

# Communiqué de Presse

Suresnes, le 2 décembre 2016

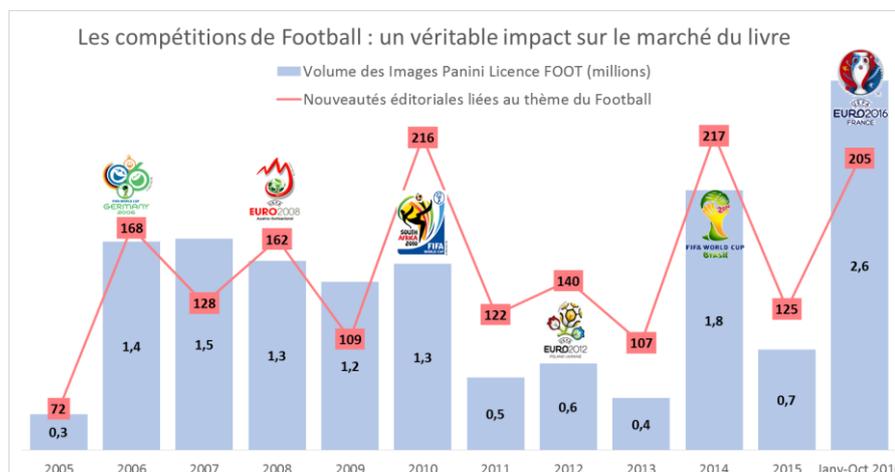
**Alors que le Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil ouvre ses portes, l'institut d'études GfK fait le bilan du marché des livres pour la jeunesse, en croissance depuis le début de l'année 2016.**

Le marché des Livres Jeunesse se porte bien : sur les 12 derniers mois (novembre 2015 - octobre 2016), **81 millions d'exemplaires ont été écoulés sur le segment Jeunesse**, soit 26 % du total du marché du livre pour un chiffre d'affaires de 638 millions d'euros. Ce qui en fait le deuxième segment du marché entre la Littérature générale, 1<sup>er</sup>, et les Bandes Dessinées, 3<sup>ème</sup>.

Le livre Jeunesse a été tiré par les ventes estivales de stickers et albums Panini, affichant une croissance globale de + 3,3% en valeur et + 1,9% en volume sur la période janvier - octobre 2016. Hors cette catégorie, le marché reste positif mais dans des évolutions moins nettes : + 1,4% en valeur et une stabilité en volume.

## La Coupe d'Europe de Foot : un évènement marquant

En effet, la licence Foot est portée par l'Euro 2016 et voit ses **ventes d'images multipliées par 4** par rapport à l'année dernière, pour atteindre 2,6 millions d'exemplaires à fin octobre pour un chiffre d'affaires de près de 17 millions d'euros.



Lors de la Coupe du Monde au Brésil en 2014, ce marché avait atteint 1,8 millions d'exemplaires sur l'année, générant 12 millions d'euros de chiffre d'affaires.

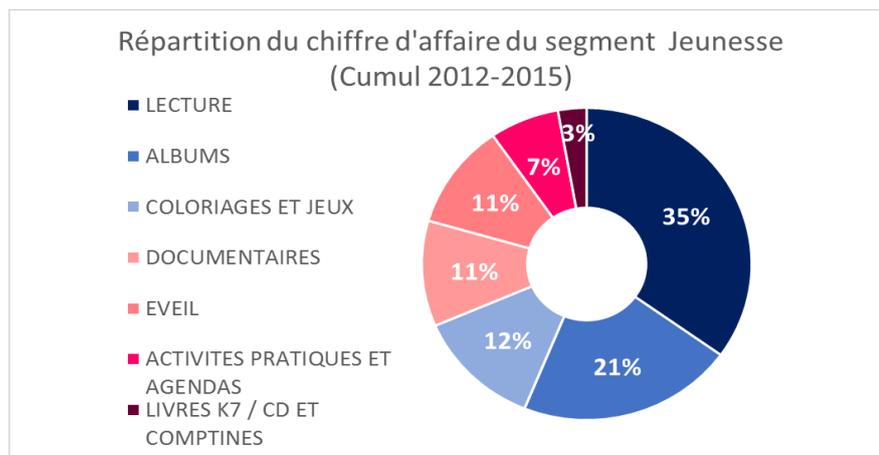
GfK  
40 rue Pasteur  
CS 30 007  
92 156 Suresnes  
France

T +33 01 74 18 60 00  
F +33 01 74 18 72 33  
fr@gfk.com  
[www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr)

Management  
Frédéric Wasson  
François Klipfel  
Benôit Lehut

RCS Nanterre B 702 004 235  
SIRET 702 004 235 00041

## La Lecture et les Albums, principaux segments de la Jeunesse



La Lecture et les Albums concentrent la majorité du chiffre d'affaires Jeunesse et sont en croissance entre janvier et octobre 2016.

En progression de + 1,5% en volume et + 4,5% en valeur à fin octobre, la Lecture représente plus de 21 millions d'exemplaires vendus sur la période. **Harry Potter est LE phénomène de l'année**, avec 1,1 millions d'exemplaires vendus à date pour l'ensemble de la série contre 280 000 ex l'année dernière. La sortie en octobre de *Harry Potter et l'enfant maudit* a apporté un nouveau souffle. Le nouvel opus s'est vendu à plus de 500 000 exemplaires dans sa version française (Gallimard-Jeunesse), auxquels s'ajoutent également 130 600 exemplaires en langue anglaise (Little Brown Book).

En parallèle, les titres classiques ou prescrits sont toujours bien représentés. Ainsi, *Vendredi ou la vie sauvage* (Gallimard-Jeunesse) est 4<sup>ème</sup> du top Lecture, *Le Petit Prince* (Gallimard-Jeunesse) 7<sup>ème</sup>, et *L'Odysée* (L'Ecole des Loisirs) se place en 10<sup>ème</sup> place.

A fin octobre 2016, les Albums progressent de + 1% en volume et en valeur par rapport à 2015. Comme les années précédentes, **les séries traditionnelles tirent le segment** : en top position, les Monsieur - Madame (Hachette) représentent 10 % des volumes écoulés, soit 1,4 millions d'albums depuis janvier 2016, suivis par T'choupi (Nathan, 1 million ex.), Petit Ours Brun (Bayard, 481 000 ex.) puis Le Loup (Auzou, 417 300 ex.). La série Peppa Pig (Hachette) s'installe à la 5<sup>ème</sup> place cette année, imprimant sa marque dans le paysage éditorial français et occupe même 4 des 5 premières places du top titres des Albums.

### Youtube, de l'écran au papier

La tendance, détectée en 2015, s'accélère cette année : **les youtubeurs et youtubeuses s'installent comme des acteurs importants du livre Jeunesse.**

Marie Lopez avait lancé le mouvement en 2015 avec *#EnjoyMarie* (Anne Carrière) et cumule près de 245 000 exemplaires. Elle a depuis réitéré avec *Carnet de routes* en novembre 2016 (Anne Carrière, 9 300 ex. à date). Dans son sillage, d'autres Youtubeurs connaissent le succès en librairie.

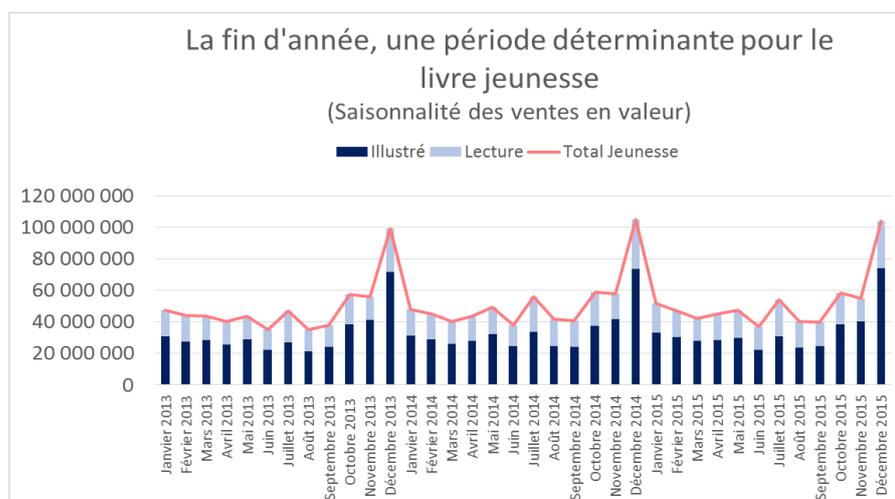
Ainsi, Andy a publié *Princesse 2.0* en mars 2016 (éditions 404), écoulé à 85 000 ex. En mai 2016, *Je ne suis pas jolie, c'est vous les plus belles !* (La page qui bouge) s'est écoulé à 13 500 ex. tandis que *The Book* de Caroline et Safia (Hachette) s'est vendu à plus de 21 000 ex. depuis avril 2016.



Sur d'autres segments, on peut également noter les performances de Cyprien avec 132 000 ex. de sa BD *Roger et ses Humains* (Dupuis, nov.2015), Natoo et son *Iconne* (220 400 ex., Michel Lafon, avril 2015,) ou encore Kevin Tran du Rire Jaune avec son manga *Ki & hi* (53 400 ex., Michel Lafon, oct. 2016). Enfin, le succès de ces auteurs venus du Net est résolument sans frontière : la britannique Zoe Sugg a vendu plus de 60 000 ex. de sa série *Girl Online* en France (La Martinière Jeunesse).

### Une saisonnalité rythmée par les fêtes de fin d'année

Comme chaque année, les fêtes de fin d'année confirmeront définitivement ces tendances. En effet, **décembre représente 17 % du chiffre d'affaires pour le segment du livre Jeunesse**, et en proportion identique pour l'ensemble du marché du Livre.



Le Salon du Livre et de la Presse Jeunesse de Montreuil ouvre ainsi ses portes à une période cruciale et permet dans le même temps aux jeunes visiteurs d'élaborer leur liste pour les fêtes de Noël. Le Panel Consommateurs GfK indique d'ailleurs que **46 % des achats de livres Jeunesse en 2015 étaient prémédités « au titre »** (les consommateurs savent exactement ce qu'ils vont acheter avant de se rendre en magasin) contre seulement 1/3 d'achats spontanés.



### **Précisions méthodologiques**

S'appuyant sur ses panels de distributeurs, GfK collecte, analyse et enrichit les données de ventes dans plus de 100 pays à travers le monde.

### **A propos de GfK**

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez [www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr) et suivez nous sur [www.twitter.com/GfK](https://www.twitter.com/GfK)

### **Contacts Presse**

Magali Saint-Laurent  
Mobile : 07 86 41 54 15 | Ligne directe : 01 74 18 60 24  
[magali.saint-laurent@gfk.com](mailto:magali.saint-laurent@gfk.com)

### **GfK France**

01 74 18 60 00  
40 rue Pasteur  
92156 Suresnes  
France