

29 libraires de la région s'expriment sur le numérique

L'ARL Paca a réalisé en 2011 une enquête sur *La perception et l'utilisation des outils numériques par les libraires de la région*. L'enquête couvre l'année 2010 ; elle a été menée via l'envoi internet d'un questionnaire auprès des 168 structures en Paca. Après plusieurs relances par mail et téléphone, force est de constater que le sujet ne passionne pas encore : seulement 29 libraires (17,2 % de répondants) ont renseigné ce questionnaire !

Les éléments ci-après portent sur leurs réponses.

Site internet

65 % des libraires disposent d'un site internet, mais la moitié d'entre eux l'utilise comme un site de vente. La présence des librairies sur internet repose en grande partie sur l'idée de maintien d'un "lien numérique" de conseil avec les lecteurs, ainsi que sur des fins publicitaires. 7 libraires vendant des livres en ligne déclarent vendre moins de 700 livres par an. Seule une librairie réalise plus de 3 500 ventes à l'année.

58 % des libraires estiment que leur site est souvent consulté (en moyenne 64 000 visites annuelles selon les chiffres de fréquentation) et 42 % que la visite de leur site internet n'est pas un réflexe pour leur clientèle.

62 % des libraires interrogés n'utilisent pas les réseaux sociaux. À l'inverse quand ils le font, tous sont sur Facebook. La librairie a toujours privilégié le contact direct avec le lecteur, le considérant comme le cœur même de son métier... L'idée "d'humanité numérique" est encore loin.

Nous avons également interrogé les libraires au sujet du site mutualisé 1001libraires – aujourd'hui fermé – afin de percevoir si son concept leur paraissait pertinent ou non au plan du positionnement internet de la profession. Si tous les libraires du panel connaissent le site, ils n'en gardent pas un bon souvenir : 38 % en ont clairement une mauvaise opinion et 48 % préfèrent ne pas s'exprimer. Seulement 28 % s'étaient inscrits dans ce projet collaboratif à l'avenir incertain, mais pour lequel un investissement était demandé. Le risque financier n'est pas la seule raison puisque 84 % des non-inscrits n'ont aucunement l'intention de rejoindre un tel site dans le futur.

Les clients des librairies et internet

Vus par les libraires eux-mêmes

59 % des libraires déclarent que la présence des produits culturels en ligne est un sujet de discussion avec leur clientèle. Parmi eux, la majorité déclare que les clients utilisent internet prioritairement pour effectuer des recherches bibliographiques – certainement en vue d'un achat ultérieur –, ou se renseigner sur la librairie et les événements qu'elle organise. Ils sont également nombreux (71 %) à estimer que leurs clients se rendent sur internet pour un acte d'achat. Cependant, nous constatons encore une fois qu'un seul libraire estime que ses clients peuvent se rendre sur internet pour un temps de discussion autour du livre. Peut-être est-ce là encore un signe que les libraires ne sont pas convaincus de la place que peut jouer internet dans le conseil, omettant l'aspect communautaire de ce média ?

Vente de livres et d'équipements numériques

Parmi les 29 libraires enquêtés, 26 déclarent que la demande de leur clientèle en matière de livres numériques est inexistante. Malgré cela, 8 se sont lancés dans la vente de livres numériques : 5 d'entre eux n'ont réalisé aucune vente en 2010, et 2 ont réalisé 11 ventes.

Concernant la vente de tablettes ou de liseuses, là encore la totalité du panel déclare n'avoir aucune demande clientèle en ce sens. 2 librairies en proposent cependant, dont une seule a réalisé 6 ventes en 2010. Cela ne traduit pas pour autant un désintérêt total du public, ce sont plus vraisemblablement les conditions (en librairie ou via le site marchand du libraire) qui ne lui conviennent pas. Lorsqu'il s'agit de multimédia, le réflexe d'achat n'est simplement pas la librairie, et il y a fort à parier que ce marché continue de lui échapper.

Le livre numérique s'inscrit dans la même logique : les habitudes d'achat n'intègrent pas encore la librairie indépendante. Elles se placent plutôt dans un modèle d'achat restreint par les grands opérateurs, à l'image des "stores" (celui d'Amazon par exemple) qui enferment leurs clients dans un modèle exclusif : la liseuse achetée via ces sites ne peut recevoir que des contenus acquis sur ce même site... Un modèle plus ouvert est à développer !

Prospectives & enjeux

Nous avons enfin interrogé les libraires sur leur perception de l'avenir du livre et des supports numériques en librairie. 50 % des répondants sont en veille documentaire sur les questions numériques.

45 % utilisent la presse professionnelle (*Livres Hebdo*), 18 % se tiennent informés via la presse écrite, 55 % cherchent les informations sur internet, au travers de sites comme Actualité ou Aldus.

Ce n'est donc pas une ignorance du sujet qui freine leur engagement vers le numérique, mais plutôt une méfiance et une attente de résultats plus marquants.

Nous avons cherché à savoir si les bornes numériques intéressent les libraires et si un investissement de leur part était envisageable. Les trois quarts ne croient pas en ces nouvelles technologies et ne sont pas du tout intéressés. Un quart y voit un réel intérêt, dans l'hypothèse de faire venir de nouveaux publics dans la librairie.

Autre piste pour donner une place aux librairies dans le marché du numérique : l'impression à la demande. 11 libraires y voient un intérêt – essentiellement pour répondre aux problèmes de disponibilité des ouvrages – et 10 n'en voient aucun, répondant par un "non" catégorique. Le service qui pourrait être rendu à la clientèle semble plus concret, puisque c'est un écueil quotidien que de se heurter à l'indisponibilité des ouvrages commandés par le client. Par extension, l'impression à la demande permet de gérer différemment ses stocks en soulageant une partie de la trésorerie de la librairie. Elle permet en outre une réponse rapide à la clientèle frileuse à l'idée d'attendre parfois deux semaines la livraison d'un ouvrage alors qu'elle peut se le procurer plus rapidement via d'autres biais. Dernier point, bien que les fichiers soient numériques, le support final reste le papier.

Quant aux enjeux du numérique, son développement proche et ses impacts sur le commerce de la librairie :

- 11 libraires expriment une vision plutôt optimiste, concernant la gestion de leur commerce (dématérialisation du stock) et la place que le numérique occupera d'ici quelques années dans ce secteur,
- 8 se montrent sceptiques à propos de l'essor des technologies opposant le numérique et le papier, et ne voient pas comment le livre dématérialisé pourrait rivaliser avec livre physique,
- et enfin 10 libraires ont une vision pessimiste, évoquant un avenir inquiétant, un danger pour la librairie.

Conclusion

Il ressort de cette enquête qu'en 2010 le virage vers le numérique n'est encore négocié que pour un petit nombre de libraires. Pourtant, la majorité possède un site internet, et plus de la moitié propose des livres en ligne et/ou se tient informé de l'actualité numérique. Si 28 % proposent des livres numériques à la vente, la volonté d'investissement dans des technologies diverses est quasi nulle. Par ailleurs, l'inquiétude et la méfiance dominent face aux solutions proposées.

Et pourtant le numérique progresse :

- les ventes de livres numériques représentent une part croissante des achats aux États-Unis (près de 10 %), elles pèsent aujourd'hui 2 % du CA global du marché français (source SNE : enquête de branche 2011).
- les ventes en ligne captent une part croissante du marché avec près de 15 % du CA global du secteur ; peu de libraires s'y sont positionnés.
- si les ventes de livres numériques pèsent encore très peu sur le marché, la baisse des coûts des liseuses et des tablettes démocratisent ces achats. En parallèle l'offre s'enrichit progressivement.
- durant le premier trimestre 2012 (*Livres Hebdo*, juin 2012), la part des ventes de la librairie indépendante régresse face aux grandes surfaces culturelles, grandes surfaces et sites de vente en ligne.

Il semble donc impératif que les libraires réussissent à définir une position commune face à ces enjeux pour ne pas perdre plus de parts de marché dans un secteur qui se globalise. Tant que le lien entre librairie et numérique ne sera pas construit et perçu comme un réel trait d'union entre livre physique et livre numérique, il semble que les libraires, déjà très fragilisés, ne prendront plus de risques.