



Baromètre 2017 de l'offre de livres numériques en France

Septembre 2017

kpmg.fr



Edito



Pour cette 4^{ème} édition, nous avons voulu pondérer certaines réponses afin de mieux refléter le poids des groupes et mettre en avant quelques différences avec les indépendants.

Globalement, les éditeurs sont plus nombreux à disposer d'une offre de livres numériques et leur catalogue est de plus en plus abondant.

Par secteur éditorial, les tendances sont encore disparates mais semblent peu à peu s'harmoniser.

Si le développement du livre numérique n'est pas celui attendu voici quelques années, il se réalise lentement et prudemment.

Nous sommes entrés dans le deuxième âge de l'édition numérique : les éditeurs ajustent désormais leur stratégie pour mettre à profit les atouts du livre numérique.

Nous vous laissons découvrir les données que nous avons extraites pour vous et vous en souhaitons bonne lecture.

Joëlle Tubiana

Associée KPMG

Sommaire

- 1 Notre méthodologie et panel
- 2 L'offre de livres numériques
- 3 La commercialisation de livres numériques
- 4 Les techniques mises en place
- 5 Les ventes de livres numériques
- 6 Les contrats numériques
- 7 L'opinion des maisons d'édition
- 8 KPMG en un regard

1. Notre méthodologie et panel



Notre méthodologie et panel

Ce baromètre a été élaboré grâce à une enquête menée de mars à juin 2017.

Un questionnaire en ligne a été envoyé à 141 maisons d'édition réparties sur tout le territoire français.

Comme en témoignent les répartitions présentées ci-dessous, l'analyse a été réalisée sur la base de 81 questionnaires remplis par 73 éditeurs indépendants et 8 groupes, de toutes tailles et de tous secteurs éditoriaux (hormis comme l'an passé le secteur juridique).

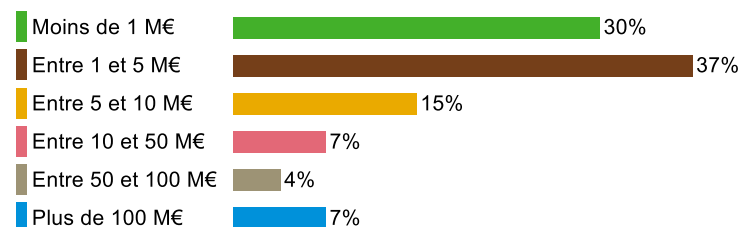
Les proportions demeurent assez homogènes par rapport à 2016, sauf pour les groupes dont la part progresse de 8 à 10 %, les indépendants passant de 92 à 90 %.

Pour certaines questions spécifiques, nous avons demandé aux Groupes de décliner leurs réponses pour chacun de leurs secteurs éditoriaux principaux de manière à mieux refléter leurs tendances. Ainsi, dans ces cas, le panel est de 92 répondants.

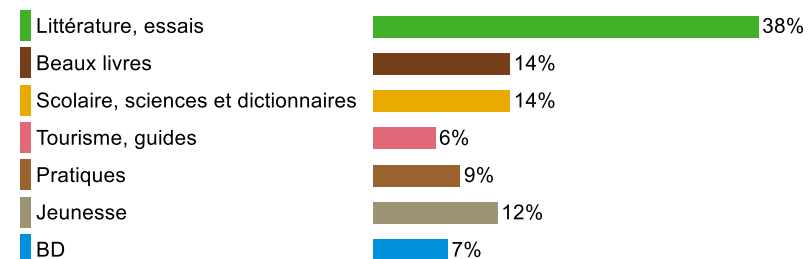
Afin de prendre en compte le poids des maisons d'édition, nous avons choisi de demander à chacune leur nombre de livres au catalogue numérique. Ceci nous a permis d'effectuer un redressement avec cette variable pour ces mêmes questions (voir pages 10, 16, 22, 33 et 34).

Répartition par groupes / indépendants*

Répartition par niveau de CA*



Répartition par secteur éditorial « prédominant »*



* Sur 81 répondants

2. L'offre de livres numériques

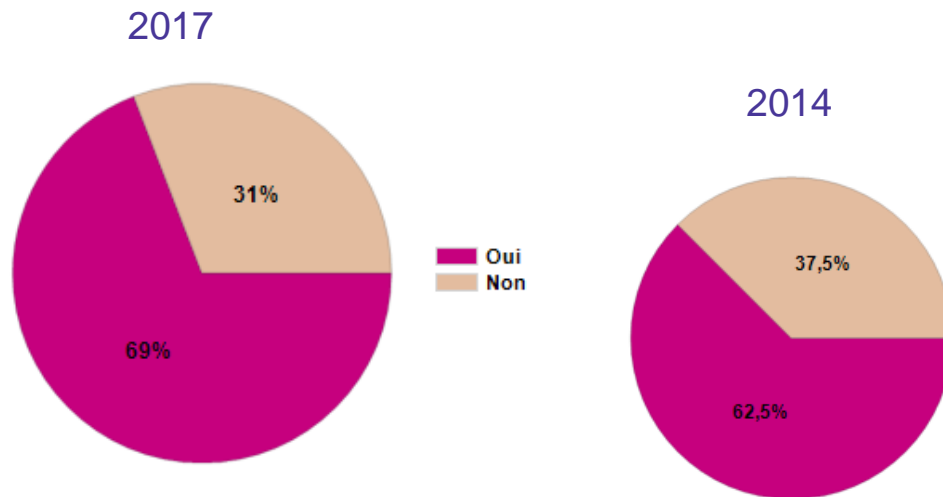


L'offre de livres numériques

Une proportion à la hausse

Disposez-vous d'une offre de livres numériques (e-books, applications...)?

Taux de réponse : 100%

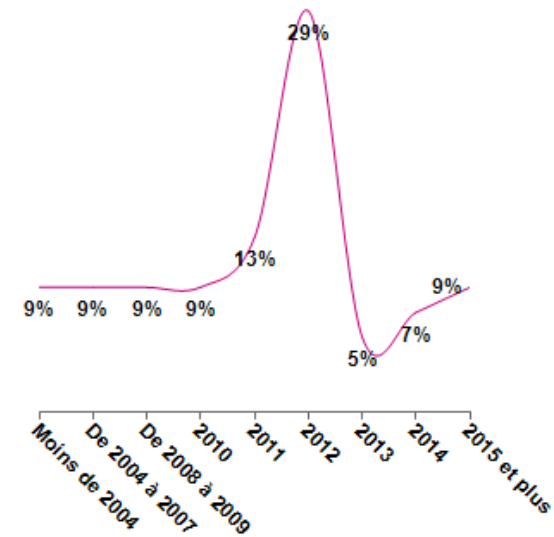


Après le pic de 2012 et malgré un fort ralentissement en 2013, des éditeurs se sont encore lancés dans le numérique ces dernières années.

Près de 7 éditeurs sur 10 disposent d'une offre de livres numériques en 2017, soit près de 7 points de plus qu'en 2014.

Depuis quelle année ?

Taux de réponse : 98%

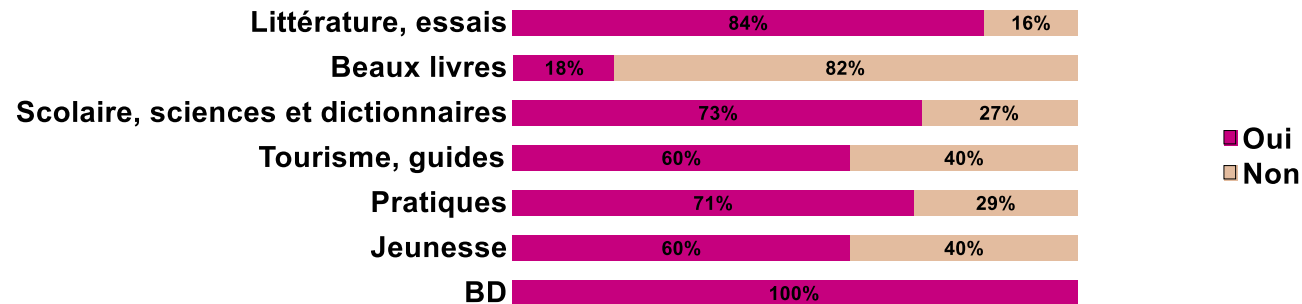


L'offre de livres numériques

Une proportion variable selon les secteurs éditoriaux

Dans tous les secteurs éditoriaux hormis les beaux livres, au moins 60 % des maisons d'édition se sont lancées dans le numérique.

Offre de livres numériques selon les secteurs éditoriaux prédominants des maisons d'édition



L'offre de livres numériques

Des projets de lancement désormais peu nombreux

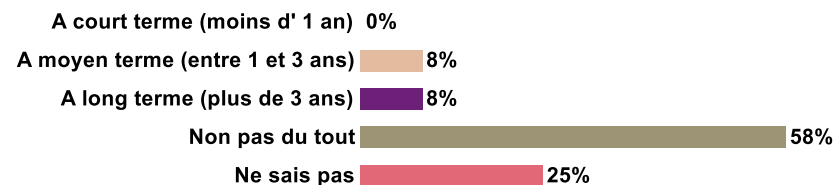
Les éditeurs ne disposant pas encore d'offre numérique n'ont plus de projets à court terme et beaucoup moins à moyen terme. Certains se sont lancés depuis 2014 ou ont suspendu leur décision ; d'autres, plus nombreux encore, ont renoncé à leur projet.

Prévoyez-vous de développer une offre de livres numériques ?

Taux de réponse : 96%

En % des observations

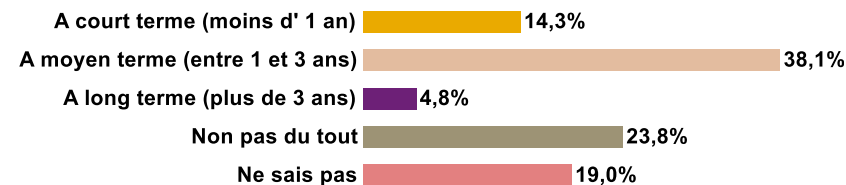
2017



Taux de réponse : 100%

En % des observations

2014

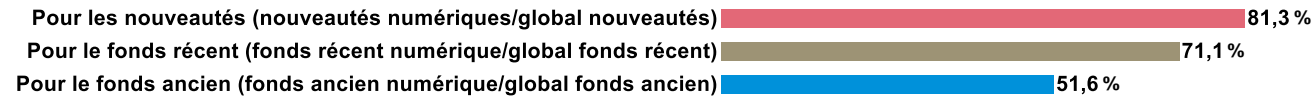


L'offre de livres numériques

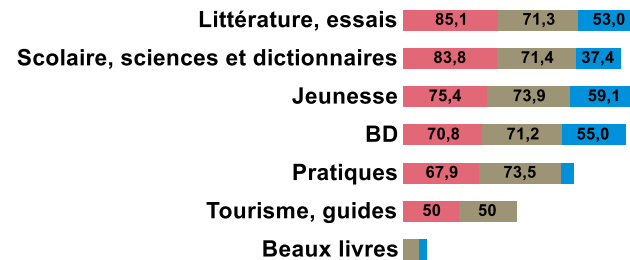
Un catalogue numérique de plus en plus abondant

Les nouveautés sont disponibles en numérique à plus de 80 % en moyenne, soit 10 points de plus que le fonds récent. A noter néanmoins des disparités selon les secteurs éditoriaux.

Quelle est la part de votre catalogue disponible en numérique dans chacune des catégories suivantes ?* Nouveautés (moins d'1 an), fonds récent (de 1 à 5 ans), fonds ancien (plus de 5 ans)



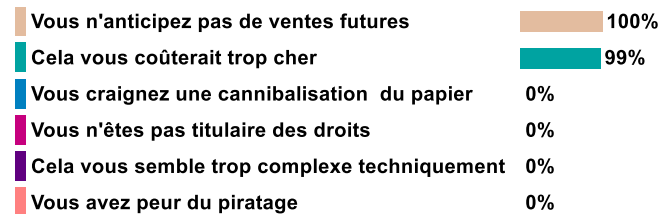
Part du catalogue disponible en numérique selon les secteurs éditoriaux prédominants des maisons d'édition (en %)*



Si votre fonds ancien ne contient aucun livre numérique : pour quelles raisons majeures ?*

Taux de réponse : 97%

En % sur les observations



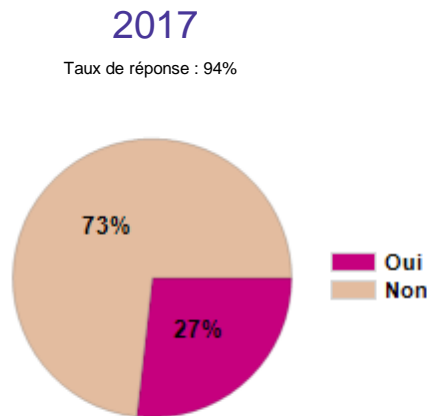
Si pour certains éditeurs, le fonds ancien ne contient aucun livre numérique, c'est parce que le coût serait trop élevé au regard des ventes futures.

* Toutes les réponses ci-dessus sont pondérées en fonction du nombre de livres au catalogue numérique, avec un panel de 92 répondants

L'offre de livres numériques

Un recours finalement limité aux livres exclusivement numériques

Editez-vous des livres disponibles uniquement en version numérique ?

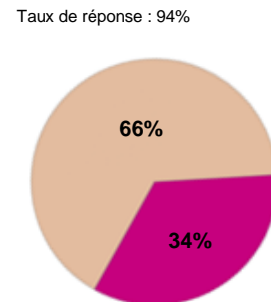


S'agit-il de :

Taux de réponse : 93%
En % sur les observations

Rééditions d'anciens ouvrages (éventuellement sous une nouvelle forme) **64%**

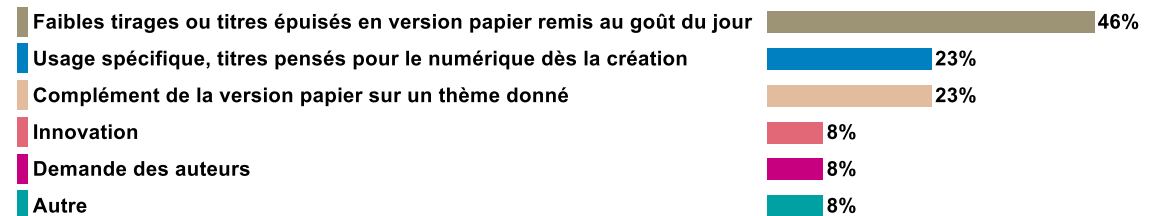
2015



Pour quelles raisons ou dans quels cas éditez-vous des livres disponibles uniquement en version numérique ?

Taux de réponse : 16%

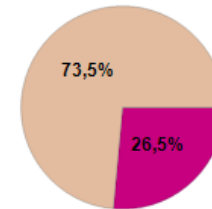
En % sur les observations



Créations originales **71%**

2014

Taux de réponse : 97,1%



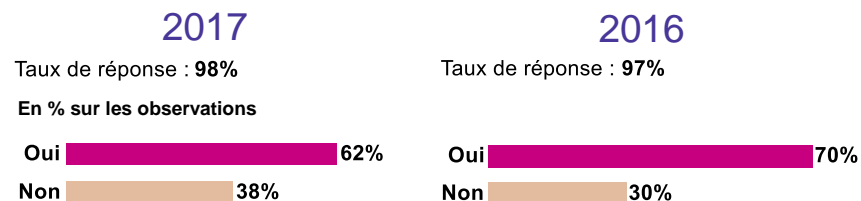
Après un sursaut en 2015, la proportion redescend au niveau de 2014.

* Question ouverte dont les réponses ont été recodées

L'offre de livres numériques

Un intérêt moindre pour les livres enrichis

Pensez-vous que le livre enrichi (par des ajouts vidéos, effets sonores, textes lus, animations, interactions...) présente un intérêt pour vos lecteurs ?



Si non, pourquoi ?

« Pour moi, technologie gadget »

« En matière de bande dessinée [...], ça existe déjà, c'est du dessin animé. »

« [...] parce qu'un livre est finalement plus immersif qu'un « objet multimédia. »

« Nos publications ne se prêtent pas bien à ce type d'enrichissements. »

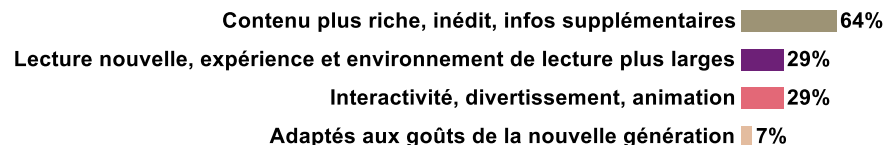
62 % des éditeurs numériques - soit 8 points de moins qu'en 2016 - pensent que le livre enrichi présente un intérêt pour les lecteurs.

Il leur offrirait surtout un contenu plus riche, mais aussi une nouvelle expérience de lecture ou encore de l'interactivité et du divertissement.

Si oui, pourquoi ? *

Taux de réponse : 17%

En % sur les observations



Quant aux éditeurs qui n'y trouvent pas d'intérêt, ils voient le livre enrichi comme un gadget, ou comme inadapté à leurs publications ou à leur secteur éditorial.

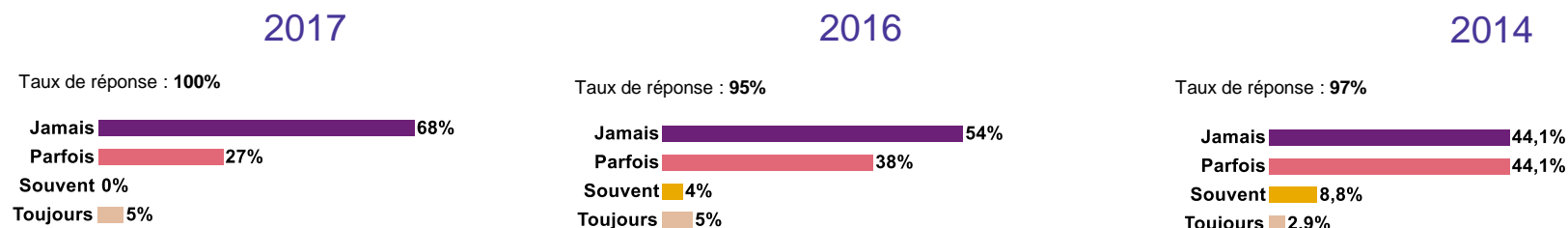
* Question ouverte dont les réponses ont été recodées

L'offre de livres numériques

Les livres enrichis de moins en moins édités

Même si 62 % des éditeurs trouvent un intérêt dans le livre enrichi, seulement 32 % en éditent contre 47 % en 2016, faute d'un budget suffisant ou d'une rentabilité associée.

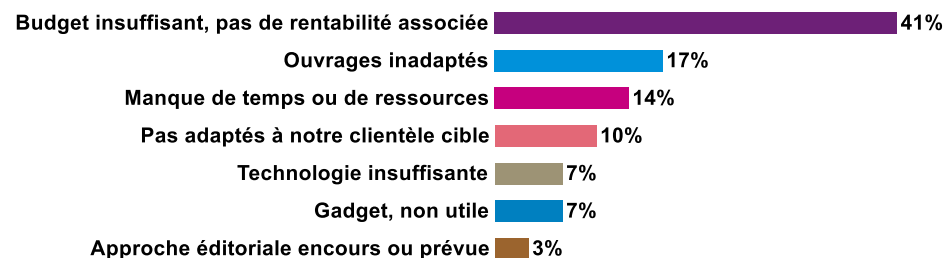
Editez-vous des livres enrichis par rapport aux livres papier ?



Vous ne réalisez jamais de livres enrichis, pour quelles raisons ? *

Taux de réponse : 36%

En % sur les observations



* Question ouverte dont les réponses ont été recodées

L'offre de livres numériques : Vers un développement des livres audio dématérialisés ?

L'offre de livres audio dématérialisés semble prendre forme en étant réalisée pour moitié par d'autres éditeurs.

Existe-t-il une version audio dématérialisée de vos livres ?

Taux de réponse : 100 %

En % sur les observations

Oui, pour une partie du catalogue de la maison toutes catégories confondues 21%

Oui, pour la majorité du catalogue de la maison toutes catégories confondues 2%

Si oui, pour quelle (s) catégorie (s) ?

Les livres audio dématérialisés sont publiés
« *principalement en littérature générale, en littérature de genre et en jeunesse* »

2017

Non 77%

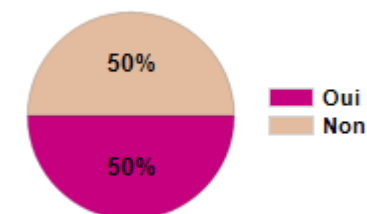
Oui 21%

2%

En êtes-vous l'éditeur ?

Taux de réponse : 92 %

En % sur les observations



2016

Disposez-vous d'une offre de livres audio dématérialisés ?

Taux de réponse : 95 %

En % sur les observations

Non 88%

Oui 13%



3. La commercialisation de livres numériques

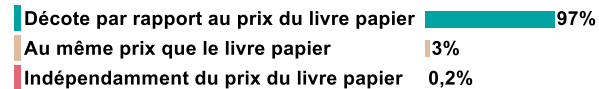
La commercialisation de livres numériques

Une fixation du prix de vente assez homogène

En général, comment fixez-vous le prix de vente de vos livres numériques lorsqu'ils sortent en nouveauté ?

Taux de réponse : 100%

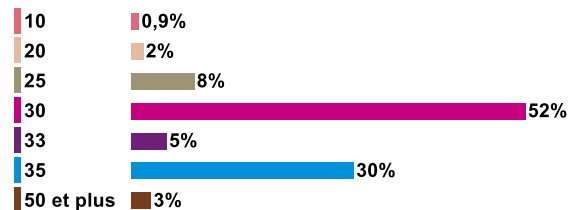
En % sur les observations *



Quelle est la décote moyenne appliquée ?

Taux de réponse : 100%

En % sur les observations *



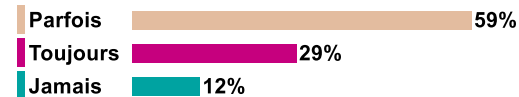
La décote est pratiquée par presque tous les éditeurs numériques.

La plupart des maisons d'édition font varier le prix du livre numérique, mais surtout de manière occasionnelle.

Faites-vous varier le prix au cours du cycle de vie du livre ?

Taux de réponse : 100%

En % sur les citations *



La décote moyenne la plus généralement appliquée est de 30 % pour 52 % des éditeurs.

Une décote moyenne de 35 % est appliquée par 30 % des éditeurs en 2017.

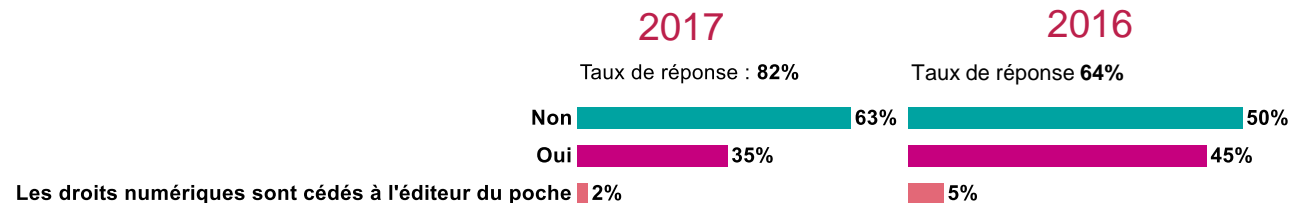
* Toutes les réponses ci-dessus sont pondérées en fonction du nombre de livres au catalogue numérique, avec un panel de 92 répondants

La commercialisation de livres numériques

Une révision du prix moins fréquente lors de la sortie en poche

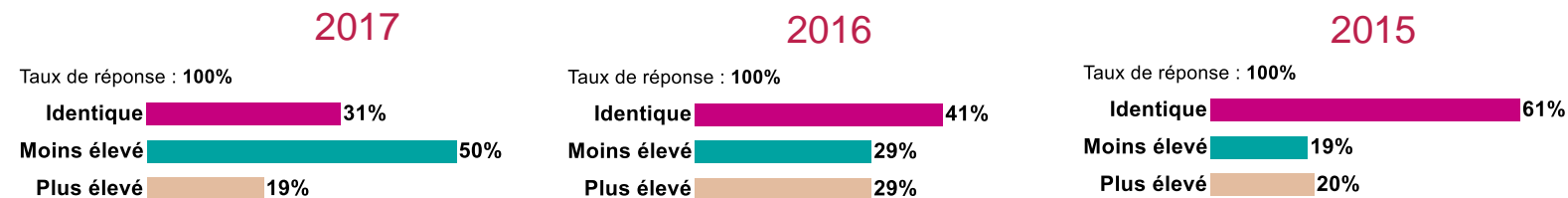
63 % des éditeurs ne révisent pas leur prix lors de la sortie en livre de poche contre 50 % en 2016, soit 13 points de plus.

En ce qui concerne la littérature, révisiez-vous votre prix au moment de la sortie en livre de poche ?



Parmi ceux qui révisent leur prix, 50 % pratiquent un prix moins élevé que celui du poche contre 19 % en 2015.

Par rapport au prix du livre de poche, ce prix est-il :

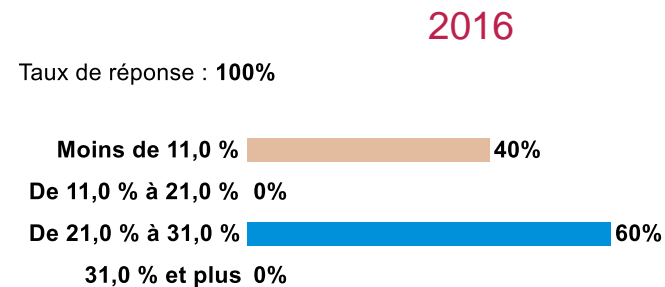
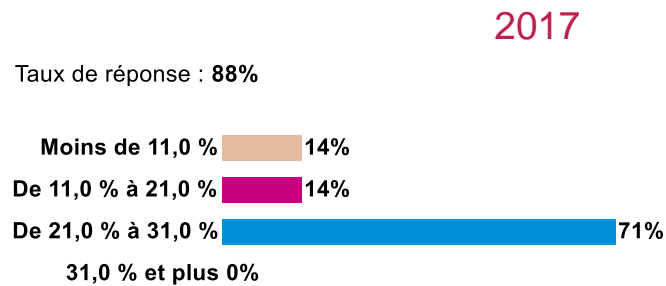


La commercialisation de livres numériques

Une décote de plus en plus homogène lors de la sortie en poche

Lorsqu'ils révisent leur prix à la baisse, les éditeurs sont de plus en plus nombreux à appliquer des décotes situées entre 21 et 31 % (+ 11 points par rapport à 2016).

Quelle décote appliquez-vous ?



La commercialisation de livres numériques

Le schéma favori : la vente via les e-distributeurs / e-diffuseurs

Quels sont les schémas de commercialisation que vous utilisez ?

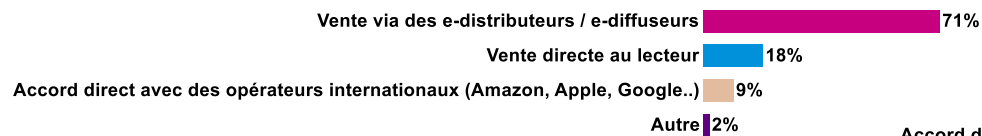
Classez par ordre d'importance de 1 (privilegié) à 4

Réponses de rang 1

En % sur les observations

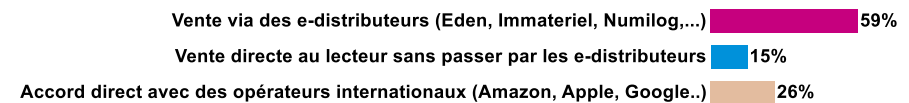
Taux de réponse : 100%

2017



2016

Taux de réponse : 92%



La vente via les e-distributeurs est le schéma de plus en plus privilégié et le plus utilisé par les éditeurs.

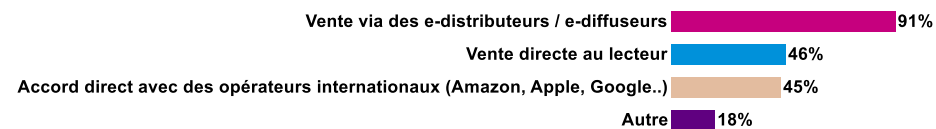
A l'inverse, les accords directs avec des opérateurs internationaux, qui sont préférés par seulement 9 % des éditeurs, sont encore conclus par 45 % d'entre eux.

Réponses tous rangs confondus

En % sur les observations

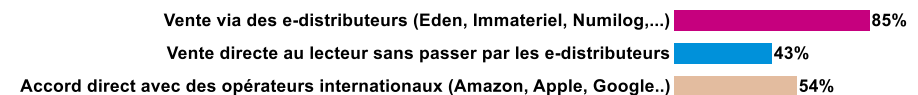
Taux de réponse : 100%

2017



2016

Taux de réponse : 92%

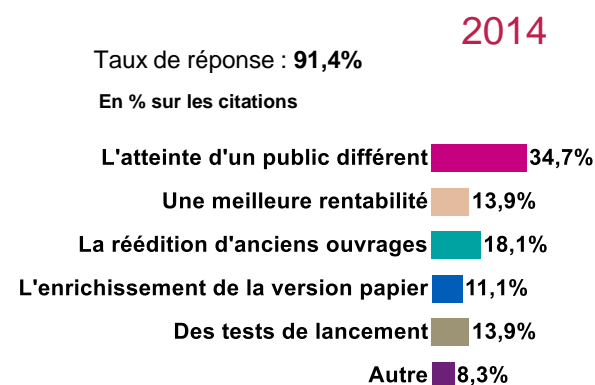
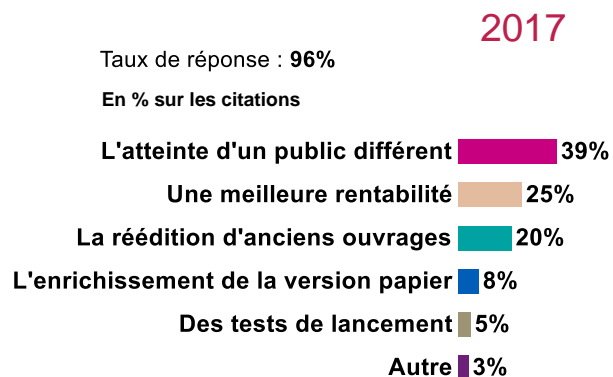


La commercialisation de livres numériques

Les atouts du livre numérique

L'atteinte d'un public différent, une meilleure rentabilité et la réédition d'anciens ouvrages sont les motivations de plus en plus citées par les éditeurs numériques.

La commercialisation de vos livres numériques vous permet-elle ?



Si 'Autre' précisez :

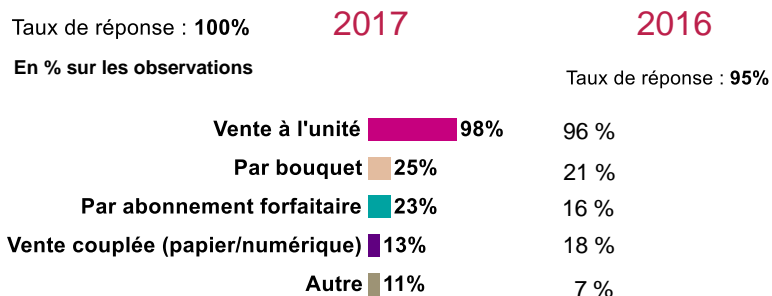
« L'atteinte d'un public qui achète en numérique pour certains genres (mais achète aussi des livres imprimés sur papier) »

« Le *crossmarketing* avec les ouvrages papier, la promotion via internet, l'utilisation de primes digitales, la prospection internationale »

La commercialisation de livres numériques

Un mode de commercialisation quasi unique

Quels modes de commercialisation de vos livres numériques avez-vous mis en oeuvre à ce jour auprès de vos lecteurs ?



Si 'Autre' précisez :

« Licences pour les bibliothèques des Etablissements d'Enseignement Supérieur et de Recherche »

« Livres de série »

« Par abonnement forfaitaire via des opérateurs mais de façon très limitée »

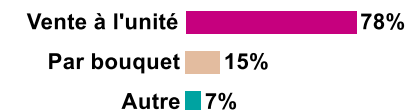
« Vente à l'unité aux institutions »

La vente à l'unité devient le mode de commercialisation utilisé par la quasi-totalité des éditeurs numériques

Quels modes de commercialisation de vos livres numériques avez-vous mis en oeuvre en cessions de droits numériques ?

Taux de réponse : 84%

En % sur les citations



La commercialisation de livres numériques

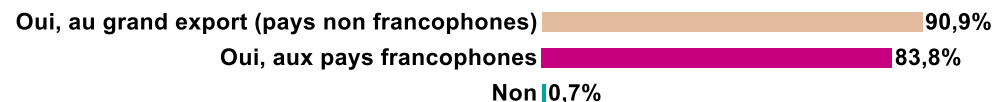
Une vente à l'export quasi systématique

9 éditeurs sur 10 commercialisent leurs livres numériques à l'export. Peu ont exprimé leurs difficultés, liées essentiellement à la barrière de la langue, aux négociations, ou bien encore d'ordre légal, fiscal ou technique.

Commercialisez-vous vos livres numériques à l'export ?

Taux de réponse : **99,7%**

En % sur les observations *



Rencontrez-vous des difficultés ? Lesquelles ?

Taux de réponse : **41 %**

« *TVA, formats* »

« *Taux de TVA, droits territoriaux différents selon les titres, etc.* »

« *Parfois des problèmes techniques liés au revendeur. Il reste aussi des problèmes de gestion des prix* »

« *Nous traduisons parfois en anglais et diffusons aussi dans cette langue.* »

* Toutes les réponses ci-dessus sont pondérées en fonction du nombre de livres au catalogue numérique, avec un panel de 92 répondants

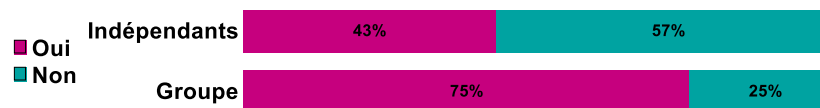
La commercialisation de livres numériques

Un déploiement progressif du prêt de livres numériques en bibliothèque

Les 3/4 des groupes disposent d'une offre de prêt de livres numériques en bibliothèque contre moins de la moitié pour les indépendants.

Disposez-vous d'une offre de prêt de livres numériques en bibliothèque ?

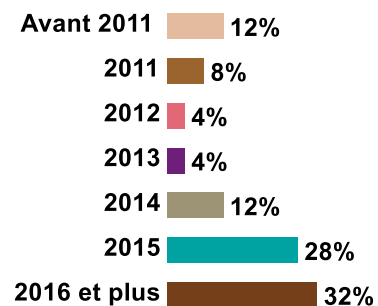
Taux de réponse : 98%



Depuis quelle année ?

Taux de réponse : 96 %

En % sur les observations



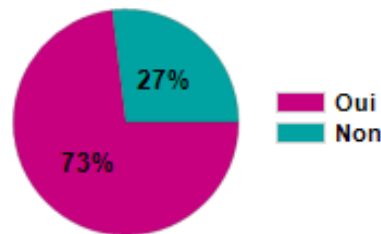
La mise en place de cette offre semble s'accélérer depuis 2015.

La commercialisation de livres numériques

Le prêt de livres numériques en bibliothèque : essentiellement via PNB

Vos prêts de livres numériques en bibliothèque sont-ils effectués via PNB ?

Taux de réponse : 100%



Pour plus de 7 éditeurs sur 10, le prêt de livres numériques en bibliothèque s'effectue via PNB.

Même si cette offre est encore à ses débuts, les premiers bilans tirés par les éditeurs sont plutôt **encourageants**.

Quel bilan tirez-vous de cette expérience ?

Taux de réponse : 77%

En % sur les observations

« *Trop récent* »

« *Bilan très positif en raison du levier sur les ventes -notamment sur le fonds- et l'activité pour les **libraires traditionnels**.[...]* »

« *Pas assez de recul, **marginal** pour le moment* »

« *Nette **accélération** depuis le programme PNB* »

La commercialisation de livres numériques

Un moindre recours à des ressources marketing spécifiques

Allouez-vous spécifiquement des ressources marketing pour le numérique ?

2017

Taux de réponse : 100%



2016

Taux de réponse : 95%

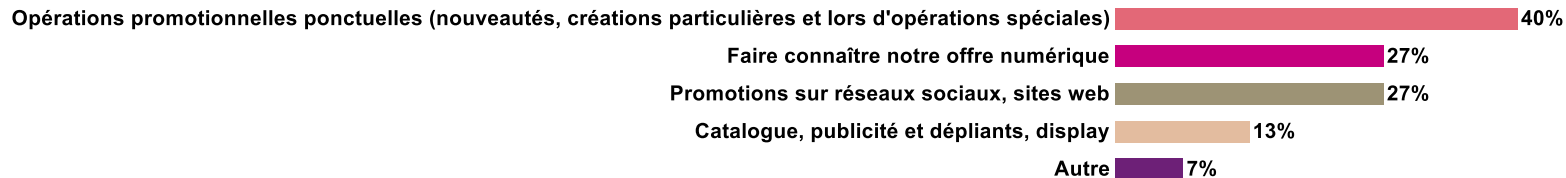


Les éditeurs sont moins nombreux qu'en 2016 à allouer des ressources marketing pour le numérique, surtout pour des raisons de budget.

Si oui, pour quelles opérations * ?

Taux de réponse : 19%

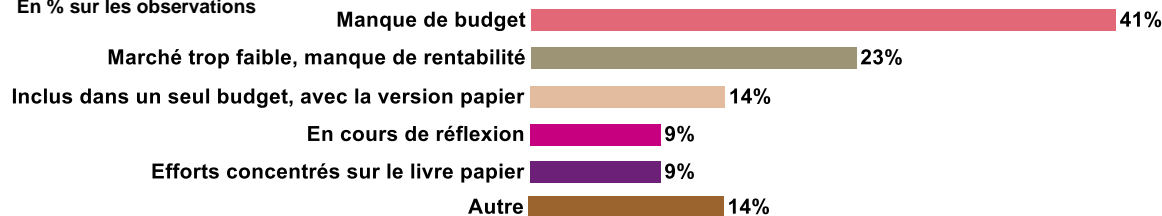
En % sur les observations



Si non, pourquoi * ?

Taux de réponse : 27%

En % sur les observations



Les ressources allouées sont affectées pour des opérations promotionnelles ou publicitaires.

* Questions ouvertes dont les réponses ont été recodées

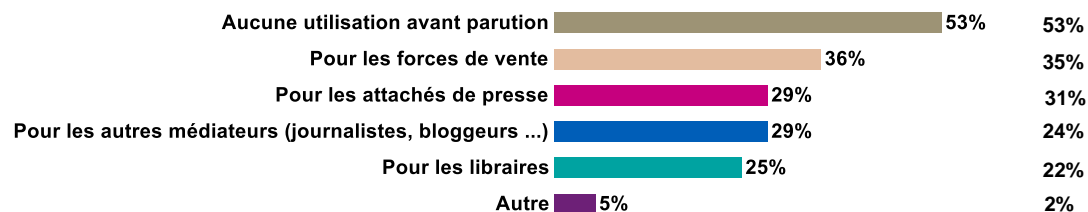
La commercialisation de livres numériques

Une utilisation stable du livre numérique par les éditeurs

Utilisez-vous le livre numérique avant parution du livre papier ou numérique ?

Taux de réponse : 98%
En % sur les observations

2016



Si 'Autre' précisez :

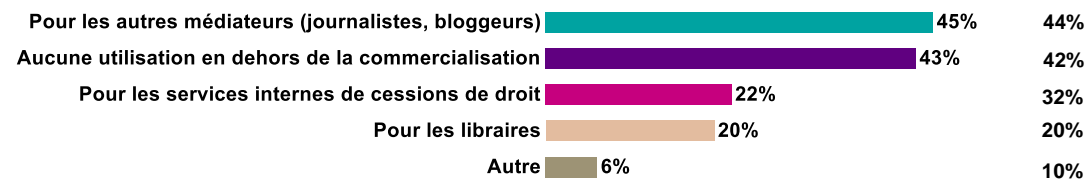
« *Directement pour les lecteurs dans le cas d'un rachat de catalogue dans l'attente de publier à nouveau au format papier ultérieurement* »

« *Pour les éditeurs étrangers* »

Utilisez-vous le livre numérique après parution du livre papier ou numérique, en dehors de la commercialisation ?

Taux de réponse : 91%
En % sur les observations

2016



Si 'Autre' précisez :

« *Editeurs étrangers* »

« *Version démo* »

4. Les techniques mises en place



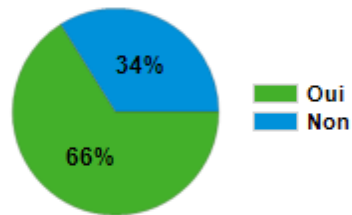
Les techniques mises en place

Des solutions privilégiées de protection de fichiers

Avez-vous opté pour une ou plusieurs solutions techniques de protection de fichier ?

Taux de réponse : 100%

2017



Au moins 6 éditeurs sur 10 optent pour une solution de protection de fichier.

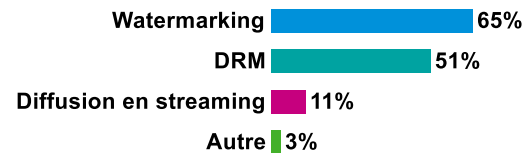
Alors que l'utilisation des DRM reste stable, le recours au Watermarking s'accroît.

Lesquelles ?

2017

Taux de réponse : 100%

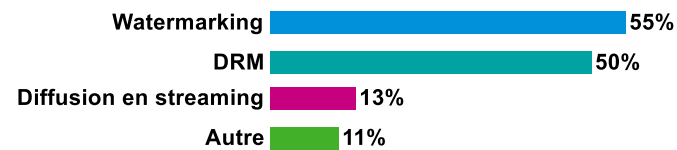
En % sur les observations



2016

Taux de réponse : 100%

En % sur les observations



Les techniques mises en place

Des raisons diverses de ne pas recourir à la protection de fichiers

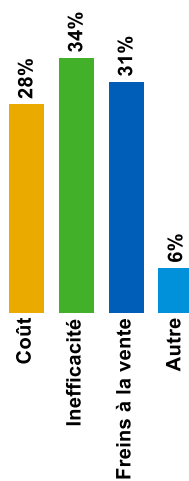
Si l'inefficacité reste le motif le plus cité, le coût et les freins à la vente sont désormais des raisons presque autant invoquées.

Pour quelle(s) raison(s) ?

Taux de réponse : 84%

En % sur les citations

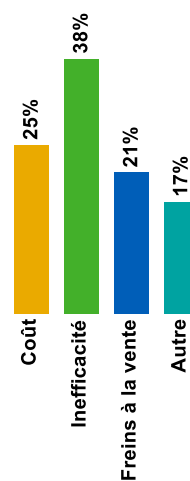
2017



Taux de réponse : 94%

En % sur les citations

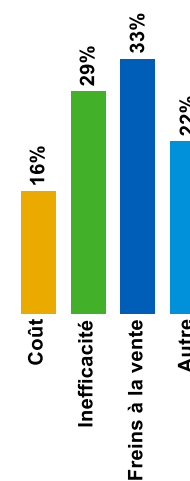
2016



Taux de réponse : 94%

En % sur les citations

2015



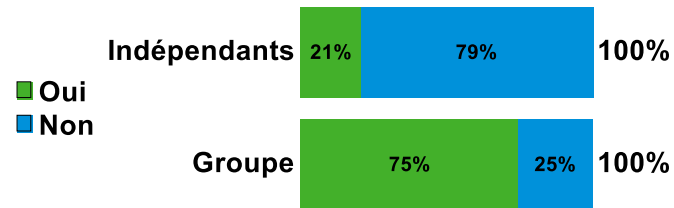
Les techniques mises en place

Des recours contrastés à la surveillance anti-piratage

Si les solutions de surveillance anti-piratage sont peu utilisées par les indépendants, elles le sont beaucoup par les groupes.

Avez-vous mis en place des solutions de surveillance anti-piratage ?

Taux de réponse : 82%

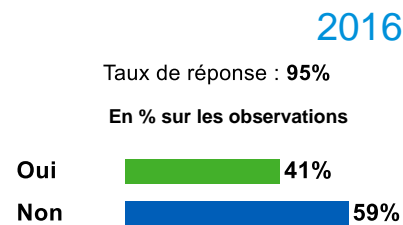
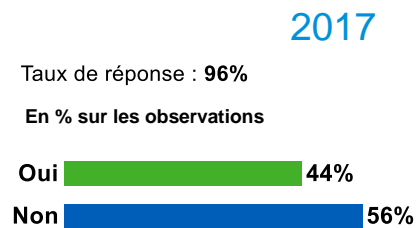


Les techniques mises en place

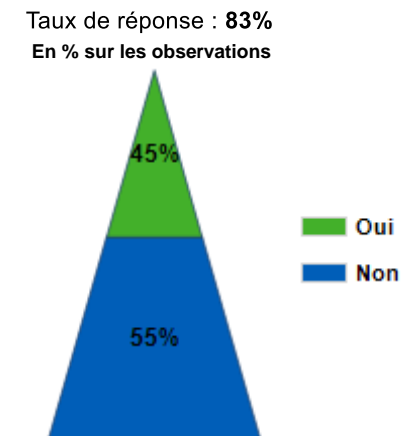
La DRM LCP au sein du projet Radium mieux connue

Les éditeurs sont un peu plus nombreux qu'en 2016 (+4 pts) à être informés du développement de la DRM LCP au sein du projet Radium.

Etes-vous informé(e) du développement de la DRM LCP au sein du projet Radium ?



Avez-vous l'intention d'utiliser cette nouvelle DRM pour votre catalogue ?





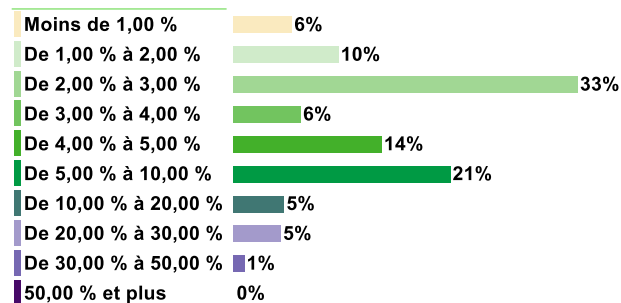
5. Les ventes de livres numériques

Ventes de livres numériques

Une certaine dispersion de la part de CA numérique

Quelle est la part du CA numérique par rapport à votre CA total ? *

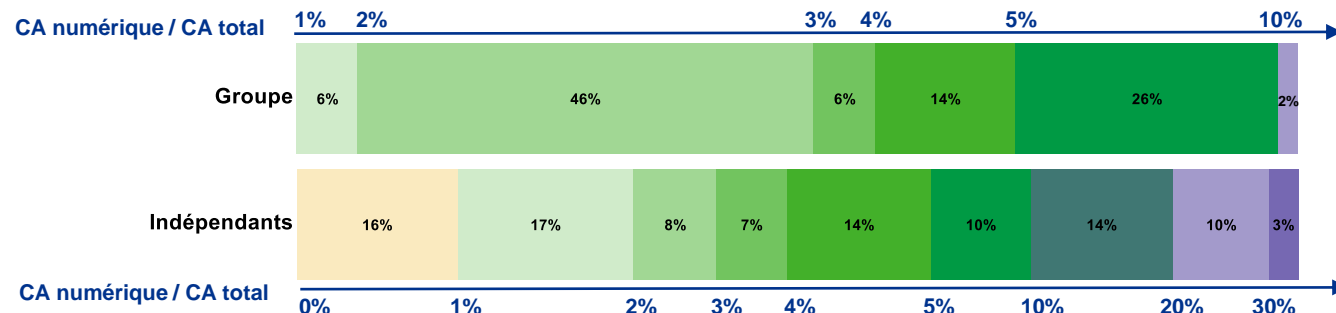
Taux de réponse : 91%



Si 1/3 des éditeurs déclare une part de CA numérique comprise entre 2 et 3 %, ils sont plus nombreux à réaliser un CA numérique représentant entre 4 et 10 % de leur CA total.

Répartition des Groupes et Indépendants selon leur part du CA numérique par rapport au CA total

Contrairement aux groupes qui sont plus de 9 sur 10 à avoir une part de CA numérique comprise entre 2% et 10%, les indépendants ont une activité beaucoup plus disparate, avec une part de CA numérique pouvant aller de 0% à plus de 30%.

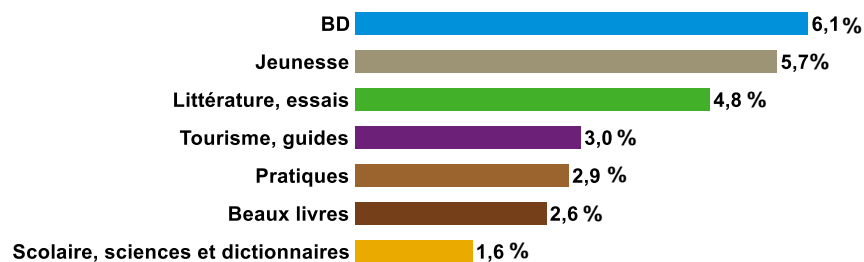


* Toutes les réponses ci-dessus sont pondérées en fonction du nombre de livres au catalogue numérique, avec un panel de 92 répondants

Ventes de livres numériques

Des performances variables selon les secteurs éditoriaux

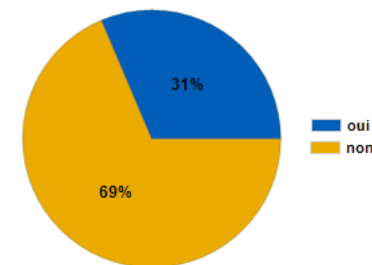
Part du CA numérique selon les secteurs éditoriaux prédominants



Connaissez-vous la part de votre CA numérique rapporté au CA de votre catalogue disponible à la fois en papier et en numérique ?

Taux de réponse : 90%

En % sur les observations*



La part des ventes numériques demeure assez faible pour certains secteurs éditoriaux dont l'offre de livres numériques est parfois peu développée. La part du CA numérique rapporté au CA du catalogue disponible à la fois en papier et en numérique, indicateur qui est encore peu calculé par les éditeurs, serait plus significative.

* Toutes les réponses ci-dessus sont pondérées en fonction du nombre de livres au catalogue numérique, avec un panel de 92 répondants

6. Les contrats numériques



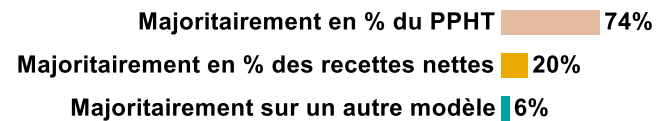
Les contrats numériques

Une rémunération des auteurs en % du PPHT non systématique

Si 1 éditeur sur 5 rémunère ses auteurs majoritairement en % des recettes nettes, c'est que dans de nombreux cas la rémunération en % du PPHT doit être difficilement calculable.

Comment rémunérez-vous vos auteurs pour les ventes numériques ?

Taux de réponse : 96%

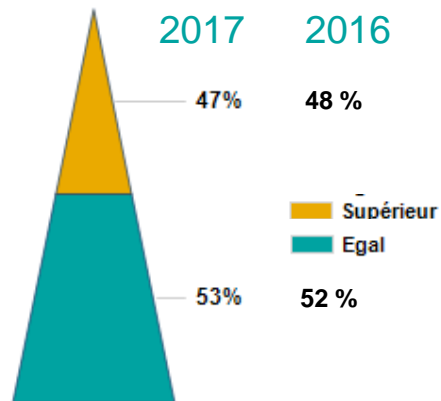


Les contrats numériques

Des pratiques hétérogènes de rémunération des auteurs

Lorsque vous rémunérez en % du PPHT, de façon générale, le taux des droits d'auteurs pour les ventes numériques est-il, par rapport à celui pour les ventes papier :

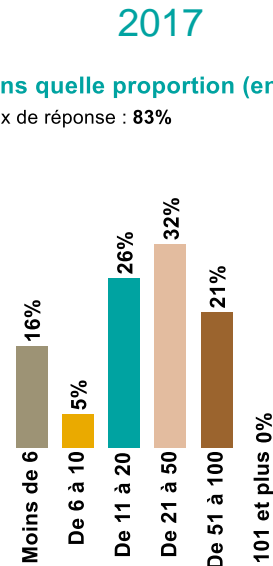
Taux de réponse : 88%



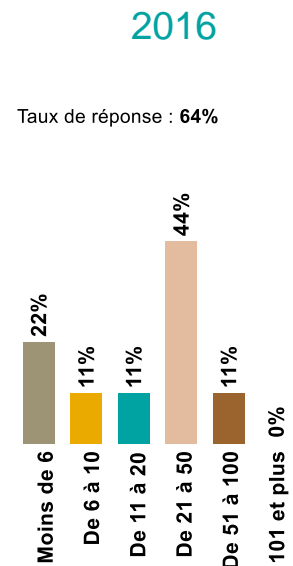
Alors qu'en 2016, près d'1 éditeur sur 2 pratique pour le numérique un taux de rémunération en % du PPHT supérieur de 20 à 50 % à celui du papier, en 2017 les pratiques semblent varier sans qu'aucune tendance ne se dégage.

Dans quelle proportion (en %) ?

Taux de réponse : 83%



Taux de réponse : 64%



7. L'opinion des maisons d'édition

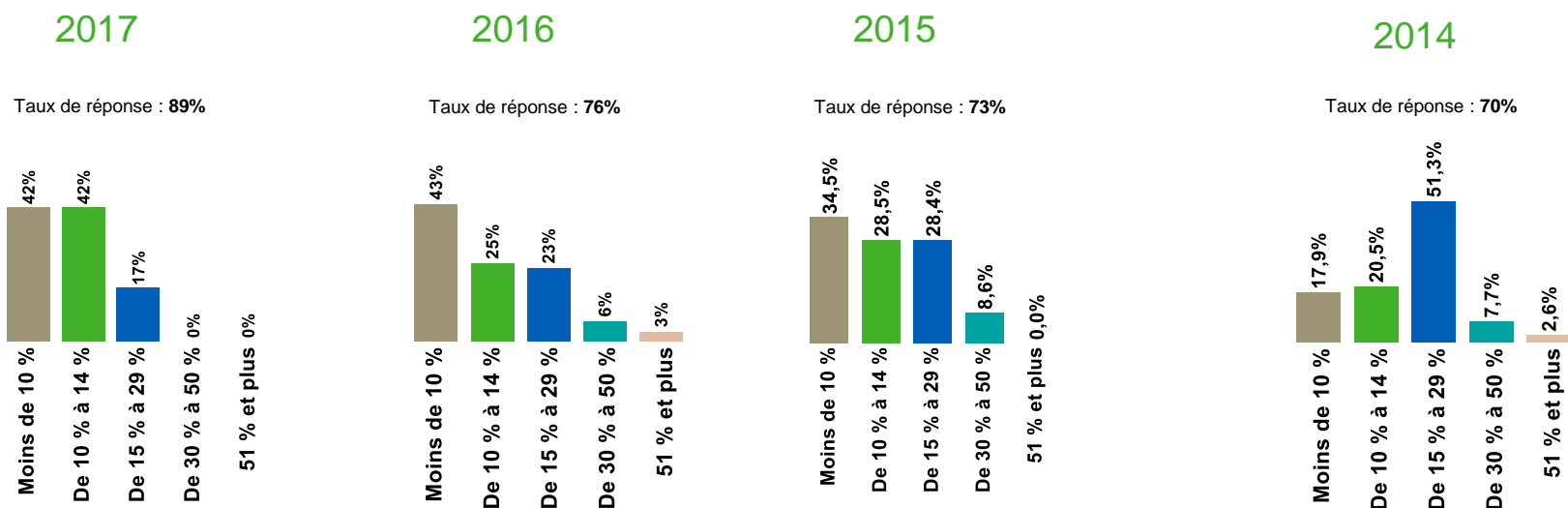


L'opinion des éditeurs

Un déplacement progressif des prévisions du marché du numérique en France à horizon 2020

Alors qu'en 2014 leurs prévisions semblaient converger vers une part de marché numérique entre 15 et 30 %, les éditeurs pensent désormais très majoritairement que la part sera inférieure à 15 % à horizon 2020.

A votre avis, quelle sera la part de marché du livre numérique en France à horizon 2020 ?



KPMG en un regard



KPMG France, un acteur leader du marché



238
implantations



8 500
professionnels



961 millions€
de chiffre d'affaires



Leader
en France de l'audit
et du conseil

« Un cabinet créé il y a plus d'un siècle
et dont l'actionnariat est 100 % français. »

+ de **70 000** clients en France dont :



200

sociétés cotées
ou faisant appel
public à
l'épargne



36

mandats au
CAC40 et au
SBF120



50%

des 100 ETI les
plus importantes
en France

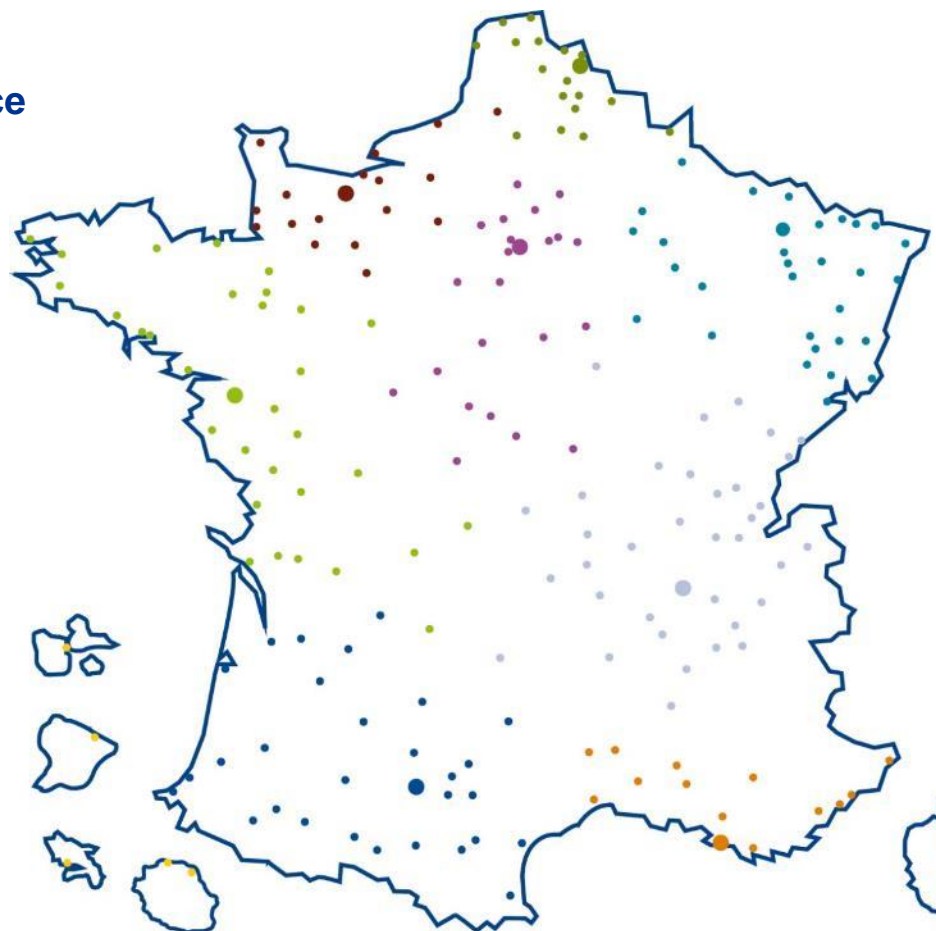


30%

des PME de plus
de 50 salariés

KPMG France, une relation de proximité

Plus de 200 implantations en France
dont 16 grandes métropoles



KPMG et les activités d'édition

Au sein de KPMG, une équipe pluridisciplinaire de consultants est dédiée au secteur de l'édition.

Sur le marché national, notre cabinet occupe aujourd'hui une position reconnue par les professionnels.

En tant qu'expert-comptable ou commissaire aux comptes, nous sommes présents dans de nombreuses maisons d'édition et régulièrement consultés par elles.

Notre ambition est de participer à leur réflexion sur l'évolution de leur activité, au-delà de l'analyse financière.

Notre champ d'action couvre l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre, de la librairie à la diffusion et à la distribution.

La richesse d'expérience de nos consultants tient dans la diversité de leurs implications et missions touchant aussi bien la grande que la petite maison d'édition.

L'ensemble de l'équipe reste à votre disposition.

Ce baromètre a été réalisé par quelques membres de l'équipe de KPMG dédiée au secteur de l'édition, dirigée par Joëlle Tubiana, Associée, avec la collaboration de Nicolas Beaudouin, Associé et de Béatrice Muniz, Responsable projets Marketing & Communication.

VOS CONTACTS KPMG

Joëlle Tubiana

Associée

Tél : +33 (0)1 55 68 21 60

E-mail : jtubiana@kpmg.fr

Béatrice Muniz

**Responsable Projets Marketing
& Communication**

Tél : +33 (0)1 55 68 21 42

E-mail : bmuniz@kpmg.fr

kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse (« KPMG International »). KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2017 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France.

Crédit photos : Shutterstock., GettyImages.