

**FOCUS**  
FÉVRIER 2017

# L'ÉDITION DE LIVRES PRATIQUES EN ALLEMAGNE

---



AUTEUR Anne LAPANOUSE

COORDINATION Clémence THIERRY

DÉPARTEMENT ÉTUDES

---

# SOMMAIRE

---

Introduction .....	2
Les données de l'édition de livres pratiques .....	3
A. LA PRODUCTION.....	3
a. Nombre de nouveautés par format .....	3
b. Les prix de vente.....	3
B. LES VENTES DE LIVRES PRATIQUES .....	4
a. Le troisième secteur du marché de l'édition .....	4
b. Prédominance des livres de cuisine dans les ventes.....	6
c. Le hardcover : format de référence .....	6
C. LES MEILLEURES VENTES LIVRES PRATIQUES .....	7
a. L'importance de la backlist .....	7
b. Zoom sur les livres de cuisine .....	8
D. LE PROFIL DES ACHETEURS.....	9
a. Le panier des clients .....	9
b. L'âge des acheteurs.....	9
E. LES LIEUX D'ACHAT .....	10
Les tendances éditoriales .....	11
A. LA MARQUE, AU CENTRE DES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT .....	11
B. LA PLACE CROISSANTE DES NON BOOKS.....	11
C. LES THEMATIQUES EN VOGUE .....	11
a. Les ouvrages sur les animaux .....	11
b. Les guides de fitness.....	12
c. Le miel .....	12
d. Les livres de cuisine .....	12
Les éditeurs de livres pratiques.....	14
A. APERÇU GÉNÉRAL .....	14
a. Les leaders du marché des livres pratiques .....	14
b. Les autres éditeurs de livres pratiques .....	16
B. LES ÉDITEURS DE LIVRES DE CUISINE .....	16
a. Les leaders du marché du livre de cuisine .....	16
b. Les autres éditeurs de livres de cuisine .....	18
C. LES EDITEURS DE LIVRES SUR LA SANTE .....	18
D. LES ÉDITEURS D'OUVRAGES SUR LES TRAVAUX MANUELS.....	20
Les modes de promotion des livres pratiques .....	21
A. LA PROMOTION ASSURÉE PAR L'ÉDITEUR .....	21
a. Le catalogue des éditeurs (Vorschau) .....	21
b. La promotion faite auprès des professionnels .....	21
c. La promotion multicanal .....	21
d. La presse.....	22
B. LES PRIX DISTINGUANT LES LIVRES PRATIQUES.....	22
Les cessions de droits.....	24
A. LES VENTES DE DROITS À L'ÉTRANGER.....	24
B. DES ÉCHANGES LIMITÉS AVEC LA FRANCE .....	25
C. LES PROGRAMMES D'AIDES FRANCO-ALLEMANDS .....	25
Conclusion.....	26
Annuaire.....	27

## INTRODUCTION

---

En allemand « livre pratique » se dit *Ratgeber*, ce qui signifie au sens propre « donneur de conseils ». Ces ouvrages ont comme mission première de faciliter les prises de décisions chez le lecteur, de transmettre des conseils, modes d'emploi, recettes, de façon simple et pratique. La frontière entre les livres pratiques et les ouvrages de non-fiction – qui en Allemagne comprennent les ouvrages de vulgarisation sur toutes les questions – est ténue. Les livres dits pratiques sont davantage tournés vers le savoir-faire et les applications. Les éditeurs prêtent une attention toute particulière aux illustrations, qui sont nombreuses, et à l'aspect du livre.

Alors qu'un temps, il n'existait au sein du syndicat de l'édition et de la librairie allemand (*Börsenverein*) qu'une seule section regroupant les ouvrages de non-fiction et les livres pratiques, un groupe composé spécifiquement d'éditeurs de livres pratiques – *IG Ratgeber* – s'est formé depuis 2004 pour défendre les intérêts de la branche et réfléchir aux stratégies à venir. Aujourd'hui 45 maisons d'édition en font partie et se réunissent une fois par an. Ce groupe a réussi à notamment imposé une catégorie « livres pratiques » dans les listes de best-sellers de la revue *Börsenblatt*, destinée aux professionnels du livre.

En termes de production, le marché des livres pratiques est en faible augmentation sur la période 2011-2015. En 2015, 9 607 nouveautés (hardcover et poches) sont parues. En termes de chiffre d'affaires, il se place en troisième position, après le CA de la littérature et de l'édition jeunesse. Après deux années de croissance (2013 et 2014), le CA de l'année 2015 a baissé de 4,5 % par rapport à 2014. : en 2015, il regroupe 14,3 % du CA général (dont les ouvrages de cuisine représentent plus d'un quart des ventes). Le paysage de l'édition de livres pratiques est dominé par quelques grandes maisons d'édition comme *Gräfe und Unzer*, *Kosmos* ou encore *Dorling Kindersley*. Comme en France, le secteur des livres pratiques allemand subit depuis plusieurs années la concurrence directe d'internet et de son flot d'informations gratuites. Les éditeurs ont dû s'adapter et repenser leurs stratégies marketing. Les interlocuteurs rencontrés ont fait part de la singularité de l'édition de livres de tourisme, très concentrée et de sa faible dimension internationale.

Nous découvrirons dans un premier temps le marché du livre pratique allemand dans sa dimension chiffrée (production et les ventes) pour ensuite aborder les tendances éditoriales actuelles, les grands acteurs du marché, les modes de promotion et enfin les cessions de droits à l'étranger.

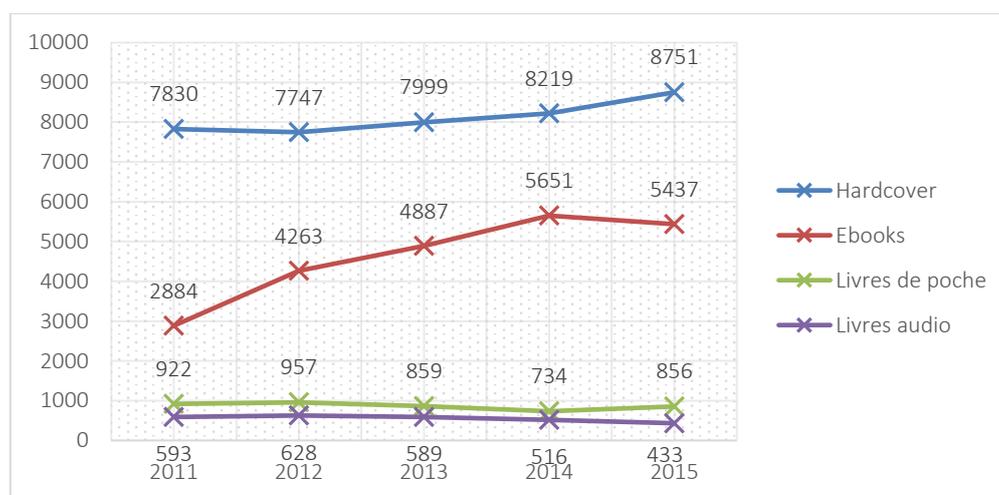
# LES DONNÉES DE L'ÉDITION DE LIVRES PRATIQUES

## A. LA PRODUCTION

### a. Nombre de nouveautés par format

La production du segment livres pratiques (hardcover et poche) a augmenté régulièrement ces cinq dernières années : en 2015, 9 607 nouveautés ont été publiées. C'est 654 titres de plus qu'en 2014. Le format hardcover est le plus répandu.

ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION LIVRES PRATIQUES [2011-2015]



Source : Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB)

Pour ce secteur, la production de livres audio est en baisse continue depuis 2012 et atteint 433 titres en 2015.

Les supports digitaux font maintenant intégralement partie des programmes des maisons d'édition de livres pratiques : en l'espace de cinq ans, le nombre de nouveautés ebooks a quasiment doublé (2011 : 2 884 ; 2015 : 5 437). Cependant, l'investissement qui leur est consacré diffère beaucoup d'une maison à l'autre, car les coûts de production dans ce domaine restent élevés et les ventes modérées.

Rares sont les maisons qui publient 1:1 leur catalogue en format numérique à l'instar de *Gräfe und Unzer*, leader du marché : cette maison publie tous ses livres sous forme d'ebooks, vendus 20 % moins chers que les versions imprimées, d'ebooks enrichis, et a déjà développé plus de 70 applications, accessibles partout (Appstore, etc.) et qui complètent les versions imprimées. Les éditions *Trias*, sont également à la pointe en ce qui concerne le secteur digital. Leur politique n'est pas pour autant de publier systématiquement en format ebook, mais de choisir le support digital en fonction des besoins du groupe ciblé.

La majorité des éditeurs décident au cas par cas de sortir un livre en ebook : ils peuvent alors mettre à disposition du public une version digitale du livre ou des contenus digitaux (vidéos, glossaires, etc.) qui le complètent : *Kosmos*, grand éditeur spécialisé dans les ouvrages sur la nature, en mettant à jour en 2014 sa collection à succès de guides sur la nature, a joint gratuitement le téléchargement des ebooks à l'offre papier. Certaines maisons, quant à elles, créent des collections exclusivement digitales, comme par exemple *Kreutzfeldt digital* qui publie des livres pratiques de business et de santé.

### b. Les prix de vente

## ÉVOLUTION DES PRIX DE VENTE PAR FORMAT [2011-2015]



Source : Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB)

À l'exception des livres de poche, tous les supports de diffusion des livres pratiques ont vu leurs prix baisser sur la période 2011-2015.

- Hardcover : en 2015, un livre pratique au format hardcover coûte en moyenne 19,33 euros. Ce prix tend à baisser sur la période 2011-2015 : -5,7 % sur la période globale, et -2 % entre 2014 et 2015.
- Livres de poche : le prix de ce format connaît une évolution en dents de scie, mais sur la période 2011-2015, il a augmenté de presque 8 %. Il faut compter, en 2015, 12,37 euros pour un livre de poche pour un livre pratique.
- Ebooks : le prix des ebooks est à la baisse sur la période 2011-2015. L'année 2015 marque le point le plus bas de la courbe avec une moyenne de 11,14 euros. Cela représente 60 % du prix d'un livre en hardcover.
- Livres audio : entre 2011 et 2015, le prix moyen des livres audio a baissé de 12 % ; 4,6 % sur la seule période 2014-2015.

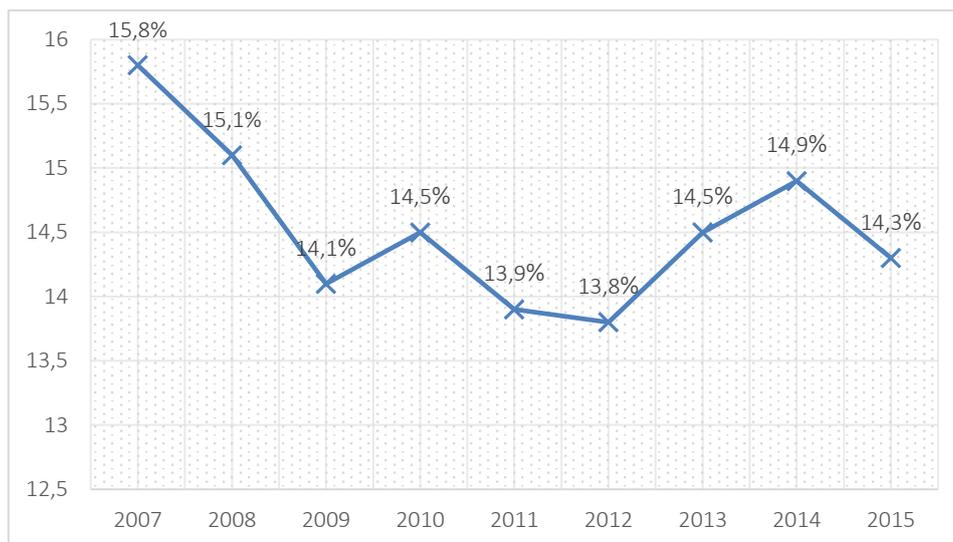
### B. LES VENTES DE LIVRES PRATIQUES

#### a. Le troisième secteur du marché de l'édition

Jusqu'en 2008, le marché des livres pratiques se plaçait à la deuxième place des ventes après la littérature. Le secteur de la jeunesse l'a ensuite dépassé et il est depuis le troisième secteur le plus prospère de l'édition allemande : en 2015, il regroupe 14,3 % du chiffre d'affaires général (dont les ouvrages de cuisine représentent plus d'un quart des ventes).

Toutefois, sa situation est jugée critique depuis plusieurs années, car ce secteur est plus qu'un autre en concurrence directe avec internet. Depuis 2007, son chiffre d'affaires baisse, et cela de façon accélérée jusqu'en 2013 – à l'exception de l'année 2010. L'un des grands défis des éditeurs depuis 2010 est de développer des stratégies multicanales pour renforcer leur présence sur internet.

### PART DU CA DES LIVRES PRATIQUES\* DANS LE CA GÉNÉRAL



Source : Börsenverein

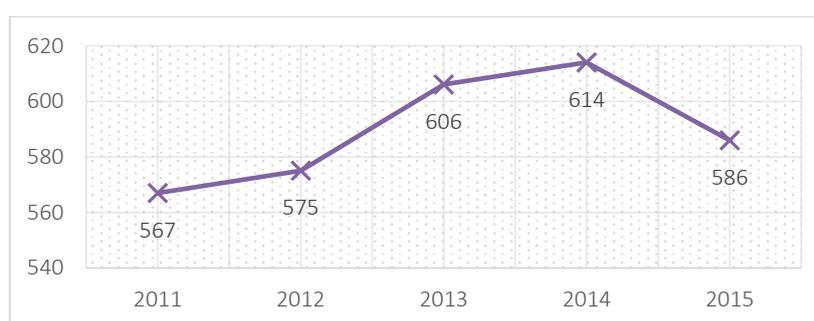
\*hardcover / paperbak, poche, livres audio ; sans ebooks

### NOMBRE DE TITRES VENDUS [2011-2015] (MILLIONS D'EXEMPLAIRES)



Source : Gfk

### CA DES LIVRES PRATIQUES [2011-2015] (MILLIONS D'EUROS)



Source : Gfk

En 2015, 41 millions de livres pratiques ont été vendus (49,3 si on ajoute les téléchargements audio et les ebooks), soit 6 % de moins que l'année précédente.

Cela correspond à un CA de 586 millions d'euros (4,5 % de moins qu'en 2014). Cette baisse s'inscrit dans un mouvement général des baisses des ventes de livres. Sur la période 2011-2015, le CA généré par les livres pratiques a augmenté de 1 %.

### b. Prédominance des livres de cuisine dans les ventes

Au sein des ventes de livres pratiques, certains secteurs connaissent des résultats positifs sur la période 2007-2015 :

- Durant la dernière décennie, l'édition et les ventes d'ouvrages sur l'alimentation se sont beaucoup développées : leur part dans le CA des livres pratiques a augmenté de 6,4 points entre 2007 et 2014. Malgré un léger recul en 2015, dû à un tassement des ventes d'ouvrages sur le veganisme, le secteur de la gastronomie génère cependant plus d'un quart du CA des livres pratiques.
- La part des guides portant sur la maison et les travaux manuels a aussi régulièrement augmenté sur la période 2009-2015 avec un pic en 2015 (13,5 % du CA livres pratiques).
- Il en est de même pour le secteur de la santé, dont la part dans le CA est en hausse constante depuis 2007.

Sur la période 2007-2015, trois domaines sont nettement en recul : la spiritualité (-4,2 points entre 2007 et 2015), la vie quotidienne (-3,3 points) et les ouvrages relevant du droit, de la carrière et des finances (-2,7 points), bien que tous aient connu une année 2015 positive.

#### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (%) AU SEIN DE LA CATÉGORIE LIVRE PRATIQUE [2007-2015]

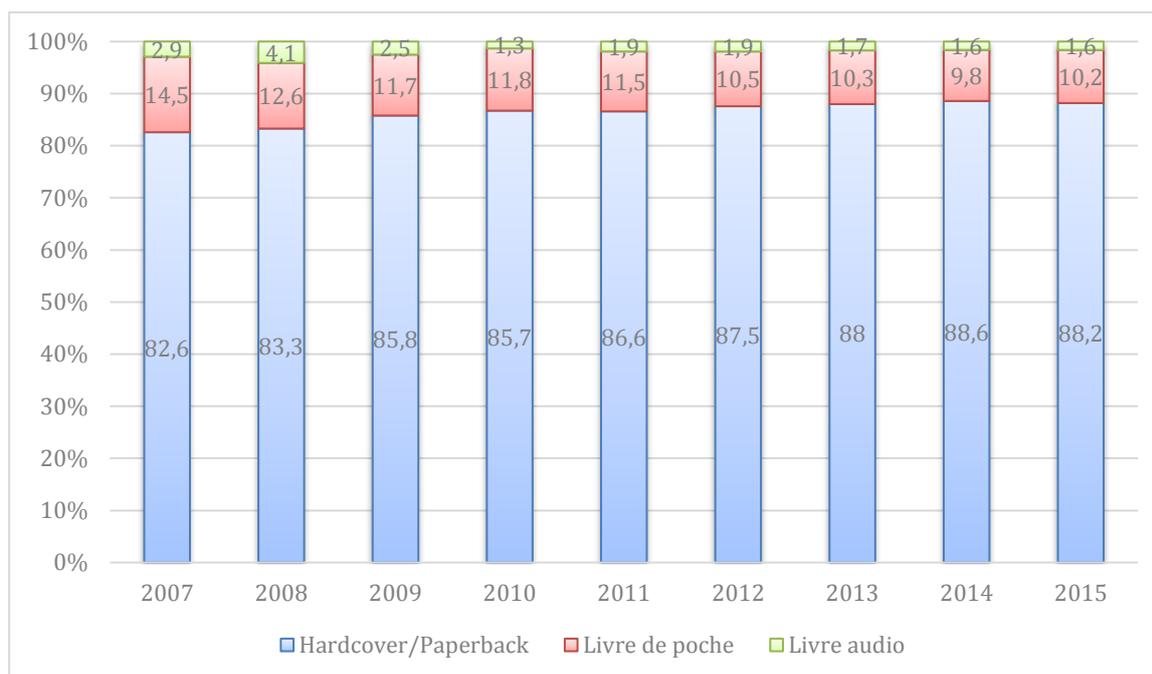
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Maison, travaux manuels</i>	10,4	11	10,3	10,7	11,3	13	13,1	12,5	13,5
<i>Nature</i>	10,5	10,9	11,4	11,3	11,5	11,3	10,7	9,9	9,9
<i>Moyens de locomotion, avions, bateaux, espace</i>	4	3,9	3,9	3,7	3,5	3,2	3,4	3,2	3,3
<i>Sport</i>	4,5	4,4	4,5	4,7	4,2	4,7	4,8	6,1	4,4
<i>Manger et boire</i>	21,6	21,1	22,6	22,9	23,9	25,2	28	28	27,4
<i>Santé</i>	16,9	16,7	17,5	17	17	17	17,2	18,1	18,7
<i>Spiritualité</i>	8,6	7,2	6,7	6,8	6,2	5,5	4,7	4,7	4,4
<i>Vie quotidienne</i>	18,5	20,4	18,9	18,7	18,5	16,6	14,9	14,5	15,2
<i>Droit, carrière, finances</i>	5	4,4	4,3	4,2	3,9	3,5	3,2	3,0	3,3
<i>Total</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : Börsenverin

### c. Le hardcover : format de référence

Les livres pratiques conçus comme livres-objets, largement illustrés, se sont beaucoup développés ces dix dernières années, c'est pourquoi le format hardcover a pris une importance croissante dans le CA des livres pratiques, avec cependant un léger fléchissement en 2015. À l'inverse, le livre de poche, en baisse quasi continue depuis 2007 a connu un regain en 2015 et génère 10,2 % du CA des livres pratiques.

## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (%) PAR FORMAT [2007-2015]



Source: GfK

La part des livres pratiques dans le CA des ebooks reste faible : 4 % en 2013, 5 % en 2014 et 4 % en 2015.

La taxation des non-books fait débat, notamment celle des cahiers de coloriage, qui sont actuellement très en vogue outre-Rhin. Doit-on les considérer comme des livres ? Si certaines enseignes appliquent les 7 % de TVA habituellement réservés aux livres non-books – puzzles, stickers, cahiers de jeux ou encore coloriages –, les autorités fiscales invitent plutôt à la prudence. L'agence internationale de l'ISBN, quant à elle, ne considère pas les livres de coloriage comme des livres, car leur contenu est réalisé par le lecteur. Ils ne reçoivent donc pas d'ISBN. Cet argument est rejeté par une partie des maisons d'édition. Le statut des livres de coloriage reste pour l'instant assez flou.

### C. LES MEILLEURES VENTES LIVRES PRATIQUES

#### a. L'importance de la backlist

Pour l'année 2015, ce sont les ouvrages de gastronomie, de diététique et de remise en forme qui occupent le haut du palmarès. Dans le secteur des livres pratiques, les *backlists* sont très importantes : sur les 25 meilleures ventes de l'année, six titres étaient sortis en 2015 alors que 19 étaient sur le marché depuis plus longtemps : citons *Weber's Grillbibel* de Jamie Purviance (édition *Gräfe und Unzer*), paru en 2010 et qui s'est vendu depuis sa première sortie à 1,2 million d'exemplaires ; mais aussi *Jetzt! Die Kraft der Gegenwart* de Eckart Tolle (édition *Kamphausen*, 2010) ; *Fit ohne Geräte* von Joshua Clark und Mark Lauren (édition *Riva*, 2011) ou *Die Kuh, die weinte* de Ajahn Brahm (édition *Lotos/Random House*, 2006). Le dernier titre de la liste *Kosmos Himmelsjahr* est régulièrement mis à jour et réédité... depuis 1910.

LES MEILLEURES VENTES DE LIVRES PRATIQUES HARDCOVER / PAPERBACK 2015

Rang	Titre	Auteur	Éditeur
1	<i>Weber's Grillbibel</i>	Jamie Purviance	Gräfe und Unzer
2	<i>Das Vorsorge-Set</i>		Siftung Warentest
3	<i>Wiedersehen im Café am Rande der Welt</i>	John Strelecky	dtv
4	<i>Heimat</i>	Tim Mälzer	Mosaik
5	<i>Grüne Smoothies</i>	Christian Guth, Bernhard Hickisch	Gräfe und Unzer
6	<i>Die Kuh, die weinte</i>	Ajahn Brahm	Lotos
7	<i>Das hCG-Kochbuch</i>	Anne Hil	Kamphausen
8	<i>Fit ohne Geräte</i>	Joshua Clark, Mark Lauren	Riva
9	<i>Jerusalem</i>	Yotam Ottolenghi, Sami Tamimi	Dorling Kindersley
10	<i>Superfood für jeden Tag</i>	Jamie Oliver	Dorling Kindersley
11	<i>Low Carb - Das 8-Wochen-Programm</i>	Claudia Lenz	Trias
12	<i>Grill den Henssler - Das Kochbuch</i>	Steffen Henssler:	Gräfe und Unzer
13	<i>Jetzt! Die Kraft der Gegenwart</i>	Eckart Tolle	Kamphausen
14	<i>Grüne Smoothies - Die Energiebooster</i>	Fern Green	Dorling Kindersley
15	<i>Weber's Wintergrillen</i>	Jamie Purviance	Gräfe und Unzer
16	<i>Die hCG-Diät</i>	Anne Hild	Kamphausen
17	<i>Vegan for Starters</i>	Attila Hildmann	Becker-Joest-Volk
18	<i>Dumm wie Brot</i>	David Perlmutter, Kristin Loberg	Mosaik
19	<i>Low Carb - Das Kochbuch</i>	Elisabeth Fischer, Claudia Lenz, Doris Muliari, Christa Schmedes, Gregor Velske	Gräfe und Unzer
20	<i>Das Steiner Prinzip</i>	Matthias Steiner	Südwest
21	<i>Vegan for Fit. Die Attila Hildmann 30-Tage-Challenge</i>	Attila Hildmann	Attila Hildmann
22	<i>Faszien-Fitness</i>	Robert Schleip, Johanna Bayer	Riva
23	<i>Vegan to go</i>	Attila Hildmann	Becker-Joest-Volk
24	<i>Jamies 15-Minuten-Küche</i>	Jamie Oliver	Dorling Kindersley
25	<i>Kosmos Himmelsjahr 2016</i>	Hans-Ulrich Keller	Kosmos

Source : Gfk Entertainment

Les maisons d'édition indépendantes de ce secteur présentes dans la liste des meilleures ventes sont *Kamphausen* – avec les auteurs Anne Hild et Eckart Tolle – et *Becker Joest Volk* – avec Attila Hildmann.

b. Zoom sur les livres de cuisine

Domaine en constant essor sur la période 2010-2015, les livres de cuisine thématiques sont aussi les plus demandés ; ils génèrent en 2015 presque la moitié du CA du secteur des livres de cuisine (2015 : 43,1 %). Cet intérêt croissant pour une approche thématisée de la cuisine se fait au détriment des ouvrages plus généralistes qui ont perdu 15 points en l'espace de cinq ans. Parmi les meilleures ventes 2015, citons l'ouvrage sur la cuisine au barbecue (*Weber's Grillbibel*, 1<sup>ère</sup> place), celui sur les smoothies verts (*Grüne Smoothies*, 2<sup>ème</sup> place) ou encore recettes liées à des régimes alimentaires spécifiques (*Das hCG-Kochbuch*, 7<sup>ème</sup> place ; *Low Carb - Das 8-Wochen-Programm*, 11<sup>ème</sup> place ou encore *Vegan for Fit. Die Attila Hildmann 30-Tage-Challenge*, 21<sup>ème</sup> place).

## REPARTION DU CA DES LIVRES DE CUISINE [2010-2015]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Ouvrages généralistes, dictionnaires</i>	2	2,1	1,9	1,4	1,1	1
<i>Livre de recettes généraliste</i>	25,8	20	20	16,4	11,4	10,4
<i>Cuisine régionale</i>	13,3	12,8	9,9	9,9	8,8	9,7
<i>Livre de recettes thématique</i>	29,7	35,4	34,8	37,4	40,5	43,1
<i>Cuisine diététique</i>	10,4	10,6	10,5	13,8	15,1	14,3
<i>Pâtisserie</i>	9,3	9,9	11,8	12,5	12,5	10,6
<i>Boissons</i>	4,2	4,2	3,9	3,7	4,3	5,9
<i>Autres</i>	5,3	5	7	4,8	6,3	5,1
<i>Total</i>	100	100	100	100	100	100

Source : Börsenverein

### D. LE PROFIL DES ACHETEURS

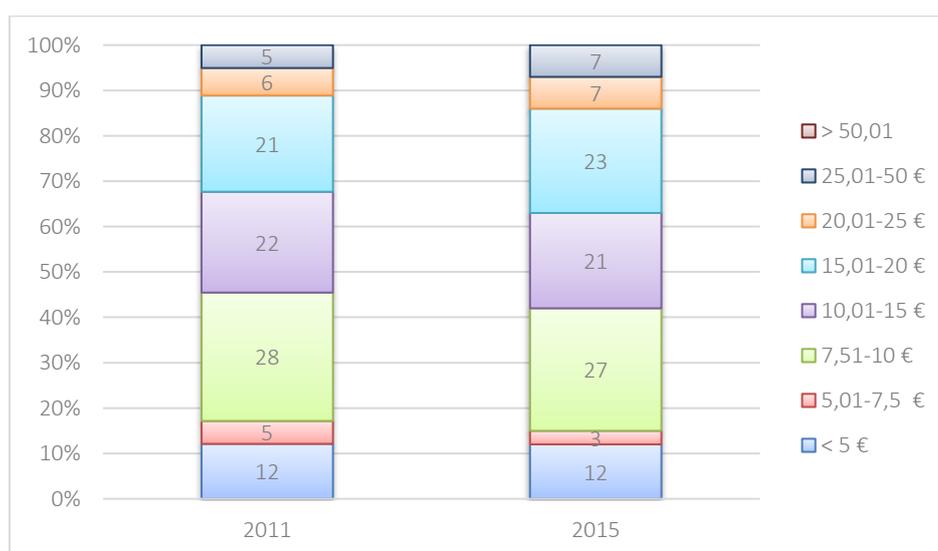
#### a. Le panier des clients

Le marché du livre pratique perd des acheteurs depuis 2013.

En 2015, un Allemand sur cinq a acheté au moins un livre pratique. Les clients ont, en 2015, acheté moins de livres pratiques (tout format) : 3,59 contre 3,61 en 2014. La tendance est également à la baisse sur la période 2011-2015.

En revanche, ils ont dépensé davantage pour un ouvrage : en 2015, le prix moyen est de 14,09 euros pour un livre pratique (tout support) alors que la moyenne générale s'élève à 12,92 euros. Le montant dépensé pour un livre pratique est en hausse constante sur la période 2010-2015 (+ 8,2 %). 14 % des livres pratiques vendus coûtent plus de 20 euros.

#### VENTILATION DES PRIX DE LIVRES PRATIQUES (en %) [2011 – 2015]



Source : GfK

#### b. L'âge des acheteurs

D'après une étude reprise par le syndicat de l'édition (Börsenverein), les acheteurs de livres pratiques sont relativement plus âgés que les acheteurs de livres en général.

## REPARTITION PAR AGE DES ACHETEURS DE LIVRES PRATIQUES (2015)

	< 19 ans	< 29 ans	< 39 ans	< 49 ans	< 59 ans	< 99 ans
<i>Acheteurs de livres pratiques</i>	2 %	13 %	14 %	23 %	24 %	25 %
<i>Acheteurs de livres en général</i>	11 %	13 %	13 %	19 %	17 %	27 %

Source : Börsenverein

### E. LES LIEUX D'ACHAT

---

Si les chaînes de librairies laissent une place relativement importante aux livres pratiques (contre paiement des maisons d'édition), il n'en va pas tout à fait de même dans les librairies indépendantes, disposant d'une surface plus réduite. Les livres pratiques y sont moins mis en valeur que les ouvrages de non-fiction ou la littérature. « Google » étant devenu le concurrent direct des livres pratiques, les professionnels interviewés indiquent que les clients achètent moins spontanément qu'auparavant et viennent avec une référence précise.

À l'instar de *Gräfe und Unzer*, certains grands éditeurs placent leur assortiment de livres pratiques dans une palette de commerces très large : magasins de bricolage ou animalerie, jardineries, pharmacies, cavistes, etc., selon les thématiques abordées par les ouvrages.

La section des éditeurs de livres pratiques au sein du *Börsenverein, IG Ratgeber*, organise des séminaires pour les libraires à travers l'Allemagne et au sein de centres de formation pour faire connaître le fonds de livres pratiques et proposer des conseils de mise en valeur de ces ouvrages. Voici une sélection parmi les propositions faites :

- organiser des tables autour d'une thématique, afin de présenter cote à cote des genres différents, par exemple des romans et des livres pratiques ;
- thématiser la décoration de la librairie pour attirer le public, par exemple : installer un écran plat lors des compétitions de football (les retransmissions dans les magasins sont très répandues en Allemagne), installer un circuit automobile pour attirer la clientèle masculine, faire pousser des plantes, etc.

## LES TENDANCES ÉDITORIALES

---

### A. LA MARQUE, AU CENTRE DES STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

---

Face à la concurrence d'internet, les éditeurs de livres pratiques misent sur leur image de marque et celles des auteurs comme gage de qualité pour se démarquer du flot d'informations disponibles gratuitement. En librairie, la reconnaissance de l'auteur et celle de la maison d'édition sont des facteurs de vente important. Les grandes maisons d'édition du secteur ont donc développé une stratégie marketing qui s'appuie sur la marque. Pour cela, elles ont modernisé leur graphisme et leur nom (*GU* pour *Gräfe und Unzer*, *DK* pour *Dorling Kindersley*) afin de créer une identité visuelle forte et reconnaissable au premier regard ; elles font appel à des auteurs célèbres ; et elles mettent à jour régulièrement des titres phares de la maison et en déclinent en différentes versions. Par exemple, les éditions *Kosmos* (guides pratiques sur la nature) ont décliné deux de leurs titres phares *Was blüht denn da ?* (guide sur les plantes) et *Was fliegt denn da ?* (guide sur les oiseaux) en versions poche, illustrée avec des photos ou des dessins, pour débutants, etc.

### B. LA PLACE CROISSANTE DES NON BOOKS

---

De plus en plus de maisons d'édition proposent d'autres produits qui accompagnent leurs ouvrages ou sont même dans certains cas vendus seuls comme les livres de coloriage. Cette tendance des non books s'est particulièrement illustrée sur les thématiques telles que le jardinage urbain.

Voici quelques exemples d'initiatives qui sortent du cadre livresque :

- Les éditions *Hädecke* diffusent par exemple depuis 2014 des produits de l'entreprise italienne *Eugea* : graines à semer, cartes, cadeaux et à présent jeux pour enfants *Garten der Marienkäfer*. Le but de cette démarche, à l'initiative d'une chercheuse italienne, est de favoriser l'émergence de certains insectes dans les villes. Ces non books sont réalisés dans des matériaux biodégradables. Dans ce cas, le lien avec la production éditoriale de la maison centré sur la gastronomie n'est pas direct, mais les valeurs soutenues sont proches.
- Les éditions *Frech* produisent depuis 2013 des petits sets pour la couture, des sets de travaux manuels prêts à l'emploi (les *Wallowbies* pour faire des animaux en tricot se vendent très bien). Ces produits sont conçus et développés en interne (le producteur est ensuite cherché). Les libraires peuvent acheter ces produits séparément ou avec le livre *Meine kreative Nähwelt*, dont le design s'accorde avec ces produits non-books.
- La mode des coloriages pour adultes est également très ancrée en Allemagne. Mais le succès des coloriages pour adultes est à relativiser lorsque l'on regarde le classement des meilleurs ventes 2015, d'où ils sont absents.

Comme nous l'avons déjà souligné, un débat a été déclenché sur la taxe à appliquer à ces produits, notamment en ce qui concerne les livres de coloriage. S'il n'existe pas de réglementation ferme, l'ISBN et les autorités fiscales ne considèrent pas les livres de coloriage comme des livres ; ils doivent donc être soumis à une TVA de 19 % et ne possèdent pas d'ISBN.

### C. LES THEMATIQUES EN VOGUE

---

Voici une sélection de quelques thématiques qui font l'objet de nombreuses publications actuellement.

#### a. Les ouvrages sur les animaux

Le marché des livres pratiques sur les animaux domestiques est plus que saturé. Pourtant chaque année,

paraissent de nouveaux ouvrages, notamment sur les relations entre les humains et les animaux domestiques (chiens, chevaux, un peu moins chats) : 500 ouvrages sont disponibles sur le sujet. Pourtant, cette thématique inspire toujours autant. Une des approches en vogue depuis deux ans est le langage des animaux. Plus les ouvrages sont spécialisés dans un domaine, plus ils ont une chance de se démarquer.

Les éditions *Kosmos* proposent des livres pratiques sur le sujet avec des illustrations explicatives : *Was denkt mein Hund ?* (trad. : Qu'est-ce-que pense mon chien ?); *Was denkt meine Katze ?* (trad. : Qu'est-ce-que pense mon chat ?) ; *Komm nicht, gibt's nichts : So klappt der Rückruf bei jedem Hund* (trad. : Si tu ne viens pas, il n'y aura rien : comment réussir à rappeler son chien) de Claudia Toll (édition *Kosmos*) ; *Körpersprache von Hund und Mensch* (trad. : Le langage corporel des chiens et des hommes) de Johanna Esser (édition *Kosmos*)

#### b. Les guides de fitness

Les ouvrages sur la santé se portent bien. Parmi les thématiques en vogue, les ouvrages abordant la gymnastique se démarquent clairement (+ 18 % entre 2014 et 2015). Franz Kafka suivait déjà un entraînement quotidien qui s'appuyait sur le bestseller du danois Jørgen Peter Müller *Mein System*, dont la version allemande de 1904 se vendit à 400 000 exemplaires.

Actuellement, deux tendances éditoriales se dégagent : les ouvrages qui promettent des résultats grâce à peu d'efforts et des guides qui s'adressent aux sportifs qui veulent affiner leur entraînement. Petite sélection 2016 parue dans la revue professionnelle *Börsenblatt* :

Le fitness sans efforts	<i>Fast Fitness – das Original</i> , Michael Mosleys et Peta Bees (édition <i>Goldmann</i> ) <i>Fitness-Minis</i> , Tina Schütze (édition <i>Gräfe und Unzer</i> ) <i>Das Men's Health 15-Minuten-Workout-Buch</i> (édition <i>Falken</i> ) <i>Functional fitness ohne Gerät</i> , Björn Kafka (édition <i>Delius Klasing</i> )
Pour les sportifs	<i>No excuses the next level</i> , Seyit Ali Shobeiri (édition <i>Falken</i> ) <i>Trainieren wie im Knast</i> (1 et 2), Paul Wade (édition <i>Riva</i> )

#### c. Le miel

L'intérêt des Allemands pour l'élevage d'abeilles est perceptible dans la production éditoriale de ces derniers mois.

Pour les débutants, des ouvrages pas à pas ou généralistes	<i>Imkern als Hobby</i> , Sebastian Spiewok (édition <i>Kosmos</i> ) <i>Unsere ersten Bienen</i> , Angelika Sust (édition <i>Ulmer</i> ) <i>Bienen Basics</i> , Sandra Bielmeier et Armin Bielmeier (édition <i>Gräfe und Unzer</i> ) <i>Imkern für Dummies</i> , Howland Blackiston (édition <i>Wiley-VCH</i> )
Sur des questions plus spéciales et sur les problèmes	<i>Imkern. Der Problemlöser</i> , James E. Tew (édition <i>BLV</i> ) <i>Tod einer Königin</i> , Joana Kelén (édition <i>Kosmos</i> )
Pour les sympathisants des abeilles	<i>Die schönsten Pflanzen für Bienen</i> , Ursula Kopp (édition <i>Bassermann</i> ) <i>Bienenwachs Werkstatt</i> , Petra Ahnert (édition <i>Landwirtschaftsverlag</i> )

#### d. Les livres de cuisine

Nous l'avons vu dans la partie sur les meilleures ventes, les livres de cuisine remportent un grand succès en Allemagne. Après plusieurs années de succès, les ventes d'ouvrages sur le véganisme se sont tassées en 2015. Mais d'autres thématiques sont encore très en vogue (cf. liste des meilleures ventes). Les ouvrages réalisés par des (food)bloggers remportent aussi un vif succès auprès du public. Citons *Deliciously Ella* de Ella Woodward

(*Berlin Verlag*). Dans une autre rubrique, voici une petite sélection d'ouvrages sur deux thèmes bien aimés des Allemands, la bière et le faire soi-même :

- *Bier selbst gebraut*, Klaus Kling (édition *Die Werkstatt*)
- *Gutes Bier, Wein, Likör*, Nick MoyleRichard Hood (édition *Ullmann*)
- *Alles über Bier infografiken*, Thomas Althaus (édition *Riva*)
- *Das kleine Bierkochbuch*, Sandra Ganzenmüller Sebastian Priller-Riegele (édition *BLV*)
- *Craft Beer Kochbuch*, Torsten Goffin et Stevan Paul (édition *Brandstätter*)

## LES ÉDITEURS DE LIVRES PRATIQUES

Toutes les deux semaines, la revue professionnelle *Börsenblatt* publie une liste des 25 meilleures ventes (hardcover) de livres pratiques. En 2015, quatre maisons d'édition se partageaient le podium des bestsellers. L'éditeur *Gräfe und Unzer* se situait loin devant, avec 26 titres classés dans ces listes, suivi des éditions *Kosmos* et *Dorling Kindersley* avec sept titres puis *Beck Joest Volk* avec six titres.

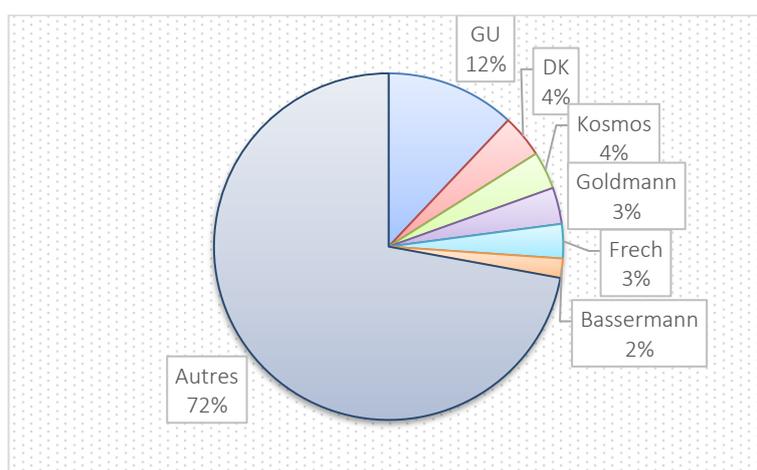
En 2016, l'avance de ces géants de l'édition pratique demeure mais est moins marquée, *Gräfe und Unzer* « n'a plus que » 17 titres classés, *Dorling Kindersley* neuf, et *Riva* huit.

### A. APERÇU GÉNÉRAL

#### a. Les leaders du marché des livres pratiques

En observant la répartition du CA global du secteur pratique, on retrouve six maisons principales : *Bassermann*, *Dorling Kindersley*, *Gräfe Und Unzer*, *Frechverlag*, *Goldmann* et *Kosmos*. La maison münichoise *Gräfe und Unzer* s'impose comme leader.

#### LES LEADERS DU MARCHÉ LIVRES PRATIQUES



Source : Gfk Entertain

#### BASSERMANN (RANDOM HOUSE)

Les éditions *Bassermann* fondées en 1843 sont spécialisées en livres pratiques bon marché autour des grands thèmes du secteur : gastronomie, bien-être et santé, loisirs et créativité, jardin, etc. Depuis 2011, existe une filiale *Bassermann Inspiration* qui publie des livres autour des thématiques de la créativité, jardin et art de vivre destinés à un public féminin. Les deux marques publient 120 nouveautés par an.

#### DORLING KINDERSLEY (RANDOM HOUSE)

Il s'agit de la filiale allemande du groupe international *Dorling Kindersley* qui appartient au groupe *Penguin Random House* depuis 2013. *Dorling Kindersley* (Allemagne) est plus connue du public sous le logo *DK*. Elle publie principalement des ouvrages pratiques selon une large palette thématique : nature, musique, jardinage, fitness, bien-être, sport, guides de voyage, etc. Sa collection de livres de cuisine est particulièrement réputée et compte de nombreux best-sellers (éditeur de Jamie Oliver). La maison enregistre un chiffre d'affaires de 31,3 millions d'euros en 2015. Près de 270 nouveaux titres ont été publiés au sein des trois marques de la maison (*Dorling Kindersley*, *Coventgarden* et *Dorling Kindersley Reiseführer*).

## GRÄFE UND UNZER (GANSKE)

Grande librairie généraliste prussienne au début du XVII<sup>ème</sup> siècle, *Gräfe und Unzer* change d'activité au lendemain de la Seconde guerre mondiale pour se lancer dans l'édition généraliste. Cette maison appartient au grand groupe d'édition *Ganske*, situé à Hambourg<sup>1</sup>. *Gräfe und Unzer* publie aujourd'hui des livres pratiques et son offre éditoriale, portée par la marque *GU* (60% du CA), est reconnue dans les domaines des livres de cuisine, de la santé et du développement personnel. La maison est composée de trois autres marques : *Teubner* (ouvrages et manuels de cuisine à destination des professionnels), *Hallwag* (livres pratiques de cuisine, type Michelin) et *Gräfe und Unzer Autorenverlag* (ouvrages de cuisine d'auteurs et de chefs célèbres). Le chiffre d'affaires de la maison s'élève en 2015 à 50,5 millions d'euros, en baisse de 10,5% par rapport à 2014. 430 nouveautés ont été publiées la même année. *GU* publie tous ses livres en format ebook, certains sont enrichis (ils coûtent 20% moins chers que le print). Le catalogue se compose en outre d'environ 70 applications développées à partir des titres papier. En plus de détenir sa propre chaîne de librairies, une des spécificités de *Gräfe und Unzer* est de fournir l'équipement (tables, étagères, affiches) nécessaire à la présentation de ses ouvrages en librairies. Les livres de la maison sont disponibles dans un grand nombre de points de vente (librairies, pharmacies pour les ouvrages sur la santé, animaleries pour les ouvrages sur les animaux, etc.).

## FRECHVERLAG

Créée en 1955, la maison *Frechverlag* propose plus de 800 titres à son catalogue et publie environ 200 nouveautés par an. Elle est leader du marché des guides créatifs et ses titres constituent près de la moitié des meilleures ventes des catégories « activités créatives » ou encore « peindre et dessiner ». Le catalogue se compose de guides sur le bricolage, les travaux manuels, la peinture et le dessin, la décoration intérieure, etc. *Frechverlag* possède aussi une section consacrée à la jeunesse *Kinderkreativ*.

## GOLDMANN (RANDOM HOUSE)

La branche allemande de *Random House* appartient au groupe de médias *Bertelsmann* depuis 1998. En Allemagne, *Random House* se compose de quatre divisions *Blanvalet*, *Heyne*, *Goldmann* et *Penguin*. Depuis 1977, la division *Goldmann* publie des ouvrages principalement grand public grâce aux huit maisons d'édition qui la constituent : *btb*, *Luchterhand*, *Manhattan*, *Page & Turner*, *Mosaik*, *Arkana*, *Kailash* et *Riemann*. Des ouvrages de non-fiction et des livres pratiques composent le catalogue des maisons *Mosaik*, *Arkana*, *Kailash* et *Riemann*. La maison *Goldmann* publie des livres et livres pratiques, notamment dans le domaine de la santé et du bien-être, dont le succès lui assure une place de leader sur ce secteur.

## KOSMOS VERLAG

Maison d'édition très ancienne (1822), *Kosmos* s'est spécialisée en sciences naturelles dès le XIX<sup>ème</sup> siècle. Aujourd'hui, elle publie des livres pratiques et des ouvrages grand public sur la nature, le jardin, les animaux domestiques, les loisirs ou encore la gastronomie. Les livres pratiques sur les plantes *Was blüht denn da ?* ou sur les oiseaux *Was fliegt denn da ?* sont deux titres phare du catalogue, déclinés sous des formes différentes (poche, illustré avec des photo ou des dessins, version pour débutants, etc.). Il existe plus de six applications créées à partir d'ouvrages sur la nature. Les éditions *Kosmos* proposent en parallèle de leurs titres des applications, mettant en scène autrement les conseils des spécialistes. Par exemple, il existe avec le guide sur les oiseaux devenu un classique *Was fliegt denn da ?* une application pour smartphone sur laquelle on peut entendre 188 chants d'oiseaux. Deux autres départements font la renommée des éditions *Kosmos* : ce sont la section jeunesse, qui propose aussi des ouvrages en sciences naturelles, notamment des petites encyclopédies et celle des jeux de société et boîtes à expériences. *Kosmos* génère environ 4 % du chiffre d'affaires de l'édition de livres pratiques.

---

<sup>1</sup> Le groupe possède notamment les maisons *Gräfe & Unzer*, *Hoffmann & Campe* (littérature), *Hatje Cantz* (art et architecture), *Travel House Media* (cartes et guides touristiques), ainsi que 40% des parts du groupe *DTV*.

b. *Les autres éditeurs de livres pratiques*

**BELTZ VERLAG**

La maison d'édition *Beltz* fait partie des grands groupes allemands (32,5 millions d'euros, ce qui la place à la 32<sup>ème</sup> place des plus grandes maisons allemandes, tous secteurs confondus). À côté d'un programme jeunesse important, elle propose aussi de nombreuses publications de non-fiction et livres pratiques ainsi que des ouvrages universitaires (sciences de l'éducation, santé, psychologie).

**NAUMANN & GÖBEL**

Créée en 1983, *Naumann & Göbel* s'est fait un nom sur le marché des livres pratiques sous l'identité *NGV*. Ses titres sont largement traduits. *NGV* publie des livres pratiques illustrés bon marché, son segment cuisine est particulièrement fructueux. La collection *Minikochbuch* (livres de cuisine en petit format), qui existe depuis 2009, a été imprimée à plus de 13 millions d'exemplaires, dispose de 130 titres et a été traduit en 20 langues. *NGV* dispose des droits sur les marques *Singer* et *Chefkoch*. Une grande partie de ses titres existent sous forme d'ebook. En outre, *NGV* met des extras (patrons, vidéos, fichiers audio, etc.) à disposition du public à l'aide de QR-Codes.

**ULLMANN**

Depuis 2007, les éditions *Ullmann* situées à Potsdam développent des guides de voyages, des livres jeunesse, des beaux livres (art, nature, architecture, art de vivre), ainsi que des livres pratiques illustrés (livres de cuisine notamment) réalisés par des auteurs et des photographes renommés. Certains ouvrages sont publiés dans 20 langues et vendus dans 60 pays. Sous le label *Vista Point* sont publiés des best-sellers comme *1000 Places to See Before You Die* de Patricia Schultz ou la collection *Go Vista* dont il existe aussi une application.

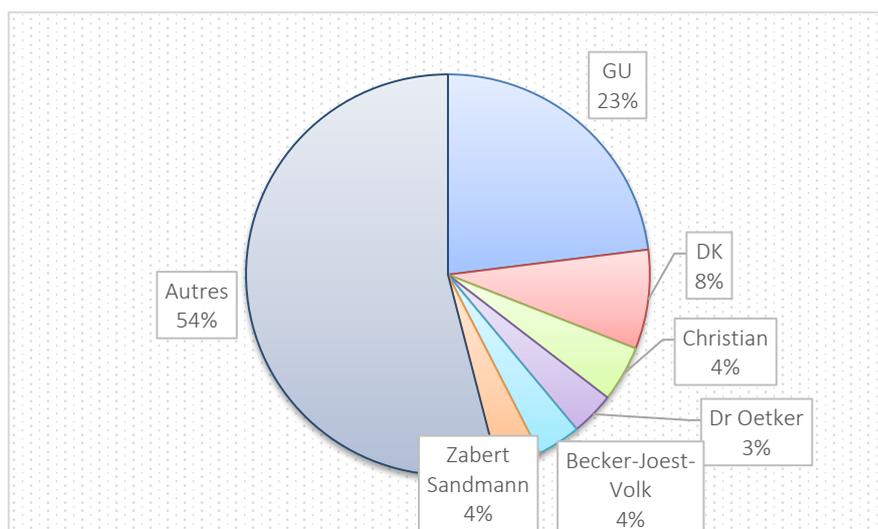
**B. LES ÉDITEURS DE LIVRES DE CUISINE**

---

a. *Les leaders du marché du livre de cuisine*

Sur le secteur des livres de cuisine, *Gräfe und Unzer* se positionne clairement comme leader du marché, générant à lui seul près d'un quart du CA, suivi de *Dorling Kindersley* (8 %). Les éditions *Christian*, *Dr. Oetker*, *Becker-Joest-volk* et *Zabert Sandmann* sont à l'origine de 15 % du CA.

## LES LEADERS DU MARCHÉ LIVRES DE CUISINE



Source : Gfk Entertain

### BECKER-JOEST-VOLK

Maison relativement récente, *Becker-Joest-Volk* a été fondée en 2003 par un photographe de paysages et les deux responsables d'une agence publicitaire : elle compte aujourd'hui 12 salariés. Avec de beaux livres illustrés, elle a su s'imposer parmi les éditeurs de livres pratiques. Parallèlement aux ouvrages consacrés aux jardins, *Becker-Joest-Volk* publie depuis 2009 des livres de cuisine et des beaux livres. En 2013, le programme est complété par des livres de loisirs, de créativité, d'art et de photographie. Attila Hildmann et ses ouvrages sur le véganisme fait partie des auteurs à succès de la maison.

### CHRISTIAN (GERANOVA BRUCKMANN)

Les éditions *Christian* ont été fondées en 1947. À partir de 1978, elles sont rachetées tour à tour par *Time-Life-Books-Konzern*, *Prestel Publishing*, et le groupe éditorial *GeraNova Bruckmann*. La maison a axé son programme sur la gastronomie (elle a été primée lors du World Cookbook pour *Die vegetarische Kochschule* de Christi Kurz et *Die venezianische Küche* de von Russell Norman) mais publie aussi des ouvrages sur le jardin et la maison. Elle est en outre l'éditeur allemand du guide Gault&Millau.

### DR. OETKER VERLAG (EDEL)

Initialement entreprise de produits alimentaires, August Oetker publie des recettes au dos de ses emballages puis sous forme de brochures. En 1911 et 1930, paraissent ses premiers livres de recettes qui sont devenus des classiques (*Backen macht Freude*), puis en 1950 une maison d'édition est fondée. Aujourd'hui, elle publie des livres de recettes inspirées du monde entier et des régimes alimentaires. *Dr. Oetker* est géré comme une marque des éditions *Zabert Sandmann*.

### ZABERT SANDMANN (EDEL)

Les éditions *Zabert Sandmann* qui appartiennent au groupe *Edel* existent depuis une trentaine d'années. Elles publient des livres pratiques illustrés et des ouvrages de non-fiction dans le domaine culinaire et de la santé, du bien-être ou encore du développement personnel, et fait partie des maisons importantes dans son domaine. *ZS* porte une attention particulière au graphisme et à la qualité des photographies de ses livres illustrés. Une des collections à succès de *ZS* est *Trendkochbücher*, qui vise un public jeune et propose en format A4 des livres de cuisine internationale. Cette collection a été primée par le Gourmand World Cookbook Award. La maison gère aussi la marque de livres de cuisine *Dr. Oetker*.

## b. Les autres éditeurs de livres de cuisine

### EDELBOOKS (EDEL)

La maison d'édition *Edel* appartient au groupe éponyme, spécialisé dans la vidéo, l'audio et le print. La division *Edelbooks* est basée à Hambourg. Elle produit de la non-fiction (par exemple *Anziehungskraft* de Guido Maria Kretschmer vendu à plus de 350 000 exemplaires), des livres de cuisine (la collection de *Liselotte Ferslin & Ulrika Ekblom* qui compilent des recettes selon les occasions), des beaux livres (life style et art) ainsi que des livres pratiques et des livres jeunesse. Les livres pratiques se démarquent par leur design soigné et tendance (*Pussycuts* de la française Caroline Selmes). *Edel* collabore avec *Phaidon* et *99pages*.

### HAEDECKE

Maison d'édition familiale fondée en 1919, *Haedecke* publie des ouvrages illustrés de cuisine mais aussi des guides de voyage et de santé. *Haedecke* travaille régulièrement en collaboration avec d'autres maisons d'édition.

### HÖLKER

Dans les années 1970, les éditions *Hölker* publiaient des livres de cuisine régionale. Ces ouvrages se sont au fil du temps démarqués grâce à une identité visuelle assumée (reliures colorées en lin et maquette intégrant de vraies-fausses taches de gras et des annotations manuscrites). Aujourd'hui, *Hölker* est toujours spécialisé en livres de cuisine. Les ouvrages soigneusement illustrés et mis en page suivent les tendances actuelles (plusieurs food-bloggers sont édités). *Hölker* a obtenu le prix du Plus beau livre allemand en 2016 (schönste deutschen Bücher) avec *Krautkopf* de Susann Probst.

### UMSCHAU

*Umschau* est une très ancienne maison d'édition, qui a trouvé un second souffle en 2003 après son rachat par le groupe *Niederberger*. Son catalogue est constitué de beaux livres sur des sujets pratiques (diététique et livres de cuisine) et sur l'art de vivre et les régions allemandes.

### BUCHVERLAG FÜR DIE FRAU

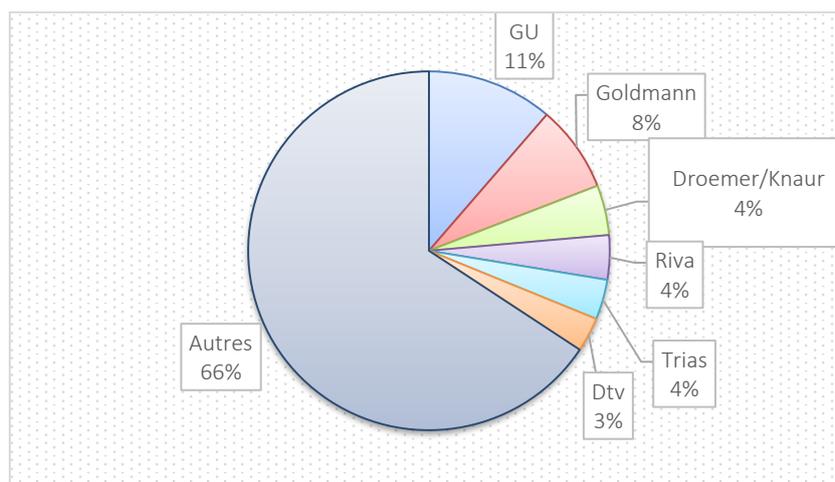
Fondée en 1946 à Leipzig, la maison *Verlag für die Frau* (La maison d'édition pour la femme) publie à ses débuts des magazines pour les femmes au temps de la RDA. En 1996, un programme consacré à l'édition de livres de cuisine est mis en place sous le nom de *Buchverlag für die Frau*. Le catalogue se compose d'ouvrages bon marché sur la cuisine (entre autre régionale de l'Allemagne de l'Est) et des livres pratiques (travaux manuels, santé quotidien). La *Minibibliothek* est une collection de livres à offrir sur des thèmes divers, il en existe plus de 300 titres.

## C. LES EDITEURS DE LIVRES SUR LA SANTE

---

Dans cette partie, nous présenterons les éditions *Droemer / Knaur*, *Riva*, *Trias* et *Südwest* (*Dtv* étant un éditeur de livres de poche) qui génèrent chacune entre 3 et 4 % du CA.

## LES LEADERS DU MARCHÉ LIVRES SUR LA SANTÉ



Source : Gfk Entertain

### DROEMER KNAUR (Holzbrink)

Le groupe *Droemer Knaur*, à la tête d'un CA de 69,6 millions d'euros, se compose de plusieurs maisons d'édition et marques qui couvrent un large choix d'ouvrages allant de la littérature grand public aux essais de vulgarisation en passant par les livres pratiques. Dans le domaine des livres pratiques, les éditions *Knaur*, qui existent depuis la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, sont incontournables, notamment dans le secteur de la santé. Le label *Knaur balance*, créé en 2015, se concentre sur le bien-être et le développement personnel (détente, cuisine saine, méditation, conseils...). *Knaur MensSana* se consacre au développement personnel, à l'ésotérique et aux médecines alternatives. Rachetées par *Droemer Knaur* en 2010, les éditions *O.W Barth* publient des essais sur la spiritualité, notamment orientale et des livres plus pratiques sur le développement personnel. Enfin, l'imprint *Knaur Kreativ* couvre le domaine des travaux manuels.

### RIVA (MÜNCHNER)

Les éditions *Riva* appartiennent au groupe éditorial *Münchner* qui possède cinq maisons d'édition dont *Riva*. Le programme de cette dernière est axé sur les ouvrages de vulgarisation, les beaux livres (animaux, sport, etc.), ou encore les livres pratiques illustrés (cuisine, santé, bien-être) ; *mvgverlag* publie des livres pratiques et des ouvrages de vulgarisation sur la psychologie, le bien-être, la spiritualité, etc.

### TRIAS (THIEME)

*Trias* est une marque qui appartient aux éditions *Thieme*, qui sont spécialisées dans les ouvrages universitaires de médecine et de soin et occupent la 14<sup>ème</sup> place des plus grands éditeurs allemands avec un CA de 117 millions d'euros. En 1960, *Thieme* met en place un catalogue de livres pratiques sous le label *Trias*. Le catalogue se compose d'ouvrages sur la santé (livres pratiques, livres de cuisine, guides d'exercices) et le bien-être.

### SÜDWEST VERLAG (RANDOM HOUSE)

Les éditions *Südwest*, installées à Munich, ont été fondées en 1949. Elles ont été rachetées par *Random House* en 2004. *Südwest* publient des livres pratiques dans les domaines du bien-être et de la santé, de la diététique, de la vie conjugale et familiale, etc. Elles coéditent aussi des ouvrages avec les magazines *Men's Health*, *Women's Health*, *Babycare* et *DerGugl*.

## D. LES ÉDITEURS D'OUVRAGES SUR LES TRAVAUX MANUELS

---

### EDITION MICHAEL FISCHER

Créée en 1985 par le fils du fondateur des éditions *Boje*, *EMF* axe son catalogue pendant 20 ans sur les livres pratiques de techniques d'arts plastiques (leur premier titre était *Wie kopiere ich ein Kunstwerk* [Comment copier une œuvre d'art] de José Maria Parramón). En 2010, le fils du fondateur prend le relais et élargit le catalogue aux travaux manuels, au jardinage et à la cuisine, s'adaptant ainsi à la tendance croissante au hand-made. *EMF* emploie 20 salariés. Son *leitmotiv* est de découvrir de nouvelles tendances et de proposer des ouvrages de haute qualité (auteur, design, clarté du contenu) et, à ce titre, s'est imposée sur le marché des travaux créatifs. Ils sont les éditeurs allemands du bestseller *Das einfache Kochbuch der Welt* de Jean-François Mallet.

### CHRISTOPHORUS VERLAG

Cette maison appartient au groupe de médias *Medweth* et est le résultat d'une fusion de deux maisons d'édition – *OZ-Verlag* et *Verlag Kreuz* – réalisée en 2009. Son domaine de publication est celui des travaux manuels (DIY, tricot, broderie, etc.). Des ouvrages de travaux destinés à un public jeunesse paraissent sous la marque *Velber Kinderbuch*. Tous les livres sont réalisés dans un design moderne et richement illustré.

## LES MODES DE PROMOTION DES LIVRES PRATIQUES

---

### A. LA PROMOTION ASSURÉE PAR L'ÉDITEUR

---

#### a. *Le catalogue des éditeurs (Vorschau)*

Afin de promouvoir les nouveautés, il existe une spécificité allemande : le *Vorschau* (qui signifie « aperçu »). Le *Vorschau* est un fascicule de quelques feuillets qui présente deux fois par an, à l'automne et au printemps, les nouveautés à venir. Sa parution précède les deux grandes foires du livre allemandes : la foire de Francfort, en octobre, et le salon de Leipzig, en mars. Il est envoyé à la presse et aux librairies. L'organisation d'un *Vorschau* est très formalisée. L'éditeur choisit de mettre en avant quelques titres (les *Spitzentitel* – titres phares) qui sont présentés selon leur importance sur 1 à 4 pages du catalogue. Ces ouvrages attirent ainsi l'attention des représentants, des libraires et des journalistes. Les autres titres sont présentés plus succinctement.

#### b. *La promotion faite auprès des professionnels*

Depuis 2004 un groupe de travail sur l'édition des livres pratiques, *IG Ratgeber*, existe au sein de l'association *Börsenverein* pour défendre les intérêts de la branche et réfléchir aux stratégies à venir. Aujourd'hui 45 maisons d'édition en font partie et se réunissent une fois par an. Dans le but de renforcer leur partenariat avec les libraires et de faire connaître leur fond, le groupe organise gratuitement depuis l'été 2015 des rencontres dans toute l'Allemagne, dans le cadre d'un *roadshow*, entre libraires et auteurs d'ouvrages ou éditeurs. Au cours de ces manifestations, des ouvrages sont présentés par les auteurs et des conseils de présentation ou d'actions sont promulgués. Le succès de ces tournées est toutefois relativement mitigé. Il a été prévu d'élargir ces rencontres aux centres de formation où pourront être organisées des conférences et de rédiger un compendium présentant la diversité du secteur des livres pratiques.

#### c. *La promotion multicanal*

Les éditeurs de livres pratiques ont subi de plein fouet la concurrence d'internet. Dès lors, la mise en valeur de la maison d'édition en tant que marque comme garante d'un contenu de qualité est devenue une priorité. Développer des stratégies multicanales fait partie des moyens de toucher le public pour beaucoup d'éditeurs du secteur et d'être visibles. Depuis 2010, le groupe *IG Ratgeber* a créé une *taskforce* composée de six personnes pour réfléchir aux stratégies multicanales. Il s'agit de penser autrement la stratégie marketing : en résumé, les éditeurs doivent penser non plus en termes de produits mais de segments de clientèle : les lecteurs ne s'intéressent pas à un support (livre, magazine, etc.) mais à un sujet. Les maisons d'édition doivent analyser les centres d'intérêt du public qu'elles ciblent et multiplier leur présence sur internet en diffusant les contenus des livres sur des vidéos (Youtube) ou sur les réseaux sociaux (Twitter). Le but est d'être repris par des bloggeurs, d'atteindre et de fidéliser un public grâce à des *touchpoints*.

Les outils utilisés par les maisons d'édition sont divers : présence sur les réseaux sociaux, publication de newsletters pour un public ciblé, portail internet pour chaque thématique traitée (à l'instar des éditions *Humboldt*), magazine pour les clients (c'est en projet aux éditions *Kosmos*), collaboration avec des bloggers, QR codes qui mènent à des vidéos, blogs, forums, etc. Une autre façon d'augmenter sa visibilité est la coopération avec d'autres entreprises : la plateforme Do-it-yourself résulte de la collaboration de *GU* avec *Dawanda* ; les éditions *Humboldt* collaborent avec *Elitepatner*, etc.

#### d. La presse

Les revues professionnelles *Börsenblatt* et *Buchreport* permettent de s'informer sur l'actualité du livre en général et celle des livres pratiques en particulier avec deux numéros spéciaux par an. Les éditeurs de livres pratiques ont l'habitude d'y faire insérer des encarts publicitaires pour annoncer leurs sorties, voire des doubles-pages quand il s'agit des numéros spéciaux. Ces revues professionnelles publient également les meilleures ventes du secteur tous les 15 jours.

### B. LES PRIX DISTINGUANT LES LIVRES PRATIQUES

---

#### LE STIFTUNGBUCHKUNSTSPREIS

Ce prix récompense chaque année les 25 plus beaux livres du marché allemand, c'est-à-dire cinq titres dans chacune des cinq catégories suivantes : littérature, livre spécialisé / non-fiction / scolaire, livre pratique, livre d'art et livre jeunesse.

#### LAURÉATS 2015 ET 2016 DU STIFTUNGBUCHKUNSTSPREIS (DANS LA CATÉGORIE LIVRES PRATIQUES)

Année	Titre	Auteur	Éditeur
2016	<i>Salt &amp; Silver Lateinamerika. Reisen Surfen Kochen</i>	Johannes Riffelmacher et Thomas Kosikowski	<i>Neuer Umschau</i>
	<i>Lissabon im Land am Rand</i>	Alexandra Klobouk	<i>Viel &amp; mehr</i>
	<i>Krautkopf</i>	Yannic Schon et Susann Probst	<i>Hölker</i>
	<i>Architekturführer Köln</i>	Uta Winterhager et Barbara Schlei	<i>Buchhandlung Walther König</i>
	<i>Architecture Reading Aid Ahmedabad</i>	Niklas Fanelisa, Marius Helten, Björn Martenson et Leonard Wertgen	<i>Ruby Press</i>
2015	<i>Ars Herbaria. Heilpflanzen im Jahreslauf</i>	Karin Mecozzi	<i>Natura</i>
	<i>Kalorien mundgerecht. Das praxisorientierte Handbuch</i>	Katrin Schacke	<i>Neuer Umschau</i>
	<i>zu Tisch</i>	Anna Pearson, Catherine Pearson	<i>anna's finest, Hombrechtikon</i>
	<i>So frühstückt die Welt. Rezepte und Geschichten</i>	Melanie Jonas, Margitta Schulze Lohoff, Holger Talinski	<i>Delius Klasing</i>
	<i>Feldküche. Unterwegs</i>	Martin Fetz, Matthias Felsner, Christian Feurstein	<i>Eigenverlag friendship.is</i>

#### GOURMAND WORLD COOKBOOK AWARDS

Ce prix international de cuisine est décerné chaque année au cours de la cookbookfair. Il récompense les meilleurs livres de cuisine et de boissons à l'échelle internationale. Les lauréats obtiennent le droit d'utiliser une cocarde sur la couverture.

Les ouvrages allemands primés en 2016 :

- *Du grillst es doch auch ! – BBQ Bild*, Michael Quandt, Markus Bassler (édition Piper)
- *Kochen mit Freunden*, Christian Wrenkh (édition Stiftung Warentest)
- *Franklin Barbecue: Das Smoker Manifest*, Aaron Franklin und Jordan Mackay (édition Heel)
- *Das Dandy Kochbuch: Originalrezepte für Männer mit Stil*, Melanie Grundmann (édition Rogner & Bernhard)
- *Stuttgartcooking*, Johannes Guggenberger (édition Offizin Scheufele)
- *Asia Street Food*, Heike und Stefan Leistner (édition Christian)
- *Sudaka*, Chakall (édition DK)
- *Grille wie die Weltmeister*, Rudolf Jaeger (édition Heel)
- *Chocolate, The Reference Standard*, G. Bernardini (édition Muchomas)
- *Dry Aged*, Tanja und Steffen Eichhorn, Stephan Otto (édition Heel)
- *Kracht kocht vegetarisch-vegan*, Marion Kracht (édition AV Buch – Cadmos)

## LES CESSIONS DE DROITS

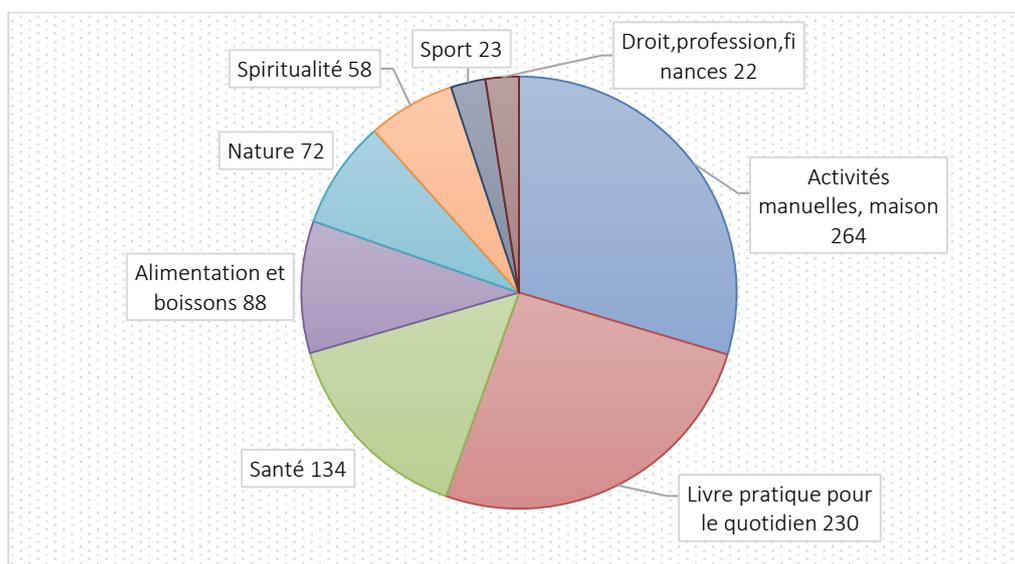
### A. LES VENTES DE DROITS À L'ÉTRANGER

En 2015, 897 droits sur des livres pratiques (11,9 % de la totalité des droits vendus) ont été cédés à l'étranger, cela représente le troisième segment le plus important en termes de ventes de droits derrière la jeunesse (35,5 %) et la littérature (16,4 %).

Les trois pays qui ont acquis le plus de droits sur des livres pratiques sont la République Tchèque (121), la Chine (84) et la Pologne (82). Les pays francophones ont pour leur part acheté 62 licences et les pays anglophones 40.

Le graphique suivant présente les cessions de droits sur les livres pratiques en 2015 par thématiques (total de titres cédés : 897).

REPARTITION DES CESSIONS DE DROITS A L'ETRANGER EN 2015 (nombre de titres cédés)



Source : Börsenverein

Le secteur des travaux manuels et des activités liées à la maison est celui qui s'exporte le mieux (29,4 % des droits sur des livres pratiques). Dans le domaine créatif, les livres généralistes sur les techniques (de couture) ou les livres sur des tendances actuelles (coloriages pour adultes) sont des segments qui s'échangent aisément sur la scène internationale. On note cependant de grandes différences de goûts selon les pays, et de techniques selon l'arrière-plan culturel : par exemple, les pays asiatiques ont toujours davantage d'intérêt pour les origamis alors que les pays scandinaves achètent des droits sur des ouvrages de tricot ou de broderie. Il est nécessaire d'être très attentif à ces différences pour cibler au mieux les clients potentiels.

De façon générale, les ouvrages relatifs à la santé s'échangent facilement : vegan, plantes thérapeutiques ou intolérances alimentaires. Beaucoup de pays s'intéressent à la pâtisserie sans farine par exemple ou encore aux livres sur les smoothies et la superfood. En revanche, le pain – sujet cher aux Allemands – est un thème plutôt national, de même pour les ouvrages éducatifs.

Chez certains éditeurs, comme *Gräfe und Unzer*, on décide en amont quels ouvrages seront destinés à l'export, et l'on les conçoit en fonction : c'est-à-dire constitués de textes courts (pour limiter les frais de traduction), abordant des sujets tendances et illustrés avec des photographies s'adressant à un public international. Les ouvrages ne sont pas conçus pour un pays spécialement mais pour le marché international.

## B. DES ÉCHANGES LIMITÉS AVEC LA FRANCE

---

Les échanges éditoriaux entre l'Allemagne et la France se sont intensifiés ces dernières années dans le secteur du livre pratique : en 2014, 71 traductions étaient issues du français pour 123 en 2015.

Cependant, plusieurs spécificités propres à ce marché freinent les collaborations et les cessions de droits entre pays. Comme nous l'avons abordé plus haut, les éditeurs allemands produisent de plus en plus de livres avec des auteurs médiatiques : ce qui permet de profiter de l'image et de la notoriété de ces célébrités et ainsi d'assurer un climat de confiance avec les lecteurs et une meilleure visibilité du livre. Finalement, ces facteurs permettent de réduire la prise de risque sur un marché déjà très saturé. Pour l'achat de droits, la renommée internationale de l'auteur sera donc primordiale.

Les thématiques abordées par les livres pratiques jouent également un rôle déterminant dans les échanges internationaux. Tous les thèmes ne s'exportent pas, pour des raisons culturelles, géographiques, etc.

D'autre part, les éditeurs français et allemands ont des conceptions différentes du livre pratique. Au cours de rencontres franco-allemandes organisées par le BIEF en 2013, certains éditeurs de livres pratiques allemands ont ainsi indiqué que la place accordée au texte était jugée trop importante dans les ouvrages français et que ce texte pouvait être trop référencé, ce qui augmente les frais de traduction. Les éditeurs allemands privilégient l'esthétique visuelle, des illustrations attractives et des textes synthétiques qui agrémentent la mise en page.

## C. LES PROGRAMMES D'AIDES FRANCO-ALLEMANDS

---

Il n'existe pas de programmes spécifiquement élaborés pour favoriser l'édition de livres pratiques. Si l'on ne compte pas d'ouvrages dans cette catégorie dans les bourses attribuées par les institutions françaises, cela ne signifie pas pour autant qu'ils soient exclus de la compétition.

- Le Centre national du livre accorde aux éditeurs étrangers ayant acquis les droits d'un ouvrage en français une aide à la traduction, à hauteur de 40 à 60 % des frais de traduction.
- Le programme Rilke, qui dépend de l'Institut français d'Allemagne, s'adresse aux éditeurs germanophones qui veulent traduire un ouvrage francophone en allemand. La subvention couvre jusqu'à 50% des coûts de traduction de l'œuvre ainsi que des aides à la promotion des ouvrages une fois parus.
- Le programme d'Aide à la publication de l'Institut français consiste en la prise en charge (partielle ou totale) de l'à-valoir sur les droits négociés entre éditeurs français et éditeurs germanophones d'ouvrages de tout type, à l'exception des manuels scolaires ou universitaires. Dans le cadre de la préparation de la Foire de Francfort 2017, lors des trois prochaines sessions du Programme d'Aide à la publication (2016 et 2017), l'Institut français annonce une attention particulière sur les demandes présentées par les éditeurs allemands ou germanophones, notamment : les demandes d'éditeurs publiant pour la première fois un ou des titres traduits du français ; les demandes portant sur la publication d'un premier ou deuxième roman d'auteur français ou francophone.

## CONCLUSION

---

Le secteur des livres pratiques a été particulièrement fragilisé, depuis une dizaine d'années par la concurrence directe d'Internet. Par conséquent, les maisons d'édition de livres pratiques ont dû repenser leur stratégie pour s'adapter aux changements du marché. Cela est passé notamment par le recentrage sur leur image de marque, garante de sérieux. Le nom de la maison d'édition, par exemple *Gräfe und Unzer*, devenu *GU*, le recours à des auteurs médiatiques, un design reconnaissable sont autant d'éléments qui renforcent l'image de marque de la maison et l'accréditent d'un sentiment de confiance.

Lors des dernières journées de rencontres du cercle de réflexion des maisons d'édition de livres pratiques (*IG Ratgeber*) plusieurs points ont alimenté la discussion en écho aux résultats ombragés de l'année 2015, dont la nécessité de mettre davantage en valeur les contenus éditoriaux grâce à une stratégie multicanale. Les équipes d'édition doivent être capable de programmer la sortie d'un ouvrage de façon multicanale : diffuser les contenus des ouvrages sur différentes plateformes d'internet afin de capter l'attention des personnes qui sont en train de chercher des informations, créer ainsi une relation de confiance et pour ensuite les amener vers les produits de la maison d'édition. Dans certaines grandes maisons du secteur, les équipes éditoriales sont aujourd'hui formées pour concevoir dès le départ les livres en tenant compte de la diversité des supports à utiliser. Il est probable que cette tendance se renforcera au fil du temps.

## ANNUAIRE

---

### AT VERLAG

---

[www.at-verlag.ch](http://www.at-verlag.ch)

Fruchthof  
Gotzinger Strasse 52b- 81371 München

*AT Verlag* est une maison d'édition suisse, qui possède un bureau à Munich. Créée en 1978, elle fait partie du groupe *AZ Medien* depuis 1996. *AT Verlag* publie une cinquantaine de livres pratiques par an sur la gastronomie, la santé, les plantes et les voyages. Elle propose aussi dans un nombre important des livres d'activités manuelles en lien avec la nature. Les ouvrages sont richement illustrés et de haute qualité.

Contact  
M. Michael Günthe, Directeur général

### BASSERMANN (RANDOM HOUSE)

---

[www.randomhouse.de](http://www.randomhouse.de)

Neumarkter Str. 28-81673 München

Les éditions *Bassermann* fondées en 1843 sont spécialisées en livres pratiques bon marché autour des grands thèmes du secteur : gastronomie, bien-être et santé, loisirs et créativité, jardin, etc. Depuis 2011, existe une filiale *Bassermann Inspiration* qui publie des livres autour des thématiques de la créativité, des jardins, de l'art de vivre destinés à un public féminin. Les deux marques publient à elles deux 120 nouveautés par an.

Contact  
Mme Gesche Wendebourg, Droits étrangers  
[gesche.wendebourg@randomhouse.de](mailto:gesche.wendebourg@randomhouse.de)

### BECKER-JOEST-VOLK

---

[www.bjvv.de](http://www.bjvv.de)

Bahnhofsallee 5- 40721 Hilden

Maison relativement récente, *Becker-Joest-Volk* a été fondée en 2003 par un photographe de paysages et les deux responsables d'une agence publicitaire : elle compte aujourd'hui 12 salariés. Initialement spécialisée dans les beaux livres sur les

jardins, elle a élargi son catalogue depuis 2009 aux beaux livres de cuisine et lifestyle. En 2013, le programme est complété par des livres de loisirs et créativité (toujours en format beau livre) et de photographie. Attila Hildmann et ses ouvrages sur le végétarisme fait partie des auteurs à succès de la maison.

Contact  
Mme Valerie Mayer, Droits étrangers  
[vm@bjvv.de](mailto:vm@bjvv.de)

### BELTZ VERLAG

---

[www.beltz.de](http://www.beltz.de)

Werderstr. 10- 69 469 Weinheim

La maison d'édition *Beltz* fait partie des grands groupes allemands (32,5 millions d'euros, ce qui la place à la 32<sup>ème</sup> place des plus grandes maisons allemandes). À côté d'un programme jeunesse important, elle propose aussi de nombreuses publications de non-fiction et livres pratiques ainsi que des ouvrages universitaires (sciences de l'éducation, santé, psychologie).

Contact  
Mme Eyla Collignon, Droits étrangers  
[e.collignon@beltz.de](mailto:e.collignon@beltz.de)

### BUCHVERLAG FÜR DIE FRAU

---

[www.buchverlag-fuer-die-frau.de](http://www.buchverlag-fuer-die-frau.de)

Gerichtsweg 28 (Haus des Buches)- 04103 Leipzig

Fondée en 1946 à Leipzig, la maison *Verlag für die Frau* (La maison d'édition pour la femme) publie à ses débuts des magazines pour les femmes au temps de la RDA. En 1996, un programme consacré à l'édition de livres de cuisine est mis en place sous le nom de *Buchverlag für die Frau*. Le catalogue se compose d'ouvrages bon marché sur la cuisine (entre autre régionale de l'Allemagne de l'Est) et des livres pratiques (travaux manuels, santé quotidien). La *Minibibliothek* est une collection de livres à offrir sur des thèmes divers, il en existe plus de 300 titres.

Contact

Mme Sabine Melchert, Directrice éditoriale  
[s.melchert@buchverlag-fuer-die-frau.de](mailto:s.melchert@buchverlag-fuer-die-frau.de)

### CHRISTIAN (GERANOVA BRUCKMANN)

[www.verlagshaus24.de](http://www.verlagshaus24.de)

Infanteriestr. 11a- 80797 München

Les éditions *Christian* ont été fondées en 1947. À partir de 1978, elles sont rachetées tour à tour par *Time-Life-Books-Konzern*, *Prestel Publishing*, puis le groupe éditorial *GeraNova Bruckmann*. La maison a axé son programme sur la gastronomie (elle a été primée lors du World Cookbook pour *Die vegetarische Kochschule* de Christi Kurz et *Die venezianische Küche* de von Russell Norman) mais publie aussi des ouvrages sur le jardin et la maison. Elle est en outre l'éditeur allemand du guide Gault&Millau.

Contact

Mme Lea Christoph, Droits étrangers  
[lea.christoph@verlagshaus.de](mailto:lea.christoph@verlagshaus.de)

### CHRISTOPHORUS VERLAG

[www.christophorus-verlag.de](http://www.christophorus-verlag.de)

Römerstraße 90- 79618 Rheinfelden

Cette maison appartient au groupe de médias *Medweth* et est le résultat d'une fusion de deux maisons d'édition réalisée en 2009. Son domaine de publication est celui des travaux manuels (DIY, tricot, broderie, etc.). Des ouvrages de travaux destinés à un public jeunesse paraissent sous la marque *Velber Kinderbuch*. Tous les livres sont réalisés dans un design moderne et richement illustré.

Contact

Mme Adelheid Müller, Droits étrangers  
[a.mueller@c-verlag.de](mailto:a.mueller@c-verlag.de)

### DORLING KINDERSLEY (RANDOM HOUSE)

[www.dorlingkindersley.de](http://www.dorlingkindersley.de)

Arnulfstraße 124- 80636 München

Il s'agit de la filiale allemande du groupe

international *Dorling Kindersley* qui appartient au groupe *Penguin Random House* depuis 2013. *Dorling Kindersley* (Allemagne) est plus connue du public sous le logo *DK*. Elle publie principalement des ouvrages pratiques dans une large palette thématique : nature, musique, jardinage, fitness, bien-être, sport, guides de voyage, etc. Sa collection de livres de cuisine est particulièrement réputée et compte de nombreux best-sellers (éditeur de Jamie Oliver). La maison enregistre un chiffre d'affaires de 31,3 millions d'euros en 2015. Près de 270 nouveaux titres ont été publiés au sein des trois marques de la maison (*Dorling Kindersley*, *Coventgarden* et *Dorling Kindersley Reiseführer*).

Contact

Mme Monika Schlitzer, Directrice éditoriale  
[monika.schlitzer@dk-germany.de](mailto:monika.schlitzer@dk-germany.de)

### DR. OETKER VERLAG (EDEL)

[www.oetker-verlag.de](http://www.oetker-verlag.de)

Kaiserstraße 14b- 80801 München

Initialement entreprise de produits alimentaires, *August Oetker* publie des recettes au dos de ses emballages puis sous forme de brochures. En 1911 et 1930, paraissent ses premiers livres de recettes qui sont devenus des classiques (*Backen macht Freude*), puis en 1950 une maison d'édition est fondée. Aujourd'hui, il publie des livres de recettes inspirées du monde entier et de régimes alimentaires. *Dr. Oetker* est géré comme une marque des éditions *Zabert Sandmann*.

Contact

Mme Franziska Stockerer, Droits étrangers  
[stockerer@zsverlag.de](mailto:stockerer@zsverlag.de)

### DROEMER KNAUR (HOLZBRINK)

[www.droemer-knauer.de](http://www.droemer-knauer.de)

Hilblestr. 54- 80636 München

Le groupe *Droemer Knauer*, à la tête d'un CA de 69,6 millions d'euros, se compose de plusieurs maisons d'édition et marques qui couvrent un large choix d'ouvrages allant de la littérature grand public aux essais de vulgarisation en passant par les livres pratiques. Dans le domaine des livres pratiques, les éditions *Knauer*, qui existent depuis la fin du 19<sup>e</sup> siècle, sont incontournables, notamment sur le

secteur de la santé. Le label *Knaur balance*, créé en 2015, se concentre sur le bien-être et le développement personnel (détente, cuisine saine, méditation, conseils...). *Knaur MensSana* se consacre au développement personnel, à l'ésotérique et aux médecines alternatives. Rachetées par *Droemer Knaur* en 2010, les éditions *O.W Barth* publient des essais sur la spiritualité, notamment orientale, et des livres plus pratiques sur le développement personnel. Enfin, l'imprint *Knaur Kreativ* couvre le domaine des travaux manuels.

Contact

Mme Kerstin Schuster, Droits étrangers  
[kerstin.schuster@droemer-knaur.de](mailto:kerstin.schuster@droemer-knaur.de)

### EDELBOOKS (EDEL)

[www.edel.com](http://www.edel.com)

Neumühlen 17- 22763 Hamburg

La maison d'édition *Edel* appartient au groupe éponyme, spécialisé dans la vidéo, l'audio et le print. La division *Edelbooks* est basée à Hambourg. Elle produit de la non-fiction (par exemple *Anziehungskraft* de Guido Maria Kretschmer vendu à plus de 350 000 exemplaires), des livres de cuisine (la collection de Liselotte Ferlin & Ulrika Ekblom qui compilent des recettes selon les occasions), des beaux livres (life style et art) ainsi que des livres pratiques et des livres jeunesse. Les livres pratiques se démarquent par leur design soigné et tendance (*Pussycuts* de la française Caroline Selmes). *Edel* collabore avec *Phaidon* et *99pages*.

Contact

Michael Haentjes, Directeur  
[info@edel.com](mailto:info@edel.com)

### EDITION LEMPERTZ

[www.edition-lempertz.de](http://www.edition-lempertz.de)

Hauptstraße 354- 53639 Königswinter

Maison créée par l'une des plus anciennes librairies de Bonn, *Edition Lempertz* publie des essais et des livres pratiques bon marché, dont la collection de livres de cuisine *Mixtipp*, qui propose des livres de recettes thématiques.

Contact

Mme Antje Heel, Droits étrangers  
[a.heel@edition-lempertz.de](mailto:a.heel@edition-lempertz.de)

### EDITION MICHAEL FISCHER

[www.emf-verlag.de](http://www.emf-verlag.de)

Kistlerhofstraße 70, Gebäude 60/160 - 81379 München

Créée en 1985 par le fils du fondateur des éditions *Boje*, *EMF* axe son catalogue pendant 20 ans sur les livres pratiques de techniques d'arts plastiques (leur premier titre était *Wie kopiere ich ein Kunstwerk* [Comment copier une œuvre d'art] de José Maria Parramón). En 2010, le fils du fondateur prend le relais et élargit le catalogue aux travaux manuels, au jardinage et à la cuisine, s'adaptant ainsi à la tendance croissante au Hand-made. *EMF* emploie 20 salariés. Son leitmotiv est de découvrir de nouvelles tendances et de proposer des ouvrages de haute qualité (auteur, design, clarté), et à ce titre, s'est imposée sur le marché des travaux créatifs. Ils sont les éditeurs allemands du bestseller *Das einfache Kochbuch der Welt* de Jean-François Mallet.

Contact

M. Jean-Michel Fischer  
[jmf@emf-verlag.de](mailto:jmf@emf-verlag.de)

### FRECHVERLAG

[www.topp-kreativ.de](http://www.topp-kreativ.de)

Turbinenstraße 7- 70499 Stuttgart

Créée en 1955, la maison d'édition *Frech* propose plus de 800 titres et publie environ 200 nouveautés par an. Elle est leader du marché des livres créatifs et ses titres constituent près de la moitié des meilleures ventes des catégories « activités créatives » ou encore « peindre et dessiner ». Le catalogue se compose de livres sur le bricolage, les travaux manuels, la peinture et le dessin, la décoration intérieure, etc. *Frechverlag* possède aussi une section consacrée à la jeunesse *Kinderkreativ*.

Contact

Mme Janine Stiefel, Droits étrangers  
[janine.stiefel@frechverlag.de](mailto:janine.stiefel@frechverlag.de)

## GRÄFE UND UNZER

[www.gu.de](http://www.gu.de)

Grillparzerstraße 12- 81675 München

Grande librairie généraliste prussienne au début du XVII<sup>ème</sup> siècle, *Gräfe und Unzer* change d'activité au lendemain de la seconde guerre mondiale pour se lancer dans l'édition généraliste. Cette maison appartient au grand groupe d'édition *Ganske*, situé à Hambourg. *Gräfe und Unzer* publie aujourd'hui des livres pratiques et son offre éditoriale, portée par la marque *GU* (60% du CA), est reconnue dans les domaines des livres de cuisine, de santé et de développement personnel. La maison est composée de trois autres marques : *Teubner* (ouvrages et manuels de cuisine à destination des professionnels), *Hallwag* (livres pratiques de cuisine, type Michelin) et *Gräfe und Unzer Autorenverlag* (ouvrages de cuisine d'auteurs et de chefs célèbres). Le chiffre d'affaires de la maison s'élève en 2015 à 50,5 millions d'euros, en baisse de 10,5% par rapport à 2014. 430 nouveautés ont été publiées la même année. En plus de détenir sa propre chaîne de librairies, une des spécificités de *Gräfe und Unzer* est de fournir l'équipement (tables, étagères, affiches) nécessaire à la présentation de ses ouvrages en librairies. Les livres de la maison sont disponibles dans un grand nombre de points de vente (librairies, pharmacies pour les ouvrages sur la santé, animaleries pour les ouvrages sur les animaux...).

Contact

Mme Dorothee Seeliger, Directrice éditoriale  
[dorothee.seeliger@graefe-und-unzer.de](mailto:dorothee.seeliger@graefe-und-unzer.de)

## HAEDECKE

[www.haedecke-verlag.de](http://www.haedecke-verlag.de)

Lukas-Moser-Weg 2- 71263 Weil der Stadt

Maison d'édition familiale fondée en 1919, *Haedecke* publie des ouvrages illustrés de cuisine mais aussi des guides de voyages et de santé. *Haedecke* travaille régulièrement en collaboration avec d'autres maisons d'édition.

Contact

M. Joachim Graff, Éditeur  
[jo.graff@haedecke-verlag.de](mailto:jo.graff@haedecke-verlag.de)

## HANS NIETSCH VERLAG

[www.nietsch.de](http://www.nietsch.de)

Schauinslandstr. 136 H- 79100 Freiburg

Fondée en 1992, cette maison d'édition débute en publiant des guides sur les restaurants végétariens. Elle élargit ensuite son catalogue à des ouvrages pratiques sur la nutrition éco-responsable comme *Ernährung für Mensch und Erde* de Christian Opitz devenu un standard et des ouvrages sur la spiritualité et l'ésotérisme.

Contact

M. Hans Nietsch, Directeur général  
[info@nietsch.de](mailto:info@nietsch.de)

## HÖLKER

[www.hoelker-verlag.de](http://www.hoelker-verlag.de)

Dans les années 1970, les éditions *Hölker* publient des livres de cuisine régionale. Ces ouvrages se sont au fil du temps démarqués grâce à une identité visuelle assumée (reliures colorées en lin et maquette intégrant de vraies-fausse taches de gras et des annotations manuscrites). Aujourd'hui, *Hölker* est toujours spécialisé en livres de cuisine. Les ouvrages soigneusement illustrés et mis en page suivent les tendances actuelles (plusieurs food-bloggers sont édités). *Hölker* a obtenu le prix du Plus beau livre allemand en 2016 (schönste deutschen Bücher) avec *Krautkopf* de Susann Probst.

Contact

Mme Kristina Wittkopf, Droits étrangers  
[wittkopf@coppenrath.de](mailto:wittkopf@coppenrath.de)

## KIEPENHEUER & WITSCH

[www.kiwi-verlag.de](http://www.kiwi-verlag.de)

Bahnhofsvorpl. 1- 50667 Köln

Créée en 1951 à Cologne, cette maison d'édition généraliste publie majoritairement de la littérature et de la non-fiction, des biographies, des ouvrages de société, des essais politiques, philosophiques ou

religieux, des ouvrages sur la santé, sur la musique ou encore humoristiques. 120 nouveaux titres ont été publiés en 2015.

Contact

Mme Iris Brandt, Droits étrangers  
[ibrandt@kiwi-verlag.de](mailto:ibrandt@kiwi-verlag.de)

## KNESEBECK

[www.knesebeck-verlag.de](http://www.knesebeck-verlag.de)

Fondé en 1987 à Munich, *Knesebeck* appartient au groupe *La Martinière* depuis 2012. Cette maison d'édition spécialisée dans les ouvrages illustrés publie en moyenne 80 titres par an, dont 40 de non-fiction (photographie, nature, life style, design, livres de cuisine), 30 de livres jeunesse et une dizaine de gift books. Depuis le rachat par *La Martinière*, l'accent a été mis sur la création d'ouvrages et relativement moins de traductions, bien que ces dernières restent majoritaires au sein des nouvelles publications (entre 60% et 70% de traductions chaque année). Le catalogue de cet éditeur est également composé de coproductions.

Contact

M. Marc Schmid, Droits étrangers  
[mschmid@knesebeck-verlag.de](mailto:mschmid@knesebeck-verlag.de)

## KOSMOS VERLAG

[www.kosmos.de](http://www.kosmos.de)

Pfizerstraße 5-7- 70184 Stuttgart

Maison d'édition très ancienne (1822), *Kosmos* s'est spécialisée en sciences naturelles dès le 19<sup>e</sup> siècle. Aujourd'hui, elle publie des livres pratiques et des ouvrages grand public sur la nature, le jardin, les animaux domestiques, les loisirs ou encore la gastronomie. Les livres pratiques sur les plantes *Was blüht denn da ?* ou sur les oiseaux *Was fliegt denn da ?* sont deux titres phare du catalogue, déclinés sous des formes différentes (poche, illustré avec des photo ou des dessins, version pour débutans, etc.). Il existe plus de six applications créées à partir d'ouvrages sur la nature. Les éditions *Kosmos* proposent en parallèle de leurs titres des applications, mettant en scène autrement les conseils des spécialistes. Par exemple, il existe avec le guide sur les oiseaux devenu un classique *Was fliegt denn da ?* une application pour smartphone sur laquelle on peut

entendre 188 chants d'oiseaux. Deux autres départements font la renommée des éditions *Kosmos* : ce sont la section jeunesse, qui propose aussi des ouvrages en sciences naturelles, notamment des petites encyclopédies ; et celle des jeux de société et boîtes à expériences. *Kosmos* génère environ 4 % du chiffre d'affaires de l'édition de livres pratiques.

Contact

Mme Ulrike Hoyer, Droits étrangers  
[u.hoyer@kosmos.de](mailto:u.hoyer@kosmos.de)

## NAUMANN & GÖBEL

[www.naumann-goebel.de](http://www.naumann-goebel.de)

Emil-Hoffmann-Str.- 150996 Köln

Créée en 1983, la maison *Naumann & Göbel* s'est fait un nom sur le marché des livres pratiques sous l'identité *NGV*. Ses titres sont largement traduits. *NGV* publie des livres pratiques illustrés bon marché, son segment cuisine est particulièrement fructueux. La collection *Minikochbuch* (livres de cuisine en petit format), qui existe depuis 2009, a été imprimée à plus de 13 millions d'exemplaires, dispose de 130 titres et a été traduit en 20 langues. *NGV* dispose des droits sur les marques *Singer* et *Chefkoch*. Une grande partie de ses titres existent sous forme d'ebook. En outre, *NGV* propose des extras (patrons, vidéos, fichiers audio, etc.) à disposition du public à l'aide de QR-Codes.

Contact

Mme Birthe Brändel, Droits étrangers  
[braendel@vemag-medien.de](mailto:braendel@vemag-medien.de)

## PARRAGON

[www.parragon.co.uk](http://www.parragon.co.uk)

Brüsseler Str. 89-93- 50672 Köln

*Parragon Books*, basé en Angleterre, est l'un des plus grands éditeurs de livres jeunesse avec des personnages sous license, de beaux livres et livres pratiques illustrés. Jusqu'à la fin des années 1990, il s'est développé pour devenir le fournisseur principal des librairies de grandes surfaces. *Parragon* possède des filiales dans plus de 10 pays et traduit ses livres en 26 langues. Il existe une filiale allemande à Cologne.

Contact

[europa@parragon.com](mailto:europa@parragon.com)

### *PENGUIN (RANDOM HOUSE)*

[www.randomhouse.de](http://www.randomhouse.de)

Neumarkter Str.28- 81673 München

*Penguin*, division plus littéraire de *Random House*, créée en 2015, est composée d'une dizaine de maisons. Elle propose principalement de la fiction « up market commercial », de la littérature, des essais et des biographies, des livres pratiques ou encore de beaux livres.

Contact

Mme Gesche Wendebourg, Directrice droits étrangers- Random House

[Gesche.Wendebourg@randomhouse.de](mailto:Gesche.Wendebourg@randomhouse.de)

### *RANDOM HOUSE*

[www.randomhouse.de](http://www.randomhouse.de)

Neumarkter Str.28- 81673 München

Le groupe *Random House* de *Bertelsmann* se compose de 45 maisons d'édition parmi lesquelles plusieurs réalisent des livres pratiques : *Penguin*, *Goldmann*, *Ariston* (bien-être et santé), *Irisiana* (bien-être et spiritualité), *Kailash* (bien-être et spiritualité), *Mosaik* (bien-être, cuisine, jardin), *Bassermann* (gastronomie, bien-être et santé, loisirs et créativité, jardin), *Südwest* (bien-être et santé, diététique, vie conjugale et familiale, etc.).

Contact

Mme Gesche Wendebourg, Directrice droits étrangers- Random House

[Gesche.Wendebourg@randomhouse.de](mailto:Gesche.Wendebourg@randomhouse.de)

### *RIVA (MÜNCHNER)*

[www.m-vg.de/riva](http://www.m-vg.de/riva)

Nymphenburger Straße 86- 80636 München

Les éditions *Riva* appartiennent au groupe éditorial *Münchner* qui possède cinq maisons d'édition dont *Riva*. Le programme de cette dernière est axé sur les ouvrages de vulgarisation, les beaux livres (animaux, sport, etc.), ou encore les livres pratiques illustrés (cuisine, santé, bien-être), *mvgverlag* publie des livres pratiques et des

ouvrages de vulgarisation sur la psychologie, le bien-être, la spiritualité, etc.

Contact

Mme Gertrud Mohrent, Droits étrangers

[gmohrent@m-vg.de](mailto:gmohrent@m-vg.de)

### *SCORPIO*

[www.scorpio-verlag.de](http://www.scorpio-verlag.de)

Theresienstraße 16- 80333 München

Les éditions *Scorpio* ont été fondées par l'éditeur Christian Strasser, figure de l'édition allemande. La maison publie des ouvrages de non-fiction, des livres pratiques et des DVD autour de la spiritualité et du développement personnel. La philosophie de la maison s'inscrit dans une volonté plus générale d'amélioration de la société. Plusieurs collections coexistent, telles que *Achtsam leben*, qui propose des conseils pratiques pour prendre soin de soi, être attentif à soi-même dans le quotidien.

Contact

M. Lars Schultze-Kossack, Droits étrangers

[lars.schultze@mp-litagency.com](mailto:lars.schultze@mp-litagency.com)

### *SÜDWEST VERLAG (RANDOM HOUSE)*

[www.randomhouse.de/Verlag/Suedwest](http://www.randomhouse.de/Verlag/Suedwest)

Neumarkter Str.28- 81673 München

Les éditions *Südwest*, installées à Munich, ont été fondées en 1949 et rachetées par *Random House* en 2004. Elles publient des livres pratiques dans les domaines du bien-être et de la santé, de la diététique, de la vie conjugale et familiale, etc. Elles coéditent aussi des ouvrages avec les magazines *Men's Health*, *Women's Health*, *Babycare* et *DerGugl*.

Contact

Mme Gesche Wendebourg, Directrice droits étrangers- Random House

[Gesche.Wendebourg@randomhouse.de](mailto:Gesche.Wendebourg@randomhouse.de)

### *TRIAS (THIEME)*

[www.thieme.de](http://www.thieme.de)

Oswald-Hesse-Straße 50 - 70469 Stuttgart / Feuerbach

*Trias* est une marque qui appartient aux éditions *Thieme*, qui sont spécialisées dans les ouvrages universitaires de médecine et de soin et occupent la 14<sup>e</sup> place des plus grands éditeurs allemands avec un CA de 117 millions d'euros. En 1960, *Thieme* met en place un catalogue de livres pratiques sous le label *Trias*. Le catalogue se compose d'ouvrages sur la santé (livres pratiques, livres de cuisine, guides d'exercices) et le bien-être.

Contact

Mme Heike Schwabenthan, Droits étrangers  
[heike.schwabenthan@thieme.de](mailto:heike.schwabenthan@thieme.de)

## TRINITY

[www.trinity-verlag.de](http://www.trinity-verlag.de)

in der Scorpio Verlag GmbH & Co. KG Theresienstr.  
16- 80333 München

Les éditions *Trinity* proposent des ouvrages pratiques sur la santé, la spiritualité et le bien-être. Une des collections à succès s'intitule *Kleinen Übungshefte* [Petits cahiers d'exercices]: elle s'est vendue à plusieurs millions d'exemplaires. Elle se compose d'exercices et de tests sur le développement personnel. La marque *Trinity Kreativ* propose, elle, des activités pour gérer son stress.

Contact

M. Lars Schultze-Kossack, Droits étrangers  
[lars.schultze@mp-litagency.com](mailto:lars.schultze@mp-litagency.com)

## ULLMANN

[www.ullmannmedien.com](http://www.ullmannmedien.com)

Birkenstraße 10-14469 Potsdam

Depuis 2007, les éditions *Ullmann* situées à Potsdam développent des guides de voyage, des livres jeunesse, des beaux livres (art, nature, architecture, art de vivre), ainsi que des livres pratiques illustrés (livres de cuisine notamment) réalisés par des auteurs et des photographes de renommée. Certains ouvrages sont publiés dans 20 langues et vendus dans 60 pays. Sous le label *Vista Point* sont publiés des best-sellers comme 1000 Places to See Before You Die de Patricia Schultz ou la collection *Go Vista* dont il existe aussi une application.

Contact

Mme Steffi Brune, Presse

[presse@ullmannmedien.com](mailto:presse@ullmannmedien.com)

## UMSCHAU

[www.umschau-verlag.de](http://www.umschau-verlag.de)

Moltkestr. 14- 67433 Neustadt / Weinstraße

*Umschau* est une très ancienne maison d'édition, qui a trouvé un second souffle en 2003 après son rachat par le groupe *Niederberger*. Son catalogue est constitué de beaux livres sur des sujets pratiques (diététique et livres de cuisine) et sur l'art de vivre et les régions allemandes.

Contact

Mme Angela Thomaschik, Éditrice  
[a.thomaschik@umschau-buchverlag.de](mailto:a.thomaschik@umschau-buchverlag.de)

## WELTBILD

[www.weltbild.com](http://www.weltbild.com)

Werner-von-Siemens-Straße 1- 86159 Augsburg

Le groupe éditorial *Weltbild* réunit trois activités : édition, vente par correspondance et librairie. Il a constitué l'une des plus grandes chaînes de librairies en Allemagne. Initialement, maison d'édition de revues catholiques, *Weltbild* a appartenu longtemps à l'Église catholique. Elle réoriente ses centres d'intérêt en 1987, et publie des livres pratiques bon marché. De 1999 à 2013, la maison d'édition *Weltbild* a possédé 50% des actions du groupe *Droemer Knauer*. En 2007, elle a revendu tout son secteur presse au groupe *Bayard*. Depuis 2014, le groupe a été mis deux fois en liquidation et de nombreuses filiales ont été fermées. Le groupe *Droege* est actuellement l'actionnaire principal.

Contact

Mme Eva Großkinsky, Responsable de la communication

[eva.grosskinsky@weltbild.com](mailto:eva.grosskinsky@weltbild.com)

## WINDPFERD

[www.windpferd.de](http://www.windpferd.de)

Wasachstraße 34a- 87561 Oberstdorf

Depuis 1987, *Windpferd* se consacre aux livres pratiques sur le thème du développement personnel et de la spiritualité. Le catalogue se compose d'ouvrages sur la santé et les soins, le

corps et l'esprit, l'énergie et l'activité physique, ainsi que la sagesse et l'ésotérique. Plus de 320 titres sont disponibles au catalogue.

Contact

Mme Cristina Perlea, Droits étrangers

[rights@windpferd.de](mailto:rights@windpferd.de)

*ZABERT SANDMANN (EDEL)*

---

[www.zs-verlag.com](http://www.zs-verlag.com)

Kaiserstraße 14b- 80801 München

Les éditions ZS qui appartiennent au groupe *Edel* existent depuis une trentaine d'années. Elles publient des livres pratiques illustrés et des ouvrages de non-fiction dans le domaine culinaire et de la santé, du bien-être ou encore du développement personnel, et fait partie des maisons importantes de ce domaine. ZS porte une attention particulière au graphisme et à la qualité des photographies de ses livres illustrés. Une des collections à succès de ZS est *Trendkochbücher*, qui vise un public jeune et propose en format A4 des livres de cuisine internationale. Cette collection a été primée par le Gourmand World Cookbook Award. La maison gère aussi la marque de livres de cuisine *Dr. Oetker*.

Contact

Franziska Stockerer, Droits étrangers

[stockerer@zsverlag.de](mailto:stockerer@zsverlag.de)



Cette publication bénéficie de l'appui du Centre national du livre