

# Communiqué de Presse

## **A la veille de la remise des principaux prix littéraires, l'institut d'études GfK Consumer Choices dresse un premier bilan de la rentrée littéraire 2012.**

Date :  
5 novembre 2012

Raphaël Couderc  
Communications Manager  
GfK Consumer Choices  
T : +33(0)1 74 18 61 57  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

Suresnes, 5 novembre 2012 – La société d'études GfK Consumer Choices, membre du groupe GfK, mesure les ventes réelles de livres grâce à son panel distributeurs constitué de plus de 3 500 points de vente en France. L'analyse portée sur la seule période entre la mi-août et la mi-octobre 2012 révèle que 1,3 million d'exemplaires de livres estampillés « Rentrée littéraire » se sont écoulés, générant un chiffre d'affaires de 24 millions d'euros.

Chaque année, le mois d'août sonne la rentrée pour le marché du Livre avec l'arrivée dans les points de vente de 650 à 700 romans et récits de littérature française et étrangère estampillés *Rentrée littéraire*. *“Cet événement reste un formidable coup de projecteur médiatique pour la filière du Livre, à la fois pour les maisons d'édition et leurs auteurs mais également pour les librairies, enseignes culturelles et sites internet marchands qui cherchent à capter l'attention des consommateurs de produits culturels”* commente **Laurent DONZEL, directeur des marchés Entertainment chez GfK Consumer Choices France.**

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
  
T +49 911 395 0  
F +49 911 395 2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Management Board:  
Matthias Hartmann (CEO)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:  
Dr. Arno Mahler

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

## Palmarès de la rentrée littéraire 2012 à mi-octobre

La rentrée littéraire fait toujours la part belle à la littérature française, ce que confirme le palmarès des meilleures ventes GfK Consumer Choices - arrêté au 14 octobre 2012. Parmi les 10 meilleures ventes, 8 sont attribuées à des auteurs français dont bien sûr, Amélie Nothomb, fidèle parmi les fidèles du rendez-vous d'août avec sa vingtième rentrée littéraire consécutive.

### Top 10 par titre des meilleures ventes de la rentrée littéraire 2012

Rang	Titre	Auteur	Editeur	Exemplaires Vendus
1	BARBE BLEUE	NOTHOMB, AMELIE	ALBIN MICHEL	108 500
2	LES LISIERES	ADAM, OLIVIER	FLAMMARION	82 000
3	HOME	MORRISON, TONI	BOURGOIS	72 000
4	LE SERMON SUR LA CHUTE DE ROME	FERRARI, JEROME	ACTES SUD	41 500
5	UN HEROS	HERZOG, FELICITE	GRASSET	40 500
6	LES APPARENCES	FLYNN, GILLIAN	SONATINE	39 500
7	« OH... »	DJIAN, PHILIPPE	GALLIMARD	35 500
8	POUR SEUL CORTEGE	GAUDE, LAURENT	ACTES SUD	34 500
9	PESTE & CHOLERA	DEVILLE, PATRICK	SEUIL	32 500
10	UNE SEMAINE DE VACANCES	ANGOT, CHRISTINE	FLAMMARION	29 500

Source : GfK Consumer Choices France : période du 15/08/12 au 14/10/12

## Un poids lourd dans l'économie du secteur

La rentrée littéraire reste un phénomène qui pèse relativement lourd dans l'économie du marché du Livre : « entre mi-août et mi-octobre 2012 ce sont 1,3 million de livres qui sont vendus générant un chiffre d'affaires de 24 millions d'euros. Toutefois, sur une année complète, la rentrée littéraire ne représente pas plus de 2,5% du chiffre d'affaires total du marché du Livre » tempère Sébastien Rouault, Chef de groupe Livre chez GfK Consumer Choices France.

### Analyse des ventes réalisées par les titres « Rentrée littéraire » sur 5 ans

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Volumes vendus (milliers d'unités)</b>	1 270	1 192	1 248	1 394	1 304	1 281
<b>Chiffre d'Affaires (millions d'euros)</b>	23,8	22,3	22,9	25,9	24,1	23,7

Source : GfK Consumer Choices France Période du 15/08 au 15/10 sur 5 ans

### Part de la Rentrée littéraire sur le segment « fiction moderne » et part de la Rentrée littéraire sur le total Livre (% du chiffre d'affaires)

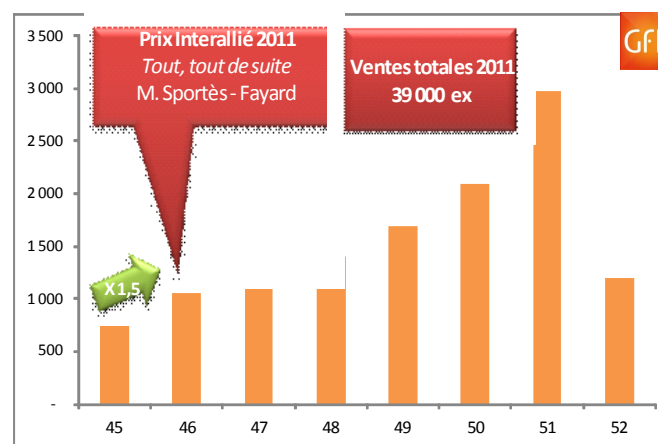
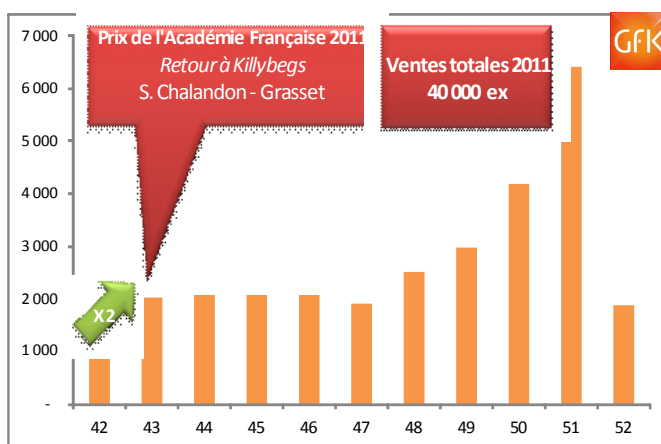
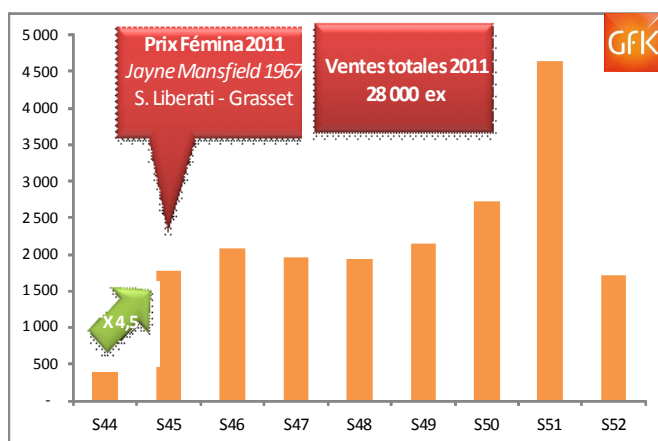
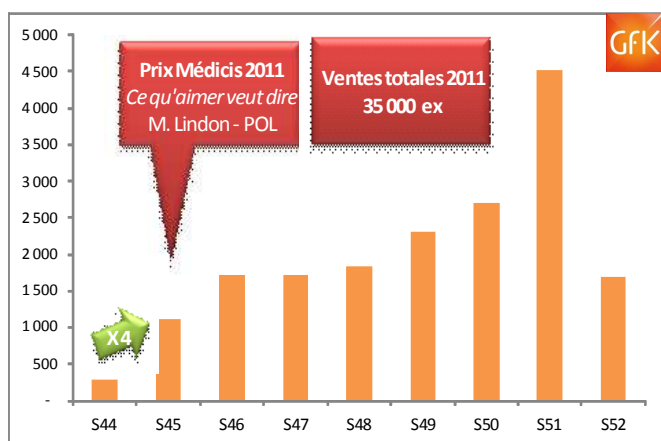
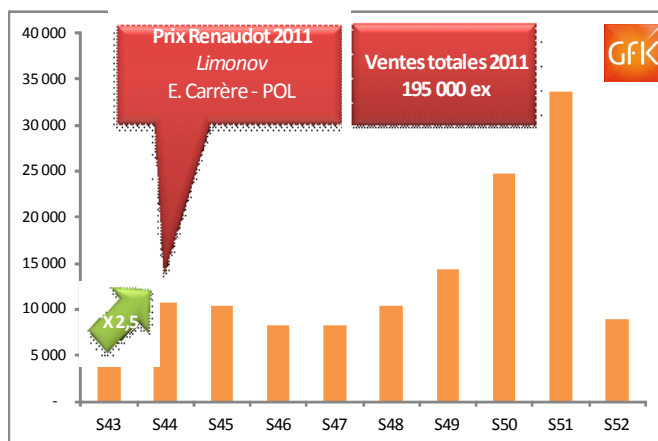
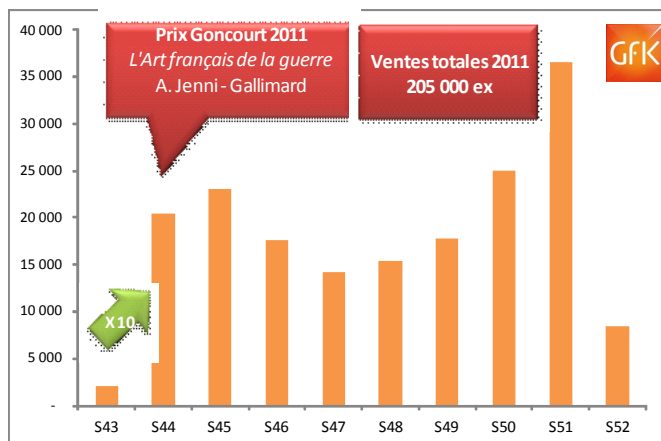
	CA Année 2007	CA Année 2008	CA Année 2009	CA Année 2010	CA Année 2011
<b>Poids de la rentrée littéraire sur la fiction moderne</b>	18%	16%	16%	20%	19%
<b>Poids sur le marché total du livre</b>	2,1%	2,1%	2,0%	2,5%	2,3%

Source : GfK Consumer Choices France. Période 2007 à 2011

### Les prix littéraires au balcon de la médiatisation

Avec l'attribution des grands prix littéraires d'automne, la rentrée littéraire entre dans sa phase la plus médiatique. Pour les ouvrages couronnés, GfK Consumer Choices observe une hausse immédiate des ventes (voir ci-dessous chiffres 2011), avant d'atteindre un pic lors des fêtes de fin d'année : « Pour ces titres, les trois dernières semaines de l'année représenteront entre 25% et 35% de leurs ventes totales de 2012. » **déclare Sébastien Rouault, Chef de Groupe Livre chez GfK Consumer Choices France.**

**Coefficient multiplicateur de 6 prix littéraires d'automne 2011 sur les volumes de ventes hebdomadaires des dix dernières semaines de l'année**

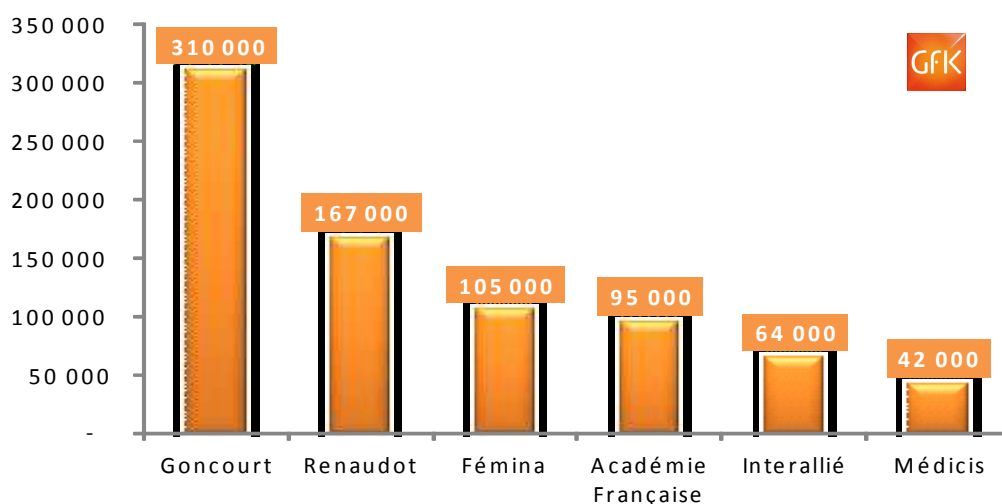


Source : GfK Consumer Choices France

## Quel prix littéraire se vend le mieux ?

La mesure directe et permanente de GfK Consumer Choices France sur plus de 3 500 points de vente généralistes et spécialisés permet de dresser le palmarès des prix littéraires en termes de ventes depuis 2005. Le Goncourt fait la course en tête, loin devant le Renaudot et le Fémina.

### *Ventes moyennes des principaux prix littéraires d'automne entre 2005 et 2011 (ventes lors de l'année du prix)*



### *Meilleures ventes par prix entre 2005 et 2011 (ventes lors de l'année du prix)*

Prix	Année du prix	Titre	Auteur	Editeur	Vente en volume (année du prix)
Goncourt	2006	Les Bienveillantes	J.Littell	Gallimard	503 000
Renaudot	2007	Chagrin d'école	D.Pennac	Gallimard	438 000
Fémina	2008	Où on va papa?	J.L Fournier	Stock	317 000
Académie Française	2006	Les Bienveillantes	J.Littell	Gallimard	503 000
Interallié	2005	La Possibilité d'une île	M. Houellebecq	Fayard	203 000
Médicis	2010	Naissance d'un pont	M. de Kerangal	Verticales	76 000

Source : GfK Consumer Choices France

**Pour François Klipfel, Directeur Général Adjoint chez GfK Consumer Choices France** « Les prix littéraires confirment donc chaque année qu'ils sont des rendez-vous attendus des consommateurs et décisifs pour la tonicité du marché. ».

N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information comme pour l'organisation d'entretiens téléphoniques avec un **Chef de Groupe Livre chez GfK Consumer Choices France.**

**Méthodologie** : Les titres de la rentrée littéraire sont des références parues entre mi-août et mi-octobre, présentées par les éditeurs comme faisant partie de cette rentrée et classées par GfK dans le segment « fiction moderne ».

GfK Consumer Choices collecte en permanence et enrichit les données de ventes en sortie de caisse de 3500 points de vente sur les biens culturels. Ils sont représentatifs de la distribution de produits culturels en France, hormis les clubs : Grandes surfaces spécialisées culture, Grandes surfaces alimentaires, Librairies de 1er niveau et de proximité, Disquaires, E-commerce sur Internet et autres Grandes surfaces spécialisées (bricolage/jardinage / jouets / informatique, etc.) sont intégrées au panel.

Les données récupérées auprès de ces enseignes sont extrapolées selon des méthodes statistiques pour représenter les ventes sur la totalité du territoire français.

#### **A propos du groupe GfK**

GfK est l'un des instituts de recherches marketing les plus importants au monde. 11 500 experts GfK travaillent sur une nouvelle compréhension de la façon dont les gens vivent, pensent et achètent au quotidien, sur plus de 100 marchés. GfK innove constamment pour utiliser les technologies les plus récentes et les méthodologies les plus intelligentes pour offrir à ses clients la meilleure connaissance des personnes les plus importantes au monde : leurs clients. En 2011, GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,37 milliard d'euros. Pour en savoir plus, visitez les sites Internet <http://www.gfk.com> ou suivez le compte Twitter : [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en)

Pour en savoir plus, consultez <http://www.gfkrt.com/france/index.fr.html> ou [www.twitter.com/GfKFrance](http://www.twitter.com/GfKFrance)

#### **Contacts presse GfK**

Rosa Tomé, T : 01 47 42 48 16 / [rosa.tome@fleischmaneurope.com](mailto:rosa.tome@fleischmaneurope.com)  
Raphaël Couderc, T : 01 74 18 61 57 / [raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)