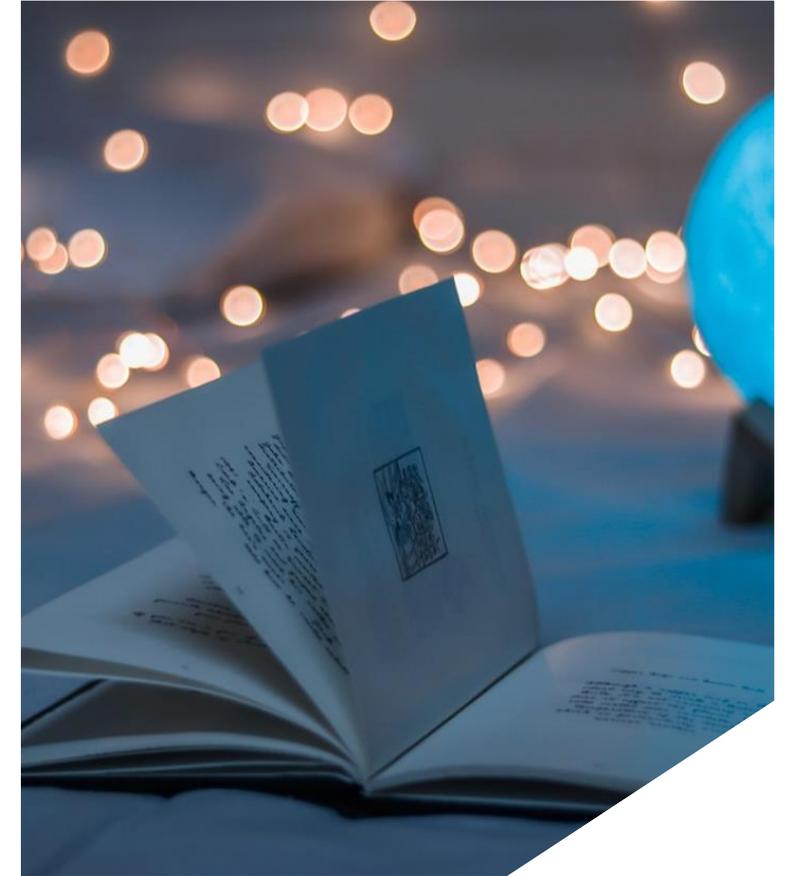
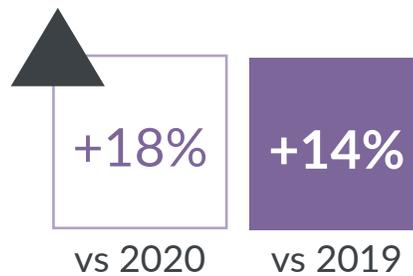
383 M

Exemplaires



4,4 Mds€

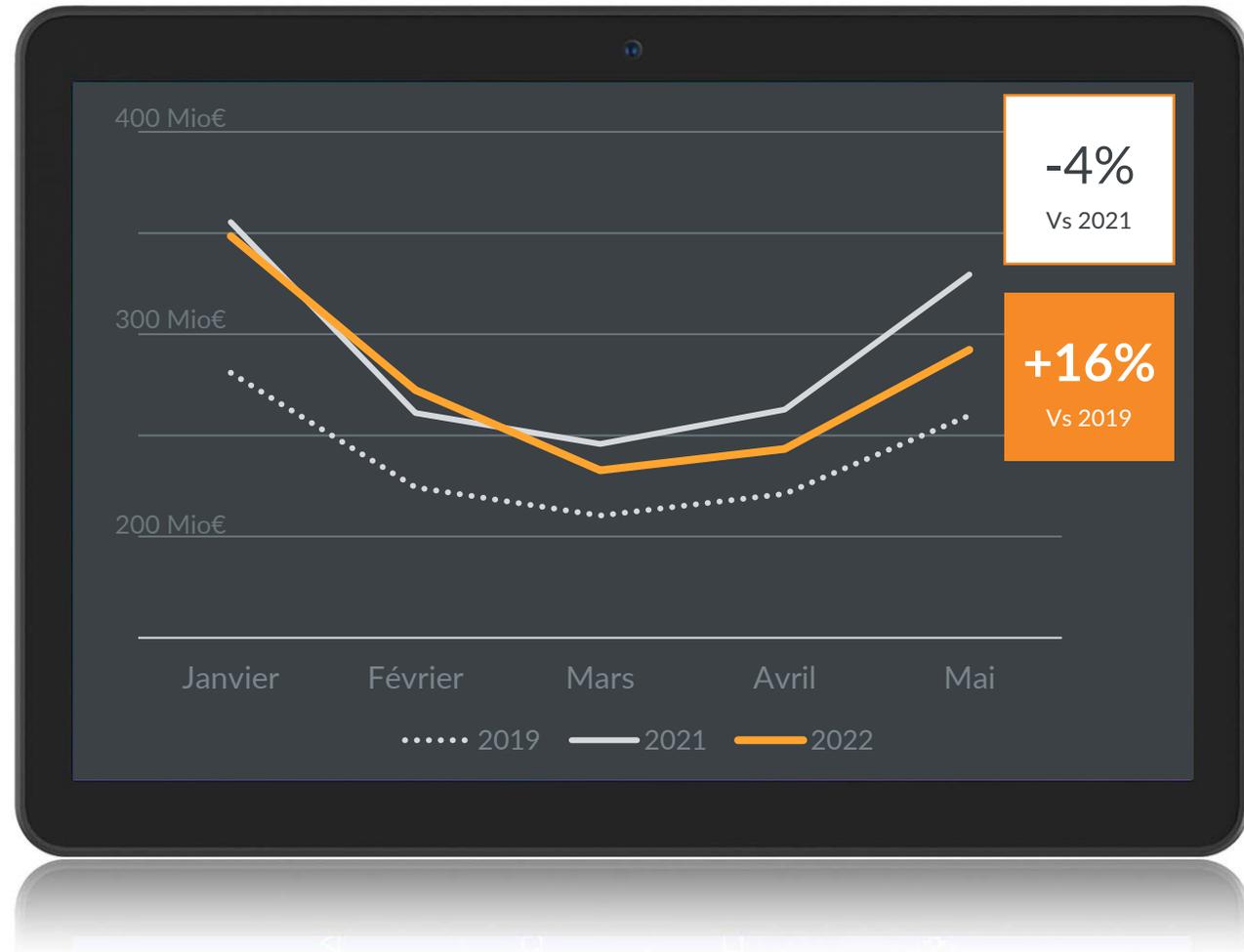
Chiffre d'affaires



Début 2022 : ralentissement de la croissance



Chiffre d'affaires mensuel livres physiques neufs, cumul janvier-mai



Les sources de la croissance



#1 Contexte 2021 favorable



Un contexte favorable aux ventes de livres



+537M€

supplémentaires générés
en 2021 vs 2019

Les librairies classées commerces essentiels – fév 2021

Généralisation du Pass Culture – mai 2021

Fermetures des lieux de culture – jusqu'en mai 2021

Livre, valeur refuge

Consumer Pulse Janv.2022 | Tous supports de lecture (neuf, occasion, numérique)



- Raisons du renforcement de la lecture

62%
restrictions
Covid-19



44%
réduction
écrans

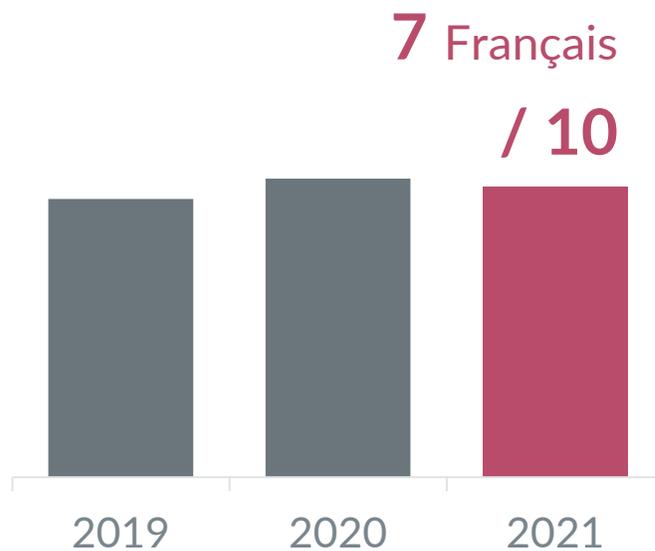


Pratique de la lecture renforcée

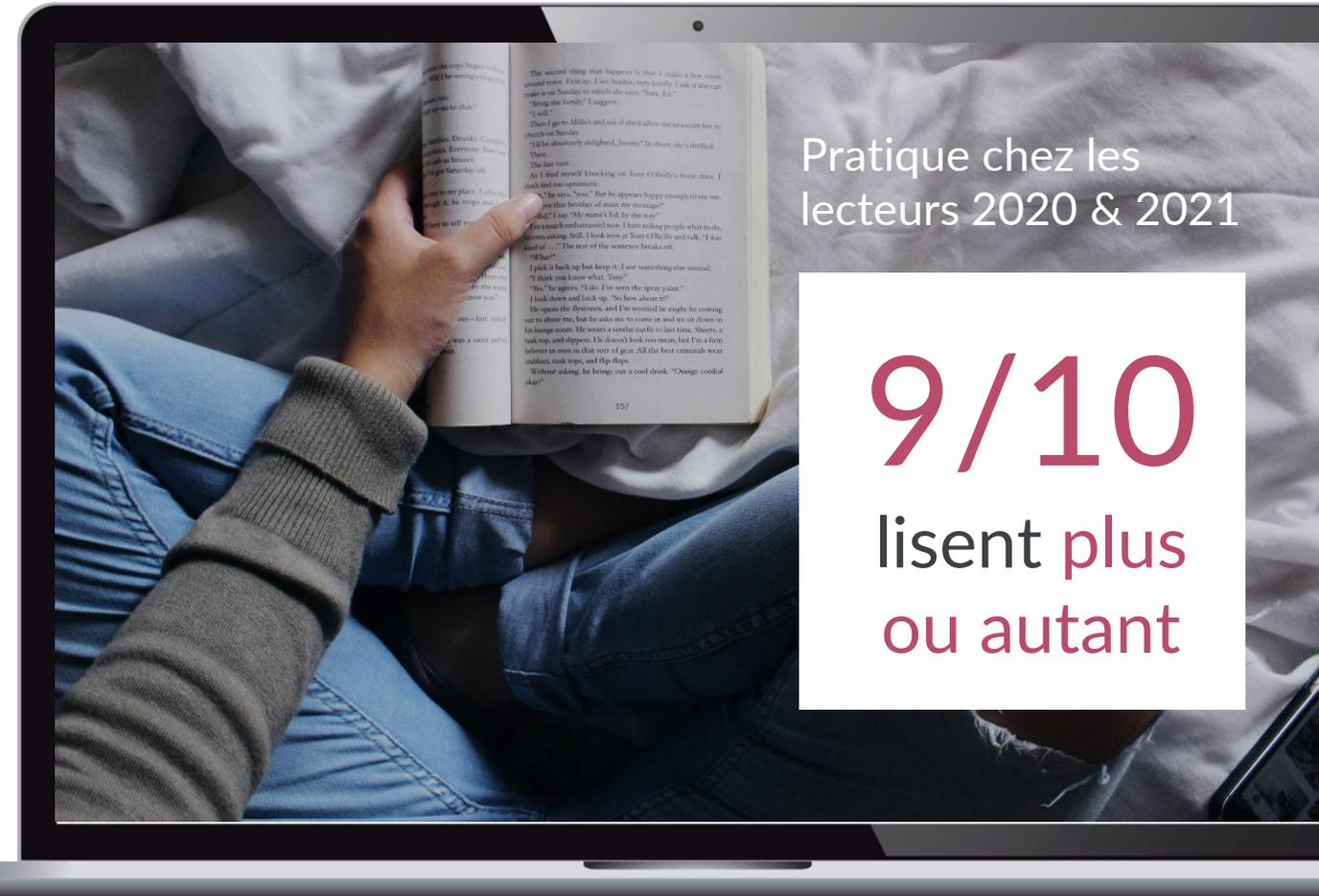
Consumer Pulse Janv.2022 | Tous supports de lecture (papier neuf ou occasion, numérique)



■ Stabilité du nombre de lecteurs



7 Français
/ 10



Pratique chez les
lecteurs 2020 & 2021

9/10
lisent plus
ou autant

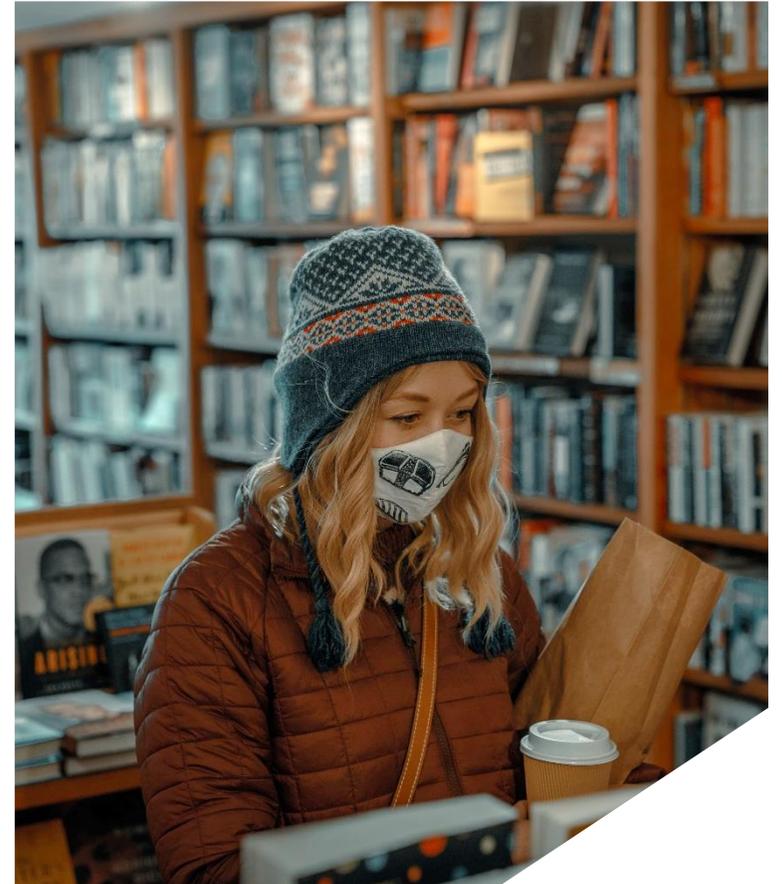
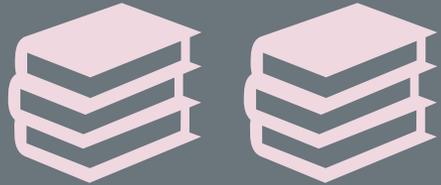
Recentrage sur les gros acheteurs

Panel Consommateurs | Livres Physiques Neufs
2021 vs 2019



-5%
acheteurs

+2 livres
par acheteur



#2 Croissance tirée par la demande



Renforcement du fonds ancien

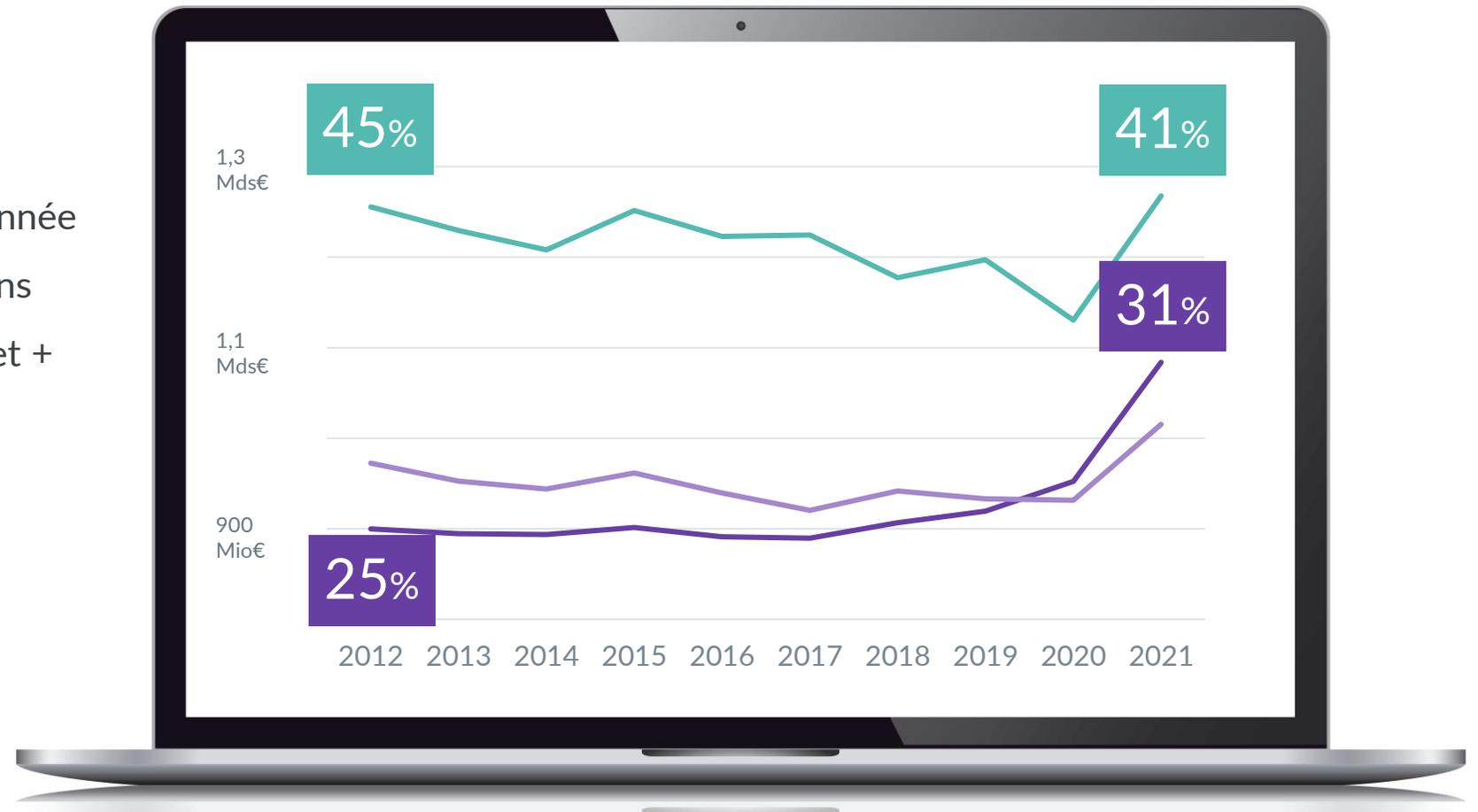
Chiffre d'Affaires, total livre



Nouveautés : parutions dans l'année

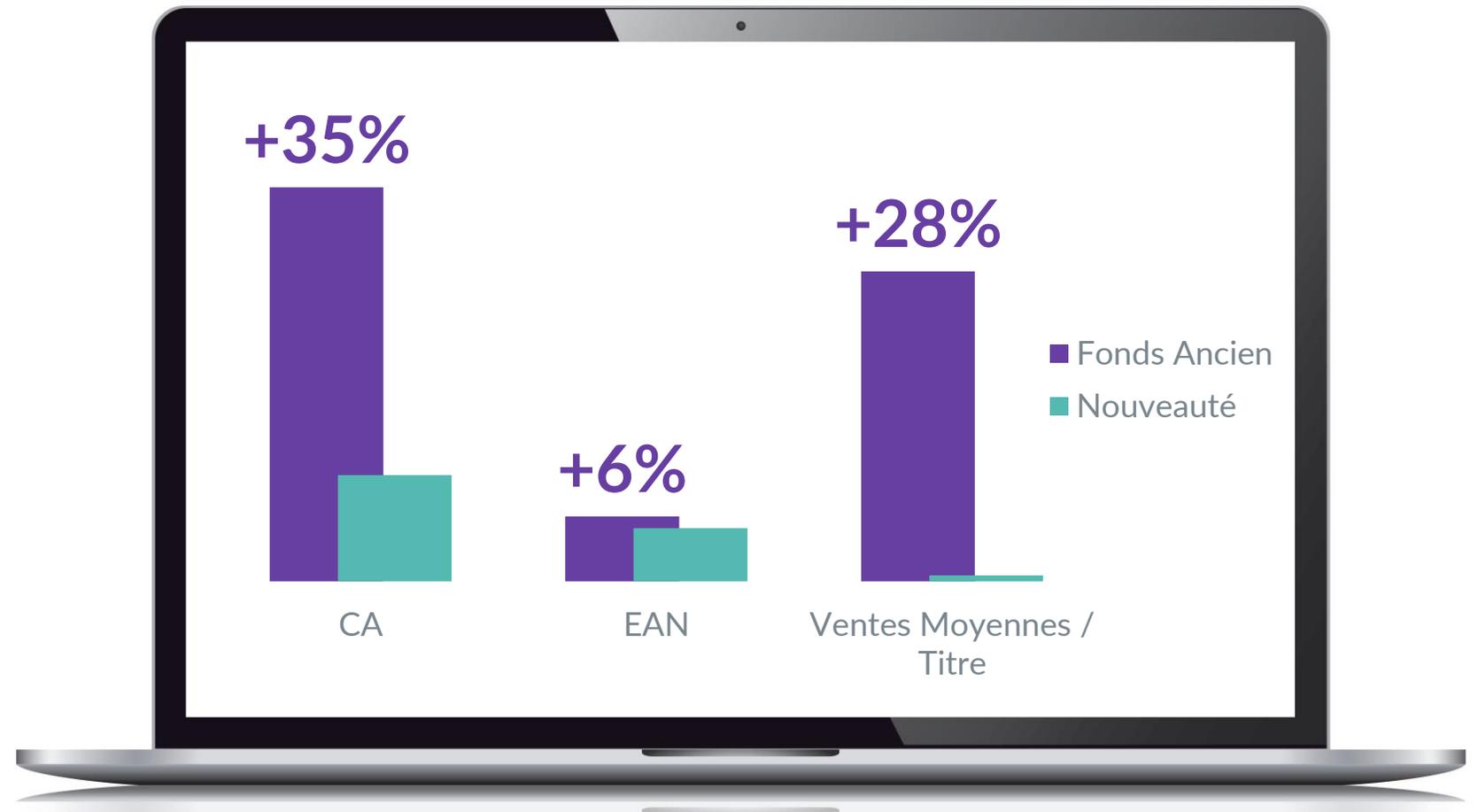
Fonds récent : parutions 1 - 2 ans

Fonds ancien : parutions 3 ans et +



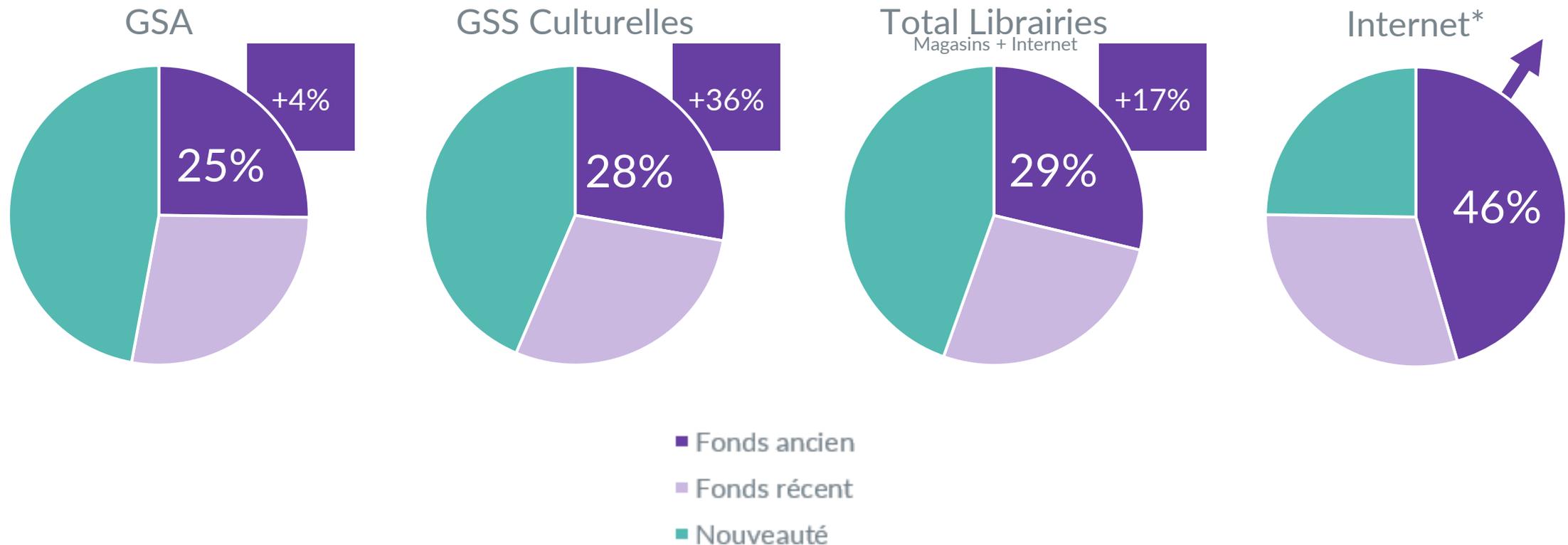
Le fonds tiré par la hausse des ventes moyennes

Evol.2021 vs 2019



Le fonds ancien contribue à la performance des circuits

% CA sur total marché sur l'année 2021 et évol en % CA vs 2012

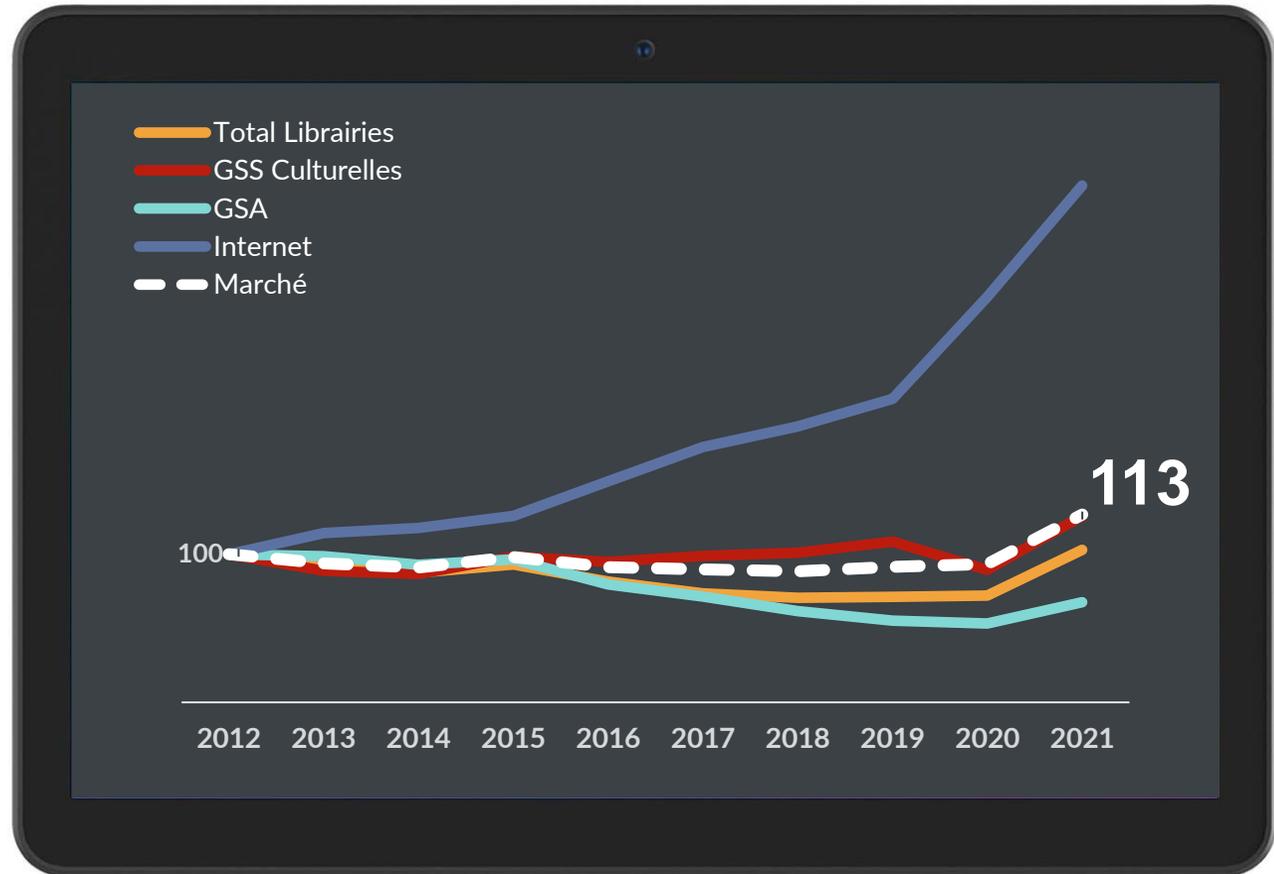


* Internet = Pure Players + GSS Culturelles + GSA
Source : GfK Market Intelligence

Accélération de l'essor d'Internet depuis 2020



Indice évolution CA, Base 100 = CA 2012

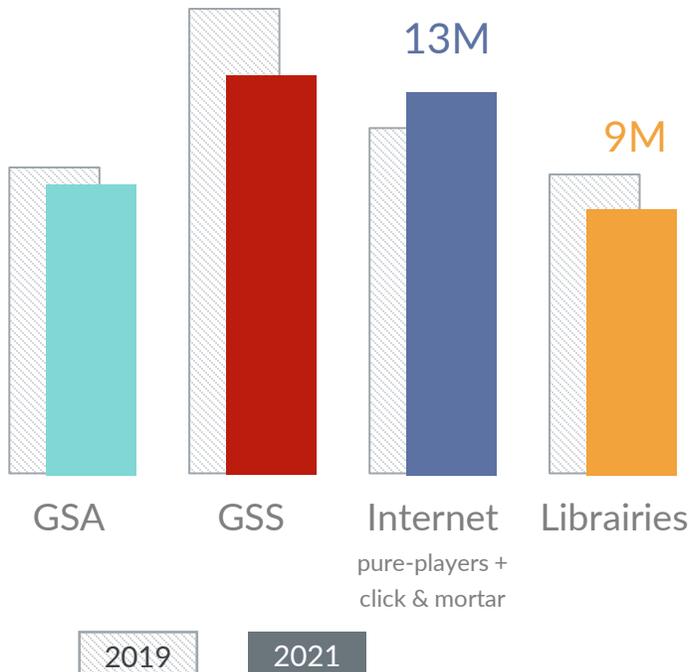


livres physiques neufs – hors S12 à 14
Source : GfK Market Intelligence

Dynamique de recrutement sur Internet

Panel Consommateurs | Livres Physiques Neufs
2021 vs 2019

■ Nb d'acheteurs par circuit



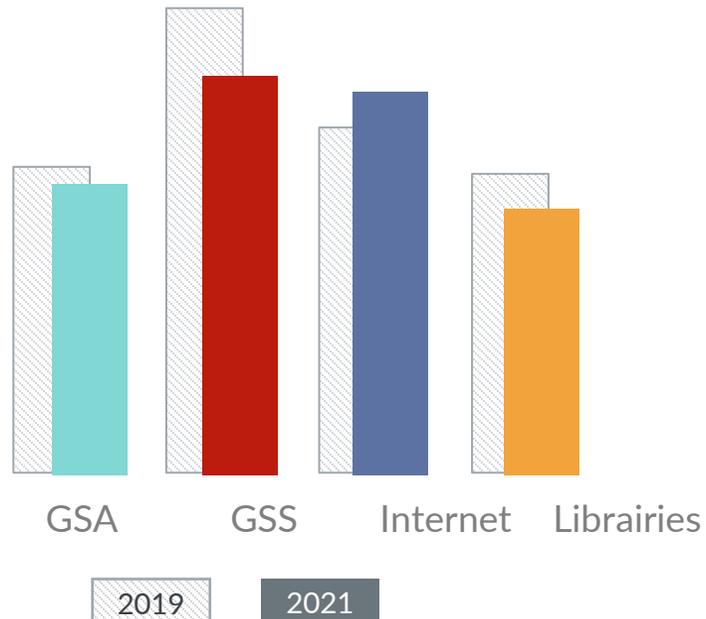
Internet,
circuit complémentaire pour
70%
de ses acheteurs
(stable vs 2019)



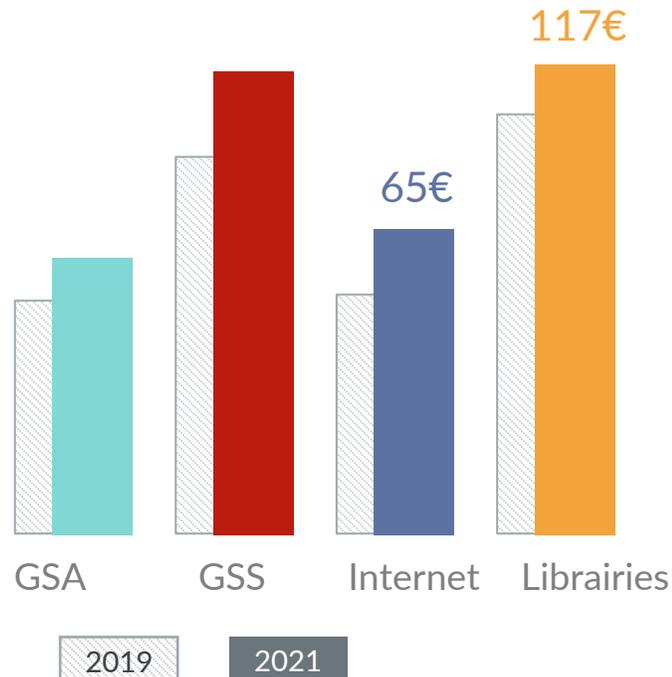
Hausse généralisée du budget moyen

Panel Consommateurs | Livres Physiques Neufs
2021 vs 2019

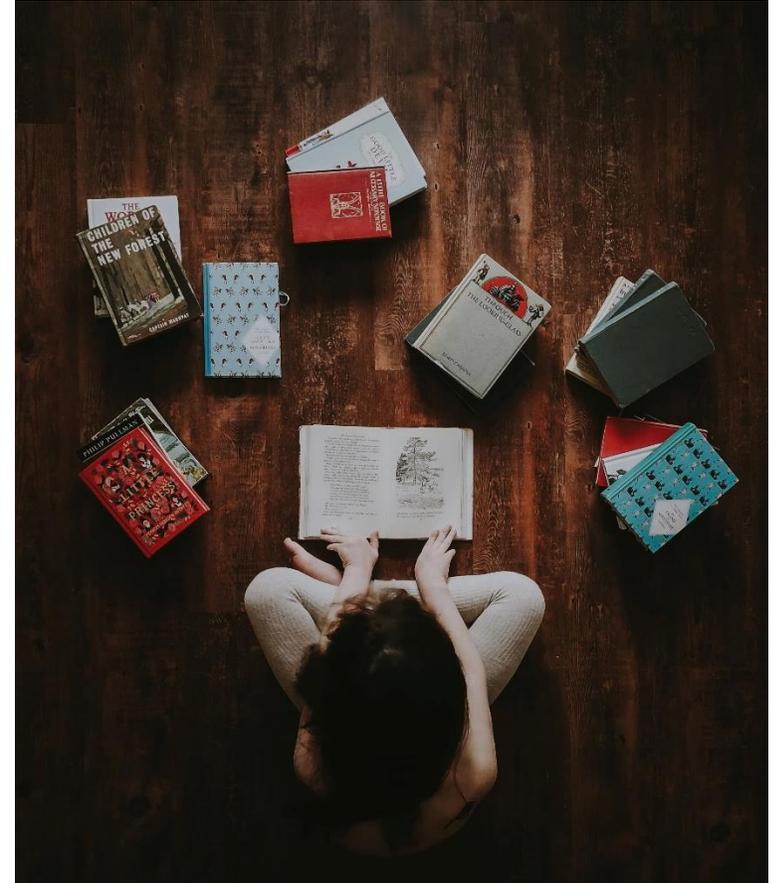
■ Nb d'acheteurs par circuit



■ Budget / acheteur par circuit

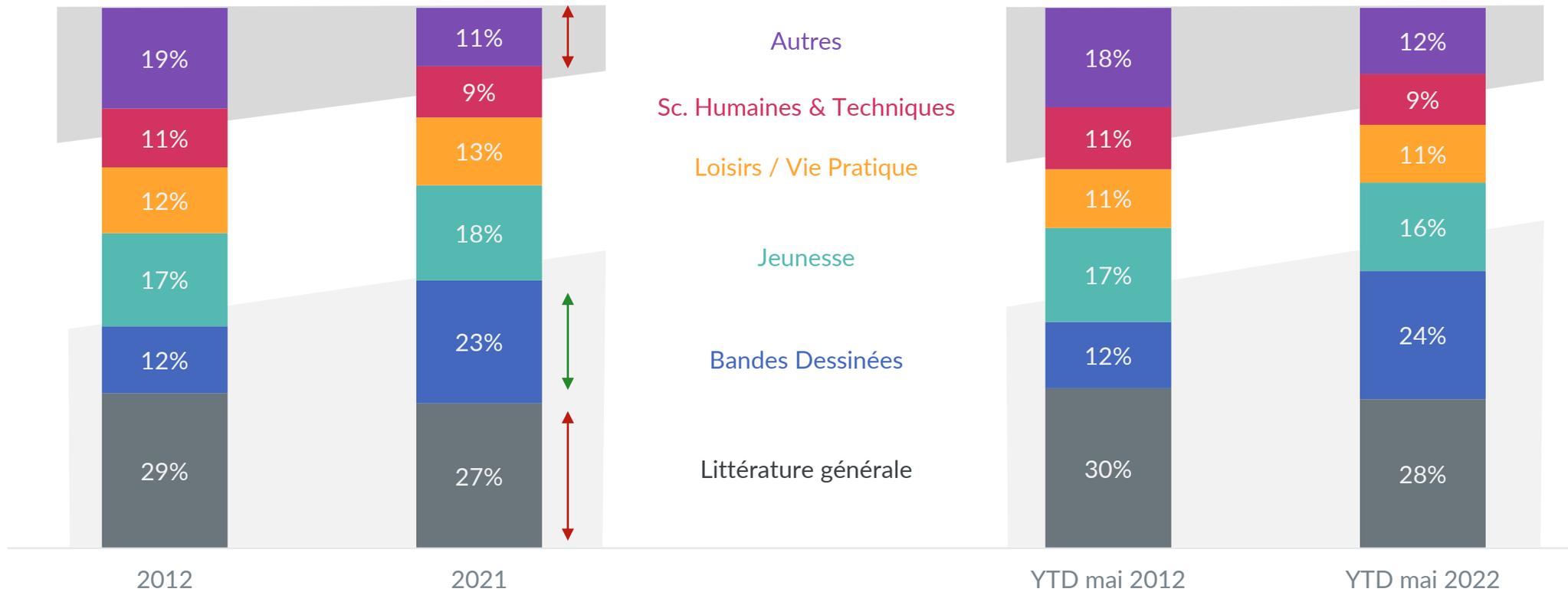


#3 Dynamique multi-segments



La BD s'impose en rayon

Poids valeur des segments

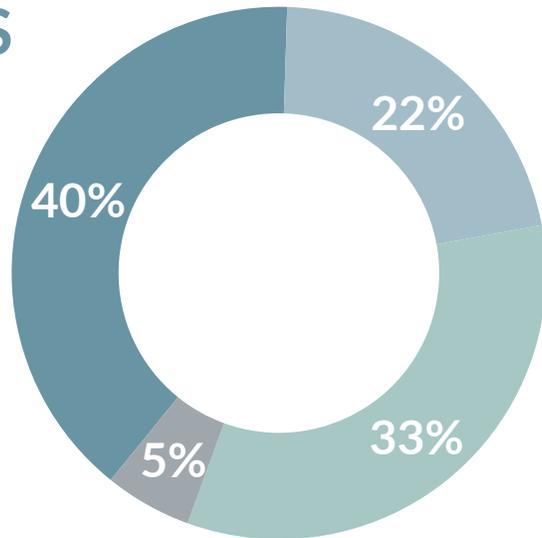


Le manga génère plus de CA que la BD de genre

BD – Poids valeur des segments – évol CA 2021 vs 2019

MANGAS

+143%



COMICS

+9%

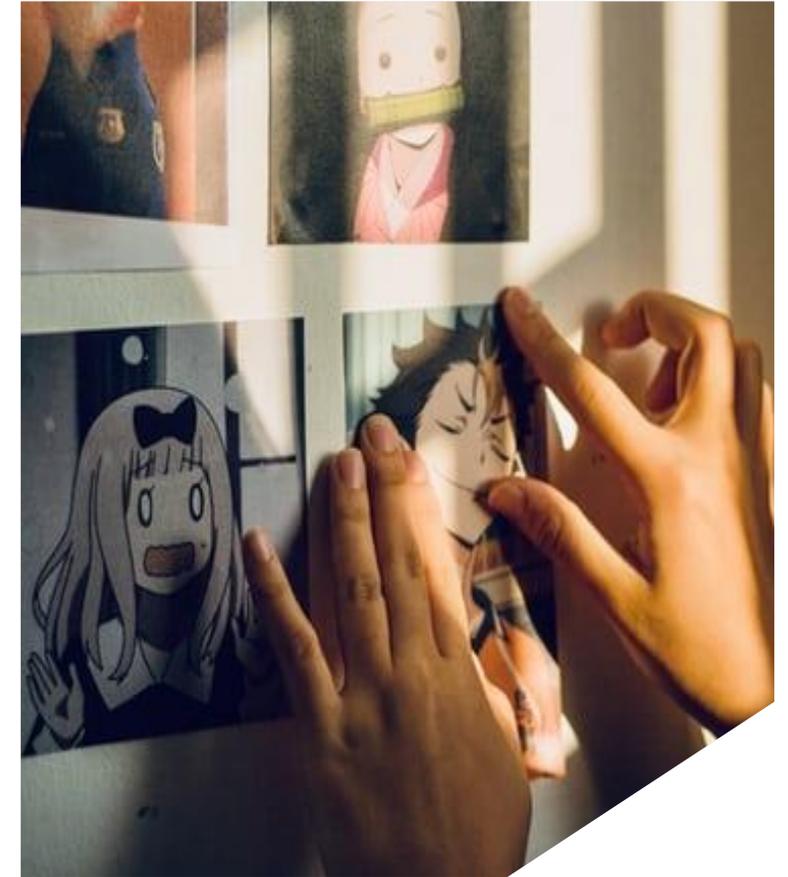
BD

JEUNESSE

+36%

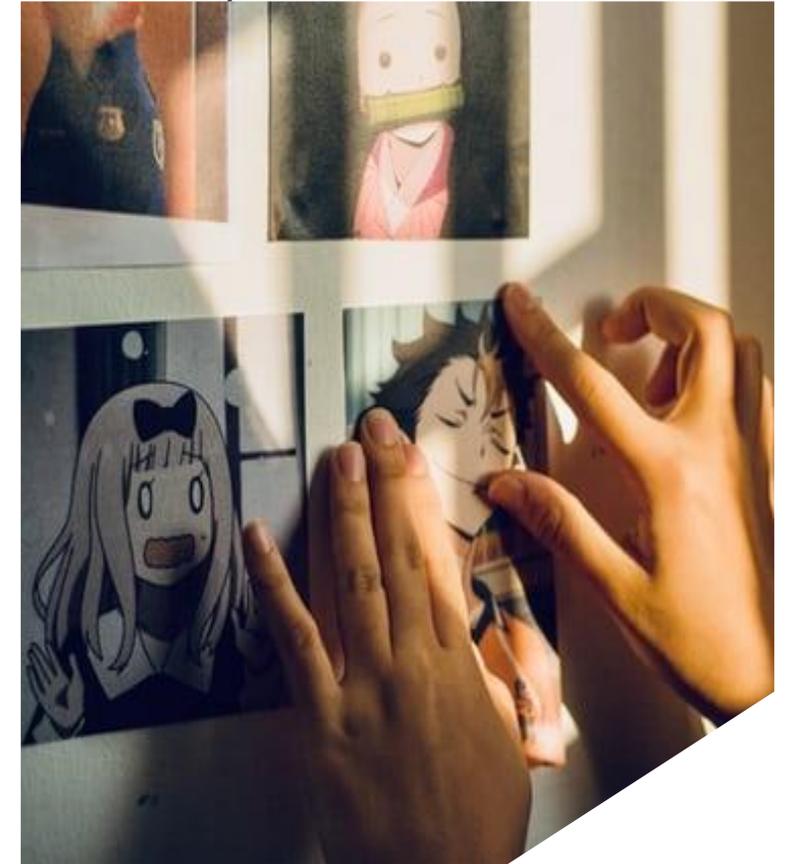
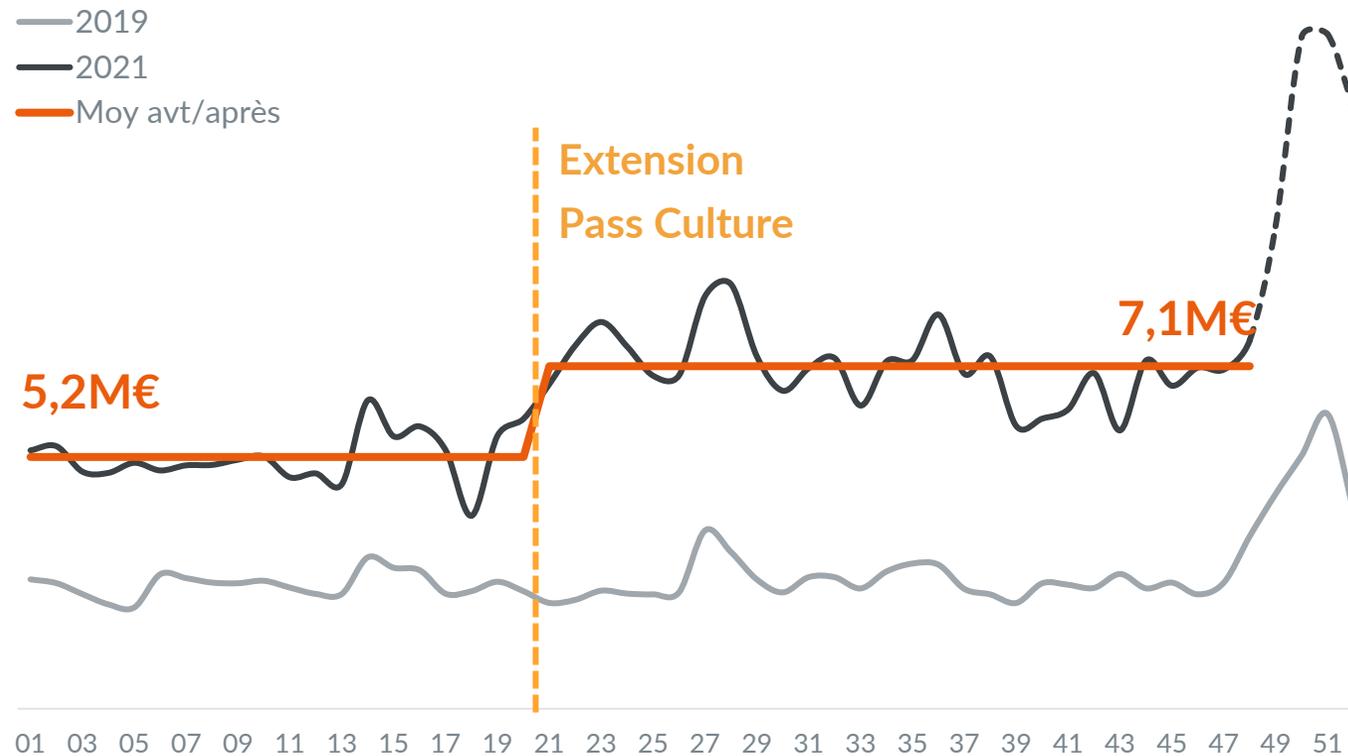
BD DE GENRE

+31%



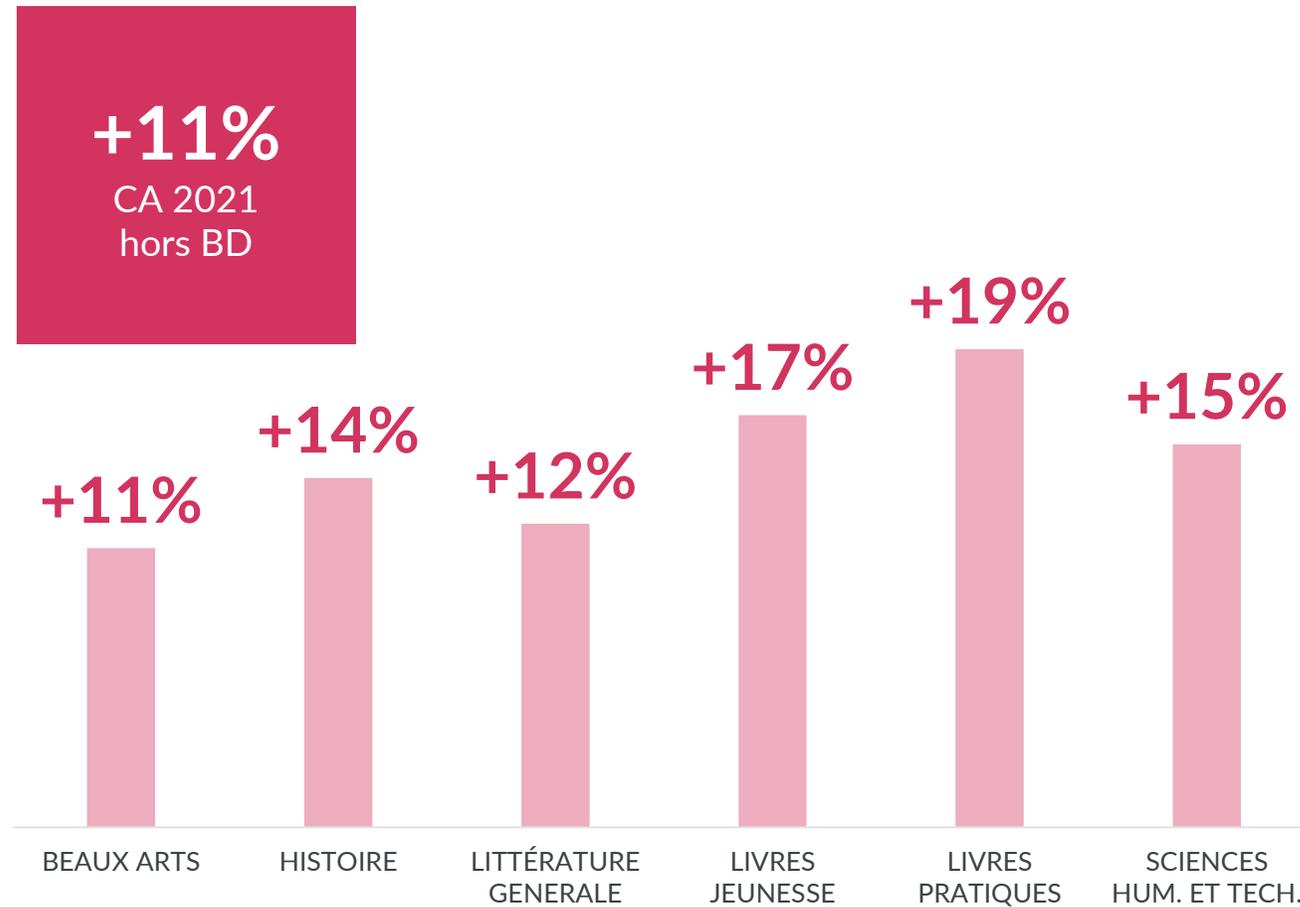
La dynamique manga encore plus forte avec le Pass Culture

Ventes valeur hebdomadaires - Ventes moyennes avant et après (hors décembre)



La BD n'explique pas tout

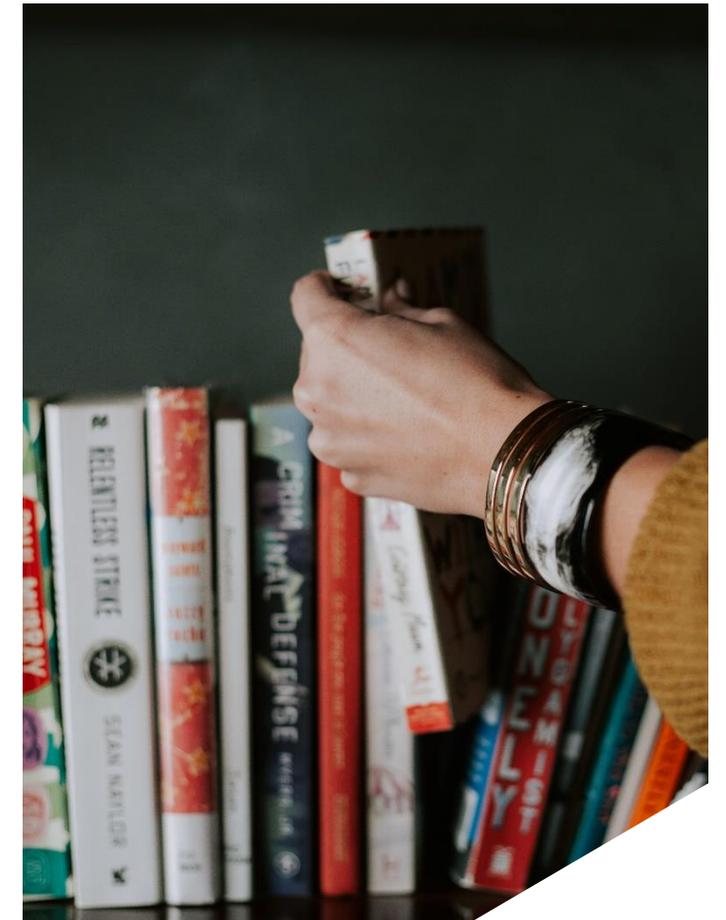
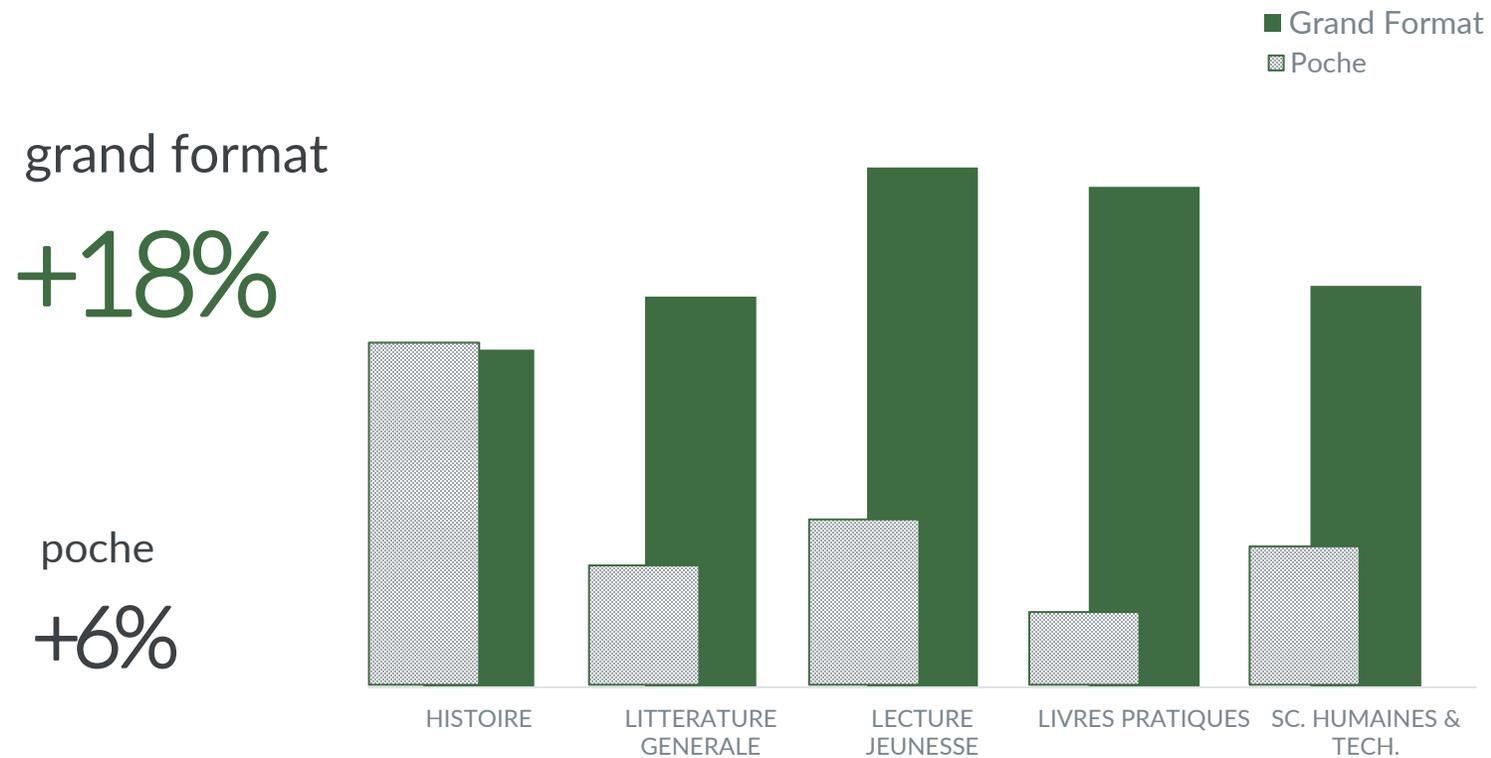
Segments en croissance à 2 chiffres 2021 vs 2019 – valeur



Le grand format gagne du terrain

Livres Physiques Neufs (Histoire + Littérature Générale + Lecture Jeunesse + Loisirs Vie Pratique + Sciences Humaines & Techniques)

Evolution CA 2021 vs 2019



Ancrages & Potentiels de la Librairie

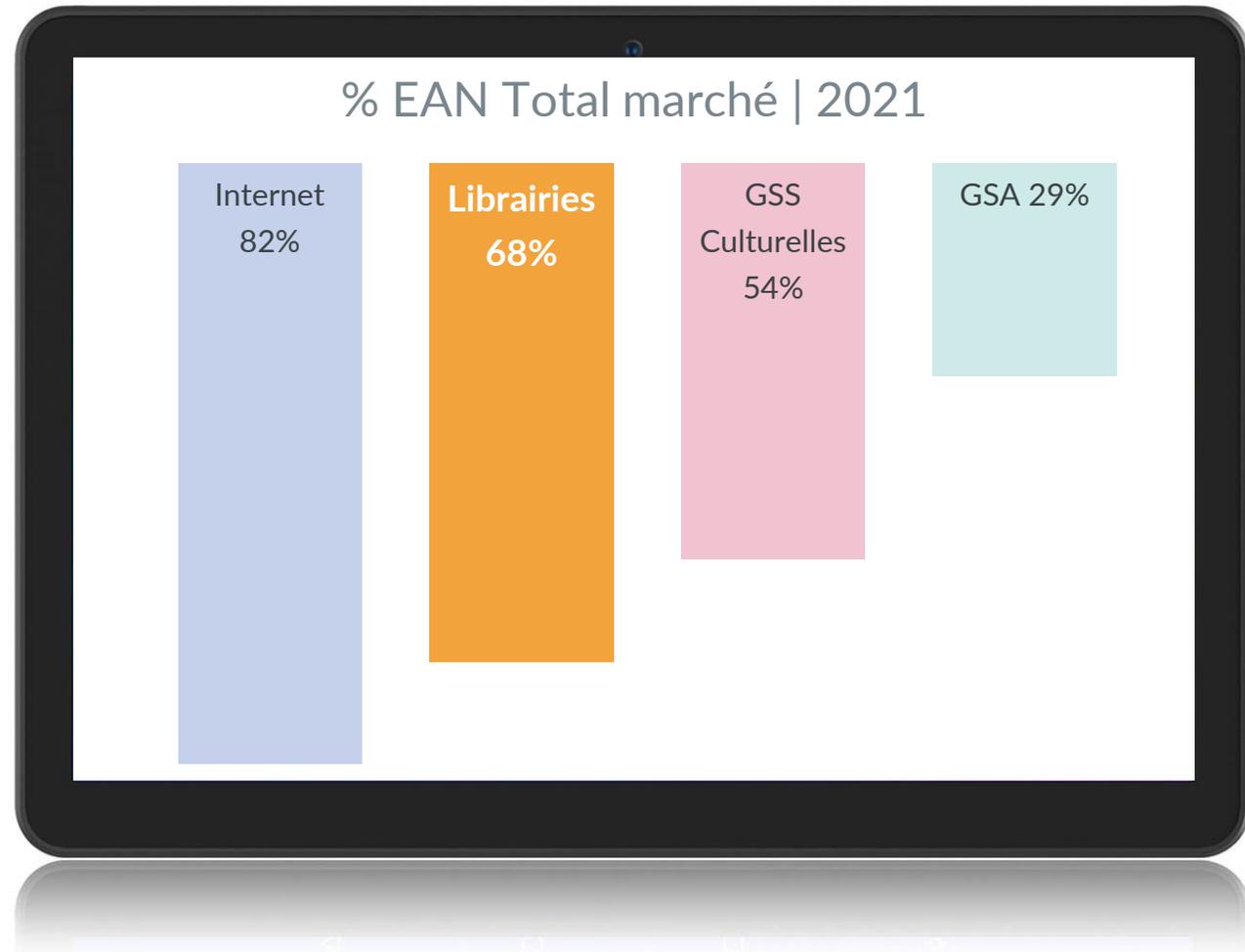


Un assortiment + étendu en librairies

Nb d'EAN 2021*



Croissance >20% depuis 2012

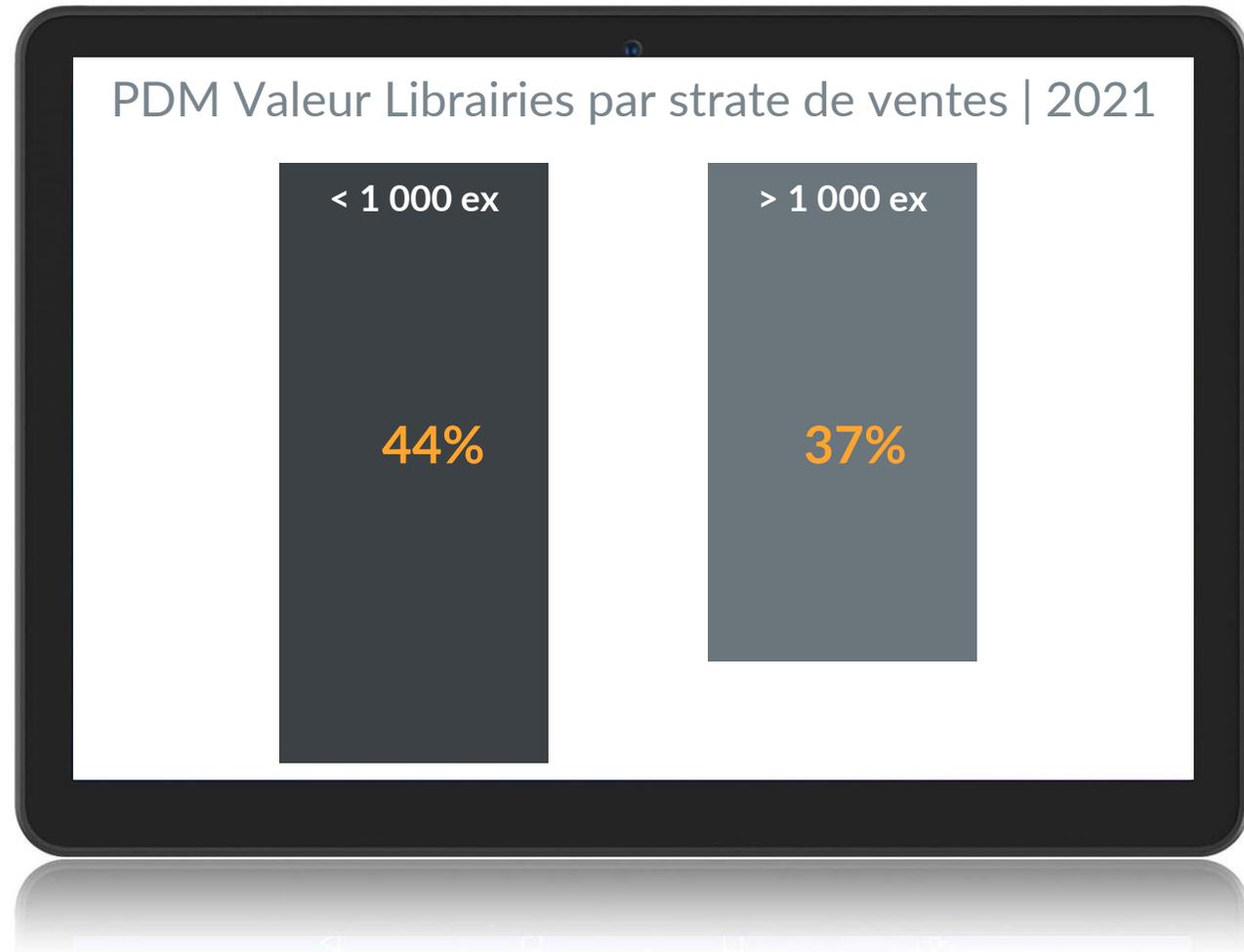


* Nb d'EAN 2021, avec quantités supérieures ou égales à 1

Source : GfK Market Intelligence

Rôle des titres plus « confidentiels » dans la performance des librairies

< 1000 ex.
=
22% du CA
Total Marché
2021



La librairie, lanceuse de tendances

Nouveautés > 100ex.



30% des nouveautés 2021
réalisent au moins 2/3
de leur CA en librairies

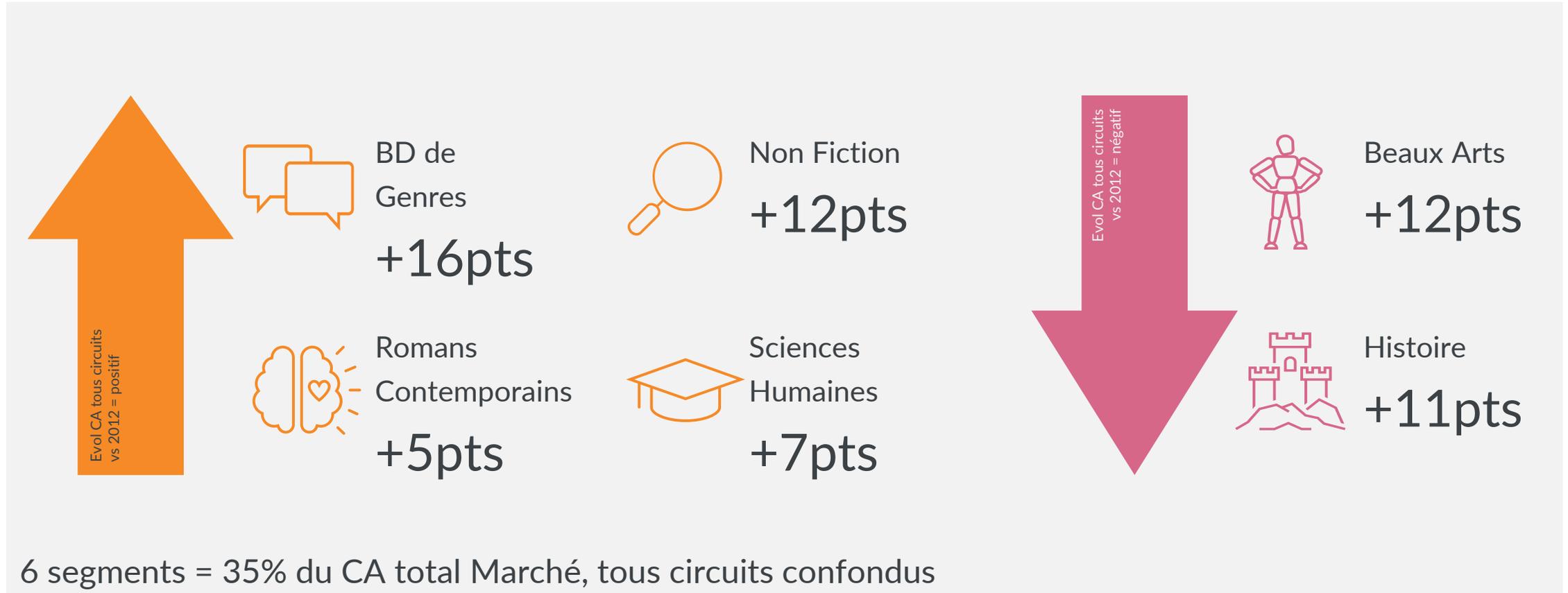


Nouveautés = premières ventes en 2021
Top 20 volume des nouveautés 2021 réalisant au moins 2/3 de leur CA en librairie
Source : GfK Market Intelligence

Positions de force des librairies

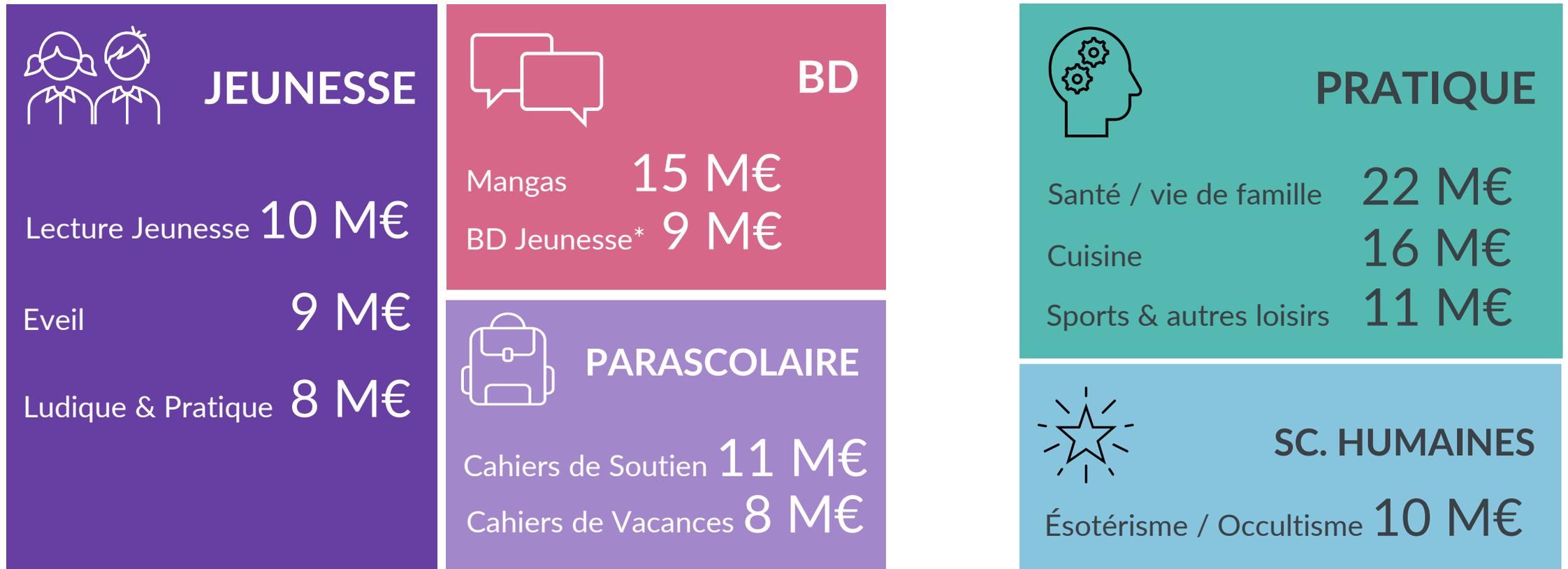


Écart entre PDM Valeur Librairies sur le segment vs PDM Valeur sur Total Livres
Année 2021



Potentiels en Jeunesse et Pratique

Top segments CA potentiel | Librairies - Base PDM CA 2021

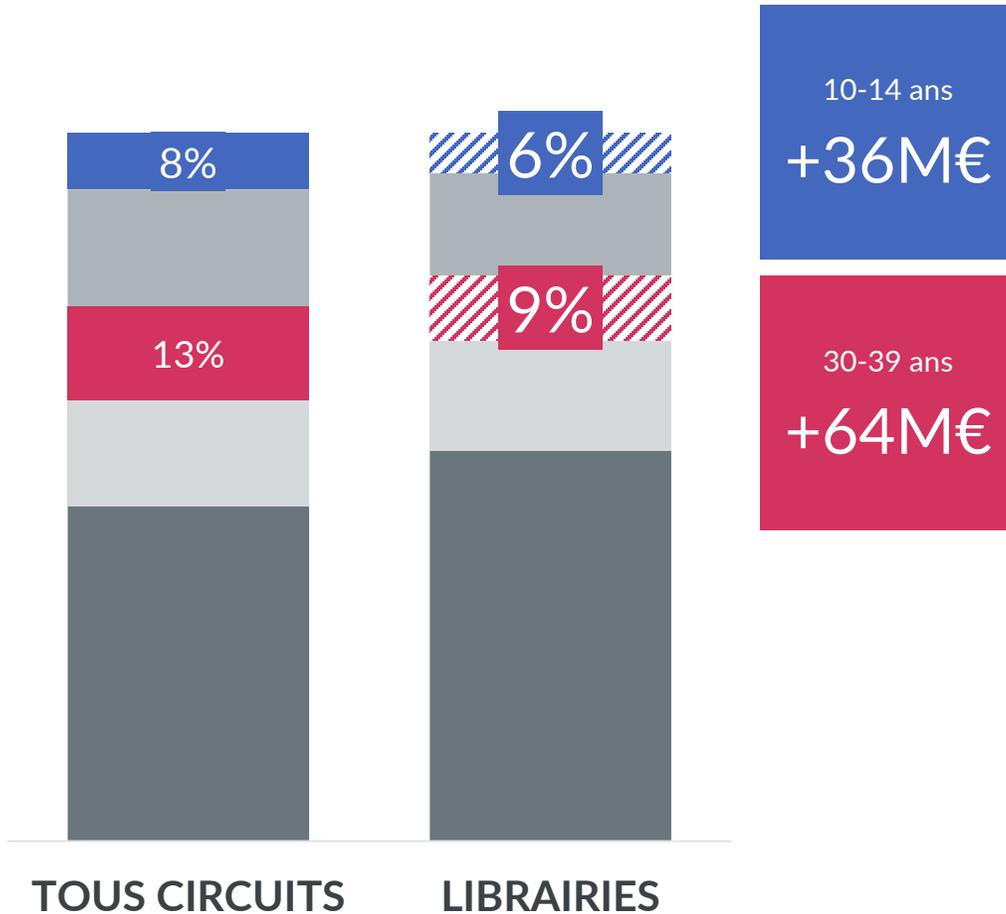


* BD Jeunesse hors opérations petits prix
Source : GfK Market Intelligence

Développement via les adolescents & 30-39 ans



Panel Consommateurs - % dépenses par tranches d'âge & Potentiel CA additionnel
Année 2021

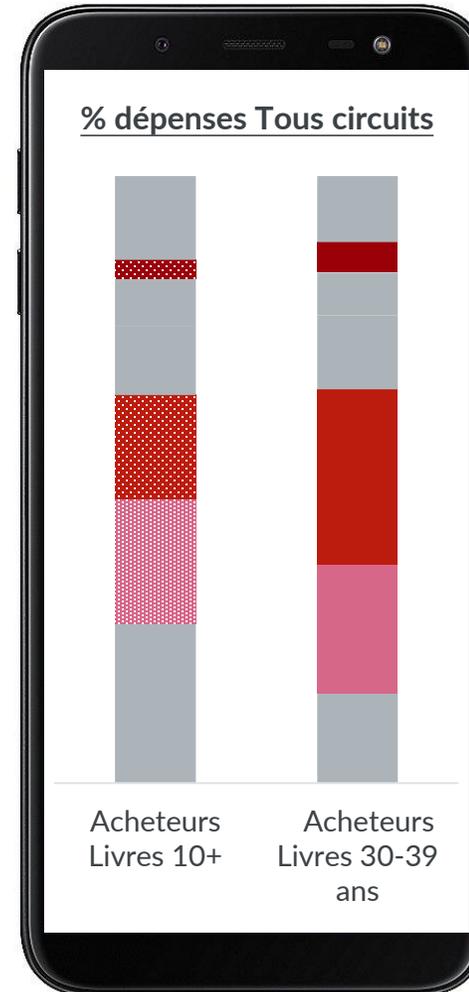


Source : GfK Panel Consommateurs Biens Culturels - Français de 10 ans et +

Recruter les jeunes parents via l'univers Jeunesse



Panel Consommateurs - Livres physiques neufs, année 2021



Parascolaire x1,6

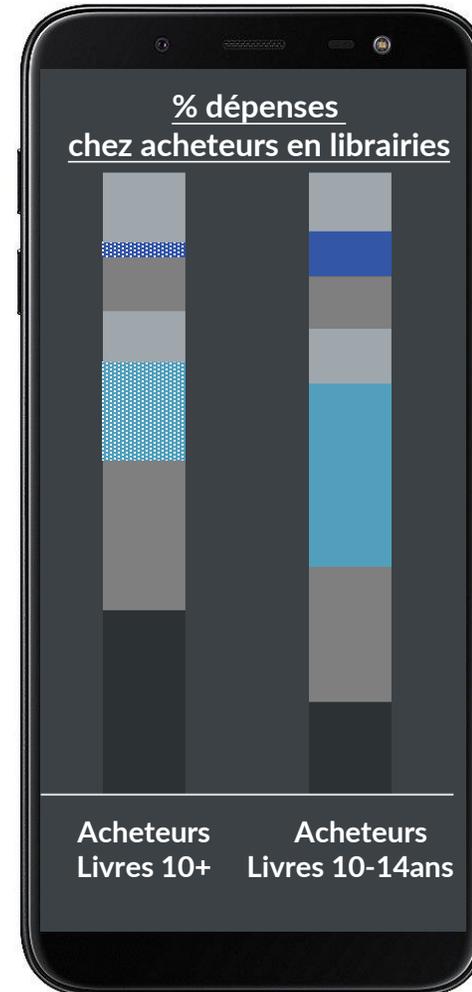
Livre Jeunesse x1,7

BD jeunesse x1,4

Fidéliser les adolescents via leurs univers cibles



Panel Consommateurs - Livres physiques neufs, année 2021



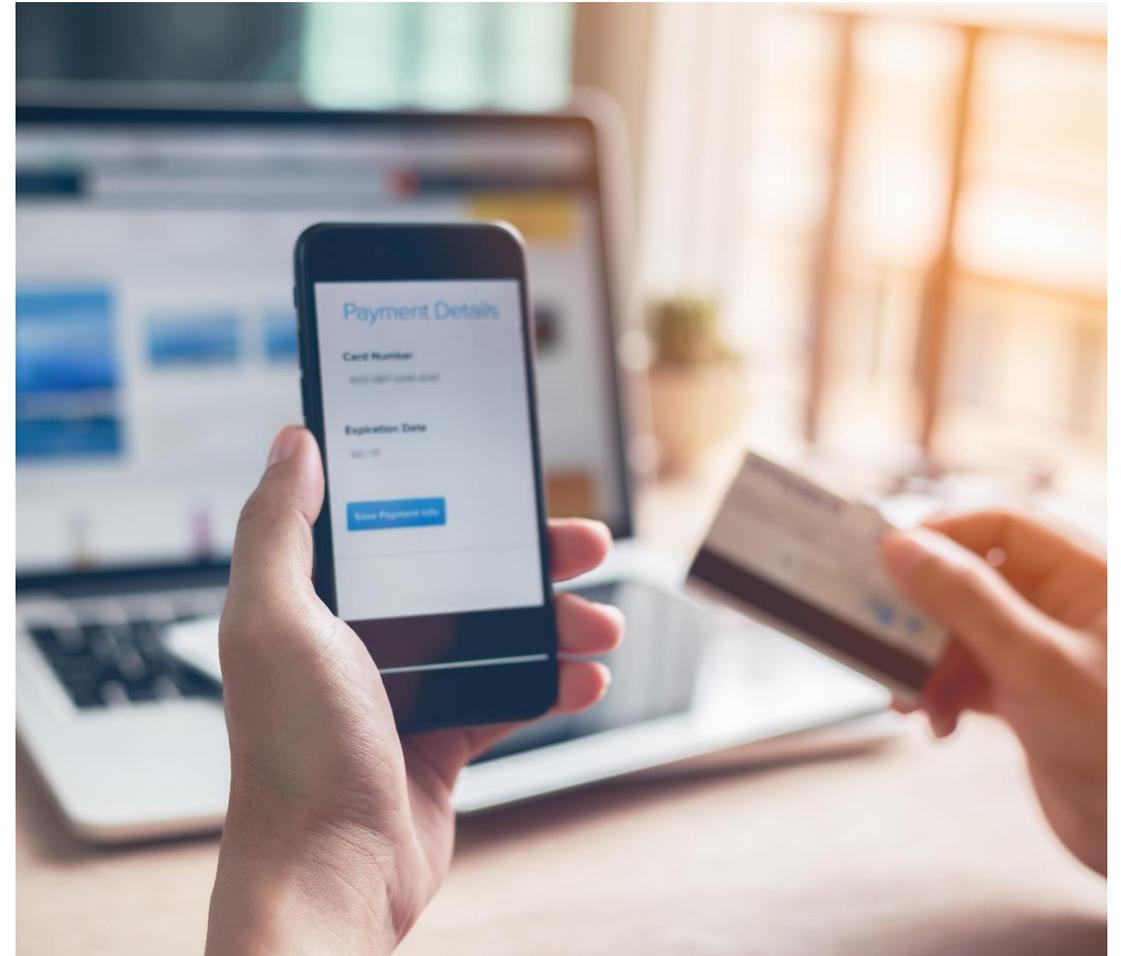
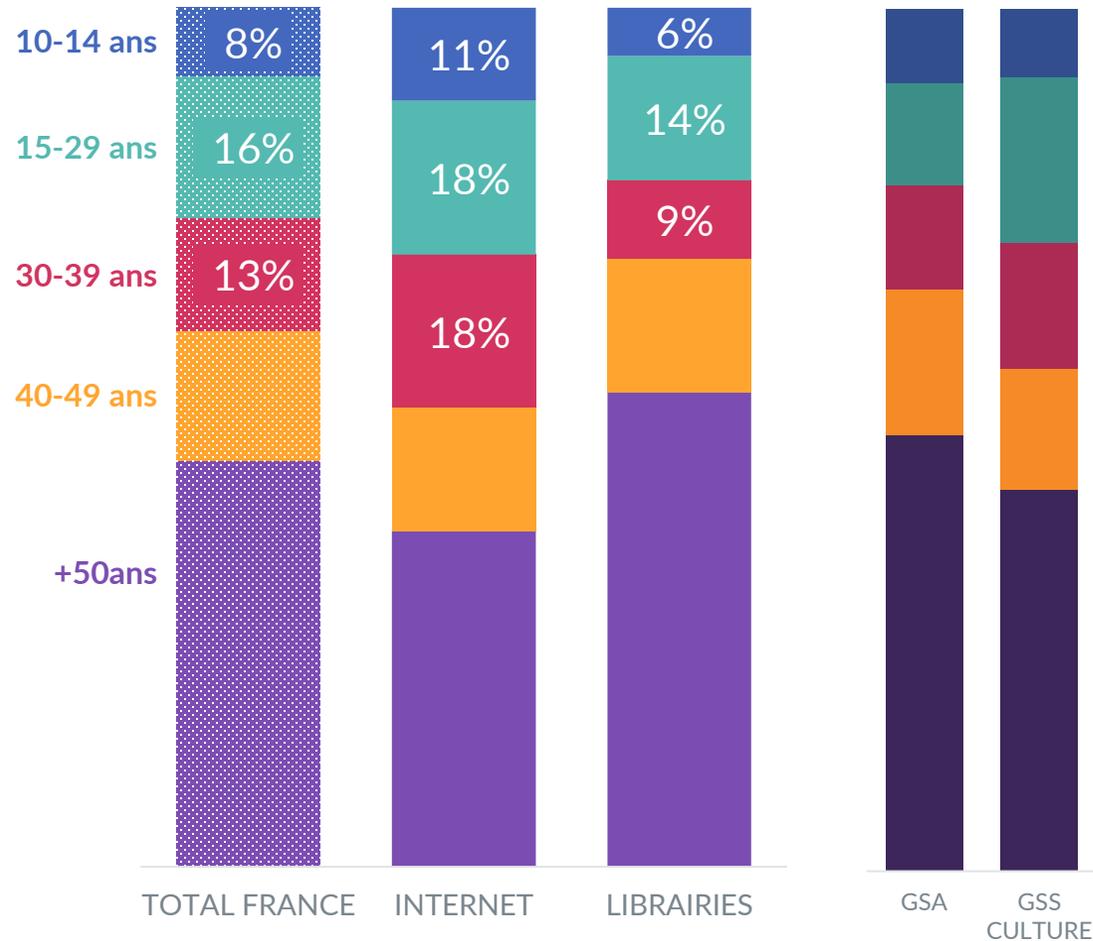
Parascolaire x3

Livre Jeunesse x1,9

Poursuivre le développement de la vente online



Panel Consommateurs - % dépenses, livres physiques neufs, année 2021

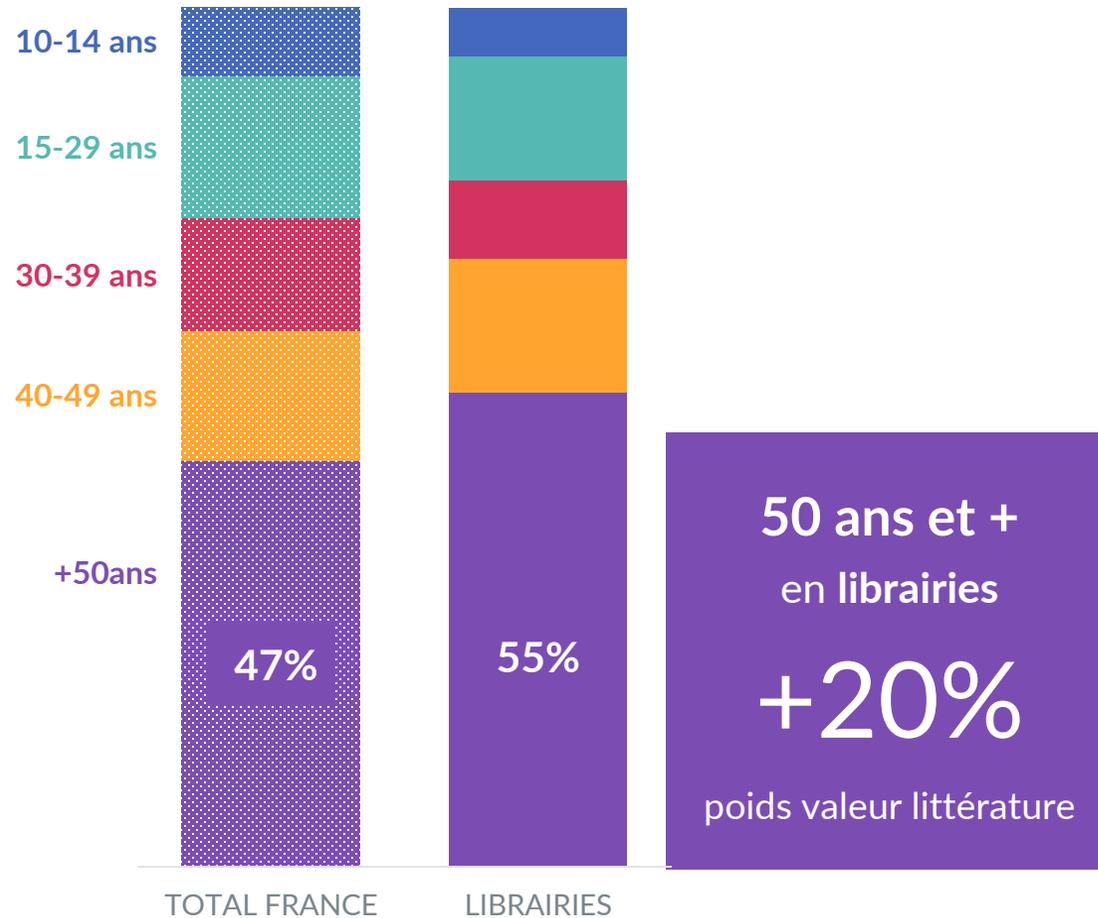


Source : GfK Panel Consommateurs Biens Culturels - Français de 10 ans et +

Capitaliser sur la littérature pour la cible 50 ans+



Panel Consommateurs - % dépenses, livres physiques neufs, année 2021



Source : GfK Panel Consommateurs Biens Culturels - Français de 10 ans et +

Perspectives 2022

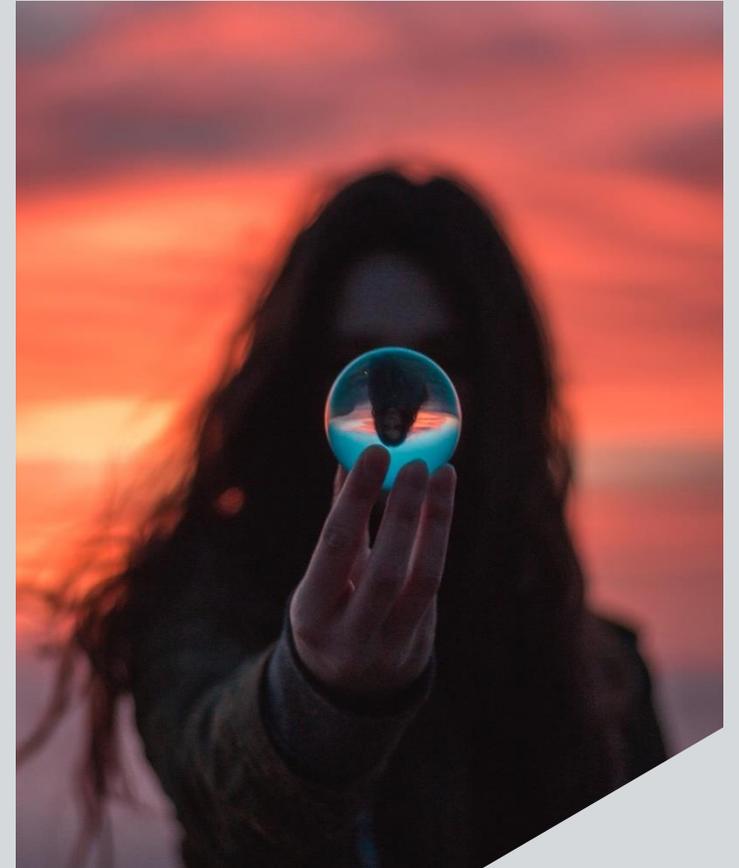


2021: MILLESIME EXCEPTIONNEL, ET APRES ?

- Dynamiques segments & tendances installées
- Pratiques numériques
- Contexte général en tensions : pénuries papier, inflation, conflit Russie – Ukraine, préoccupations environnementales

LA LIBRAIRIE EN CONQUETE

- Recentrage sur les gros acheteurs
- Ancrage Fiction adulte (BD + littérature), Non Fiction et Sciences Humaines
- Cibles pour développement : jeunes parents & adolescents
- Zones à forts potentiels : univers Jeunesse et Pratique, canal e-commerce





Sandrine VIGROUX
Directrice Market Intelligence
Biens culturels



Fabien RONDEAU
Account Manager
Biens culturels



Eléna DELANNE
Consultante Market Intelligence
Biens Culturels / Livres



Rémi PASCOT
Account Manager
Retail Biens culturels