

Communiqué de Presse

Rentrée littéraire 2015 : un podium très féminin

28 octobre 2015

Raphaël Couderc
Service de Presse
01 74 18 61 57
raphael.couderc@gfk.com

Suresnes, le 28 octobre 2015. Chaque année la rentrée littéraire débute avec la parution mi-août de plus de 500 titres et se poursuit jusqu'à la fin d'année avec une période essentielle qui est celle de l'attribution des grands prix littéraires d'automne.

Au-delà de son impact médiatique, la rentrée littéraire joue également un rôle économique sur le marché du Livre : en moyenne sur les 5 dernières années, la rentrée littéraire a représenté 19% du chiffre d'affaires annuel du segment « fiction moderne grand format » et près de 2,5% du chiffre d'affaires annuel de l'ensemble du marché du Livre physique.

Le panel consommateurs GfK révèle que :

- 2% des Français de 15 ans et plus ont acheté au moins 1 titre des rentrées littéraires 2013 et 2014 avec une moyenne de 1,4 livre par acheteur en 2014
- l'écho médiatique créé autour de cet événement littéraire est important dans les motivations d'achat avec 13% des livres estampillés « rentrée littéraire » achetés grâce à un article de presse écrite ou à une émission littéraire. Ce taux est en règle générale de 3 à 5% pour les autres titres de littérature générale.

« A mi-octobre 2015, ce sont déjà plus d'1 million d'exemplaires de la rentrée littéraire 2015 qui se sont écoulés au format papier » confirme le Chef de groupe Livre chez GfK, Sébastien ROUAULT.

Le palmarès 2015 est composé d'auteurs déjà reconnus et habitués des périodes de rentrée littéraire avec cette année un podium très féminin : Delphine de Vigan avec son roman *D'après une histoire vraie* (JC. Lattès – 107 400 ex.) suivie de Christine Angot avec *Un amour impossible* (Flammarion – 85 500 ex.) et Amélie Nothomb avec *Le crime du comte Neville* (Albin Michel – 77 500 ex.)

Va maintenant débiter une période centrale de cette actualité littéraire avec l'attribution des principaux prix d'automne : Grand Prix du roman de l'Académie Française, Goncourt, Renaudot, Médicis, Fémina, Goncourt des Lycéens et Interallié.

Ces récompenses sont un vrai moteur pour le marché du Livre en fin d'année car les livres primés sont largement offerts. « *Les trois dernières semaines de l'année représentent en moyenne plus d'un tiers des ventes d'un roman couronné par un prix* » ajoute Sébastien ROUAULT.

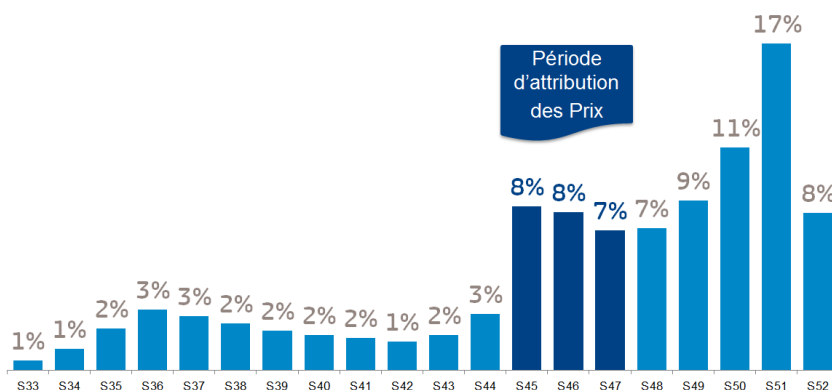
GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
F +33 01 74 18 72 33
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

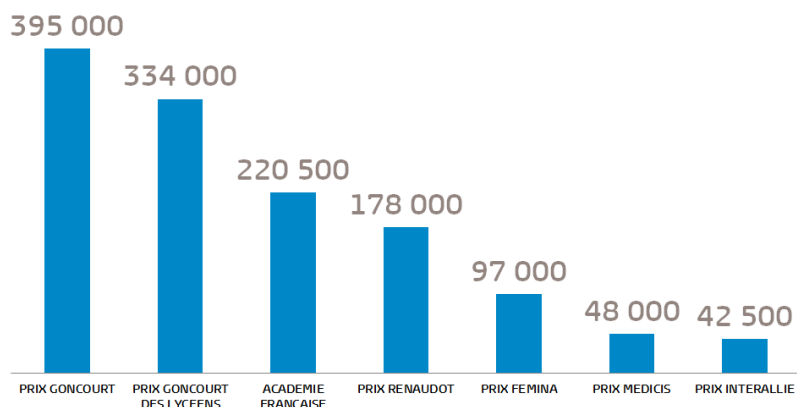
Management Board GfK SE
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahler
RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Pourcentage de ventes volume par semaine des titres primés
(moyenne août à décembre 2010-2014)

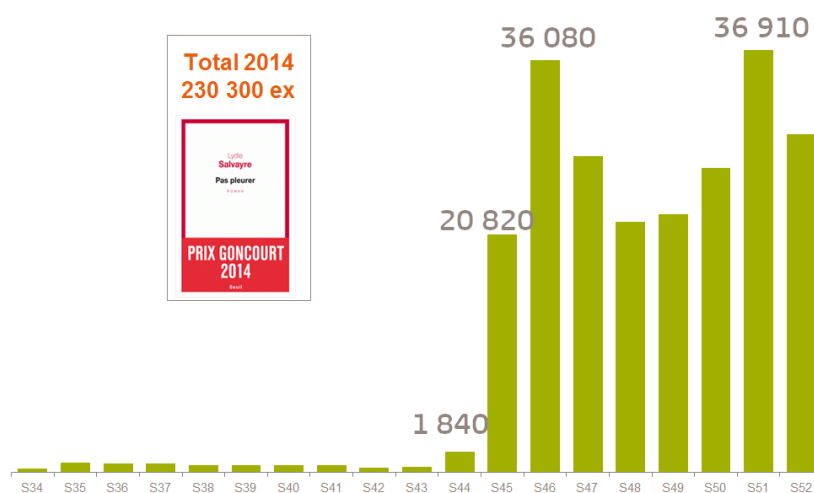


Ventes moyennes prix littéraires 2010-2014
(ventes depuis parution hors format poche)

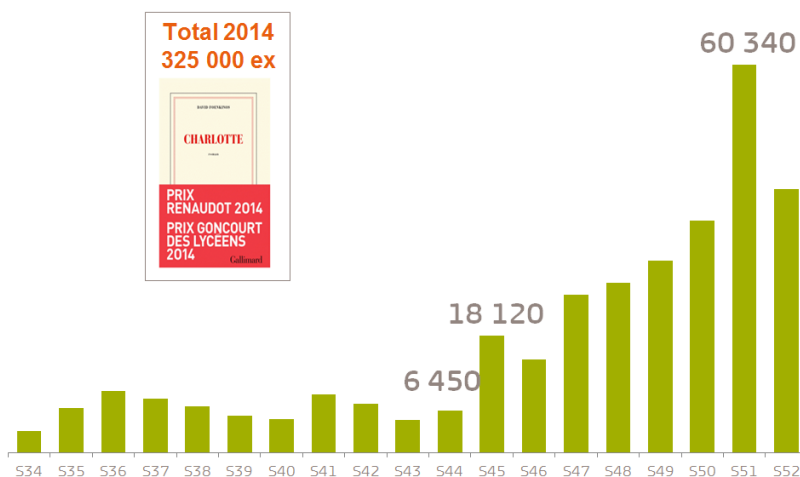


Le prix Goncourt reste parmi les prix d'automne celui dont les ventes moyennes sont les plus élevées. Le Goncourt des lycéens et le Grand Prix de l'Académie Française suivent notamment car ils ont tous les deux couronnés en 2012 *La vérité sur l'affaire Harry Québert* de Joël Dicker dont près de 800 000 exemplaires se sont écoulés à ce jour en grand format.

Ventes hebdomadaires Prix Goncourt
août – décembre 2014 – volume



Ventes hebdomadaires Prix Renaudot
et Prix Goncourt des Lycéens 2014
août – décembre 2014 – volume



N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information **comme pour l'organisation d'un entretien téléphonique avec un consultant du marché du livre chez GfK.**

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, aussi bien sur les circuits physiques que dématérialisés.

A propos du panel de consommateurs Entertainment

Constitué de 15.000 Français de 10 ans et plus, le panel consommateurs Entertainment dresse le portrait complet des acheteurs de biens et services culturels sur la base de leurs critères sociodémographiques, habitudes d'achat ou encore de leur équipement multimédia. Croisé avec la puissance du panel de distributeurs, GfK apporte des éclairages additionnels indispensables à la bonne compréhension des marchés et des consommateurs de produits culturels.

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 et suivez nous sur www.twitter.com/GfK

Contact Presse

GfK

40 rue Pasteur
92156 Suresnes
France

Raphaël Couderc
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com