



LIVRES CANADA BOOKS®

Les exportations numériques revisitées

Créer, distribuer et rentabiliser des contenus numériques sur les marchés internationaux

Les exportations numériques revisitées : créer, distribuer et rentabiliser des contenus numériques sur les marchés internationaux

© Livres Canada Books, 2017
Tous droits réservés

ISBN 9781927784952

Publié par Livres Canada Books, association nationale d'éditeurs canadiens chargée de favoriser les ventes à l'exportation.

Ce document a été rédigé par Brian O'Leary, pour le compte de Livres Canada Books. Tout a été mis en oeuvre pour assurer l'exactitude des renseignements contenus dans ce rapport. Toutefois, l'éditeur n'assume aucune responsabilité quant à l'exactitude des renseignements présentés par l'auteur et se dégage de toute responsabilité quant aux pertes ou dommages que pourraient entraîner les erreurs ou les omissions. Les avis exprimés dans le présent document sont ceux de l'auteur.

Livres Canada Books
1 rue Nicholas, bureau 504
Ottawa (Ontario) K1N 7B7
CANADA

www.livrescanadabooks.com

Traduit de l'anglais par Josée Latulippe

Table des matières

Principales recommandations	1
Conclusions principales	2
Présentation	3
Contexte : un paysage mondial en évolution	3
Se préparer à distribuer des contenus numériques à l'extérieur du Canada.	6
La chaîne de valeur du livre numérique	6
Les fournisseurs de contenus	7
Les distributeurs	8
Les boutiques numériques	9
Les fournisseurs d'appareils	10
Les logiciels de lecture	10
Une clientèle importante	11
Optimiser les flux de production numériques	11
Préparer votre catalogue numérique	12
Formats, appareils et systèmes d'exploitation	15
Les formats	15
Les appareils	16
Les systèmes d'exploitation	17
L'impact de la découverte et de la consommation de contenus mobiles.	18
Les droits territoriaux	20
L'histoire et les origines des droits territoriaux	20
Quel était l'objectif des droits territoriaux pour l'édition imprimée traditionnelle ?	20
Quels avantages les droits territoriaux ont-ils offerts aux éditeurs ?	21
Les tendances du marché	22
Vendre les droits numériques par territoire	22
Conserver les droits numériques et vendre par l'intermédiaire d'un agrégateur.	23

Réflexions actuelles et à venir	24
Les droits territoriaux comportent-ils des aspects négatifs ?	25
Les droits territoriaux tels qu'ils sont actuellement administrés sont-ils susceptibles de restreindre les ventes ?	25
Considérations techniques.	26
Vendre du contenu numérique à l'extérieur du Canada	28
Travailler avec des distributeurs de biens numériques	28
Travailler avec des agrégateurs	29
La distribution directe aux consommateurs	30
Des options de diffusion de contenu nouvelles, émergentes ou prévues	31
Optimiser les métadonnées pour les ventes internationales	32
Profils de marché.	34
États-Unis	35
France	36
Royaume-Uni	37
Belgique	38
Suisse	39
Australie	40
Nouvelle-Zélande.	41
Chine.	42
Annexe 1 : Résultats détaillés d'une enquête auprès des éditeurs canadiens	43
Annexe 2 : Sources utilisées dans la préparation de ce rapport.	52
Annexe 3 : Glossaire	55
À propos de l'auteur	57

Principales recommandations

Les éditeurs qui cherchent des occasions d'accroître leurs exportations numériques de titres canadiens devraient prendre en considération les recommandations suivantes :

- Les éditeurs canadiens qui n'utilisent pas déjà le format EPUB devraient en apprendre plus sur cette norme, s'informer de son évolution et optimiser leurs activités de création de contenu afin de produire sans difficulté des fichiers EPUB. Cela s'avère particulièrement important parce que l'International Digital Publishing Forum (IDPF) a regroupé ses opérations avec le consortium World Wide Web (W3C).
- En raison des coûts généralement élevés de la mise au point d'applications, la plupart des éditeurs canadiens devraient favoriser les livres numériques qui sont le prolongement d'ouvrages imprimés plutôt que de créer des versions améliorées ou des applications spécifiques à une plateforme en particulier.
- La vente directe aux lecteurs paraît judicieuse principalement pour les éditeurs canadiens les plus importants ou ceux qui possèdent du contenu unique, de marque, et peuvent dépasser les obstacles à l'accès et à la découverte.
- Pensez à l'échelle mondiale, car c'est ainsi qu'agissent aujourd'hui les principaux agrégateurs de contenus.
- Revoyez le contenu de votre fonds d'édition. Sa valeur pourrait croître dans un contexte de vente à long terme. Certains éditeurs affirment que jusqu'à 60 % de leurs ventes de livres numériques proviennent de leurs ouvrages de fonds.
- Améliorez l'acquisition et le maintien des droits, tant imprimés que numériques. Les systèmes de la plupart des éditeurs devront être améliorés afin d'être en mesure de suivre et d'exploiter commercialement les droits disponibles par des exportations numériques.
- Il faut améliorer le déroulement des opérations, en particulier les efforts nécessaires pour associer le contenu et les métadonnées, afin de satisfaire de façon économique la demande de contenus et de formats numériques.
- Envisagez de nouveaux modèles économiques pour les contenus numériques, notamment la tarification d'abonnement, qui est apparue au cours des dernières années.
- Préparez les métadonnées pour les produits numériques en même temps que les contenus descriptifs des produits physiques. Créer des métadonnées d'abord pour les produits physiques, puis pour les livres numériques, double la tâche et exerce une pression sur les partenaires commerciaux.
- Conservez les métadonnées descriptives dans des formats modifiables. Évitez de fournir les textes sous forme de PDF ou autres formats fixes, car cela oblige à retaper les textes, augmentant ainsi le risque d'erreurs.
- Quand un texte publicitaire est prêt pour le marché canadien, partagez-le avec vos partenaires commerciaux. Donnez-leur le temps de le revoir, de le commenter et de mettre à jour les métadonnées descriptives.

Les sections qui suivent présentent plus en détail chacune de ces recommandations.

Conclusions principales

Le marché du livre numérique continue d'évoluer, mais certaines conclusions essentielles, énumérées ci-dessous, s'appliquent dans les marchés qui présentent le plus d'intérêt pour les éditeurs canadiens.

- Depuis la première étude de Livres Canada Books sur les exportations numériques en 2011, les exportations de livres canadiens sont devenues plus courantes. Le tiers de tous les éditeurs qui ont répondu à un sondage mené pour la préparation de ce rapport indiquent que les titres vendus à l'extérieur du Canada représentent désormais plus de 30 % de leurs revenus.
- La publication de livres numériques est aussi devenue courante chez les éditeurs canadiens. En effet, seuls 5 % des éditeurs interrogés affirment ne pas publier de livres numériques, comparativement au tiers des répondants en 2011.
- Si la plupart des éditeurs sondés affirment tirer moins de 10 % de l'ensemble de leurs revenus des ventes de formats numériques, pour le quart des éditeurs, les livres numériques génèrent actuellement plus de 10 % de leurs revenus.
- La demande pour les livres numériques tant dans les marchés principaux au Canada que dans les nouveaux marchés d'exportation s'est stabilisée. Les parts de marché peuvent atteindre de 10 % jusqu'à 25 % de l'ensemble des unités, selon le type de livre. Les genres littéraires comme les romans d'amour et les ouvrages de science-fiction ou de genre fantastique présentent des taux de pénétration plus élevés pour les formats numériques.
- Le format EPUB est devenu la norme pour l'offre de contenus sur les plateformes numériques. La norme EPUB est maintenue par l'International Digital Publishing Forum (IDPF), qui a annoncé en 2016 son intention de fusionner avec le consortium World Wide Web (W3C). Ce plan est entré en vigueur en 2017.
- La proportion d'éditeurs affirmant ne rencontrer « aucun problème » pour créer des livres numériques a plus que doublé. Ce changement reflète probablement les efforts consentis par les éditeurs canadiens en vue de normaliser la création de livres numériques.
- Lorsqu'on interrogeait les éditeurs sur les principaux défis rencontrés pour vendre leurs livres numériques à l'extérieur du Canada, la réponse « contenu non disponible en format numérique » est passée de 20 % à seulement 3 % des répondants. De la même manière, la proportion des éditeurs qui affirmaient ne pas être certains de détenir les droits numériques est passée de 13 % en 2012 à moins de 2 % des répondants.
- Les appareils mobiles comme les tablettes et les téléphones intelligents sont désormais les moyens privilégiés par les utilisateurs pour consommer du contenu numérique. Le nombre et la complexité des plateformes de livres numériques représentent un défi auquel doivent continuellement faire face tous les éditeurs qui cherchent à offrir des contenus numériques.
- De plus en plus, les éditeurs vendent des droits spécifiques à divers formats (imprimé, numérique). Dans l'enquête de 2016, 16 % des répondants affirmaient vendre des droits selon le format, une augmentation par rapport à 2012, où la proportion était de 2 %.
- En même temps, les éditeurs sont soumis à des pressions pour les inciter à vendre ensemble les droits pour les éditions imprimée et numérique. Si la probabilité est moins élevée qu'en 2012, quatre éditeurs sur dix affirment encore faire face à ce défi.

Présentation

La mission de Livres Canada Books consiste à aider les éditeurs canadiens à accroître leurs ventes sur les marchés internationaux. Dans le cadre de cette mission, l'organisme fournit des renseignements sur les marchés, ainsi qu'un soutien financier, promotionnel et logistique aux éditeurs canadiens qui cherchent à développer leurs ventes à l'étranger.

Livres Canada Books reconnaît que les nouvelles technologies ont un impact sur la façon dont les éditeurs doivent concevoir la création, la gestion et la diffusion de contenus numériques. Les modèles établis, souvent indépendants, font place à des décisions plus complexes relatives à la vente et à l'octroi de licences sur les marchés internationaux.

Des taux de pénétration et de croissance de la lecture numérique différents dans divers marchés compliquent ces décisions. La période de temps disponible pour offrir le contenu des livres à l'échelle internationale pourrait être de plus en plus courte. Si c'était le cas, cette tendance ferait des opérations numériques complexes une entrave potentielle.

En 2016, Livres Canada Books a sondé les éditeurs canadiens au sujet de leurs activités d'exportation de produits numériques, dans le but de mettre à jour deux précédents rapports, *Exportation des livres numériques : guide des bonnes pratiques à l'intention des éditeurs canadiens* (2011) et *Les droits territoriaux à l'ère du numérique* (2012), et de leur offrir les renseignements dont ils ont besoin pour être concurrentiels et croître dans un marché numérique émergent.

Les résultats du sondage sont présentés à [l'annexe 1](#) et analysés tout au long de ce rapport. L'étude donne des orientations pour les marchés où les ventes à l'exportation sont traditionnellement importantes (les États-Unis, le Royaume-Uni et la France), ainsi que des tendances pour d'autres pays relevés dans le sondage.

Contexte : un paysage mondial en évolution

Lorsque Livres Canada Books a pour la première fois étudié le marché mondial des contenus numériques, les ventes de livres numériques augmentaient rapidement d'une année à l'autre. En 2011 et 2012, les observateurs du secteur de l'édition prévoyaient une croissance semblable et soutenue du nombre et de la proportion de livres numériques vendus dans divers marchés, notamment aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et en Espagne. Des prévisions sur cinq ans établies en 2011 estimaient que les livres numériques représenteraient un tiers du marché aux États-Unis, un cinquième du marché au Royaume-Uni et un sixième du marché en France.

Ces chiffres se sont avérés trop élevés. En 2013, le rythme de croissance des ventes pour les formats numériques a commencé à ralentir dans presque tous les marchés. En 2015, les éditeurs du R.-U. ont signalé une baisse des ventes totales de livres numériques, une tendance qui s'est propagée à d'autres marchés (dont les États-Unis) en 2016. On estime habituellement que la proportion des ventes numériques a atteint un sommet en 2015, avec de 20 à 25 % de toutes les ventes aux États-Unis et des niveaux moins élevés dans d'autres marchés internationaux. Même si les ventes numériques ont continué de croître dans certains pays, notamment en France, les taux de croissance sont plus faibles que ceux observés pendant l'essor du livre numérique, de 2009 à 2013.

De la même manière, l'importante accélération dans l'adoption de la liseuse électronique a pratiquement cessé entre 2012 et 2016. Le Pew Research Center a souligné récemment que la plus grande partie de la consommation de contenu numérique s'effectue désormais sur des appareils mobiles – tablettes et téléphones intelligents. Si cette tendance était attendue, le rythme de l'évolution a été étonnant. Les lecteurs plus occasionnels en sont venus à considérer les appareils mobiles multifonctionnels comme une solution de rechange économique aux liseuses dédiées.

Même avec le ralentissement du taux de croissance pour les formats numériques, le virage vers les ventes numériques a entraîné des changements dans la façon dont les éditeurs procèdent pour créer et promouvoir leurs livres, en fixer les prix et les distribuer. Au cours des cinq dernières années, période qui a vu exploser le nombre d'appareils mobiles permettant la lecture numérique, les éditeurs et les détaillants de livres numériques se sont concentrés sur l'EPUB comme étant le format le plus utile.

Les méthodes traditionnelles de commercialisation et de promotion des livres sont également en train de changer dans le secteur. De plus en plus, la promotion directe des contenus numériques a fait place à une utilisation efficace des métadonnées et des contenus balisés pour favoriser la découverte. La valeur du bouche-à-oreille a donné lieu à une façon plus raffinée de considérer l'organisation des contenus selon les intérêts des lecteurs (secteurs verticaux de contenu) et ce qui constitue une masse critique de sujets attrayants. Si la connaissance des marchés locaux conserve toujours son importance en matière de promotion de livres numériques dans des marchés d'exportation, il est aussi vrai que les communautés de lecteurs peuvent être dispersées sur le plan géographique, forçant peut-être un remodelage de la commercialisation locale et des rôles de distribution.

En 2011, la plupart des éditeurs espéraient être en mesure de maintenir les prix des livres numériques près de ceux des livres à couverture souple, mais, à l'époque, les consommateurs réagissaient le plus positivement à des prix ciblés qui étaient de 20 à 30 % moins élevés. La demande des consommateurs pour des prix plus bas pour les livres numériques s'est maintenue. En fait, la réduction est devenue encore plus complexe et imprévisible.

Une étude publiée en 2016 par eBOUND Canada, *Standards in Ebook Pricing in the International Marketplace*, a révélé que le prix des livres numériques vendus à l'extérieur du Canada était généralement de 15 % moins élevé qu'au Canada, avec parfois d'importantes variations dans les prix locaux. Le rapport a qualifié de « complexe, incohérente et changeante » la fixation du prix des livres à l'échelle internationale.

Une étude réalisée en 2015 par Peter Hildick-Smith, du Codex-Group, a constaté que, sur Amazon, les cinq principaux éditeurs américains fixent un prix moyen de 10,80 \$ US pour les livres numériques. Le prix moyen de tous les autres livres numériques vendus sur Amazon était de 4,95 \$ – moins de la moitié du prix exigé par les cinq plus grands acteurs. Cette variation importante des prix met en lumière l'impact du système de « contrats d'agences », établi en 2010 aux États-Unis et au Royaume-Uni. Si ce modèle de fixation des prix a constitué un rempart contre l'érosion des ventes de certains ouvrages reliés, des prix plus élevés pourraient également contribuer à la baisse des ventes de livres numériques.

Les réponses des éditeurs au sondage réalisé pour ce rapport reflètent la complexité signalée par eBOUND Canada. Parmi les éditeurs de langue anglaise, 58 % affirment fixer le prix des livres numériques plus bas que celui des ouvrages imprimés; seuls 17 % déclarent que les prix sont habituellement les mêmes. Le quart des éditeurs indiquent que la politique

de fixation des prix varie, une proportion qu'il sera intéressant de suivre dans les années à venir. Chez les éditeurs francophones, un prix plus bas que pour l'édition imprimée est beaucoup plus courant (86 %), avec 9 % seulement des éditeurs affirmant avoir un même prix pour les deux formats. Environ 5 % seulement des éditeurs de langue française ont déclaré que leur approche varie.

L'étude d'eBOUND Canada recommande aux éditeurs canadiens d'envisager plusieurs étapes afin de mieux gérer les livres numériques et les prix à l'étranger :

- une expérimentation continue en matière de prix;
- le recours continu à des prix promotionnels pour les ouvrages de fonds;
- une étroite collaboration avec les marchands de livres numériques afin d'établir des stratégies pour l'expérimentation sur les prix;
- réaliser des recherches minutieuses sur les prix de titres comparables.

Peu importe qui contrôle la décision sur la fixation du prix et la relation avec les consommateurs, les nouveaux formats numériques, dont les coûts marginaux sont faibles, renforcent l'importance de tester les prix dans divers marchés. De telles expérimentations sont aujourd'hui courantes parmi les détaillants et les plus grands éditeurs. Elles peuvent mettre en lumière des occasions d'augmenter les recettes et d'améliorer la rentabilité, tout en proposant des titres à un prix plus bas.

Finalement, les canaux sont en train de changer. La distribution horizontale est passée aux agrégateurs, dont Amazon, Apple, Google, Kobo et d'autres. Barnes & Noble est une option efficace sur le marché des États-Unis, mais sa plateforme numérique a connu des difficultés au cours des trois dernières années. En 2016, la chaîne britannique Waterstones a laissé tomber plusieurs années d'investissements visant à étendre ses services numériques, concluant plutôt une entente avec Kobo qui s'occupera désormais de ce service.

Le défi que représente la gestion d'une distribution dans le monde entier a suscité des préoccupations croissantes concernant les risques de piratage. Certaines indications portent à croire que le piratage de contenu numérique pourrait représenter davantage un signe avant-coureur de nouvelles possibilités. Si c'est le cas, les éditeurs auront encore plus de raisons de négocier des droits qui tiennent compte de la distribution mondiale. Ces droits étant clairement établis, les éditeurs pourraient également tirer profit d'une vente directe aux consommateurs ou de partenariats avec des agrégateurs verticaux. Dans tous les cas, le message demeure le même : il faut simplifier les droits pour les rendre plus faciles à traiter et à gérer.