

## MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

### INSPECTION GÉNÉRALE DES AFFAIRES CULTURELLES

N° 2012-44-2

# La librairie indépendante et les enjeux du commerce électronique

Novembre 2012



**François HURARD**  
Inspecteur général  
des affaires culturelles

**Catherine MEYER-LERECULEUR**  
Administrateur civil hors classe  
Chargée de mission d'inspection générale

## SOMMAIRE

<i>Lettre de mission</i>	4
<b><i>Synthèse et propositions</i></b>	<b>6</b>
Synthèse	7
Propositions	9
<b><i>Introduction</i></b>	<b>12</b>
<b>1. PREMIERE PARTIE : L'APRÈS « 1001 LIBRAIRES ».....</b>	<b>14</b>
<b><i>1.1 Les besoins de la librairie indépendante : faire du net un atout concurrentiel</i></b> .....	<b>14</b>
<b>1.1.1 Faut-il relancer une initiative après l'échec de 1001 libraires ?..</b>	<b>14</b>
<b>1.1.2. Une croissance continue du marché de la vente en ligne fragilise la librairie traditionnelle.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.3. Un marché en ligne dominé par un acteur principal, Amazon, aux méthodes qui modifient les habitudes de la clientèle.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.4. Les conditions d'une amélioration du service au client .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1.5. La nécessité pour les libraires de se positionner sur les appels d'offres des collectivités pour le livre numérique .....</b>	<b>19</b>
<b><i>1.2 Les obstacles à l'adaptation de la librairie aux défis du commerce en ligne</i></b>	<b>20</b>
<b>1.2.1 Les réticences des libraires à pénétrer dans le monde d'Internet et du numérique .....</b>	<b>21</b>
<b>1.2.2. La situation de fragilité économique de la librairie indépendante, frein à sa modernisation.....</b>	<b>23</b>
<b>1.2.3. Les lourdeurs et l'inadaptation du marché actuel de la distribution des livres imprimés.....</b>	<b>25</b>
<b>1.2.4. La complexité de l'organisation du marché du livre numérique et ses conditions économiques .....</b>	<b>25</b>
<b>1.2.5. La multiplicité des bases de données.....</b>	<b>27</b>
<b><i>1.3. Comparaisons européennes : les autres « modèles » sont difficilement transposables.....</i></b>	<b>29</b>
<b>1.3.1 Le « modèle allemand » : Libreka.....</b>	<b>29</b>
<b>1.3.2. La voie britannique.....</b>	<b>30</b>
<b><i>1.4 La nécessité d'offrir rapidement aux libraires des solutions opérationnelles</i></b>	<b>32</b>

<b>2.</b>	<b>DEUXIÈME PARTIE : ETAT DES LIEUX ET ÉVALUATION DES DISPOSITIFS OPÉRATIONNELS OU EN PROJET POUR PERMETTRE AUX LIBRAIRES D'INVESTIR LE E-COMMERCE.....</b>	<b>34</b>
<b>2.1</b>	<b><i>Portée et limites des offres immédiatement disponibles.....</i></b>	<b>34</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Les offres développées par les libraires .....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.2.</b>	<b>Les offres des prestataires informatiques .....</b>	<b>38</b>
<b>2.1.3.</b>	<b>Les limites de l'offre pour les libraires indépendants .....</b>	<b>41</b>
<b>2.2</b>	<b><i>Portée et limites de projets en cours d'élaboration.....</i></b>	<b>45</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Les projets principalement voire exclusivement orientés vers le livre imprimé .....</b>	<b>45</b>
<b>2.2.2.</b>	<b>Les projets exclusivement dédiés à la diffusion du livre numérique .....</b>	<b>47</b>
	<b>Conclusion.....</b>	<b>51</b>
	<b>Annexes.....</b>	<b>53</b>
<b>Annexe I</b>	<b>Liste des personnes auditionnées</b>	<b>54</b>
<b>Annexe II</b>	<b>Principaux sigles</b>	<b>59</b>
<b>Annexe III</b>	<b>Bibliographie sommaire</b>	<b>60</b>
<b>Annexe IV</b>	<b>Schéma de la chaîne du livre numérique</b>	<b>62</b>

- 4. JUL. 2012 / J u n



*Ministère de la Culture et de la Communication*

*La Directrice du Cabinet*

Note

à l'attention de

Madame Ann-José ARLOT

03 JUL. 2012

Chef du service de

**l'Inspection Générale des Affaires Culturelles**

CC/1566

**Objet : Mission d'expertise sur le portail numérique de la librairie indépendante**

Par un communiqué publié le 18 mai 2012 dans la presse professionnelle, le syndicat de la librairie française (SLF), a annoncé que la société PL2i, opérateur du portail de la librairie indépendante (« 1001 libraires.com »), était sur le point de mettre fin à ses activités. Cet événement serait très regrettable pour le secteur de la librairie indépendante qui doit, pour continuer d'assurer son rôle indispensable de médiateur et de prescripteur à l'égard des lecteurs, d'une part, et assurer la diversité de la diffusion des livres sur tout le territoire, d'autre part, être un acteur dynamique dans l'univers du numérique.

Alors que leur situation économique est marquée par la réduction de leurs marges, par la concurrence toujours accrue de la vente en ligne et par la récente augmentation de la TVA de 5,5% à 7%, les librairies indépendantes avaient choisi, avec ce portail, de porter une initiative numérique commune traduisant leur volonté de moderniser leur activité.

Dans ce contexte, la ministre souhaite que l'Inspection générale des affaires culturelles engage sans délai une mission d'expertise et de conseil sur l'expérience de ce portail numérique, et en a annoncé le lancement aux professionnels, lors d'une réunion organisée le 20 juin.

Cette mission aura pour objectif, d'une part, de dresser un état des lieux des difficultés ayant conduit à la situation actuelle, et, d'autre part, de formuler des propositions sur les possibilités de relance d'une initiative permettant aux librairies indépendantes de bénéficier de toutes les opportunités que pourraient leur offrir Internet pour leur développement.

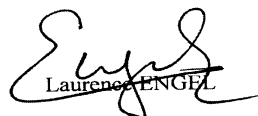
A cette fin, la mission devra s'appuyer sur une large consultation des acteurs concernés (libraires, éditeurs, opérateurs de plateformes de vente en ligne etc..) et sur les résultats de la concertation d'ores et déjà engagée sur le sujet par le Centre national du livre (CNL).

---

Afin d'éclairer les décisions à venir, la mission devra également étudier les initiatives similaires qui ont été développées dans d'autres pays d'Europe, comme le portail « Libreca » en Allemagne.

Pour l'accomplissement de cette mission, l'Inspection générale bénéficiera, en tant que de besoin, du concours de la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles et du Centre national du livre.

Le rapport devra être remis au plus tard à la mi- octobre, et je vous remercie de m'adresser, comme convenu, une note d'étape dès la fin du mois de juillet.



Laurence ENGEL

## **SYNTHESE ET PROPOSITIONS**

## SYNTHESE

La principale leçon à tirer de l'expérience de l'échec du portail « 1001 libraires » est qu'il convient à l'avenir, plutôt que de vouloir créer *ex nihilo* un système exhaustif et parfait pour permettre aux libraires d'entrer dans le commerce électronique, de définir des objectifs réalistes en partant de l'existant.

Toutefois, les besoins auxquels le portail « 1001 libraires » entendait répondre, notamment par la géolocalisation permettant de commander un livre imprimé en ligne et de le retirer en librairie, et le téléchargement de livres numériques, demeurent d'actualité.

L'échec du portail ne rend que plus urgente la nécessité pour les libraires indépendants d'être en mesure d'offrir à leurs clients deux types de services désormais assurés par les librairies en ligne : la garantie d'obtenir une commande de livres dans des délais rapides, d'une part; et la possibilité de choisir et d'acheter des livres numériques sur un vaste catalogue, d'autre part.

La poursuite d'une forte croissance du commerce en ligne des livres ces dix dernières années au détriment de la part de marché de la librairie traditionnelle montre que la qualité de service offerte par les libraires peut être distancée par l'efficacité et la variété de choix offertes par les librairies en ligne.

Il ne s'agit pas tant pour la librairie indépendante de concurrencer la logistique des grandes librairies en ligne que d'éviter une fuite de clientèle vers les avantages du e-commerce, faute d'offre similaire.

Sur ce point précis, moins qu'un portail collectif, c'est une amélioration des conditions concrètes de réponse à la demande des lecteurs qui doit être rendue possible pour toutes les catégories de librairies indépendantes : offrir à leurs clients, dans les librairies physiques, la garantie de recevoir dans des délais raisonnables les ouvrages commandés (dans l'esprit de la loi du 10 août 1981) et, d'autre part, leur permettre de commander des livres sur un site internet personnalisé, et de les retirer en librairie ou de les recevoir à domicile.

Cet objectif ne sera atteint, en premier lieu, qu'au prix d'une amélioration des conditions de distribution du livre, qui doit être entreprise par l'interprofession, dans l'intérêt mutuel des éditeurs, des distributeurs et des libraires.

En second lieu, si plusieurs formules d'« usines à site » et outils de e-commerce permettant l'accès des clients internautes aux stocks des libraires sont aujourd'hui disponibles, elles ne sont pas toujours bien connues, et leurs coûts ne sont pas nécessairement abordables pour toutes les catégories de librairies. Des expériences de mutualisation des stocks peuvent aussi être envisagées au plan local. Enfin, regroupés, les libraires indépendants pourraient sans doute négocier des tarifs postaux plus avantageux pour leurs colis.

Plus que d'un modèle unique d'organisation, les libraires ont besoin de conseils et d'expertise pour faire le choix d'une formule de site de e-commerce qui réponde à leurs besoins. Par ailleurs il conviendrait aussi dans ce domaine, que l'esprit de la loi sur le prix unique du livre soit convenablement respecté dans le commerce en ligne et que la gratuité des frais de port ne vienne pas fausser les conditions de la concurrence.

S'agissant du livre numérique, la réflexion collective a été plus qu'abondante depuis cinq ans. Les investissements des éditeurs dans les structures leur permettant de franchir le saut du numérique ont été importants, et l'actualisation de la politique du livre et de la lecture, notamment à travers un programme d'aide à la numérisation, ainsi que la transposition au livre numérique de la loi sur le prix unique et de la TVA à taux minoré, ont permis d'envisager la naissance d'un nouveau marché dans des conditions satisfaisantes pour le lecteur et préservant la diversité du spectre éditorial.

Cependant, les difficultés d'organisation et de structuration du segment aval de la nouvelle chaîne du livre numérique semblent avoir été sous-estimées.

En effet, l'initiative et la réflexion, tant des pouvoirs publics que de l'interprofession, ont presque exclusivement reposé sur l'entreprise « 1001 libraires » dont l'engagement a en outre souffert d'une absence de définition claire du périmètre du portail et d'une inadéquation des financements à la stratégie industrielle finalement retenue. En ce sens l'échec de « 1001 libraires » est également révélateur d'une carence de réflexion stratégique sur l'aval de la chaîne du livre numérique qui aurait pourtant dû être engagée avec autant de détermination que sur les autres sujets sur lesquels acteurs publics et privés se sont mobilisés au cours de ces cinq dernières années, avec nombre de rapports publics et le vote de plusieurs textes de loi concernant le livre numérique, sans pourtant que cet aspect essentiel de la problématique n'ait été sérieusement pensé et organisé.

A la faveur du fait que le marché du livre numérique n'est encore en France qu'embryonnaire et qu'il est difficile de prévoir avec certitude son rythme de croissance, il convient de combler sans tarder le retard pris dans l'approche et la résolution des problèmes de la distribution du livre numérique. Notamment en s'inspirant de la loi du 10 août 1981, déjà en partie transposée dans l'univers du numérique, et en veillant à garantir le respect de son esprit et de l'un de ses objectifs fondamentaux : le maintien de la diversité des libraires et d'un réseau de librairies sur l'ensemble du territoire.

L'échec du portail montre que, là encore, il n'est pas certain qu'une initiative collective soit la meilleure réponse à apporter à l'attente des libraires. En effet, un ensemble de solutions concrètes, dont l'expérimentation récente a montré qu'elles pouvaient répondre aux demandes de nombreux libraires, sont désormais disponibles.

Il convient toutefois que les libraires puissent être informés des dispositifs grâce auxquels il vont pouvoir devenir des acteurs du commerce des livres numériques, ce qui semble une nécessité- malgré la réticence de certains d'entre eux à franchir ce pas- parce qu'ils ne peuvent pas s'aliéner la clientèle des lecteurs sur tablettes et liseuses, et qu'ils ne peuvent pas non plus abandonner les marchés publics, déjà très orientés vers la fourniture de livres numériques.

A l'issue d'une consultation qui a permis un dialogue avec de nombreux libraires au sujet de leurs attentes et de leurs besoins en termes de modernisation de leur métier, les rapporteurs formulent une vingtaine de propositions et recommandations, visant à permettre aux libraires de s'équiper dans des délais rapides pour relever l'enjeu du commerce électronique de livres imprimés et numériques, tout en conservant leur indépendance et en proposant, sur Internet, une autre qualité de service : celle issue de la passion du métier de libraire.

Plusieurs mesures d'accompagnement, comme le développement de la formation permanente des libraires aux techniques de l'e-commerce, des mesures permettant le meilleur référencement des libraires indépendants sur Internet, une simplification du marché du livre numérique et la mise en place d'outils (liseuses, tablettes) favorisant l'interopérabilité et les systèmes ouverts doivent également être envisagées. Enfin, il revient aux pouvoirs publics de poursuivre l'actualisation de la loi sur le prix unique du livre (notamment sur le strict respect du principe du prix unique et sur les marchés publics) afin que l'ensemble de la nouvelle chaîne du livre numérique, de l'éditeur au libraire, puisse garantir la diversité et le pluralisme de la création et de la diffusion, le maintien d'un réseau dense de librairies indépendantes étant l'un des piliers de cette diversité et sa vitrine naturelle.

François Hurard et Catherine Meyer-Lereculeur



## PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS

L'expérience de l'échec de « 1001 Libraires » impose de conserver une attitude prudente sur les projets de portails numériques en cours, notamment le projet du Cercle de la Librairie qui a subi très récemment de profondes évolutions et qui n'est pas stabilisé à ce jour, ainsi que le projet MO3T d'Orange, qui se situe dans un horizon encore lointain. Dans l'esprit des déclarations de la ministre de la culture et de la communication réaffirmant la proposition de médiateur/facilitateur du ministère, il s'agit maintenant - face aux attentes des libraires indépendants - de favoriser la mise en place de solutions pragmatiques, répondant au plus près à leurs besoins de modernisation.

Certaines recommandations ou propositions concernent l'action en propre du ministère et de ses établissements publics ou des collectivités territoriales, l'avenir de la librairie étant aussi un enjeu d'aménagement culturel du territoire. D'autres relèvent de l'interprofession du livre, ce qui ne saurait pourtant faire obstacle à l'association des pouvoirs publics à leur mise en œuvre, s'agissant d'une industrie culturelle qui fait l'objet d'un soutien important de l'Etat.

### **I- Propositions visant à favoriser la modernisation des librairies indépendantes, leur entrée dans le e-commerce et leur association à la vente de livres numériques**

1) Mettre en œuvre une labellisation des offres de services aux libraires pour la vente de livres imprimés sur Internet, la vente de livres numériques, et la fabrication et la conception éditoriale de sites internet adaptés aux besoins des libraires. Cette labellisation tient compte des caractéristiques techniques des offres de service (en privilégiant notamment les modèles ouverts) et du modèle économique proposé au libraire. Elle serait attribuée par un groupe d'experts indépendants siégeant au CNL. La procédure pourrait s'appuyer sur des démarches de certification ISO.

2) Mettre en place une aide à la modernisation des librairies, comme il en existe une pour les salles de cinéma, en ayant soin d'articuler et de coordonner les subventions accordées par le CNL, les DRAC et les collectivités territoriales ainsi que l'ADELIC - qui peuvent être complémentaires- et de simplifier les démarches pour les librairies.

3) Généraliser les « Contrats de progrès pour l'économie du livre » (Etat/Régions) dans les régions qui n'en sont pas encore dotées.

4) Dans l'esprit de l'article 1er alinéa 3 de la loi du 10 août 1981 (« Tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l'unité »), améliorer les circuits de distribution afin de se rapprocher de l'objectif d'un délai de 48 h maximum pour le retrait du livre en librairie.

Une concertation interprofessionnelle sous l'égide des pouvoirs publics doit parvenir à définir puis mettre en place les moyens nécessaires à la réalisation de cet objectif, qui devra être largement médiatisé et faire l'objet d'un contrat d'engagement réciproque éditeurs/distributeurs/détaillants.

De même un regroupement des éditeurs, distributeurs et libraires afin de négocier de nouveaux tarifs postaux pour l'envoi des livres paraît plus que souhaitable.

5) Encourager une négociation entre éditeurs et libraires sur le taux de la remise consentie sur la vente de livres numériques, en vue de rapprocher ce dernier de la remise accordée sur le livre imprimé.

- 6) Créer un outil web-bibliographique grand public (comme l'était « 3615 Electre » à l'âge du minitel) donnant un accès gratuit à la base de données Electre (complété par une application smartphone, d'accès gratuit également) et permettant également la géolocalisation des librairies et le référencement de leurs sites.
- 7) Créer une banque d'échange d'informations et de contenus éditoriaux (interviews d'auteurs, etc..) à l'usage des sites Internet des libraires.
- 8) Réaliser rapidement la fusion des bases de données et applications interprofessionnelles Electre et Dilicom.
- 9) Favoriser la vente en librairie d'une liseuse reposant sur une solution ouverte (non propriétaire), dotée des mêmes dernières innovations technologiques, dans des conditions économiques attractives pour les clients et ne grevant pas la trésorerie des libraires.
- 10) Encourager les travaux interprofessionnels sur les solutions techniques alternatives aux DRM, permettant de concilier l'objectif de faire de la librairie indépendante un acteur majeur de la vente de livres numériques, et l'objectif d'assurer le respect des droits de propriété intellectuelle.
- 11) Organiser des sessions de formation des libraires aux techniques du e-commerce et aux technologies numériques appliquées au livre. Ces sessions, organisées au plan régional (DRAC et centres régionaux du livre), permettraient aussi la valorisation des bonnes pratiques des libraires, en matière de modernisation et d'innovation, notamment les expériences de mutualisation.
- 12) Créer une cellule de veille et d'expertise du marché numérique du livre, outil au service de la politique du livre et de son actualisation en cette phase de démarrage du marché du livre numérique, et permettant de suivre, voire d'anticiper, les évolutions technologiques.
- 13) Mettre en place un observatoire de la librairie (comme l'a recommandé le rapport Parent/Sanson de mars 2012) associant le CNL, le SLL, les DRAC, les collectivités territoriales (agences régionales du livre, ou centres régionaux du livre), l'ADELC et le SLF, afin, notamment, de mieux appréhender l'économie de la librairie, d'établir une cartographie des librairies, et de suivre l'évolution du comportement d'achat des lecteurs.

## **II - Recommandations visant à recréer un environnement favorable à la croissance du marché de la librairie, condition de sa modernisation (mesures d'ordre économique et juridique)**

### **A) Mises à jour de certaines dispositions de la loi du 10 août 1981 et mesures de contrôle de leur application**

- 14) Expertiser la possibilité de limiter la remise de 5 % à un certain montant d'achat; ce montant pourrait être équivalent au double du panier moyen de l'achat en librairie, soit 35 €, notamment du point de vue de son acceptabilité tant par les librairies que par leurs clients.
- 15) Ramener de 9% à 5% le taux de remise maximum pouvant être consenti (hors livres scolaires) aux collectivités publiques dans le cadre des marchés publics.

**16)** Introduire un plafond dans les taux de remise pouvant être consentis aux collectivités publiques dans le cadre des marchés publics de livres scolaires et mettre à l'étude avec les collectivités territoriales le principe et les modalités de ce plafonnement (par exemple plafonnement à 10% pendant 5 ans puis 5%).

**17)** Lancer une mission d'enquête sur la vente de livres d'occasion sur Internet afin de limiter le contournement du prix unique.

### **B) Mise en œuvre du code des marchés publics (réglementation et bonnes pratiques)**

**18)** Œuvrer à l'introduction d'un seuil spécifique de 50.000 euros en deçà duquel les marchés de livres peuvent être conclus sans publicité ni mise en concurrence (le seuil de droit commun fixé au III de l'article 28 du code des marchés publics étant de 15.000 €), en préparant, en amont, un argumentaire solide en vue des négociations avec Bercy et de l'examen du décret en Conseil d'Etat.

**19)** Actualiser le guide du service du livre et de la lecture :

- en le complétant par une rubrique « acquisition de livres numériques et de liseuses » ;
- en renforçant l'argumentaire sur l'allotissement ;
- en préconisant des lots distincts livres imprimés/livres numériques ;

Saisir l'occasion de la préparation de cette nouvelle version du guide pour organiser des tables rondes en région (bibliothécaires/libraires/collectivités territoriales/DRAC) sur les bonnes pratiques de nature à soutenir la librairie indépendante.

D'une manière générale, il convient de coordonner le mieux possible les actions menées en faveur de la lecture publique et le soutien aux librairies indépendantes, qui sont deux composantes essentielles de la politique du livre et de la lecture.

**20)** Ouvrir un débat avec les collectivités territoriales qui accordent la gratuité des livres scolaires, en vue de les convaincre d'abandonner l'acquisition de livres via les marchés publics au profit d'un dispositif de bons d'achat de livres en librairie.

## INTRODUCTION

La ministre de la culture et de la communication a saisi l'Inspection générale des affaires culturelles en juillet 2012 afin que soit menée une mission d'expertise sur l'échec du portail numérique de la librairie indépendante « 1001 libraires » dont l'arrêt de l'activité, moins d'un an après son lancement effectif, a été annoncé fin mai.

La mission devait à la fois tirer les leçons de l'échec de cette initiative -longtemps attendue- qui a bénéficié de subventions de l'Etat à travers une participation financière du Centre national des lettres (CNL) de 500.000 € (sur un investissement total de 2,2 M€), mais aussi dessiner les contours des solutions propres à satisfaire les attentes des libraires indépendants et leur permettre d'entrer dans l'ère du commerce électronique de livres imprimés et numériques.

La vente en ligne de livres imprimés est en effet actuellement la forme la plus dynamique du marché du livre, dont les libraires ne peuvent être écartés, au risque de voir leur activité décroître au profit d'autres acteurs comme les librairies en ligne. Quant au marché -encore embryonnaire- du livre numérique, les libraires indépendants doivent pouvoir y être associés, tant techniquement, qu'économiquement. C'est du moins le présupposé de tous les travaux menés autour du livre numérique depuis au moins cinq ans.

L'annonce de l'échec du portail et de la cessation de son activité est intervenue dans un contexte de grande fragilité de la librairie indépendante déjà décrit et analysé dans de précédents rapports.

La nouvelle donne des cinq dernières années, qui a contribué à fragiliser un peu plus l'activité des libraires indépendants est en effet l'essor spectaculaire du commerce en ligne de livres imprimés, dont la croissance a reposé à la fois sur les initiatives commerciales et les performances de quelques acteurs, dont un dominant : Amazon-France. Si l'on y ajoute la croissance du marché du livre numérique, Internet devient un lieu d'achat et d'échange du livre, où les libraires indépendants sont très peu présents. Il n'est pas certain qu'ils aient spontanément une grande appétence à y être, estimant que leur cœur de métier n'est pas là. Néanmoins leur absence de l'Internet peut à terme accélérer leur déclin.

Conscients de ces enjeux, les rapporteurs ont engagé leur mission avec la volonté de tirer les leçons de l'échec de « 1001 libraires » pour mieux évaluer les solutions alternatives répondant à l'urgence de fournir à la librairie indépendante les moyens qui lui font défaut aujourd'hui pour son développement.

Dans un premier volume, le rapport a tenté de répondre à la question de savoir pourquoi cette initiative a échoué et quels sont les raisons, accidentelles ou structurelles, de cet échec, en ayant soin de distinguer la part des difficultés objectives de mise en œuvre du concept du portail (voire de défauts dans la conception initiale du projet) et celles qui résultent plus particulièrement de défauts dans sa conduite ou sa réalisation effective.

Ce bilan conduit naturellement à poser la question de la pertinence et de la nécessité de poursuivre l'objectif d'un « portail numérique de la librairie indépendante » au regard de l'expérience passée et de la situation actuelle des libraires indépendants, de leurs attentes et de la concurrence à laquelle ils sont exposés de la part du commerce en ligne (« e-commerce ») de livres.

C'est pourquoi le présent volume explore les solutions alternatives qui pourraient pragmatiquement être proposées aux libraires indépendants dans des délais rapides, et susceptibles de répondre de manière adéquate à l'ensemble de leurs besoins, tout en préconisant les mesures qui apparaissent nécessaires au succès de ce qui n'est rien moins qu'un mouvement de modernisation et de revalorisation de la librairie indépendante. Ce mouvement doit être conduit –

et c'est toute la difficulté de la tâche- dans le respect de ce qui fait en propre le métier de libraire et sa valeur irremplaçable. Et sans méconnaître l'économie propre de la librairie.

La numérisation des industries culturelles a entraîné de profondes modifications pour la plupart d'entre elles, avec parfois des conséquences cruelles pour certaines formes de diffusion de la culture. Le commerce du disque a ainsi connu un effondrement spectaculaire au cours de ces quinze dernières années, et perdu un grand nombre de ses vitrines physiques, réservant désormais le métier de disquaire à quelques grandes enseignes (il n'y a plus que 200 disquaires sur le territoire) alors que l'accès à la musique est massivement aujourd'hui le fait d'échanges dématérialisés. La vidéo suivra sans doute le même parcours. En revanche le scénario d'une disparition des livres imprimés ou même d'une réduction substantielle de leur diffusion au profit d'échanges de fichiers n'est certainement pas imaginable dans les mêmes proportions, car le bien culturel qu'est le livre n'est pas assimilable à un simple support : il fait partie prenante de l'œuvre, comme du document.

En ce sens, sa dématérialisation n'est pas le substitut intégral de l'objet livre qui a sa valeur en soi, et dont le libraire reste le meilleur prescripteur, passeur et médiateur auprès du lecteur. De l'avis des experts, le schéma le plus probable est celui d'une complémentarité entre le livre imprimé et le livre numérique, le second ne se substituant que partiellement au premier. C'est pourquoi la modernisation de la librairie, son entrée dans le commerce en ligne - à l'instar des stratégies engagées par beaucoup d'autres formes de commerce physique menacées par le e-commerce - est aussi un enjeu d'équipement culturel du territoire, de visibilité du livre et de médiation culturelle, complémentaire de la mission assumée par les bibliothèques et par la politique de la lecture publique.

Les exemples fourmillent toujours de livres dont le succès tient à l'accompagnement que les libraires leur ont offerts. Les éditeurs, conscients de ce que leur apportent aujourd'hui les quelques 800 librairies indépendantes et de référence pour la mise en valeur de toute la richesse et des multiples facettes de leur production éditoriale, sont prêts à se mobiliser pour éviter que demain, une part significative des ventes de livres ne passe par l'intermédiaire d'une poignée de librairies industrielles en ligne, qui pourraient inverser les rapports de force, au détriment du pluralisme. Engagé depuis longtemps déjà dans une politique active en faveur du livre, qui se traduit notamment par un soutien économique important, l'Etat ne peut pas non plus se résoudre à une telle situation.

C'est pourquoi aux questions soulevées par l'échec du projet de portail numérique de la librairie indépendante s'ajoutent celle du rôle que les pouvoirs publics (Etat et collectivités territoriales) peuvent jouer pour accompagner le mouvement des librairies indépendantes vers leur modernisation.

Pour identifier à la fois les attentes et les besoins des libraires indépendants, les rapporteurs se sont appuyés sur les témoignages et les réflexions de nombreux libraires indépendants dans plusieurs régions et sur les quelques enquêtes qualitatives et quantitatives menées sur leur intentions à l'égard du e-commerce et du livre numérique. Ces éléments d'analyse ont été complétés par la consultation d'acteurs-clés de la chaîne du livre. Deux exemples étrangers ont été étudiés : l'Allemagne et l'Angleterre. Un recensement des différents dispositifs et initiatives techniques susceptibles de répondre assez rapidement aux besoins des libraires a été entrepris en vue de dégager des préconisations immédiatement opérationnelles.

Les rapporteurs tiennent, enfin, à remercier l'ensemble des professionnels et experts rencontrés ainsi que les services de la Direction générale des médias et industries culturelles et du Centre national du Livre (CNL) qui leur ont apporté tous les éclairages souhaités sur les différents champs d'investigation de ce rapport.

# 1. PREMIERE PARTIE : L'APRES « 1001 LIBRAIRES »

## *1.1. Les besoins de la librairie indépendante : faire de la présence sur le net un atout concurrentiel*

### **1.1.1. Faut-il relancer une initiative collective pour remédier à l'échec de « 1001 Libraires » ?**

La question doit être posée de savoir si les besoins exprimés par les libraires, mais aussi par l'interprofession toute entière et les pouvoirs publics qui ont adhéré à l'idée du projet « 1001 libraires » puis participé financièrement à son élaboration, sont toujours d'actualité; et si l'initiative d'un portail numérique unique de la librairie indépendante est la réponse adéquate à ces besoins.

Sur le premier point, il apparaît que deux des trois fonctionnalités d'origine du portail demeurent pleinement d'actualité, à savoir :

- d'une part permettre aux libraires d'améliorer la qualité de leur service au client pour la commande de livres imprimés, et permettre la prise de commande en ligne;

- d'autre part, leur donner la possibilité d'être acteurs a part entière du marché naissant du livre numérique.

De nombreux libraires indépendants sont en attente des moyens et outils concrets de réalisation de ces deux objectifs, sans nécessairement qu'il s'agisse à nouveau d'une expérience du type « portail collectif ». Il ressort en effet des entretiens que la mission a eus avec de nombreux libraires indépendants que « 1001 libraires » avait suscité l'espoir d'un dispositif adapté à leurs besoins de modernisation et que beaucoup d'entre eux appellent de leurs vœux une ou plusieurs solutions de remplacement pour l'une ou l'autre (ou pour l'ensemble) des fonctions que devait remplir le portail. Et les tendances du marché du livre ne font que confirmer la nécessité et l'urgence de répondre à leur attente.

Plusieurs d'entre eux ont souligné l'urgence de cette solution de remplacement au vu du contexte économique qu'ils traversent et de la nécessité d'endiguer la perte de clients tentés par la facilité et la rapidité de la commande en ligne de livres sur Internet.

Ces libraires sont finalement désireux de pouvoir offrir à leur clientèle– à côté des fonctions d'accueil, de conseil, d'animation et d'information vivante du lecteur que seule la librairie physique peut fournir – une qualité de service comparable à celle atteinte aujourd'hui par les grandes librairies industrielles en ligne comme Amazon, pour ce qui concerne l'accès du lecteur à l'information (recherche d'une référence, information sur sa disponibilité) et les délais de livraison. Ceci dans des conditions commerciales comparables à celles des grandes librairies en ligne, afin d'éviter la fuite d'une partie de leur clientèle pour des raisons tarifaires, les plus grands acteurs de la librairie en ligne accordant systématiquement le rabais de 5 % sur les livres, avec l'effet optique convaincant que produit l'affichage du prix éditeur barré et corrigé à la baisse. Ce rabais systématique auquel s'ajoute éventuellement une offre de gratuité des frais de port, qui n'est pas systématique, mais répandue, procure ainsi aux librairies en ligne un avantage concurrentiel non négligeable.

- ✓ *C'est la raison pour laquelle nombre de nos interlocuteurs s'interrogent sur la nécessité de prohiber la gratuité des frais de port- dans la logique de la loi sur le prix unique du livre - voire de supprimer la possibilité de remise de 5 % prévue par la loi depuis 1981.*

### **1.1.2. La croissance continue du commerce en ligne de livres fragilise la librairie traditionnelle**

Sans même entrer dans le débat sur les prévisions de montée en puissance du marché du livre numérique et des transformations qu'il peut induire dans l'ensemble de la chaîne, les libraires étant conscients qu'ils y seront très exposés, les chiffres donnent raison à ceux d'entre eux qui - tout en gardant espoir dans la relation qu'ils entretiennent avec leur client et dans le caractère irremplaçable de la fonction de la librairie physique comme lieu privilégié du choix du livre - s'inquiètent de la part toujours croissante que prennent les achats en ligne sur le marché français.

En moins de dix ans la vente en ligne de livre imprimés a en effet connu une croissance continue : elle ne représentait que 3,2 % du marché du livre en 2003, et a atteint 13,1 % en 2011, et il y a fort à croire que ce chiffre va encore progresser en 2012. Certes, la vente en ligne s'est en partie substituée à la vente par correspondance (VPC) et aux clubs de livres qui représentaient encore 18% du marché en 2003 et qui sont désormais à égalité avec la vente par Internet (13,1%, soit un recul de 27 %). Mais dans le même temps, la librairie a également été touchée par cette progression de la vente en ligne : sa part de marché est passée de 28,5% en 2003 à 23,4% en 2011, les librairies hors maisons de la presse totalisant une part de marché de 17,6 %. Et il est prévisible qu'elle va encore s'éroder en 2012.

Cette évolution de la répartition du marché selon les canaux de vente s'inscrit par ailleurs, dans une tendance de tassement du marché (-0,5 % en 2010, - 1% en 2011) qui ne devrait malheureusement pas s'inverser cette année. De sorte que la vente en ligne est désormais le seul segment du marché du livre en progression, au détriment de la librairie entre autres.

### **1.1.3. Un marché en ligne dominé par un acteur principal, Amazon, aux méthodes éprouvées qui modifient en profondeur les habitudes de la clientèle:**

Cette progression est liée pour l'essentiel au développement d'Amazon France, dont il est communément admis, malgré l'opacité qui entoure ses activités (et partant, la mesure du poids réel de celles-ci dans le marché), qu'il représente désormais environ 70% du marché de la vente en ligne de livres imprimés<sup>1</sup>.

La croissance forte et rapide d'Amazon sur ces dix dernières années tient à plusieurs facteurs :

- C'est un groupe d'ampleur internationale (l'entreprise est présente notamment dans plusieurs pays européens : Allemagne, Espagne, Italie, Grande-Bretagne) avec une capacité d'investissement élevée : le chiffre d'affaires du groupe est estimé à 61 milliards de dollars (45 M€) en 2012. En Europe, le groupe mène une stratégie d'optimisation fiscale qui lui permet d'alléger sa charge d'impôt (TVA etc...) par rapport à ses concurrents<sup>2</sup>.
- Amazon installé en France depuis douze ans s'est construit une image forte de libraire en ligne que ses concurrents peinent à égaler; le chiffre d'affaires France d'Amazon sur le seul marché du livre est estimé à plus de 200 M€. Cette image demeure même si les activités de e-commerce d'Amazon sont en réalité très diversifiées, bien au-delà des biens culturels (vente d'une large gamme d'articles : vêtements, électronique grand public, informatique, jouets, articles de sport, bijoux et montres, etc..).
- Amazon a pour caractéristique d'avoir développé un savoir-faire en matière de logistique

---

<sup>1</sup> soit la place qu'il avait acquis dès les années 2000 sur le marché américain.

<sup>2</sup> En outre, certaines librairies sont assujetties à la taxe sur les surfaces commerciales, alors que la librairie en ligne y échappe, ce qui est un facteur supplémentaire de déséquilibre.

et dispose en France de trois centres de distribution propres, qui assurent l'indépendance du libraire en ligne (Orléans ; Montélimar ; et bientôt Chalon-sur-Saône, site subventionné par les pouvoirs publics). Ce qui permet une gestion irréprochable de l'acheminement rapide de la commande, acquise grâce à son autonomie vis-à-vis des circuits de distribution traditionnels et des grossistes.

- Sur le marché du livre numérique, Amazon (comme Apple) a mis en place un système propriétaire pour la vente de livres numériques (Kindle) initié d'abord avec une des liseuses les moins chères du marché, puis relayé en 2012 avec de nouveaux produits : une tablette (Kindle Fire HD) à un prix très compétitif destinée à concurrencer les activités de distribution d'Apple et de son support dédié l'iPad, et une nouvelle liseuse (Kindle Paperwhite) dotée de fonctionnalités dont les premiers modèles de Kindle étaient dépourvus.
- Amazon propose des services d'autoédition de livres numériques (Kindle Direct Publishing), permettant de court-circuiter les éditeurs traditionnels, et la vente en exclusivité, du fait des technologies propriétaires qui caractérisent les liseuses. Le groupe de Seattle développe également un outil d'administration destiné aux écoles et entreprises (« Whispcast for Kindle ») afin de mettre en réseau des terminaux Kindle et gérer la diffusion de contenus sur ces tablettes ou liseuses.
- Amazon commercialise aussi des livres d'occasion selon le principe de la place de marché (« marketplace »), ce qui contribue à une perception confuse pour le consommateur du prix unique imposé par la loi, la différence entre un livre neuf et un livre d'occasion sur Internet n'étant pas palpable, ni même vérifiable. Il conviendrait d'ailleurs de mener une enquête sur le marché du livre d'occasion par Internet.
- Enfin, le groupe vient d'annoncer qu'il allait lancer en Europe son service de prêt gratuit de livres numériques, outil de promotion et de fidélisation à son programme Amazon Premium (paiement d'un forfait annuel de frais de port permettant ensuite la livraison rapide et gratuite des articles) qui est lui-même un outil de fidélisation.

S'agissant de l'activité de librairie en ligne en France, les trois qualités principales du service Amazon qui forment son avantage concurrentiel sur les autres modes de commercialisation du livre (ou sur les autres sites de e-commerce de livres) sont, entre autres :

- la diversité de son stock : avec plus de 400.000 références (certains l'estiment même à 700.000) de livres en langue française (et 800.000 en langue anglaise), Amazon est un des premiers libraires de France, capable de satisfaire les attentes de publics très exigeants . A titre d'exemple Amazon est le premier vendeur en France de livres de la prestigieuse (et coûteuse) collection La Pléiade de Gallimard, dont il est difficile à une librairie, même de grande taille, d'avoir en stock tous les volumes. Dans un autre registre, les ouvrages de sciences humaines publiés par « La Découverte » (dont la collection « Repères » destinée au public de l'enseignement supérieur) réalisent aujourd'hui 25% de leur chiffre d'affaires sur Amazon. Cette diversité est telle qu'Amazon est aussi (au même titre que Fnac.com) une base de données bibliographique gratuite, à laquelle certains libraires avouent avoir recours ;
- la rapidité d'acheminement de la commande : une livraison, au choix au domicile du client ou dans un lieu de retrait à proximité de son domicile, garantie entre 3 et 5 jours, avec gratuité de frais de port, et pour une somme de 7€ 99 (ou un abonnement annuel dit « premium » de 49 €) une livraison dans les 24 heures;
- la combinaison d'une offre numérique et d'une offre papier, qui - alors que le nombre de références de livres numériques en France reste largement concentré sur les nouveautés (le nombre de titres de livres numériques de langue française disponibles sur Amazon est estimé à 54 000) - permet d'offrir une solution complète de vente en ligne qui combine



l'accès au fonds, en imprimé, et aux nouveautés en format numérique ;

- une puissance de marché qui contraint les éditeurs à ne rien refuser à Amazon en termes de conditions commerciales (d'où un besoin de protection que la loi sur le prix du livre-imprimé et numérique- fournit en partie). Ce contexte est annonciateur de menaces pour le pluralisme de la création et de la diffusion éditoriale si la position d'Amazon sur le marché d'Amazon continuait à croître au même rythme, notamment à la faveur de la croissance du marché du livre numérique.

Enfin, selon une enquête portant sur le référencement des livres sur Internet<sup>3</sup>, il apparaît qu'Amazon figure, sur les principaux moteurs de recherche (Google, Yahoo, Bing), systématiquement dans les trois premières références apparaissant lorsqu'une recherche est menée sur un titre de livre (avec Wikipédia et Fnac.com). La recherche de livres sur Internet favorise donc largement ce libraire en ligne par rapport à d'autres. Même si Decitre figure dans les cinq premières références. Quant à Chapitre et Dialogues, ils apparaissent dans les vingt premières références. En revanche, les autres librairies sont peu référencées (moins de 1 % des résultats), selon les auteurs de l'étude « à cause de la faiblesse des moyens techniques dont elles disposent. ». Cette exposition très favorable d'Amazon en termes de référencement est également un avantage concurrentiel majeur, ce qui, entre autres, explique que la plate-forme draine plus de 11 millions de visiteurs uniques par mois (soit 26,6% de la population des internautes), ce qui en fait le site de commerce en ligne le plus visité de France en 2012<sup>4</sup>.

Amazon est donc aujourd'hui, par son offre et les commodités que sa plate-forme procure à ses clients, un concurrent direct de la librairie indépendante, et cible la clientèle des libraires (notamment par l'étendue de son stock) afin d'accroître encore sa part de marché.

C'est la raison pour laquelle les grandes librairies indépendantes (Mollat, Sauramps, Dialogue, Ombres blanches, etc..) et les enseignes (Virgin, Decitre, Cultura) ont toutes créé désormais leur boutique en ligne, et entretiennent une relation avec leur clientèle sur le Net.

Mais cette solution n'est pas à la portée de tous les libraires et l'inégalité risque de se creuser entre les libraires capables d'être présents sur Internet et de développer un service de e-commerce, et ceux qui ne le sont pas.

En outre, à supposer même que tous les libraires n'aient pas forcément vocation à ouvrir une boutique en ligne, il est un fait qu'il leur est actuellement difficile de pouvoir promettre à leur client la commande d'un livre dans des délais comparables à ceux d'Amazon.

Certains experts estiment qu'à terme des librairies seront condamnées à la fermeture, entre autres motifs, du fait d'une concurrence croissante de la vente en ligne et aussi parce que les librairies en ligne permettent l'accès à tous les livres pour tous les lecteurs où qu'ils se trouvent. Hypothèse à laquelle on ne peut guère se résoudre si l'on considère que les librairies contribuent, comme les bibliothèques, à l'aménagement culturel du territoire et sont un lieu de prescription et d'animation culturelle, ce qu'Internet n'est pas.

#### **1.1.4. La nécessité pour les libraires, d'offrir une alternative à Amazon en investissant le monde de l'Internet**

La plupart des libraires sont conscients que leur présence sur Internet, via un site, dont la visibilité sera limitée à leurs principaux clients, et le développement d'une offre de service en ligne pourrait leur permettre de faire jouer les avantages d'un point de vente physique :

- géolocalisation des librairies
- réservation et retrait rapide d'un livre s'il est dans le stock du libraire,

<sup>3</sup> Enquête Motif « Le référencement des livres sur les moteurs de recherche » octobre 2010 et octobre 2012

<sup>4</sup> Source : Médiamétrie Net Ratings- septembre 2012

- géolocalisation du livre dans une librairie voisine (sur la base d'un accord commercial de réciprocité) ;

- commande rapide avec possibilité de retrait en librairie ou de livraison à domicile dans des délais n'excédant pas ceux pratiqués par Amazon.

Mais la plupart d'entre eux considèrent aussi que cela ne constituera pas une arme de guerre susceptible de réduire la puissance de marché dominante d'Amazon sur le segment de la vente en ligne.

Cette initiative est cependant de nature à endiguer la fuite de clientèle et de répondre aussi à une nouvelle forme de comportement des consommateurs, liée à la pratique et à l'usage croissants de l'e-commerce qui n'épargne aujourd'hui aucune catégorie de commerce physique de détail et auquel la librairie n'échappe pas.

Un libraire ayant récemment développé une activité de vente en ligne de livres imprimés sur site Internet a ainsi constaté que des clients résidant pourtant à moins de 500 mètres de la librairie effectuaient leurs commandes en ligne. C'est cette évolution sensible des comportements d'achat, qui n'est pas- encore une fois- propre à la librairie mais concerne l'ensemble du commerce de biens physiques, que les libraires doivent maintenant prendre en compte en s'engageant dans une démarche « multicanal », c'est-à-dire conjuguant la vente en boutique et la vente en ligne.

De même, la nécessité et l'intérêt d'une présence des librairies indépendantes sur Internet via un site, ne fait guère de débats. Il n'est pas possible aujourd'hui de chiffrer exactement le nombre de librairies qui ont déjà mis en place un site Internet et ceux qui ont ajouté à ce site les fonctionnalités de réservation ou de vente en ligne de livre imprimés qui, comme on le verra, sont déjà proposées par quelques prestataires techniques aux libraires indépendants.

Néanmoins il est possible de distinguer trois cas de figure, dans le niveau d'équipement des librairies indépendantes, que l'on peut chiffrer (au-delà des 538 librairies de référence labellisées LIR ou LR) à 800 points de vente environ, représentant la cible de « 1001 libraires » :

- 1) Les libraires déjà équipés d'un site Internet marchand : environ une centaine;
- 2) Les libraires disposant d'un simple site vitrine ou d'un blog : moins de la moitié des librairies ;
- 3) Les libraires n'ayant aucune présence sur Internet : la majorité d'entre eux.

Il est bien clair aussi que cet ensemble est caractérisé par une grande diversité de tailles d'entreprises et de situations (chiffre d'affaires et étendue du stock, situation géographique) qui rendent inadéquat la recherche d'un modèle unique de portail, ou d'outil destiné à faciliter leur présence sur Internet.

✓ *Ce pourrait être une des tâches d'un Observatoire de la librairie rassemblant les pouvoirs publics et les professionnels - qu'il est urgent maintenant de mettre en place- de collecter une information fiable sur l'équipement des libraires. D'une manière générale, la mission a regretté de ne pas pouvoir disposer (hors enquêtes menées au plan régional) de données statistiques récentes et détaillées sur le secteur de la librairie – et au moins sur les librairies ayant obtenu le label LIR sur lesquels pourtant le CNL peut désormais collecter des données complètes dans le cadre de l'instruction des dossiers de candidature au label<sup>5</sup>. Notamment afin de mesurer précisément l'ampleur du mouvement de modernisation à encourager, et le nombre de libraires effectivement concernés et intéressés par des outils leur permettant de développer la vente en ligne.*

---

<sup>5</sup> De même, alors que la plupart des études d'opinion et sondages dans le domaine du livre portent aujourd'hui sur la propension des lecteurs à adopter le livre numérique, à notre connaissance aucune étude n'a été menée (depuis l'étude Sofres-Livres Hebdo de 2006) sur les pratiques d'achat du livre imprimé selon le canal de vente, ce qui pourrait être utile au pilotage des politiques publiques en faveur de la librairie.

### **1.1.5 La nécessité pour les libraires de pouvoir se positionner sur les marchés publics des collectivités pour le livre numérique**

L'intégration des acteurs de la librairie indépendante à la « boucle » numérique constitue également un facteur clé de leur capacité à maintenir (et à accroître) leur place dans les marchés publics. Certains libraires indépendants ou groupements de libraires ont déjà développé des « sites pros » destinés aux collectivités, et en font un atout commercial. Ce qui ne peut à terme que creuser l'inégalité entre les libraires équipés d'outils numériques pour le traitement des marchés et ceux qui ne le sont pas encore.

#### 1.1.5.1. Les marchés publics constituent un enjeu majeur pour la librairie indépendante.

Il ressort du rapport XERFI de mars 2011 relatif à *l'évolution de la situation économique et financière des librairies indépendantes entre 2003 et 2010* que si les libraires ont bénéficié du plafonnement des rabais accordés aux collectivités publiques introduit par la loi du 18 juin 2003 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque, qui leur a permis de reconquérir des parts de marché sur les grossistes, ce bénéfice n'a pas été également réparti au sein des catégories de libraires, mais a été pour l'essentiel capté par les plus grands d'entre eux.

Le rapport de mars 2012 du Contrôle général économique et financier (CGEfi) *relatif à l'amélioration de l'accès des librairies locales aux marchés publics de livres*, observe pour sa part qu'outre les grandes enseignes (FNAC et le Furet du Nord), plusieurs grandes librairies réalisant plus d'un million de chiffres d'affaires (Mollat à Bordeaux, Dialogues à Brest, Sauramps à Montpellier, Decitre à Lyon) ont développé une stratégie de conquête des marchés publics, bien au-delà de leur sphère géographique de rayonnement régional. Elles ont, à cette fin, réalisé des investissements considérables, mettant en place des équipes dédiées et une informatisation sophistiquée. Les sites Internet qu'elles ont mis en ligne comportent un site B2B dédié aux acheteurs publics, en particulier les bibliothèques. Dans une moindre mesure, puisqu'il cantonne son développement à la région Ile-de-France, le réseau Lib'est est perçu par certains libraires comme développant une stratégie de conquête, en tant qu'il se porte candidat à des marchés publics de collectivités autres que celles de l'est parisien.

L'enjeu est loin d'être négligeable.

La rentabilité des marchés publics est certes faible (voire nulle), la marge des libraires (déterminée par la remise consentie par les diffuseurs des éditeurs, laquelle varie de 30 à 40%), étant grevée de 9%, au titre du rabais de 9% systématiquement consenti aux collectivités publiques, d'une part, et, s'agissant des commandes des bibliothèques, des 6% reversés à la SOFIA au titre de la rémunération du droit de prêt. Ce qui pose d'ailleurs problème. En outre, l'apport théorique en trésorerie, que devrait offrir le décalage entre les délais de paiement des fournisseurs (60 jours) et des acheteurs publics (30 jours) est largement réduit par le non-respect par les collectivités publiques, tant du délai de paiement de 30 jours que du versement des intérêts moratoires (en cas de dépassement de ce délai).

Toutefois, malgré ces limites, les revenus générés par les marchés publics (estimés en moyenne à hauteur de 18% du chiffre d'affaires de la librairie) peuvent contribuer de manière décisive à la couverture des charges fixes, et constituer selon le CGEfi « une condition du maintien de l'activité de détail ». En outre, le volume généré permet aux librairies d'obtenir un meilleur taux de remise global.

- ***Il serait donc préoccupant que les petites librairies soient contraintes de renoncer, comme certaines l'ont déjà fait, aux marchés publics, faute d'être équipées pour y répondre.***

1.1.5.2. Pour conserver leur part des marchés publics et la développer, les librairies indépendantes doivent impérativement disposer d'une offre numérique.

Le marché français du livre numérique, estimé à 0,3% du chiffre d'affaires des ventes en 2011, progresse pour le moment plus lentement que dans d'autres pays. L'hypothèse la plus couramment formulée par certains professionnels du livre est que le marché du livre numérique ne devrait pas dépasser 20% du marché global de l'édition dans les dix prochaines années et que le métier traditionnel de libraire ne devrait pas s'en trouver sérieusement affecté.

Ces hypothèses doivent être nuancées et reformulées, ce pour deux raisons.

Premièrement, chacun s'accorde à reconnaître que les hypothèses de croissance du marché pourraient être révisées à la hausse, notamment en raison de la très rapide amélioration des fonctionnalités de lecture des tablettes et des liseuses, de leur accessibilité de termes de prix et donc de la progression de leurs ventes, déjà forte s'agissant des tablettes qui concurrencent désormais le marché des ordinateurs portables. Deuxièmement, le taux de croissance des achats de livres numériques par les bibliothèques pourrait être plus élevé que celui des achats des particuliers. Les bibliothèques, que les plans de numérisation ont familiarisées avec le livre numérique, jouent d'ores et déjà un rôle moteur dans le développement du marché numérique. Selon certaines estimations, 80% des ventes de livres numériques des libraires sont le fait des bibliothèques, cette estimation semblant confirmée par plusieurs libraires rencontrés par les rapporteurs.

Il est donc probable que les marchés des bibliothèques comporteront une part croissante d'achat de livres numériques. Si elles ne se dotent pas rapidement des moyens de se porter candidates sur ces marchés ou lots de livres numériques, les librairies indépendantes risquent de voir diminuer la part des marchés qu'elles ont réussi à conserver.

En tout état de cause, l'orientation numérique des bibliothèques renforce la nécessité pour les libraires de disposer d'un site de vente en ligne, doté d'un onglet collectivités publiques (ou corner « pro »), fonctionnalité qui était à juste titre prévue dans les sites mis à disposition des librairies adhérentes au portail 1001 libraires.

**➤ *En l'absence de solution collective, les collectivités publiques pourraient encourager les petites librairies indépendantes à se doter d'un site Internet comportant les fonctionnalités d'un site « pro », destiné à l'achat public, par exemple en prenant en charge le différentiel de cotisation correspondant.***

1.1.5.3. Nécessité, dans la continuité des efforts pédagogiques visant à promouvoir le recours aux marchés allotis, d'encourager le recours à des lots distincts pour le numérique

Il sera bien entendu nécessaire, en tout état de cause, de poursuivre la démarche pédagogique envers les collectivités publiques, en vue d'encourager le recours aux marchés allotis, avec des lots « livres numériques », distincts des lots « livres imprimés » de taille adéquate, susceptibles de permettre aux petites librairies de faire une offre tant sur les lots d'e-books que sur les lots de livres imprimés <sup>6</sup>.

En dépit de ces efforts pédagogiques, il ne peut être exclu, même si cela paraît a priori peu probable, que certaines collectivités organisent leurs marchés allotis en imposant des lots mixtes portant sur un ensemble des références qui seraient acquises à la fois en version papier et en version numérique. Dans cette hypothèse, les librairies qui ne seraient pas dotées d'une offre numérique seraient tout simplement écartées des marchés.

---

<sup>6</sup> L'excellente brochure (Vademecum sur l'achat public de livres) diffusée par le service du livre de la DGMIC depuis plusieurs années, et dont la version en ligne a été récemment actualisée, devra rapidement être complétée par une rubrique dédiée à ces questions.

- *Les rapporteurs estiment qu'il faut encourager le recours à des lots distincts pour les livres numériques et les livres imprimés et actualiser le vademecum marchés publics du service du livre et de la lecture (SLL) en ce sens.*

#### 1.1.5.4. Nécessité de compléter ces mesures par des dispositifs élargissant l'accès de la librairie indépendante aux marchés publics

S'il paraît indispensable pour les petites et moyennes librairies de se positionner sur le marché du livre numérique, il est manifeste que cette ressource complémentaire ne modifiera que très peu leur résultat net et leur marge nette.

- *C'est pourquoi d'autres mesures nous semblent à ce titre devoir être mises à l'étude :*

- *réduire le plafonnement des remises aux collectivités de 9% à 5% ;*
- *introduire un plafonnement des remises aux collectivités pour l'achat des livres scolaires, les remises pour cette catégorie de livres n'étant à ce jour aucunement plafonnées (ce qui en réserve de facto l'accès aux grossistes ou grands libraires) ; mettre à l'étude, avec les collectivités territoriales, un plafonnement de 5% ou 10%, crucial dans le cadre du futur développement du cartable numérique.*
- *pour les livres scolaires également, réglementation et limitation des hypothèses de la vente directe.*

Il est clair que toutes ces mesures et préconisations s'inscrivent dans une perspective de mise en cohérence de la politique de l'Etat dans le domaine du livre et de la lecture. A cet égard, la sensibilisation des bibliothèques aux enjeux et fragilités du secteur de la librairie devrait être plus appuyée qu'elle ne l'est actuellement.

### **1.2 Les obstacles à l'adaptation de la librairie aux défis de la vente en ligne**

Bien que tout concoure à la mise en œuvre rapide de solutions et d'outils pour combler le vide laissé par « 1001 libraires », il ne faut pas pour autant sous-estimer les différents obstacles à la réalisation de cet objectif que l'analyse de l'échec du portail ne révèle pas nécessairement.

#### **1.2.1. Les réticences des libraires à pénétrer dans le monde de l'Internet et du numérique**

Plusieurs études ont été récemment menées afin de tester le désir et la capacité des libraires à entreprendre une modernisation de leur métier vers le numérique avec les conditions d'équipement et d'investissement que cela suppose.

Les résultats de ces études sont troublants – même si leurs méthodes et conditions de réalisation peuvent soulever débat - car ils indiquent qu'une majorité de libraires indépendants ne sont aujourd'hui pas vraiment disposés à franchir le saut du numérique, ou pour le moins, ne manifestent guère d'enthousiasme à le faire spontanément.

C'est l'enseignement que l'on tire de l'enquête TNS-SOFRES commanditée par le CNL et achevée en juillet 2012 sur le thème « Quelles perceptions et attentes des librairies indépendantes

vis à vis du numérique »<sup>7</sup>. En effet l'étude révèle que les libraires éprouvent un sentiment mêlé de crainte à l'égard du livre numérique, et notamment celle d'une marginalisation au cas où la vente d'e-books devenait un jour significative, et parallèlement une croyance ferme que le numérique ne supplantera jamais le livre imprimé. Ce paradoxe est révélateur d'une relative méconnaissance des enjeux du numérique et de la vente de biens culturels dématérialisés par nombre de libraires qui estiment que cet univers technologique leur est étranger. Ils l'appréhendent en conséquence, non sans crainte et méfiance.

De toute évidence, l'échec du portail « 1001 Libraires » a eu pour effet de renforcer la méfiance voire la défiance des libraires à l'égard du numérique. Celle-ci étant parfois clairement revendiquée comme telle par certains qui livrent un vrai combat idéologique contre le livre numérique, combat qui est pour eux une défense de l'intégrité et de la teneur culturelle et éducative de leur métier. L'expérience malheureuse du portail a inévitablement contribué à donner une tonalité négative à l'entreprise de modernisation nécessaire pour la librairie que représente la vente en ligne de livres (imprimés et numériques)<sup>8</sup>.

Dans le même ordre d'idées, les enquêtes menées à l'échelon régional par la région Limousin<sup>9</sup> et par la région Rhône- Alpes<sup>10</sup> ont montré que nombre de libraires ont déjà perçu l'intérêt d'être présents sur Internet avec un site (voire un blog). C'est le cas pour 35 % d'entre eux en région Limousin et 45% en région Rhône-Alpes (et 19% pour les blogs). Cependant, seuls 27% des libraires en région Rhône-Alpes en ont fait un site de vente en ligne de livres imprimés (25% en Limousin). Pourtant, beaucoup d'entre eux commencent à percevoir la modification des comportements d'achat de leurs clients, qui achètent des livres sur Internet et certains d'entre eux avouent même avoir eu recours à l'achat en ligne via Amazon (en renonçant à leur marge) pour dépanner un client en recherche d'un ouvrage qu'il n'avaient pas en stock...

Ceux qui ne sont pas encore présents sur le web invoquent souvent le coût de développement de ces services et le temps qu'il faut passer à leur animation, qui, pour eux, constitue encore un obstacle à leur modernisation. Les mêmes sont souvent dépourvus d'outils informatiques, pourtant indispensables aujourd'hui, comme les logiciels de gestion de stock (en Limousin, 32 % des librairies en sont dépourvues), essentiellement pour des raisons de coût.

Les libraires sont conscients des avantages que la vente en ligne peut leur procurer à terme et aussi de l'intérêt d'une présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter), non seulement pour répondre aux attentes de leur clientèle actuelle, mais aussi pour toucher de nouvelles cibles de clientèle (notamment les adolescents et les jeunes adultes).

En revanche, sur la vente de livre numérique, les résultats de l'enquête TNS selon lesquels 60% des libraires interrogés se déclarent « plutôt pas intéressés » ou « pas du tout intéressés » par l'éventuel développement de leur offre dans une optique numérique, s'expliquent par le faible état de développement du marché et le peu d'information dont les libraires disposent sur la numérisation de la chaîne du livre. Ce que corrobore le peu de projets mis en route pour la mise en place de sites de vente de livres numérique en Rhône-Alpes (5 projets + un opérationnel seulement sur 145 libraires interrogés). Les libraires se disant intéressés par le marché du livre numérique sont en majorité ceux qui ont un chiffre d'affaires supérieur à 600 000 euros et sont situés dans des agglomérations de plus de 100 000 habitants.

Toutefois les libraires les plus décidés à entrer dans une phase de modernisation de leur

---

<sup>7</sup> Enquête TNS Sofres réalisée par téléphone auprès de 300 libraires indépendants de profil diversifié (chiffre d'affaires localisation géographique) du 29 juin au 9 juillet 2012.

<sup>8</sup> On peut regretter que dans l'étude TNS SOFRES le questionnaire essentiellement orienté autour du livre numérique n'ait pas abordé de manière plus centrale la question du e-commerce de livres imprimés.

<sup>9</sup> « La vente de livres papier en ligne, le livre numérique » enquête menée auprès de 25 librairies par le Centre régional du livre en Limousin- août 2011.

<sup>10</sup> « Les libraires et le web à l'heure numérique » étude Digiworld Idate, enquête réalisée auprès de 145 libraires indépendants de la région.

métier se disent (enquête TNS) intéressés par un projet collectif de plate-forme cumulant un grand nombre de fonctionnalités : réservation en ligne de livres papiers, alerte des clients sur chaque commande, géolocalisation du magasin physique, vente de livre numériques, information sur les évènements, consultation des livres disponibles en magasin, mutualisation des stocks entre libraires. L'idée de la plate-forme idéale, recompose en fait toutes les fonctionnalités attendues d'un service permettant l'entrée des libraires dans le e-commerce (sans nécessairement inclure la livraison à domicile) et l'établissement d'une nouvelle relation avec le client.

En dernier lieu, on trouve aussi la vente de liseuses en librairie, qui est le point sur lequel les libraires marquent le moins d'enthousiasme, car ils y voient une activité très éloignée de leur cœur de métier.

S'agissant du consentement à payer pour l'accès à de tels services, une partie des libraires se déclarent favorables à un paiement par forfait annuel autour de 1500 € en moyenne, pouvant être modulé selon la catégorie de services proposés. D'autres sont plutôt favorable à un prélèvement sur chaque vente opérée sur la plate-forme. D'une manière générale les enquêtes révèlent une attente assez forte d'une initiative collective qui serait rassurante, en ce qu'elle constituerait une sorte de label de qualité face au désarroi et au manque de maîtrise technique du sujet par les libraires, et en même temps la crainte d'un nouvel échec devant ce qui apparaît comme une tâche insurmontable.

### **1.2.2. La situation de fragilité économique de la librairie indépendante, frein à sa modernisation.**

Quatre rapports au moins, depuis cinq ans ont mis l'accent sur la fragilité de la librairie dans la chaîne du livre : le rapport « Pour que vive la politique du livre » (2007), le rapport de l'Inspection générale des finances (IGF) et de l'Inspection générale des affaires culturelles (IGAC) de juin 2007 sur la chaîne du livre, le rapport d'Antoine Gallimard « Mission de réflexion sur la librairie indépendante » (septembre 2007), et le rapport de la mission conduite par Bruno Parent et Marc Sanson « Soutenir la librairie », de mars 2012. Des mesures ont été prises afin d'améliorer et d'augmenter les soutiens à la librairie, qui ont doublé sur cette période. Actuellement les soutiens (subventions ou prêts) mobilisés par le Centre National du Livre (CNL), l'Association pour le développement de la librairie de création (ADELC) et les Directions régionales des affaires culturelles (DRAC) atteignent plus de 5 millions d'euros par an.

L'attribution du label LIR (librairie indépendante de référence) a permis d'inciter les collectivités territoriales à accorder des exonérations fiscales aux libraires indépendants. Mais en dépit de ces soutiens nouveaux, la plupart des librairies indépendantes demeurent dans une situation de grande fragilité, non seulement pour les motifs évoqués plus haut mais pour tout un ensemble de raisons structurelles et conjoncturelles (augmentation des charges, coût du travail et des loyers, prix relativement bas du livre, contrôle total de la marge du libraire par les éditeurs etc..), qui aboutissent à cette donnée factuelle inquiétante selon laquelle la librairie est, parmi les commerces de détail, celui dont la rentabilité est la plus faible avec un taux de résultat net estimé à 1,5 % en moyenne sur la période 2003-2009 (contre une moyenne de 3,7 % pour l'ensemble du commerce de détail)<sup>11</sup>.

Aussi nécessaire que soit l'impératif d'une modernisation de la librairie via les outils numériques qui pourraient être à sa disposition, il faut prendre en compte cette donnée que la capacité des libraires à investir dans les moyens de leur modernisation demeure pour certains d'entre eux très limitée, voire nulle. Ce qui va rendre très sensible, voire primordiale, la question du coût auquel un dispositif permettant à toutes les librairies indépendantes d'entrer dans le e-commerce peut leur être proposé, et celle de l'accompagnement qu'il sera nécessaire de mettre en

---

<sup>11</sup> Source : Xerfi France, juin 2012.

place pour inciter une part importante d'entre eux (les plus petites librairies) à effectuer ce tournant.

Ce problème est d'autant plus aigu que la plupart des libraires ne voient qu'une source de coûts dans les investissements qu'ils devraient consentir pour entrer dans une démarche de e-commerce, et escomptent peu de revenus supplémentaires à court terme en contrepartie de cet investissement. Les chiffres leur donnent raison : le marché de la vente en ligne ne représente actuellement que 3 à 4% du chiffre d'affaires des libraires indépendants qui sont entrés dans cette activité. Quant au marché du livre numérique, il n'est pas encore significatif (estimé, comme indiqué plus haut à 0,3% du marché du livre en 2011) et ne laisse pas espérer le bénéfice de nouvelles recettes avant qu'il n'ait pris une taille critique. En outre, ses conditions commerciales actuelles ne sont pour le moment pas assez attractives pour les libraires (le taux de remise accordé aux libraires par les éditeurs est sensiblement inférieur à celui du livre imprimé), ce qui rend d'ailleurs nécessaire, de l'avis des rapporteurs, l'engagement d'une réflexion en vue d'une amélioration de la remise consentie par les éditeurs aux libraires sur le livre numérique.

Il est bien évident que dans les deux cas, il s'agit pour les libraires d'investir le commerce en ligne sans en attendre une croissance immédiate de leurs recettes. Et ceci constitue un obstacle important à la modernisation de la librairie indépendante, qui ne peut être surmonté qu'au prix de mesures d'accompagnement.

La librairie indépendante est aujourd'hui le maillon le plus faible économiquement parlant de toute la chaîne du livre, alors même que, pour préserver sa diversité, son pluralisme et sa croissance, celle-ci a plus que jamais besoin d'une diversité d'acteurs économiques.

Si les dispositifs de modernisation permettant d'améliorer la capacité des libraires à répondre efficacement et dans des délais raisonnables à une commande de leurs clients, ou à leur proposer des livres numériques, ou encore à entretenir une nouvelle relation de fidélisation avec eux via l'animation d'un site Internet (Blogs ; activités éditoriales en ligne, susceptibles de faciliter le référencement de la librairie sur les moteurs de recherche ; envois de méls promotionnels à la clientèle) paraissent indispensables, ils nécessitent aussi des investissements et entraînent, d'une certaine manière, une redéfinition des métiers du libraire.

Or, le moment semble particulièrement difficile pour demander aux libraires un effort financier en faveur de leur modernisation.

Pourtant, de même qu'a été entreprise rapidement la numérisation complète des salles de cinéma, et sans qu'il s'agisse d'une évolution technique de la même ampleur, il faut envisager et accompagner maintenant l'entrée de la librairie dans l'ère numérique : ce qui inclurait à la fois le e-commerce et la vente de livre numérique avec tout ce qu'elle suppose de dispositifs techniques (adhésion à une plate-forme, vente de tablettes ou liseuses, ouverture d'un espace (« corner ») numérique dans la librairie.

Il va de soi que les espoirs fondés sur le développement d'une plate-forme collective comme « 1001 libraires » reposaient aussi sur le fait que l'affiliation au service soit d'un coût raisonnable pour le libraire. Une des leçons de l'échec du portail est que certains libraires sont très réticents à acquitter le montant d'un abonnement à un service de ce type.

- *Les rapporteurs estiment donc que toute situation alternative doit prendre en compte, comme une donnée de base, le faible consentement à payer d'une part importante des libraires indépendants (ceux notamment dont le chiffre d'affaires est inférieur à 0,5 M€).*
- *Les libraires attendent des pouvoirs publics un accompagnement qui pourrait prendre la forme d'une aide à l'investissement selon un schéma déjà préfiguré par certaines lignes de subvention ou de prêts du CNL, et par les interventions des DRAC et des régions (notamment celles ayant déjà mis en place un « contrat*



*de progrès pour l'économie du livre »).*

- *Cette aide à la modernisation pourrait avoir pour modèle celle consacrée aux salles de cinéma indépendantes par le Centre national du cinéma et de l'image animée.*

### **1.2.3. Les lourdeurs et l'inadaptation du marché actuel de la distribution du livre imprimé**

Les prestations de service qu'Amazon offre à ses clients- notamment la rapidité de livraison de la commande de livres - ont mis en évidence les faiblesses de l'organisation traditionnelle de la distribution et du transport de livres qui aujourd'hui ne permet pas à la librairie de faire une offre équivalente à celle d'Amazon en termes de délais.

Faut-il rappeler que l'article 1<sup>er</sup> alinéa 3 de la loi du 10 août 1981 fait de la commande une obligation pour le libraire (« Tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l'unité »), cette obligation engageant non seulement le libraire mais toute la chaîne de la distribution et ses intermédiaires (grossistes, dépôts, salles de ventes etc..) à organiser un circuit et une logistique permettant de se rapprocher de l'objectif d'un délai raisonnable pour le service du client. Sachant qu'Amazon a plus ou moins popularisé et rendu habituel le délai de 48h (qui n'est cependant pas la règle chez le vendeur en ligne), la librairie devrait pouvoir promettre collectivement d'offrir un délai comparable pour le retrait du livre en librairie, voire l'expédition à l'adresse du client. Ceci devrait constituer une charte de qualité de service pour la librairie.

Néanmoins, le système de distribution tel qu'il fonctionne actuellement semble inadapté à la tenue d'une telle promesse.

Et pourtant la croissance continue du nombre de nouveautés parues chaque année créée pour beaucoup de librairies des problèmes de gestion des stocks (+ 40% entre 2002, où 45 000 nouveaux titres ont été publiés et 2011 où l'on a compté plus de 64 000 nouveautés). La pratique et l'organisation des retours, coûteuses à la fois pour les libraires et pour les distributeurs ont souvent été regardées comme archaïques dans plusieurs rapports (rapport Gaymard, rapport Parent-Sanson) sans que l'organisation de la distribution de livres n'ait été repensée pour répondre aux exigences actuelles des lecteurs. Pourtant, beaucoup d'autres formes de commerce (notamment l'industrie pharmaceutique) ont su mettre en place des dispositifs et une logistique de livraison très rapides.

Dans ces conditions, l'objectif de permettre aux libraires indépendants de proposer à leurs clients un service de commande et de réservation en ligne de livres imprimés - à moins qu'il ne repose sur le seul stock du libraire, voire sur une mutualisation des stocks de plusieurs libraires- n'a de chance d'endiguer la concurrence d'Amazon qu'au prix d'une sérieuse amélioration des délais de commande. Ce qui suppose la recherche de nouvelles méthodes de travail pour la distribution.

### **1.2.4. La complexité de l'organisation du marché du livre numérique et ses conditions économiques**

Le marché du livre numérique reproduit *mutatis mutandis* la plupart des éléments de la chaîne du livre imprimé de l'éditeur au distributeur et au diffuseur. Toutefois la comparaison s'arrête là, car le lien entre le distributeur et le libraire n'est pas encore aussi bien défini pour le livre numérique qu'il l'est dans la chaîne du livre imprimé.

Les éditeurs auraient évidemment pu faire le choix (ce qu'ils ne pouvaient évidemment pas faire pour le livre imprimé) de s'engager dans la vente directe de livres numériques à partir de leurs structures d'e-distribution (Immatériel, Editis, Eden, Numilog, L'Harmattan etc..). Mais ce

choix n'a pas été celui de la grande majorité d'entre eux, sans pour autant qu'ils favorisent tous ouvertement une solution universelle permettant aux libraires de s'approvisionner en livres numériques (projet de Hub Dilicom). Dans d'autres pays, en effet, la distribution du livre numérique a été confiée à un agrégateur unique, ce qui est de nature à simplifier grandement le circuit de vente aux particuliers par les libraires.

Actuellement, un libraire, pour vendre un livre numérique, doit, d'une part, passer des contrats avec l'ensemble des distributeurs qui hébergent techniquement les fichiers des livres quels que soient leurs formats et d'autre part, construire sa librairie en ligne, en s'assurant que son client bénéficiera du téléchargement, sur son support de lecture, des fichiers stockés et des données associées au livre (métadonnées) chez le distributeur. Le contrat numérique, pour toutes sortes de raisons, est plus complexe et détaillé que les conditions générales de vente des livres imprimés

Le lien du libraire au client apporte aussi son lot de complexité en raison de la nature de l'échange, qui est un transfert de fichiers informatiques dont les normes peuvent être différentes (formats e-pub, Adobe PDF, Awz pour Amazon etc.). Sans oublier les fabricants d'appareils de lecture (liseuses, tablettes ou smartphones) qui ajoutent un degré de sophistication supplémentaire dans la chaîne du livre numérique, qu'il s'agisse de systèmes propriétaires ou ouverts.

Il en résulte que le projet d'une simplification des circuits de ventes du livre numérique et leur perfectionnement dans toutes les étapes qui relient la création du livre numérique par l'éditeur et sa lecture par le client restent actuellement en chantier, le processus de vente par des libraires n'étant certes pas impossible, mais pas non plus stabilisé sous une forme optimale.

Le marché du livre numérique repose donc actuellement en grande partie sur les initiatives des acteurs de l'aval, et en premier lieu des plus importants d'entre eux qui ont imposé des systèmes propriétaires : Apple et Amazon, *pure players*, récupèrent directement les fichiers des livres numériques chez les distributeurs et ont mis en place leurs propres applications et terminaux de lecture (tablettes pour Apple, tablette et liseuses pour Amazon) entièrement propriétaires. La remise éditeur pour eux est de 30 % et en France, depuis la loi du 11 mai 2011 le prix du livre numérique est fixé par l'éditeur.

Les libraires auxquels les éditeurs accordent à ce jour, comme on l'a indiqué plus haut, des remises sur les livres numériques inférieures à ce qu'elles sont pour le livre imprimé (entre 15 et 30%), ont la charge de mettre en place les applications par lesquelles il vont pouvoir vendre des e-books. Dans l'état actuel du marché les libraires n'ont pas accès aux fichiers (contrairement aux grands acteurs de l'Internet comme Amazon et Apple).

Hors grandes surfaces spécialisées comme la Fnac, Virgin et Cultura ou la chaîne de librairies Chapitre (et de nouveaux entrants dans le marché du livre comme Darty et Boulanger), seuls deux libraires ont mis en place leurs propres applications pour la vente d'e-books; il s'agit de la librairie Dialogues à Brest et des librairies Decitre en Rhône-Alpes. Compte tenu des investissements consentis dans ces applications, ces deux libraires proposent aussi leurs services aux autres libraires qui le souhaitent et qui peuvent bénéficier de ces sites de téléchargement en marque blanche.

La société e-pagine, filiale de Tite Live, concepteur d'applications pour la librairie a également mis au point une application de vente, tandis que Numilog agrégateur et distributeur pour Hachette pratique aussi la vente directe, et la prestation de vente pour les libraires. Enfin d'autres plates-formes pratiquent la vente directe : Izneo (groupe Media Participations), pour la bande dessinée, Feedbooks, Immatériel (qui est aussi distributeur) et l'Harmattan (éditeur, distributeur et vendeur).

La commercialisation du livre numérique repose donc en grande partie aujourd'hui sur les initiatives soit des libraires en ligne (Amazon, Apple, Fnac.com) soit de plates-formes exclusivement dédiées à la vente de livres numériques. Les libraires sont encore relativement absents de cette offre, comme du circuit de vente et de promotion des tablettes et liseuses dont les performances seront déterminantes pour le décollage du marché du livre numérique.

Un sondage récent<sup>12</sup> indique que la vente de livres numériques est très concentrée sur les sites des grands opérateurs d'Internet : 41% des lecteurs de livres numériques déclarent avoir fait leur achat chez Amazon, Apple ou Google Books, tandis que 28% achètent leurs livres numériques sur les sites des grandes surfaces (Fnac, Virgin, Cultura) et 18% seulement sur des sites de libraires (principalement les grandes librairies comme le Furet du Nord, La Procure, Chapitre, Relay, Dialogue), ce dernier pourcentage étant en baisse par rapport à la précédente vague de la même enquête réalisée début 2012.

Il est donc indispensable que les librairies indépendantes prennent place sur ce nouveau marché au risque de laisser les acteurs d'Internet y progresser encore, ce qui entraînerait un phénomène de « désintermédiation » dans la nouvelle chaîne du livre numérique, effaçant le rôle du libraire.

### **1.2.5. Le défaut de mutualisation et de valorisation des bases de données interprofessionnelles dans l'environnement numérique**

L'existence de bases de données et le savoir-faire qui a présidé à leur constitution et à leur entretien est un atout majeur dans le domaine de l'Internet et aussi une des dimensions techniques importantes du nouveau marché du livre numérique.

L'interprofession du livre a su développer des outils informatiques performants et de qualité, utilisés en réseau à la fois par les éditeurs, les distributeurs et diffuseurs, et par les libraires. Elles sont au service des relations commerciales ou professionnelles entre les uns et les autres.

#### 1.2.5.1. La base Electre

C'est le cas de la plus ancienne des bases de données du livre à disposition des professionnels, Electre (gérée par la société du même nom, filiale du Cercle de la Librairie) qui référence tous les livres édités en France, et fut un temps accessible au grand public, avec succès d'ailleurs, via le minitel (3615 Electre). Aujourd'hui cette base de données, dont la qualité est unanimement reconnue et qui est riche de plus d'1,2 millions de notices, est principalement d'usage professionnel, mais est concurrencée sur ce terrain par d'autres prestataires. Il est d'ailleurs regrettable – c'est un vrai sujet de préoccupation- que des libraires indépendants s'en désabonnent parce qu'ils estiment les tarifs d'Electre trop élevés et qu'ils n'ont plus les moyens de s'abonner à ce service. De fait, plusieurs bases de données, sans doute moins complètes, mais d'un coût beaucoup plus abordable et suffisamment exhaustives pour l'usage quotidien des libraires, concurrencent désormais Electre, et sont intégrées à des plates-formes de e-commerce ou de ventes de livres numériques (base de Tite-Live, Fichier exhaustif du livre – FEL- de DILICOM).

Il est évident que la base Electre et le savoir-faire informatique spécialisé qui l'accompagne pourraient être utilement mis à profit par le Cercle de la librairie pour les services offerts aux libraires, tant pour le e-commerce du livre imprimé que pour le référencement et la vente de livres numériques, l'usage des métadonnées étant un point essentiel du commerce des livres numériques.

Les dirigeants d'Electre semblent vouloir jouer une part active dans les projets en cours susceptibles de prendre de relais de « 1001 Libraires » et c'est effectivement souhaitable car cette expérience donnerait sans doute une seconde vie à cette base de données et lui permettrait de renouveler son modèle économique.

Au-delà de cette hypothèse, il semble aux rapporteurs qu'il serait nécessaire d'étudier la possibilité de constituer à nouveau, à partir des données de la base Electre, un portail permettant au grand public la recherche d'information sur les livres (tant nouveautés que fond) qui outre son attrait documentaire et bibliographique, permettrait aussi un renvoi vers les sites des libraires.

<sup>12</sup> Enquête Opinionway : Baromètre SOFIA/SNE/SGDL sur les usages du livre numérique- 2<sup>e</sup> vague, Septembre 2012

indépendants, ce qui aiderait à leur référencement. Aujourd'hui en effet, la base de données d'Amazon remplit ce rôle, renforçant l'attractivité du site de la librairie en ligne. Le Cercle de la librairie doit donc être encouragé à jouer un rôle central dans la construction d'outils au service de la librairie indépendante et à mieux valoriser sa base de données Electre.

#### 1.2.5.2. La base DILICOM

L'outil de gestion des commandes entre libraires et distributeurs, DILICOM, à l'origine un réseau d'échange de données informatiques (EDI), est aussi le fruit d'un savoir-faire informatique qui peut également être mis à profit pour les fonctionnalités offertes aux libraires, tant pour la vente en ligne des livres papier, que pour l'amélioration du circuit de commandes et la vente de livres numériques. DILICOM traite ainsi 100 millions de lignes de commandes par an.

Il s'agit, comme Electre, d'un outil interprofessionnel très performant et auquel plus de 2500 libraires adhèrent. DILICOM a manifesté le souhait d'être partenaire de toute initiative ou prestation de service permettant aux libraires de pratiquer le e-commerce et la vente de livres numériques. DILICOM a mis au point une base de donnée concurrente d'Electre, le FEL (fichier exhaustif du livre) a n'a jamais mené de projet commun avec Electre, les deux activités étant pourtant complémentaires dans le service aux libraires, distributeurs et éditeurs.

- ***Les rapporteurs estiment, au vu des entretiens réalisés, que le temps est venu, pour les professionnels du livre, d'œuvrer enfin au rapprochement de ces deux structures et à la mise en œuvre de leur savoir-faire informatique pour les besoins de la modernisation de la librairie indépendante. Ce rapprochement devrait être appuyé et encouragé par les pouvoirs publics comme répondant à une cause d'intérêt général et comme une mise en commun de moyens.***

DILICOM a voulu s'engager dès 2010, dans un processus de mise à jour numérique de ses activités en concevant un « Hub » numérique (le « Hub DILICOM ») destiné à permettre la commercialisation du livre numérique par les libraires en assumant un rôle d'intermédiaire entre la commande de livre numérique et les portails des distributeurs de livres numériques. Le Hub a pour fonction d'être une forme de connecteur destiné à orienter tous les flux du marché du livre numérique en ligne. Cette plate-forme est évidemment conçue comme compatible avec les sites de vente en ligne des libraires, mais n'a pas vocation à remplir ce rôle d'interface avec le client. Ce qui laisse entier le problème de l'équipement du libraire avec un site de vente en ligne.

#### 1.2.5.3. La base DATALIB

Outil de mutualisation des données sur les ventes et les stocks de plus de 200 librairies, réalisé avec le concours financier de l'ADELC, DATALIB pourrait également être mis à contribution dans la cadre des solutions de e-commerce proposées aux libraires indépendants.

Un certain nombre d'outils existants pourraient donc utilement contribuer à améliorer les performances et les fonctionnalités des solutions proposées aux libraires.

Mais ces outils sont aujourd'hui dispersés et il conviendrait qu'un pilotage efficace permette leur réunion dans un projet commun en multi-partenariat.

Ce partenariat devrait d'ailleurs être étendu à la Bibliothèque nationale de France, pour l'ensemble des outils de référencement dont elle dispose (le catalogue général en premier lieu, mais aussi le portail Gallica pour le livre numérique), notamment à la faveur de la mise en place

du nouveau marché des livres indisponibles dans lequel la BNF joue un rôle majeur.

- ✓ *Le temps est également venu de mettre en œuvre la proposition, déjà formulée par Bruno Patino dans son « Rapport sur le livre numérique » (Juin 2008), de créer une base unique de métadonnées de livres numériques.*
- ✓ *La relative dispersion de ces outils informatiques et bases de données est un frein au développement d'outils fiables, universels et cohérents et d'un coût accessibles pour les libraires qui permettrait à ceux-ci d'enrichir les dispositifs existants ou en cours de développement pour leur permettre la vente en ligne et la vente de livres numériques. Les rapporteurs estiment qu'une valorisation de la base Electre auprès du grand public, pour en faire un grand moteur de recherche gratuit de toutes les références de livres – ce que le Cercle de la librairie doit pouvoir être en mesure de financer, et une alliance Electre-DILICOM sont désormais parmi les conditions du succès d'une modernisation de la chaîne du livre au profit de la librairie et sont aussi les conséquences logiques de la mise aux normes numériques de ces deux services interprofessionnels.*

### **1.3. Comparaisons européennes : des modèles difficilement transposables**

Il a paru utile d'examiner dans le cadre de ce rapport les options qui ont été choisies chez certains de nos voisins européens pour apporter une réponse à l'entrée de la librairie dans Internet, la concurrence avec Amazon étant une caractéristique commune à tous les pays où est installé le groupe de Seattle, et la participation des libraires au marché du livre numérique étant aussi une problématique commune. Les expériences allemandes et britanniques ont donc été analysées.

#### **1.3.1. Le « modèle allemand » : Libreka**

C'est en 2006 dans le cadre d'une réflexion globale menée par les professionnels du livre allemand sur le livre numérique qu'est née l'idée de créer un outil permettant aux libraires de se positionner sur le futur marché du livre numérique.

La croissance continue de la puissance de marché d'Amazon, solidement installé outre-Rhin, a en effet très tôt incité le *Börsenverein des Deutschen Buchhandels*, organisme professionnel fédérant éditeurs, distributeurs et libraires, à concevoir une plate-forme technique dont la fonctionnalité serait de permettre aux libraires d'entrer de bonne heure sur le marché du livre numérique afin d'y concurrencer activement l'activité de librairie numérique en ligne d'Amazon et Apple.

Les premiers travaux de conception de la plate-forme Libreka ont donc débuté en 2006 avec, au départ, une fonction de référencement du livre numérique, puis, dès 2009, une fonctionnalité de vente de livres numériques en marque blanche pour les libraires, et enfin plus tardivement une fonction de commande de livres imprimés livrables à domicile ou chez le libraire du client, dans le but d'offrir le même type de service (livre numérique+ livre imprimé) qu'Amazon. Une liseuse et une tablette numérique de marque « Liro » sont proposées à la vente par les libraires affiliés à Libreka.

Aujourd'hui Libreka fédère autour de ses différentes fonctions 1600 éditeurs, 800 libraires, et propose un catalogue de livres numériques riche de 500 000 titres. Le chiffre d'affaires de la vente de livres numériques réalisé par la plate-forme et ses libraires partenaires devrait avoisiner 12 M€ en 2012. Le coût de fonctionnement de la plate-forme est de 2M€ /an et elle ne dégagne actuellement aucun profit, mais a atteint l'équilibre. Toutefois son objet n'est pas là : la raison

d'être de la plate-forme était, dès l'origine, d'offrir aux libraires la possibilité de vendre des livres numériques et de ne pas laisser le champ libre aux *pure players*. Ce pari est aujourd'hui en passe d'être rempli puisque sur le marché du livre numérique la part de marché d'Amazon en Allemagne (aux alentours de 45 %) est très inférieure à celle réalisée en Grande Bretagne, et inférieure aussi à sa part de marché sur le livre imprimé (de l'ordre de 70 %). Aujourd'hui avec 20 % de part de marché des ventes de livres numériques, Libreka est une alternative crédible à Amazon et Apple.

Le succès de Libreka tient sans doute à trois facteurs principaux :

Le premier est le fait que l'initiative a fédéré les forces conjuguées des éditeurs et des libraires (rassemblés dans une fédération unique) avec une démarche commune consistant à organiser, y compris techniquement, le marché du livre numérique par les libraires.

Le deuxième est que, dès l'origine, le projet bénéficiait de l'acquis et de l'expérience de la base de données de référencement des livres développée par le *Börsenverein*, qui a son équivalent en France avec la base de données Electre, et qui a également les fonctionnalités du service de commande Dilicom.

Le troisième facteur de réussite est le fait que la plate-forme Libreka ait été opérationnelle dès les premiers frémissements du marché du livre numérique et ait, de manière continue, enrichi substantiellement son offre de livres numériques, jusqu'à proposer 500 000 titres, soit une proposition très attractive pour le lecteur, et en tous cas comparable à celle de librairies numériques comme Amazon et Apple.

Enfin, on doit noter aussi que le choix de Libreka est de ne pas apparaître comme une marque en soi : c'est un service aux libraires mais qui, en tant que tel, n'a pas d'image auprès du grand public et s'efface derrière les sites Internet des libraires eux-mêmes. On peut en déduire que le succès de l'initiative n'est pas lié à l'existence d'un portail reconnu comme tel mais plutôt au développement et au trafic généré par les sites Internet des libraires.

### 1.3.2. La voie britannique

La situation des libraires indépendants du Royaume-Uni (Grande-Bretagne et Irlande du Nord) n'a rien à envier à celle de leurs confrères français<sup>13</sup>, bien au contraire, dans la mesure où, n'étant pas protégés par la barrière du prix unique, ils sont soumis à une plus forte concurrence des autres réseaux de distribution<sup>14</sup>.

S'agissant des livres numériques, 90% des ventes sont effectuées sur Amazon. Aussi la *Booksellers Association of the UK & Ireland Ltd.* a-t-elle jugé opportun que les libraires se positionnent sur ce marché.

La démarche engagée par la Booksellers Association - homologue du Syndicat de la Librairie Française - tout à fait différente de l'interprofession en Allemagne, est intéressante à bien des égards pour la réflexion en cours en France.

Selon Tim Godfray, directeur général de l'Association, deux options ont été initialement explorées, la première consistant à se doter en propre d'une plate-forme de distribution de livres numériques, la seconde à exploiter - sous licence- une plate-forme existante (soit celle de la librairie indépendante développée aux États-Unis par l'*American Booksellers Association*, soit la plate-forme interprofessionnelle Libreka du *Börsenverein* Allemand).

Après avoir étudié ces options, La *Booksellers Association of the UK & Ireland Ltd* les a abandonnées, au motif que leurs inconvénients outrepassaient leurs avantages.

La première option (créer une plate-forme propre de distribution de livres numériques) se

<sup>13</sup> Environ 1094 libraires indépendants sont membres de la B.A. Plus de 73 librairies ont fermé en 2011, alors que 36 ont ouvert leur porte.

<sup>14</sup> On rappellera que si le taux de TVA est fixé à 0% pour les livres imprimés, il est de 20% pour les ebooks.

heurtait à des obstacles rédhibitoires. La gestion d'une telle plate-forme et la nécessité de la maintenir compétitive, par rapport aux plates-formes opérées par des géants de l'Internet dotés de ressources considérables, ce dans un environnement évoluant très rapidement, aurait impliqué de lourds investissements financiers, ainsi que l'acquisition des compétences professionnelles spécifiques dont les libraires ne disposent pas aujourd'hui. Sa mise en œuvre aurait en outre conduit la plate-forme de l'Association à faire concurrence à nombre de ses adhérents.

La *Booksellers Association* a également écarté la seconde option consistant à exploiter - sous licence - une plate-forme existante, option qui, bien que nécessitant de moindres investissements, présentait des inconvénients analogues sur le plan des ressources humaines et de la concurrence avec les librairies.

La *Booksellers Association* a jugé préférable de laisser à ses adhérents le choix de la plate-forme existante dont ils deviendraient « membres affiliés », et par l'intermédiaire de laquelle ils pourraient commercialiser des ouvrages numériques, ainsi que, le cas échéant, des supports de lecture (liseuses ou tablettes).

L'association a donc ouvert des discussions avec les principales plates-formes de distribution numériques, en particulier Kobo, aNobii<sup>15</sup> et Hive<sup>16</sup>, en vue de définir le cadre général - juridique et financier - d'association des libraires à la vente de livres numériques.

La *Booksellers Association* n'a toutefois conclu d'accord d'exclusivité avec aucune plate-forme, ni de contrat au nom de ses adhérents. Elle conçoit son rôle comme une aide aux librairies indépendantes à entrer dans le marché des livres numériques.

Il appartient à chacune des librairies de contracter avec la plate-forme de son choix, étant précisé que les grandes librairies et grandes surfaces (également adhérentes de la *Booksellers Association*) sont assez puissantes pour négocier directement avec les plates-formes.

On notera que certaines grandes enseignes (John Lewis, Foyles, Blackwell's, Argos, Waitrose and Sainsbury's) ont conclu avec un accord avec Barnes & Noble et commercialisent la liseuse Nook (« Glowlight touch ») depuis le 29 octobre. L'enseigne Waterstones commercialise la gamme Kindle depuis début octobre, et W.H. Smith a également annoncé un accord en ce sens.

S'agissant des autres librairies, le dispositif qui leur est proposé ayant été mis en place en septembre, il est encore trop tôt pour évaluer son fonctionnement et l'intérêt manifesté par les libraires.

En conclusion, malgré des situations assez différentes, on peut tirer trois enseignements de ces comparaisons internationales :

- le premier est la confirmation de la nécessité d'accompagner la librairie dans sa mutation numérique ;
- le deuxième, à travers l'exemple réussi de Libreka, est la nécessité de mutualiser des outils, notamment les bases de données, essentielles à la réussite de telles entreprises, et d'harmoniser les normes ;
- le troisième, issu de l'exemple britannique, montre qu'il est possible de recommander des solutions multiples.

---

<sup>15</sup> La société aNobii était initialement un réseau social spécialisé permettant aux lecteurs de partager des bibliothèques personnelles et des listes de livres. En mars 2011, aNobii a été racheté par une startup britannique dirigée par le groupe HMV et soutenue par [Harper Collins](#), [Penguin](#) and Random House. La nouvelle version du site web permet aux internautes d'acheter des livres imprimés et des ebooks. La société propose aux libraires indépendants deux formules de vente de livres numériques : soit en librairie physique, soit par affiliation au site, une commission leur étant reversée dans les deux cas.

<sup>16</sup> Hive n'est pas spécialisé dans les livres numériques. Pour les livres imprimés, Hive dispose d'un réseau de librairies indépendantes et propose aux internautes de commander chez le libraire de leur choix : « *We have a network of local independent retailers located throughout the UK. You can have your order delivered FREE to any retailer in The Hive Network. Don't forget to register your favourite retailer in 'My Account'.* »

#### *1.4. La nécessité d'offrir rapidement aux libraires des solutions opérationnelles*

Il est clair que la préservation de l'objectif de diversité culturelle à travers l'existence d'un tissu de libraires indépendants capable d'être des médiateurs et des prescripteurs du livre d'une manière différente de ce que peut offrir la vente sur Internet passe par la transposition sur le web de la fonction de libraire au sens fort du terme.

Ce n'est pas seulement la survie de nombreuses librairies qui est en jeu, mais aussi la préservation de la diversité du marché afin qu'une forme de commerce (le commerce en ligne) ne devienne pas dominant, avec un acteur principal susceptible ensuite d'imposer ses conditions aux éditeurs.

Toutes les difficultés et inquiétudes qui avaient suscité le geste politique de la loi sur le prix unique du livre en 1981 semblent à nouveau réunies aujourd'hui, et appellent des mesures de régulation complémentaires qui ne seraient d'ailleurs que des mises à jour – dans un nouvel environnement numérique- de la loi Lang. La récente transposition au livre numérique (livre homothétique) du principe du prix unique (en mai 2011) était, à cet égard, bien évidemment nécessaire mais peut-être pas suffisante pour donner force dans cet environnement nouveau, à l'esprit de la loi du 10 août 1981.

L'objectif pour la librairie d'entrer dans la stratégie « multicanal », pour reprendre la terminologie du e-commerce, doit permettre en effet de mettre en valeur ce qui distingue le métier de libraire (valeur de conseil) d'informer sur l'activité de la librairie, de faire valoir l'intérêt et l'avantage de la proximité du magasin et de la rencontre avec la réalité physique du livre et avec ceux qui les écrivent ou ceux qui les vendent.

Le retard pris dans la modernisation de la librairie, du fait de la trop longue maturation du portail, a contribué à une dégradation de sa situation économique. La nécessité d'un rééquilibrage est désormais avérée, avec la prise en compte de trois précautions indispensables :

- permettre une information aussi complète que possible sur les outils techniques mis à la disposition des libraires ;

- assurer une formation, au plan régional, des libraires sur le e-commerce et ses techniques (que les libraires doivent s'approprier et adapter aux spécificités de leur métier) et sur la vente de livres numériques ;

- favoriser un modèle économique des nouveaux services offerts aux libraires qui soit accessible à tous ceux d'entre eux qui veulent entamer une démarche de modernisation. Cela implique sans doute la mise en place de nouvelles aides (subventions d'investissement) comparables à celles destinées à la modernisation et à la numérisation des salles de cinéma, qui ont permis le maintien d'une politique d'aménagement cinématographique du territoire au moment de la transition numérique, et aussi des formules de forfait à des conditions de tarification acceptables.

En tout état de cause la mission estime que la modernisation de la librairie est un impératif urgent et que l'interprofession doit mettre tout les moyens dont elle dispose dans cet objectif rapidement.

Les rapporteurs considèrent donc nécessaire que les trois efforts soient menés concomitamment pour permettre cette modernisation, afin d'inscrire l'initiative dans un ensemble plus vaste et plus ambitieux visant à refaire de la librairie comme espace physique, l'espace de valorisation et de partage du livre et de la lecture, rôle qu'elle assume, dans une perspective d'aménagement culturel du territoire, autant que les bibliothèques.

Pour autant, plusieurs atouts peuvent être mis à profit et mobilisés afin de répondre dans des délais rapides à la demande urgente des libraires et à la nécessité de donner aux libraires



indépendants les moyens et outils de leur développement dans l'univers numérique.

Il est donc important d'examiner les plates-formes d'ores et déjà opérationnelles ainsi que les projets en cours qui pourraient se proposer comme prestataires pour les libraires indépendants, quel que soit le mode d'association de ceux –ci à l'activité de ces plates-formes et projets : marque blanche, affiliation etc..., car elles constituent à ce jour la seule voie d'entrée des libraires dans l'horizon du livre numérique.

## **2. DEUXIEME PARTIE : ETAT DES LIEUX ET ÉVALUATION DES DISPOSITIFS OPÉRATIONNELS OU EN PROJET POUR PERMETTRE AUX LIBRAIRES D'INVESTIR LE E-COMMERCE**

Au-delà des bases de données et outils interprofessionnels, des outils de gestion (notamment des stocks), mais aussi des usines à sites, voire des solutions clés en mains ont été déjà créées comme une alternative possible à « 1001 libraires » alors que le portail était en cours d'élaboration. Plusieurs de ces initiatives ont prospéré et la question est de savoir aujourd'hui si ces solutions, dont la plupart sont opérationnelles, ne peuvent pas être recommandées auprès des libraires, en fonction des besoins qu'ils expriment.

On l'a vu en effet, autant l'initiative d'un portail collectif a permis de recenser presque exhaustivement les besoins des libraires, autant l'idée d'un portail unique pouvant déployer toutes les fonctionnalités propres aux particularités des différentes catégories de libraires indépendants, voire leur singularité, semble un objectif hors de portée et voué à l'échec. En revanche, le fait que ceux –ci puissent avoir recours à une pluralité d'opérateurs pour façonner (éventuellement de manière personnalisée) la vitrine numérique qui leur convienne pour l'offre en ligne de livres imprimés et numériques pourrait être – sous certaines conditions- une alternative intéressante, et en tout état de cause moins dispendieuse et moins hasardeuse que la reconstitution d'une plate-forme unique. A la condition toutefois que les prestations actuellement disponibles répondent bien aux besoins exprimés par les libraires et soient susceptibles d'évoluer à terme.

Qu'en est-il exactement ?

### ***2.1. Les solutions immédiatement disponibles : portée et limites***

Les librairies indépendantes disposent dès aujourd'hui de solutions techniques alternatives opérationnelles. De nombreux libraires, on le sait, (bien qu'aucune donnée statistique fiable ne soit disponible sur ce point), ont entrepris d'être présents sur Internet à travers un site d'information générale sur l'activité de la librairie, parfois agrémenté d'un blog. Mais beaucoup de librairies indépendantes ne sont pas encore dotées d'un tel outil. Pour leur permettre de s'équiper, « 1001 libraires », on l'a vu, avait mis en place une « usine à sites ». Cette fonction est déjà offerte par des prestataires divers pour des tarifs abordables, et l'on peut estimer qu'aujourd'hui la mise en place d'un site de libraire (qui est bien sûr le préalable à toute opération de e-commerce) ne pose aucun problème pour les libraires qui souhaitent en être dotés. Encore une fois, les difficultés se concentrent surtout autour du temps qui doit être consacré à l'enrichissement éditorial d'un site, dans le contexte d'une tension importante sur la charge de personnel des librairies, la fonction de webmaster devant être assumée par un libraire au détriment d'autres tâches.

En revanche, les fonctionnalités liées à la réservation, la commande, la vente et le paiement en ligne de livres imprimés (ainsi que le suivi de ces opérations) éventuellement reliés à la gestion du stock du libraire et plus encore la vente de livres numériques nécessitent des solutions logicielles (et des prestations de services en ligne) plus sophistiquées et adaptées aux spécificités du marché du livre, qu'un nombre restreint de prestataires ont développé pour en faire l'offre de service aux libraires.

S'agissant de la vente de livres numériques, en particulier, la problématique des outils de lecture (liseuse, tablette) adaptés aux caractéristiques des fichiers de livres vendus au client s'ajoute à celle des outils logiciels, le libraire devant être également revendeur de supports de lecture à ses clients, auxquels un service après-vente doit également être proposé.

Pour la vente de livres imprimés, plusieurs solutions logicielles ont été mises au point par des libraires indépendants, soucieux à l'origine de développer leur propre dispositif de vente par Internet afin de répondre à la demande de leurs clients; et ceux –ci proposent à d'autres libraires indépendants de bénéficier de leurs logiciels et des services qui leur sont associés en « marque blanche ». D'autres ont été mises en place par des prestataires informatiques de la librairie, comme

Tite-Live, à l'origine concepteur de logiciels de gestion. Aujourd'hui plusieurs solutions sont donc offertes aux libraires, et certaines d'entre elles s'étaient d'ailleurs proposées pour être prestataires de « 1001 Libraires ».

Malgré la mise en route de l'entreprise « 1001 libraires » plusieurs initiatives visant tout ou partie des objectifs de ce projet ont donc été parallèlement initiées au cours de ces trois dernières années. Quelques-unes ont été d'ailleurs techniquement achevées, voire opérationnelles avant même l'annonce officielle de l'échec du portail collectif. Sachant que certaines de ces initiatives ont été portées par des entreprises, notamment des libraires qui se trouvaient être partenaires et associés financièrement au projet « 1001 libraires », on peut voir là l'indice du peu de confiance accordé au portail collectif par de nombreux intervenants de la profession, convaincus qu'il était non seulement souhaitable mais même nécessaire de poursuivre des projets parallèles.

Plusieurs libraires sont d'ores et déjà engagés dans une démarche de qualité de service visant (conformément à la loi Lang) à proposer systématiquement la commande de livres qu'ils n'ont pas en stock à leurs clients avec deux options : le retrait en librairie, ou l'envoi à domicile avec le « paquet-ficelle ».

Les librairies indépendantes orphelines du portail « 1001 libraires » qui ne disposent pas de site Internet propre ne sont pas à ce jour privées de toute solution numérique de repli, en premier lieu pour la migration de leur site.

Plusieurs structures offrant notamment des prestations de création et d'hébergement de sites en marque blanche sont en effet susceptibles d'assurer la migration des sites de « 1001 libraires » sur leur plate-forme et de proposer aux libraires diverses options, qu'il s'agisse de la vente en ligne de livres imprimés ou/et d'e-books, ou de la vente en librairie de livres imprimés, grâce à un système de géolocalisation.

Les principales structures auxquelles les libraires peuvent recourir sont, d'une part, les plates-formes commerciales des réseaux de libraires (« librest.com », « leslibraires.fr » et Decitre/TEA) d'autre part, les plates-formes de prestataires informatiques (Tite-Live/e-pagine et Numilog, à titre principal).

Cependant, toutes ne proposent pas une offre complète permettant aux libraires de vendre en ligne des livres imprimés et des livres numériques.

Il convient de noter que ces structures sont intervenues à un titre ou à un autre dans le processus ayant conduit à la création du portail « 1001 libraires », qu'il s'agisse de libraires ayant manifesté un désaccord avec la philosophie et le dispositif retenu (s'agissant en particulier de la logistique et de l'entrepôt centralisé) ou d'opérateurs susceptibles d'intervenir comme prestataires de la société PL2i.

### **2.1.1. Les plates-formes de vente développées par les libraires**

#### **2.1.1.1. Le réseau « Librest.com » et le site « La Librairie.com »**

L'initiative du portail Librest est née de la volonté de plusieurs libraires de l'est parisien (9 librairies) de mutualiser leurs moyens à travers une structure fédérative qui, au fil du temps, (et avec l'aide de subventions du Centre national des lettres et de la Région Ile de France), ont mis en place un GIE, fait l'acquisition d'un grossiste, la Générale du Livre, qui avait été achetée par France télécom puis cédée lorsque l'opérateur s'est désengagé de la vente de livre en vendant sa filiale Alapage.com. Ce grossiste opère désormais sous la marque « La Générale Librest » (GL).

Librest a ensuite mis en place un système de commande de livres imprimés en ligne sur Internet d'abord, pour les librairies membres du GIE (avec un dispositif de retrait du livre en magasin et une optimisation du stock permettant la disponibilité du livre en quelques heures en librairie, voire en 3 heures à domicile avec une livraison par cycliste).

Au-delà du dispositif logistique conçu pour les neuf libraires membres de Librest, qui

déploie des outils spécifiques basés sur la mutualisation, le GIE a ensuite mis en place une autre activité de portail de vente en ligne destiné à des libraires indépendants et des maisons de la presse. Une centaine de libraires et près de 700 maisons de la presse sont ainsi affiliés au site [La librairie.com](http://LaLibrairie.com) qui permet la commande de livres sur Internet, et le retrait dans un point de vente affilié au site. Librest met évidemment à profit son activité de grossiste pour assurer la logistique du système. Librest a bénéficié à ce titre d'une subvention du CNL de 65 000 €.

Prochainement le site doit évoluer vers une fonction d'interrogation à distance des stocks des libraires afin de permettre au client de savoir si le livre est disponible.

Les libraires associés au site touchent une commission de 10% sur la vente opérée en ligne.

#### 2.1.1.2. Le réseau « Les libraires.fr » de la Librairie Dialogues

En 1999, soit avant l'arrivée d'Amazon en France, Charles Kermarec a créé, pour sa librairie *Dialogues* à Brest, un site Internet rapidement devenu un outil de vente en ligne, grâce à une équipe de développeurs. Malgré son désaccord avec la stratégie adoptée en 2008 par le SLF pour le portail, s'agissant de la vente en ligne à partir d'un entrepôt centralisé - « silo soviétique » selon ses propres termes- Charles Kermarec a accepté de faire partie des actionnaires de PL2I « par solidarité avec ses collègues libraires ». En 2010, il a toutefois mis en place une expérimentation, au plan régional, du dispositif qu'il avait défendu au sein du SLF, fondé sur la mutualisation des stocks entre librairies, la « remontée des stocks » sur le site de la librairie Dialogues.

Se fondant sur cette expérimentation, Dialogues a ouvert, début 2012, une plate-forme dénommée « leslibraires.fr », proposant aux lecteurs/clients de réserver ou commander en ligne des livres imprimés (neufs, d'occasion, anciens), qu'ils peuvent soit retirer dans la librairie la plus proche, grâce à la géolocalisation, soit se faire livrer à l'adresse de leur choix<sup>17</sup>. Les internautes peuvent également acquérir des livres numériques.

La plate-forme « leslibraires.fr » propose aux libraires deux types de prestations :

a) La « place de marché » permet à toutes les librairies affiliées au réseau (y compris celles qui disposent de leur propre site ou/et adhèrent à une autre plate-forme), de vendre sur la plate-forme « leslibraires.fr », non seulement des livres, mais aussi des CD, des DVD et de la papeterie, grâce à un dispositif de remontée et de gestion en ligne des stocks.

Le client peut commander des livres en ligne et le retirer dans la librairie la plus proche ou se le faire livrer à l'adresse de leur choix.

Outre les ouvrages figurant dans leur stock, les libraires peuvent également vendre sur la plate-forme « leslibraires.fr », les ouvrages disponibles chez les éditeurs (soit près de 800.000 références figurant dans la base de données propriétaire de la plate-forme, qui comporte plus de 2 millions de références). Dans les deux cas, les libraires prennent en charge les tâches d'expédition des ouvrages à domicile, et fixent leurs conditions commerciales (conditions et taux de remise, facturation ou non des frais de port).

Le libraire verse une commission de 5,5% du montant des ventes effectuées par l'intermédiaire de la plate-forme.

b) L'« usine à site » offre aux librairies adhérentes la conception et la gestion d'un site Internet de vente en ligne en marque blanche, dont le design et le contenu sont personnalisables.

---

<sup>17</sup> « Fondé à l'initiative de la librairie Dialogues, à Brest, leslibraires.fr a pour ambition de vous permettre de retrouver sur Internet vos librairies préférées, leur atmosphère particulière, la qualité de leur service et de leurs conseils, leur choix et leurs spécificités./ Vous trouverez ici un véritable réseau de libraires indépendants, qui vous proposeront un très large choix de livres neufs, mais aussi de livres anciens, rares ou d'occasion./ Nous espérons vous donner envie de flâner sur nos sites comme vous aimez flâner dans nos librairies. Nous espérons que vous vous y sentirez "chez vous" et que vous y trouverez toujours « votre » livre. »

Deux options sont proposées :

- Une option de site « complet » de vente en ligne comportant en outre un espace « pro » dédié aux marchés publics des collectivités publiques.

Ce site, « clone » du site de la librairie Dialogues, est doté de toutes ses fonctionnalités, tant pour la partie publique (« front office » : base de données, moteur de recherche, bibliographie, conseils de lecture, agenda, blogs etc.), que pour l'administration du site et les outils de gestion (« back office » : gestion des commandes, remontée de commandes sur les logiciels de gestion de stock, gestion des expéditions etc.) ainsi que les modules spécifiques aux marchés publics.

Les libraires choisissant cette option s'acquittent d'une cotisation de 250 € par mois (3000 €/an) auprès de « leslibraires.fr » et lui versent une commission de 1% sur les ventes de livres papier (au titre du traitement des paiements). En outre, « leslibraires.fr » facture aux librairies, pour leurs ventes aux collectivités, un montant par ligne de commande, le tarif étant dégressif (0,10 € par ligne de commande enregistrée jusqu'à 20.000 lignes, 0,05 € de 20.001 à 50.000 lignes, et 0,02 € au-delà de 50.000 lignes).

- Une option de site « simple » offrant les mêmes fonctionnalités que le site complet, à l'exception de l'espace « pro », et permettant au client de réserver ou commander en ligne, de retirer des livres en librairie ou de se les faire expédier.

Les libraires choisissant cette option s'acquittent d'une cotisation de 25€ par mois (**300 €/an**) auprès de « leslibraires.fr » et lui versent une commission de 1% sur les ventes de livres papier.

Qu'il ait opté pour un site « complet » ou « simple », le libraire peut y commercialiser des livres numériques, selon deux modalités :

- soit le libraire commercialise « en propre » les livres numériques, dans un « panier unique » avec les livres imprimés, ce qui suppose l'établissement préalable de contrats avec les diffuseurs des éditeurs ; dans ce cas, le SAV est assuré par la plate-forme « leslibraires.fr », qui perçoit une commission de 5% sur les ventes ;

- soit le libraire propose des livres numériques, par l'intermédiaire d'un onglet numérique inséré sur son site et renvoyant à un fournisseur (comme e-pagine ou Numilog), lequel effectue la vente des e-books, en perçoit le produit (ce qui rend impossible le « panier unique ») et verse une commission au libraire (dans ce cas, la transaction est neutre pour « leslibraires.fr »).

Le réseau « leslibraires.fr », qui rassemblait début 2012, outre Dialogues (à Brest), une quinzaine de librairies (dont la Librairie La Galerne au Havre), s'est élargi à l'été 2012, suite à la fermeture du portail 1001libraires.com, à plusieurs librairies orphelines du portail, en particulier la librairie l'Armitière de Matthieu de Montchalin (à Rouen), la librairie L'Esperluette d'Olivier l'Hostis (à Chartres) et les Librairies Fontaine de Sylvie Maillet (à Paris).

La plate-forme a reçu le soutien du CNL, l'aide accordée au titre du numérique et des sites internet collectif (30.000 €) devant permettre, selon C. Kermarec, à une centaine de librairies de bénéficier d'une exonération de leur cotisation pour une durée d'un an.

Les rapporteurs estiment que de telles aides ne devraient pas être attribuées aux opérateurs, mais directement aux libraires, qui pourraient choisir le partenaire de leur choix, le cas échéant sur une liste d'opérateurs agréés ou labellisés par un groupe indépendant rattaché au CNL

### 2.1.1.3. La plate-forme de distribution de livres numériques TEA

La plate-forme TEA (« The Ebook Alternative »), exclusivement dédiée à la distribution de livres numériques, a été lancée en mars 2012 par la société éponyme créée en mai 2011 par Guillaume Decitre, président du groupe Decitre, qui rassemble un réseau de 9 librairies en Rhône-

Alpes<sup>18</sup> (développé à partir de la librairie « historique » de Lyon), et a acquis une expérience de la vente en ligne sur le site « decitre.fr », créée dès 1997. La société TEA, « spécialisée dans la distribution et l'édition de solutions et services ouverts de livres numériques », a pour actionnaires, hormis Guillaume Decitre, trois sociétés : Cultura, Rue du Commerce, et la SSII Smile.

La plate-forme TEA se positionne, en termes de communication, comme une alternative aux solutions propriétaires (de type Amazon ou Apple), reposant à la fois sur une solution ouverte et interopérable, permettant à tous les acteurs de la chaîne du livre de préserver « leur liberté, leur indépendance et leur culture ». TEA promet aux clients-lecteurs de pouvoir acheter des e-books dans les librairies de leur choix, de les conserver dans une bibliothèque personnelle et portable, et de les lire sur tous les supports ouverts (ordinateur, tablette, liseuse, téléphone portable etc.)<sup>19</sup>. Les librairies Decitre vendent la liseuse (de conception française) Bookeen.

Si TEA rassemblerait à sa création, les neuf librairies Decitre et les cinquante librairies de l'enseigne Cultura, la plate-forme entend désormais offrir à toutes les librairies, mais également aux distributeurs et commerçants en ligne, une solution clés en main leur permettant « *de vendre facilement et à moindre coût des livres numériques grâce à l'accès à un large catalogue et à des applications innovantes et évolutives* ».

TEA propose notamment à ses partenaires libraires de vendre les liseuses de la gamme Bookeen, dans une version personnalisable, à partir de laquelle le lecteur pourra acquérir des ouvrages sur le site de sa librairie favorite ainsi que sur tout autre site reposant sur une solution ouverte.

La société TEA a bénéficié d'une subvention du CNL d'un montant de 100 K€, au titre du numérique et des sites Internet collectifs (comme la plate-forme « leslibraires.fr », et « La librairie.com », cf. supra), ce qui appelle la même remarque que celle formulée au point précédent.

Les rapporteurs observent en outre qu'il est peu probable que la plate-forme TEA, malgré ses qualités techniques, constitue une solution attractive pour de nombreux libraires indépendants, ce pour deux raisons. Decitre souffre en effet d'un défaut de légitimité, vis-à-vis des indépendants, en tant qu'enseigne ; ce défaut étant aggravé par ce qui est perçu comme une stratégie prédatrice de conquête des marchés publics au-delà de sa zone géographique « naturelle ». A supposer que cet obstacle soit surmonté, les conditions financières pourraient être rédhitoires pour de nombreuses petites et moyennes librairies.

TEA, qui a lié un partenariat avec l'École Normale Supérieure de Lyon, vise aussi les marchés publics, dans la mesure où elle entend également permettre aux « *écoles et universités de mettre à disposition de leurs étudiants une plate-forme de livres, documents et thèses et des services d'annotation et de gestion de bibliothèque* ».

### **2.1.2. Les offres existantes des prestataires informatiques**

Deux prestataires offrent aujourd'hui aux libraires des systèmes clés en main pour vendre des livres numériques : Numilog et E-Pagine. La caractéristique commune de ces deux prestataires est que, pour le moment, leurs applications répondent à deux activités parallèles : la vente directe de livres numériques sur leurs sites et l'offre de service aux libraires sous forme de la mise à disposition de sites de vente de livres numériques en marque blanche, dont toutes les

<sup>18</sup> Cinq à Lyon ; trois dans l'ouest lyonnais, une à Grenoble, une à Chambéry et une à Annecy.

<sup>19</sup> Voir, sur le site TEA, le « *manifeste des droits du lecteur numérique* » : *droit d'accéder à l'offre la plus large (choix), de lire sur n'importe quel support (portabilité), de choisir sa librairie (interopérabilité), de lire à sa façon (ergonomie/usage), de choisir ce qu'il souhaite partager (vie privée), de garder la propriété de ses travaux (recherche, critique littéraire) ; de choisir sa bibliothèque (unicité et portabilité), d'avoir l'assurance de la pérennité de sa bibliothèque et de développer de nouveaux usages* »

fonctionnalités sont intégrées au site Internet propre (ou personnalisé s'il est conçu ex-nihilo par le prestataire) du libraire. L'un et l'autre de ces prestataires affirment que leur vocation est à terme de cesser la vente directe pour être exclusivement prestataires des libraires sur l'agrégation des contenus des distributeurs numériques et éventuellement l'assistance à la conclusion des contrats numériques avec chaque distributeur. Le maintien d'une activité propre de site vendeur sous leurs logos répond aussi à la possibilité pour un libraire qui ne souhaiterait pas s'engager sur la formule d'un site en marque blanche, de bénéficier d'un site en webservice (lien sur le site du libraire permettant le téléchargement des fichiers).

Toutefois la différence principale entre ces deux prestataires est que l'offre d'e-pagine peut être couplée aisément avec une offre de commerce en ligne de livres imprimés, via les services proposés aux libraires par la SSII Tite Live (société mère d'e-pagine), qu'il s'agisse de la simple géolocalisation sur la plate-forme « Place des libraires.com », ou de la création de sites Internet (sites vitrine ou de vente en ligne).

#### 2.1.2.1. L'offre actuelle de Numilog et ses projets

Numilog à l'origine a été créée en 2000 par Denis Zwirn pour assurer la distribution, et la vente, des livres numériques. Aujourd'hui Numilog est prestataire d'environ 85 points de vente de librairie (incluant des librairies mais aussi des grandes surfaces spécialisées) dont 40 utilisent ses services en marque blanche. Le catalogue de livres numériques accessible est de 100 000 titres, et 90 bibliothèques s'approvisionnent en livres numériques auprès de Numilog, qui opère donc sur les marchés publics en concurrence avec les libraires, ce qui peut constituer un obstacle à l'affiliation pour certains d'entre eux.

Malgré ses liens étroits avec le groupe Hachette (la société a été achetée par l'éditeur en mai 2008 et rétrocédée à Denis Zwirn en avril 2012) dont il assure la distribution numérique, Numilog a su développer une expertise en matière de commercialisation du livre numérique et propose désormais toute une gamme de services aux libraires indépendants, principalement selon le principe de la marque blanche.

Numilog propose aux libraires une fonction de plate-forme unique pour l'accès à l'offre numérique des éditeurs, en simplifiant donc les circuits d'approvisionnement en fichiers numériques auprès des plates-formes des distributeurs. En tant que prestataire de site et d'applications, Numilog propose aussi un contrat de service aux libraires (qui eux passent leurs contrats commerciaux avec les diffuseurs numérique) et leur donne accès aux catalogues et métadonnées des livres numériques (stockés par les distributeurs numériques) et aux liens de téléchargement de fichiers de livres pour le client, en assurant la gestion des commandes et des paiements.

C'est donc une solution de webservice numérique que propose Numilog pour les libraires qui possèdent déjà un site. Pour ceux des libraires qui n'ont pas de site, l'offre « eBook store Factory » est une usine à site (conforme au projet d'origine de « 1001 libraires ») qui permet plusieurs degrés de personnalisation, le libraire pouvant animer personnellement son site, la gestion technique étant assurée par Numilog. Globalement Numilog assure ainsi la gestion du contenu vendu sur le site du libraire, la gestion du marketing du contenu (pages promotionnelles sur le site, algorithmes de recommandation), la gestion des services (comptes clients, suivi des commandes, validation des paiements, et ce que les promoteurs de l'outil appellent « l'intelligence métier » c'est à dire le *reporting* des ventes et la gestion de la base de données clients pour entretenir la fidélisation de la clientèle.

Numilog prévoit aussi, à terme, de développer les fonctions suivantes :

- la possibilité de panacher les achats en ligne de livres imprimés et de livres numériques, sous un panier unique,

- la vente de livres numériques en caisse ou à une borne de téléchargement en librairie et la promotion d'une liseuse de librairie

- la vente couplée imprimé/numérique et tous les outils nécessaires à la vente de livres numériques aux collectivités en site « pro » : à la fois la vente de téléchargements définitifs aux bibliothèques écoles ou entreprises, mais aussi le prêt et la consultation en ligne.

- la gestion de bibliothèque personnelle du client de librairie (« Club reader » sous forme de casier numérique (« *digital locker* ») permettant le regroupement de tous les volumes acquis en librairie et l'accès permanent au casier quel que soit le support ou le terminal de lecture utilisé.

Enfin, un nouveau modèle de liseuse devrait être proposé avec le service Numilog pour être vendu en librairie.

#### 2.1.2.2. L'offre de Tite Live et sa filiale e-Pagine

La société Tite-Live, créée en 1983, a développé le progiciel de gestion multiproduits (livre, disque, papeterie, vidéo et multimédia) Medialog, qui équipe 580 librairies, et elle publie Edistat (données hebdomadaires des ventes de livres et de disques). Elle a progressivement développé, avec sa filiale e-Pagine, une large palette de services à destination des libraires.

Tite-Live propose, en premier lieu, trois bases de données (medialivre, mediamusic et mediavideo). Bien que moins riche en métadonnées que la base Electre, le coût d'abonnement à la base Medialivre pour la consultation sur Internet (680.000 références<sup>20</sup>) est sensiblement moins élevé que celui d'Electre.<sup>21</sup>

En deuxième lieu, le site « [Placedeslibraires.com](http://Placedeslibraires.com) », crée par Tite Live en 2009, propose aux librairies adhérentes (environ 280 en octobre 2012) un dispositif de remontée des stocks connecté à la base Medialivre<sup>22</sup>, qui leur permet de valoriser leurs fonds sur Internet et de créer un trafic supplémentaire en magasin. Grâce à la fonction de géolocalisation, les internautes peuvent réserver ou commander un livre 24h/24, 7j/7, et le retirer dans la librairie de leur choix, immédiatement s'il est disponible, ou dans un délai moyen de 4 à 8 jours en cas de commande.<sup>23</sup>

En troisième lieu, sous la marque « Mediaweb », Tite-Live propose aux librairies (via sa filiale e-pagine), un service de création de sites Internet personnalisés, permettant la vente de livres imprimés et numériques. Le site comprend toutes les fonctionnalités nécessaires à la vente en ligne aux clients particuliers (moteur de recherche, connaissance de la disponibilité des ouvrages grâce la remontée automatique et quotidienne du stock, réservation ou commande en ligne, retrait en magasin ou livraison à domicile, paiement en ligne ou en magasin). Il peut inclure un espace dédié aux clients professionnels et aux marchés publics des collectivités. Tite-Live propose également aux libraires qui disposent déjà d'un « site vitrine » de le transformer en site de e-commerce en marque blanche, en le dotant des fonctions Tite-Live (bases de données, moteur de recherche etc.), incluant ou non la vente à distance.<sup>24</sup>

Le site Internet de la librairie peut également inclure un dispositif de vente de livres numériques « en marque blanche », via l'offre spécifique d'e-pagine, qui permet notamment aux clients des libraires de feuilleter ou télécharger des extraits des livres numériques, et de télécharger des applications mobiles.

---

20 Le chiffre de 1.125.209 de références recouvre les livres, les CD et DVD.

21 3000 € pour la totalité des 680.000 références de la base Medialivre, contre 10.000 € pour un accès partiel à 200.000 des références de la base Electre. S'agissant de la consultation de la totalité de la base Electre en librairie, le coût est de 6000€ par poste.

22 ouvert à toutes les librairies, y compris celles qui disposent d'un logiciel de gestion autre que Medialog.

23 Cette fonction était une de celles proposées par le portail « 1001libraires ».

24 Le coût facturé aux libraires est fonction des modalités d'adhésion et des prestations : pour les sites de vente en ligne « complets », soit un abonnement mensuel forfaitaire (environ 300€), soit une cotisation mensuelle exprimée en pourcentage du chiffre d'affaire généré par les ventes en ligne (4,5% du CA entre 2.000 et 5.000 €, 3,5% du CA entre 5.000 et 10.000 €, et 2,5% du CA au dessus de 10.000 €).



A ce jour, une cinquantaine de librairies ont adopté la technologie d'e-pagine, parmi lesquelles figurent des enseignes (, [VirginMega](#) et Gibert Joseph), des grandes librairies en région (Le Furet du Nord à Lille, [Sauramps](#) à Montpellier, [Mollat](#) à Bordeaux, [Ombres Blanches](#) à Toulouse, [Kléber](#) à Strasbourg), et des librairies parisiennes (dont Gallimard, L'Arbre à Lettres, Le divan, Delamain et Lamartine).

Quelques librairies « orphelines » du portail « 1001 libraires » ont récemment adhéré à l'offre Tite-Live, en particulier les librairies « Passage » et « Vivement Dimanche » à Lyon, « Les temps modernes » et « Passion Culture » à Orléans, et « La boîte à livres » à Tours, avec ou sans l'offre numérique d'e-Pagine, selon les cas.

S'agissant de l'offre numérique, deux formules sont offertes aux librairies partenaires d'e-Pagine :

- dans la première, qui implique que le libraire négocie les contrats commerciaux et les remises avec l'ensemble des diffuseurs, le libraire vend « en propre » les livres numériques (dans un « panier unique » avec les livres imprimés), et reverse une commission à e-pagine ;

- dans la seconde formule (affiliation), c'est e-pagine qui se charge de la négociation des contrats avec les distributeurs (ce qui est une simplification majeure pour les libraires), jouant un rôle de « grossiste numérique » ; e-pagine encaisse le produit des ventes réalisées à partir du site du libraire, et reverse à celui-ci une commission <sup>25</sup>.

Si les fonctionnalités de Numilog sont analogues, s'agissant des livres numériques, à celles d'e-Pagine, l'avantage de ce dernier est que le site Internet du libraire partenaire d'e-Pagine/Tite-Live permet d'afficher, pour une même référence, la disponibilité du livre en format imprimé et en numérique.

### **2.1.3. Les limites de l'offre actuelle pour les librairies indépendantes**

Il est clair qu'aujourd'hui, tant sur le plan du commerce en ligne de livres imprimés que pour la vente des e-books, plusieurs solutions s'offrent aux libraires et pourraient laisser croire qu'il est inutile d'entreprendre de rebâtir un nouveau dispositif ex-nihilo en ignorant l'existant, en particulier pour le commerce du livre numérique.

Encore une fois, il convient méthodiquement de séparer les deux problématiques majeures : e-commerce de livres imprimés et vente de livre numériques, qui renvoient chacune à des questions spécifiques, afin de pouvoir trancher sur ce qui peut être proposé rapidement aux libraires en termes de solutions concrètes.

#### 2.1.3.1.Limites de l'offre actuelle pour la commercialisation de livres imprimés

Pour le livre imprimé, la demande des libraires, plus pressante que pour les livres numériques, consiste à la fois à mieux répondre à la commande des clients et à leur proposer une vente en ligne permettant soit le retrait du livre en magasin soit l'envoi par le libraire (dans des conditions tarifaires souvent moins attrayantes qu'Amazon car le port est généralement payant jusqu'à un montant de 30 ou 35€ de panier), le principe étant le plus souvent, comme dans l'exemple de Librest, Place des libraires et Les libraires.fr de faire appel d'abord au stock des libraires, grâce aux logiciels de gestion mis à profit pour la vente en ligne et, dans un deuxième temps, de recourir à la commande distributeur. Toutefois cette dernière option continue d'entraîner des délais excessivement longs (par exemple 4 à 8 jours annoncés pour Place des libraires par rapport aux performances d'Amazon et à son autonomie acquise grâce à sa capacité de stockage propre).

---

<sup>25</sup> Dans les deux formules, e-pagine assure le service après-vente (SAV), et sa commission semble être de 9% du prix public.

On peut donc estimer que si plusieurs solutions fiables et efficaces en matière de présence sur l'Internet et de e-commerce sont d'ores et déjà accessibles aux libraires à des coûts abordables, en revanche les carences et l'obsolescence des méthodes traditionnelles de distribution continueront d'affaiblir les libraires dans la concurrence à laquelle ils sont exposés avec Amazon.

C'est donc une amélioration des circuits de distribution pour acheminer rapidement les commandes qui peut non seulement être la condition d'efficacité d'une présence plus active des libraires avec leur marque propre, leur conseil et la valeur ajoutée de leur intermédiation en ligne, mais aussi – en dehors du e-commerce proprement dit - d'une amélioration du service rendu au client.

Le rapport précité de la mission Parent/Sanson, qui avait pointé cette difficulté sans pour autant approfondir le sujet de la distribution en tant que telle, préconisait la création d'un groupe de travail sur la distribution. Lors des entretiens, les éditeurs et les distributeurs ont tous implicitement reconnu les faiblesses de la chaîne de la distribution et affirmé leur volonté d'y remédier. Hachette a ainsi récemment mis en place une réorganisation de ses dépôts régionaux pour permettre la livraison en 48 heures d'une commande chez le libraire sans surcoût pour celui-ci. Selon les libraires cette expérience aurait jusqu'à présent prouvé son efficacité. Interforum entreprend de mettre en place de son côté un traitement privilégié et express des commandes clients que le libraire pourrait distinguer dans le lot de ses commandes comme commandes urgentes, et qui pourraient être servies en 24 heures.

Cependant cette procédure n'aurait de chance de fonctionner que si les libraires font effectivement cette distinction, le délai de 24 h ne pouvant pas excéder 15 % des expéditions du distributeur, sauf à engendrer un surcoût que les structures de distribution ne sont sans doute pas prêtes à assumer alors même qu'un risque de cannibalisation du livre papier par le livre numérique pourrait, s'il se produit, les mettre en péril. Il est d'ailleurs paradoxal, mais conforme à la complexité de la situation actuelle des questions de distribution, de voir qu'au moment où les éditeurs affirment s'efforcer d'améliorer leur circuits de distribution, la décision est prise dans le même temps de fermer des salles de vente en province auprès desquelles certaines catégories de libraires (notamment maisons de la presse, petites librairies) venaient s'approvisionner directement. En outre, le coûteux circuit des retours pourrait enfin être simplifié, dans l'intérêt général comme l'ont déjà suggéré plusieurs rapports (rapport d'Hervé Gaymard sur la « Situation du livre » en 2009, rapport Parent-Sanson en 2012)

- ✓ *Il apparaît donc urgent de lancer sous l'égide des pouvoirs publics une réflexion sur la distribution qui aboutisse à une nouvelle charte d'engagement mutuel entre éditeurs/distributeurs/diffuseurs et libraires sur la question des délais, dans une double perspective : celle d'améliorer, dans l'esprit de la loi du 10 juillet 1981 le service de la commande offert au client , qui est un instrument de la diversité, et d'offrir aux sites de vente en ligne des conditions de réponse efficaces à la demande du client.*
  
- ✓ *Il conviendrait aussi de donner une suite concrète à la proposition du rapport d'Hervé Gaymard (« La situation du livre », mars 2009) visant à « favoriser un regroupement des éditeurs et libraires au sein d'une structure commune qui leur permettrait de négocier des tarifs d'expédition de livres plus favorables auprès des entreprises postales »*

### 2.1.3.2.Limites de l'offre actuelle pour la commercialisation de livres numériques

Les experts du livre numérique rencontrés par les rapporteurs estiment que le développement du marché numérique suppose un catalogue large<sup>26</sup>, des ouvrages proposés à un prix raisonnable (sensiblement inférieur aux versions imprimées, et ne pouvant, en tout état de cause, être supérieur à celui de la version au livre de poche) et facilement accessibles techniquement.

S'il s'agit là de conditions générales du développement du marché numérique, dont la réalisation relève essentiellement des auteurs et des éditeurs, elles jouent également un rôle déterminant dans la création d'une offre numérique alternative à celle des plates-formes des libraires en ligne (Amazon, Apple, Google mais aussi la FNAC), en particulier s'agissant du réseau des librairies indépendantes.

Les lecteurs de livres numériques ont en effet à ce jour des raisons objectives de se tourner vers Amazon.fr ou la Fnac.com. Le modèle associant une liseuse performante (vendue à marge faible ou nulle) à une offre très large d'ouvrages (en pratique, la totalité du catalogue numérique des éditeurs français) n'est pas le seul avantage concurrentiel. Ces deux sites permettent également à tout internaute :

- de télécharger un ouvrage *instantanément* (« en un clic ») sur sa liseuse, soit directement (la liseuse étant dotée d'une connexion wifi ou 3G), soit indirectement (en branchant sa liseuse sur son ordinateur), et de le lire *immédiatement* sur sa liseuse ;

- de stocker les ouvrages téléchargés (gratuits ou payants, ainsi que des documents personnels en format PDF) dans une bibliothèque personnelle virtuelle (« nuage »), à partir de laquelle il pourra les transférer sur une autre « machine » (liseuse, tablette ou smartphone, le cas échéant grâce à une application de lecture spécifique, ce dans la limite de 6 machines).

Or, force est de constater que, par contraste avec la simplicité et la rapidité de ce *combo* liseuse/livres, le parcours du lecteur-internaute qui souhaite acquérir des livres numériques sur le site de vente en ligne d'une autre librairie (que ce soit le site d'une librairie physique ou celui d'un *Pure Player*), et les lire sur une autre liseuse qu'une Kobo ou une Kindle, peut s'apparenter au parcours du combattant.

En effet, même s'il s'agit d'un ouvrage en format e-pub, à savoir le format ouvert le plus universel<sup>27</sup> (également utilisé par Fnac.com/Kobo)<sup>28</sup>, pas moins de sept étapes lui seront nécessaires avant de pouvoir le télécharger sur sa liseuse, les difficultés commençant dès la quatrième étape : 1°) Acheter le livre numérique sur le site du libraire ; 2°) Recevoir le lien dans sa messagerie personnelle ; 3°) Cliquer sur le lien pour télécharger le fichier (non lisible) ; 4°) Pour lire le fichier, télécharger le logiciel de lecture Adobe Digital Editions, qui est obligatoire pour lire les livres numériques protégés par des [DRM](#) (point sur lequel nous allons revenir plus bas) <sup>29</sup> ; 5°) Créer son compte personnel (avec un identifiant) ; 6°) Télécharger le fichier (converti en « e-book » par le logiciel de lecture) sur son ordinateur ; 7°) Transférer le livre numérique de l'ordinateur sur sa liseuse (via un câble USB).

---

<sup>26</sup> Si le catalogue d'ouvrages en langue française disponible en format numérique s'est considérablement accru, en particulier depuis l'apparition sur le marché français des liseuses tactiles commercialisées sur les sites de vente en ligne de la Fnac et d'Amazon (respectivement la « Kobo » apparue en novembre 2011 et la « Kindle touch » disponible sur le site Amazon.fr depuis février 2012), il demeure très limité, en particulier s'agissant des ouvrages des fonds, l'effort de numérisation portant essentiellement sur les nouveautés.

<sup>27</sup> Le format e-pub, analogue du html pour l'internet, permet d'adapter le texte à la taille de l'écran. Il s'agit d'un format « ouvert », permettant la lecture sur plusieurs « machines », par opposition aux formats propriétaires d'Apple et Amazon (« azw » pour Amazon/Kindle). Si ces derniers permettent également d'adapter le texte à la taille de l'écran, ils ne peuvent être lus que sur les « machines » respectives des marques Kindle et Apple.

<sup>28</sup> Le format PDF se bornant à reproduire à l'identique la mise en page du livre imprimé, les fichiers PDF ne constituent pas de véritables « livres numériques ». Par suite, on ne les évoquera qu'à la marge.

<sup>29</sup> Adobe Digital Editions permet également de gérer sa bibliothèque de livres numériques sur son ordinateur, ainsi que sur d'autres « machines » (de type tablettes ou smartphones), à condition qu'elles soient compatibles.

Une fois le livre numérique téléchargé sur la liseuse, il n'est pas certain que l'internaute puisse le lire, dès lors que l'ouvrage est protégé par une « DRM », à savoir par un dispositif d'encodage visant à contrôler l'utilisation du fichier<sup>30</sup>, le DRM le plus fréquent étant Adobe cs4.

Sans entrer dans la querelle à forte composante idéologique opposant partisans et adversaires des DRM, ni dans celle du bilan coûts/avantages des DRM, il convient de rappeler leurs inconvénients majeurs dans la perspective de la participation des libraires à la diffusion des livres numériques :

a) Les DRM limitent le nombre de « machines » (*devices*) sur lesquelles l'acheteur d'un livre numérique peut transférer le livre légalement acquis, en vue de protéger les droits de propriété intellectuelle. En pratique, la DRM Adobe cs4 va plus loin, dans la mesure où elle interdit à l'internaute de transférer son e-book de sa liseuse à un autre support (tablette ou smartphone). Les cinq copies généralement autorisées ne peuvent être faites qu'à partir de l'ordinateur (point d'obtention de la licence). Or, ce transfert implique nécessairement l'installation d'une autre application, différente selon que le système d'exploitation de la « machine » (iOS pour Apple ou Android pour Asus et Samsung)<sup>31</sup>.

b) Les DRM fixent les conditions d'usage du livre numérique, et peuvent dans ce cadre interdire ou limiter des usages légaux au titre de la copie privée (comme le copier-coller permettant la citation). Les DRM, en réservant l'accès au contenu au titulaire du compte utilisateur, interdisent aussi à l'acheteur d'un livre numérique de le prêter à ses amis ou de le léguer à ses enfants (comme il le ferait pour un livre imprimé).

Si on ajoute que les DRM sont la cause principale du recours au service après-vente (SAV), on comprendra aisément qu'elles constituent un frein à la vente de livres numériques par les librairies indépendantes, qui ne peuvent se débarrasser de ce fardeau qu'en le déléguant à un prestataire, lequel percevra l'essentiel du produit de la vente, en reversant une commission d'environ 10% au libraire.

En pratique, le coût très élevé des logiciels de gestion des DRM impose aux libraires indépendants de ne vendre des livres numériques qu'en marque blanche, par l'intermédiaire d'un prestataire (les deux principaux étant e-pagine et Numilog). La solution alternative consiste à ne vendre que des ouvrages sans DRM, soit sans protection, soit protégés par un « watermarking » (dispositif qui permet de tracer les usages illégaux d'un livre numérique, sans entraver les usages légaux), ce choix ayant pour inconvénient majeur de limiter le catalogue.

Il en résulte que si la vente par les libraires indépendants d'une liseuse apparaît comme une condition nécessaire à leur participation au marché numérique, elle n'est pas la condition suffisante de leur succès, lequel repose essentiellement sur l'interopérabilité des standards et des normes, sur le modèle du MP3 pour la musique.

En outre, si la vente d'une liseuse par les libraires indépendants peut constituer un moyen de se positionner sur le marché du numérique, le choix de la liseuse est délicat, eu égard à la concurrence féroce que se livrent en France (comme ailleurs) les leaders du marché, qui ont tous

---

<sup>30</sup> « DRM » pour Digital Rights Management : expression le plus souvent traduite par « Gestion des droits numériques » (ce qui suppose que « digital » se rapporte à « droits », alors qu'on peut la traduire par « Gestion numérique des droits », dès lors que « digital » peut se rapporter à « gestion des droits ». Dans l'usage courant, « les » DRM sont une des catégories de dispositifs et mesures techniques de protection ayant pour objectif de contrôler l'utilisation qui est faite des œuvres numériques, grâce à un système d'accès conditionnel.

<sup>31</sup> Voir notice sur le site de « Bookeen » : « [Adobe Digital Editions](#) est un logiciel de lecture (...) obligatoire (...) pour lire les livres numériques protégés par des DRM. Attention, toutes les tablettes de lecture ne supportent pas ces protections : vérifiez que votre e-reader est compatible, votre fichier serait sinon illisible ailleurs que sur votre ordinateur ! Si vous souhaitez lire sur une machine iOS (iPad, iPhone,...), nous vous conseillons de commencer par installer l'application [BlueFire](#) (mode d'emploi en anglais) : ainsi, le navigateur que vous utiliserez pour ouvrir le lien présent dans votre bibliothèque sera en mesure de vous proposer cette application de lecture. Sur Android, les applications recommandées sont [Aldiko](#), [Mantano](#), ou [BlueFire](#).

récemment annoncé la commercialisation d'un nouveau modèle de liseuse permettant de lire dans l'obscurité totale.

Cette nouvelle génération de liseuses combine les avantages comparatifs des liseuses par rapport aux tablettes (encre électronique offrant un confort de lecture en toute situation, du soleil à l'obscurité totale et autonomie de 30 jours) sans les inconvénients de la tablette (rétroéclairage inconfortable en cas de longues périodes de lecture et faible autonomie).

La Fnac a pris de l'avance sur ses concurrents, en commercialisant dès le 4 octobre son « Kobo Glo » (vendu 129,90€) ainsi qu'un « Kobo mini » (vendu 79,90€), et aussi <sup>2</sup>une nouvelle version du Kobo Touch (qui passe de 129€ à 99,90€)<sup>32</sup>. La « Kindle Paperwhite » d'Amazon, déjà disponible aux États-Unis, avec la nouvelle gamme, en précommande sur Amazon.fr, ne sera commercialisée en France que le 22 novembre, au prix de 129 € (le Kindle Touch passant de 129€ à 109€, et le Kindle classique de 99€ à 79€). Le Cybook Odyssey HD frontlight du français Bookeen, également en précommande sur le site Bookeen, ne sera disponible que fin novembre, à partir de 129€ (prix actuel du modèle précédent, le Cybook Odyssey, lancé en décembre 2011)<sup>33</sup>. Enfin, la nouvelle liseuse « Touch Glowlight » du fabricant Nook, distribuée depuis le 29 octobre par les partenaires britanniques de Barnes & Noble's, devrait être également commercialisée par les enseignes distribuant la gamme Nook (comme Darty).

De manière générale, la crédibilité d'une offre de liseuse par les librairies indépendantes ne peut faire abstraction de la rapide obsolescence des « machines » dans un univers très concurrentiel.

## ***2.2. Les projets en cours d'élaboration n'apportent qu'une réponse partielle aux besoins de la librairie indépendante***

### **2.2.1. Les projets principalement (voire exclusivement) orientés vers le livre imprimé**

#### **2.2.1.1. Le projet de l'association des « Librairies de Paris »**

L'association « Les librairies de Paris » a été créée en mai 2012, à l'initiative d'une vingtaine de libraires parisiens, peu avant l'annonce officielle de la prochaine fermeture du portail 1001 Libraires.

Partant du double constat selon lequel les parisiens sont les plus gros clients de la librairie en ligne d'Amazon, alors que Paris bénéficie de la plus forte densité de librairies physiques, ces libraires ont décidé de se regrouper, comme le font leurs collègues dans plusieurs régions, en vue de mieux se faire connaître des lecteurs. L'objectif stratégique implicite est de limiter l'hémorragie des lecteurs vers les sites de vente en ligne des géants du net, voir de « récupérer » une partie des lecteurs qui ont quitté la librairie indépendante<sup>34</sup>.

S'agissant des lecteurs, les libraires de l'association entendent faire valoir les qualités propres des librairies physiques (excellence des services et diversité des fonds), sans prétendre concurrencer les sites de vente en ligne des géants du net sur leur terrain. Il s'agit donc de promouvoir le métier de libraire « et une certaine façon de le faire », « d'augmenter la visibilité des magasins », et de sensibiliser les lecteurs parisiens aux qualités du réseau des libraires parisiens.

Afin d'atteindre ces objectifs, l'association entend s'appuyer sur la coopération entre ses adhérents, pour organiser des manifestations communes et développer de actions de formation, mais également mutualiser les coûts nécessaires à l'amélioration de la qualité de service au client

---

<sup>32</sup> La gamme Kobo est également commercialisée par SFR et le site « Priceminister.com »

<sup>33</sup> La Cybook Odyssey est également commercialisée (via e-pagine) par quelques librairies indépendantes comme Le Divan à Paris, ainsi que par les librairies Decitre, la solution TEA intégrant la vente de la gamme Bookeen.

<sup>34</sup> Voir plaquette de l'association, juin 2012, p.7/8 : « Notre état d'esprit : ni résignés, ni formatés, ni victimes, ni passifs »

(emballage, coursiers etc.) et à la communication envers les lecteurs.

S'agissant de ses adhérents, l'association entend être une force de proposition collective et pratiquer un « lobbying positif » afin de sensibiliser ses partenaires publics (Etat, collectivités territoriales, établissements publics) et professionnels (éditeurs, diffuseurs, distributeurs), en particulier sur la question de la nécessaire amélioration de la distribution, en vue de garantir aux clients des librairies qu'ils pourront obtenir dans un délai raisonnable les livres qu'ils commandent en librairie ; l'objectif étant de mettre en place « un service commande client 48h, type « pharmacie » ».

L'association qui a connu un vif succès, compte aujourd'hui plus de 40 membres. Parmi les adhérents, on relève quelques libraires actionnaires de la société PL2I (librairies *Fontaine*, Librairie *Galighani* et Librairie *Les cahiers de Colette*) et quelques librairies adhérentes au portail auxquelles celui-ci n'a pas été en mesure de fournir de site de vente en ligne, mais qui ont toutefois bénéficié du service de géolocalisation (Librairies *Fontaine*, Librairie *Comme un roman* et Librairie *L'œil écoute*). On notera toutefois que la grande majorité des adhérents de la nouvelle association n'ont pas, pour diverses raisons, participé à « l'aventure » de 1001libraires.

Le succès rencontré par l'association est un des indices de nature à établir qu'un projet collectif exclusivement dédié au livre numérique a peu de chances de susciter l'enthousiasme des librairies indépendantes.

### 2.2.1.2. Le projet « Le Bleuët » à Banon

Une petite librairie indépendante des Alpes de Haute-Provence vient de lancer une initiative qui combine les avantages d'une extension importante du stock du libraire et un ambitieux dispositif de vente en ligne, pour répondre à la concurrence d'Amazon. La librairie « Le Bleuët » à Banon, animée par Joël Gatefosse et située dans une zone rurale quoique touristique (la plus grande agglomération à proximité est Manosque, 22 000 habitants, à 35 km de distance) s'est lancée après avoir continuellement augmenté son fonds (qui atteint aujourd'hui 200 000 références, mais à la limite des capacités de stockage de l'espace de librairie, dans la conception d'un entrepôt permettant de stocker – à proximité de la librairie- à terme plus d'un million de références. L'entrepôt permet ainsi- grâce à sa proximité (2km de distance) avec la librairie- de satisfaire la demande du client en quelques minutes (des vélos électriques sont même mis à la disposition des clients pour retirer leur commande à l'entrepôt).

Parallèlement un site de vente en ligne a été créé pour l'expédition dans toute la France de commandes au départ de l'entrepôt.

La librairie de Banon qui réalise un chiffre d'affaires annuel de 2,2 M€ a pu entreprendre ce projet, d'un coût total chiffré à 4,4 M€ grâce à un emprunt contracté auprès de banques locales qui ont jugé le plan d'affaires crédible, et avec des aides du Conseil régional PACA du Conseil général des Alpes de Haute-Provence et le concours d'Oséo.

Bien entendu ce projet audacieux, n'est pas transposable partout. La librairie de Banon est sans concurrence sur son territoire; ses charges, notamment foncières, sont certainement moins élevées que celles d'une librairie indépendante de centre-ville. Mais il n'en reste pas moins qu'il s'agit là d'un très bel exemple d'initiative de modernisation pour un libraire indépendant farouchement attaché aux valeurs de la librairie et soucieux de sa relation avec le client. En particulier on peut apprécier la qualité graphique et éditoriale du site de la librairie, très différente de ce qu'offrent les web-librairies du type Amazon.

Il est trop tôt pour évaluer les chances de succès de cette entreprise, qui sans constituer un modèle montre pourtant que lorsque certaines conditions sont réunies (contexte de non-concurrence, localisation géographique favorable, dynamisme du libraire) la vente en ligne à partir d'un stock comparable à celui des acteurs de l'Internet est une option possible.

Au surplus, cet exemple montre bien qu'une vente en ligne performante en matière de

qualité de service doit être autonome des circuits traditionnels (comme c'est déjà le cas pour Librest) de la distribution qui en l'état de leur fonctionnement, n'offrent pas au libraire la possibilité de vendre en ligne dans des conditions susceptibles de détourner le client du recours à Amazon. Toutefois, il serait sans doute possible d'envisager une autre forme d'autonomisation des libraires par rapport au stock des distributeurs, qui est la gestion commune et mutualisée d'un entrepôt de proximité. C'est le projet de « comptoir national de la librairie indépendante » intitulé « Demain chez votre libraire » promu notamment par Dominique Mazuet <sup>35</sup> de la Librairie « Tropiques » à Paris (XIV<sup>ème</sup> arrondissement).

### 2.2.1.3. Le projet « Demain chez votre libraire »

L'idée consiste à pallier les carences du système actuel de distribution des livres en organisant le stockage d'un nombre de références significatif (150 à 200 000) dans un entrepôt parisien qui serait à disposition de libraires indépendants associés au sein d'une structure coopérative.

Le projet repose sur la création d'une plate-forme commune de logistique permettant l'envoi de 1000 à 2000 colis par jour à destination exclusive de 1000 libraires avec une mutualisation des coûts de transport. Les contraintes logistiques d'une telle plate-forme seraient souple car identiques à beaucoup de structures déjà existantes en matière de e-commerce, développées à moindre coût. Les comptoirs et plates-formes de diffuseurs actuels seraient mis à profit pour l'approvisionnement du stock dont le financement devrait être supporté par les éditeurs et distributeurs (comme une extension de leurs propres services).

Le coût du transport devrait être mutualisé pour ne pas accroître trop sensiblement la charge des libraires. Un site web de service client permettrait aux lecteurs de connaître la disponibilité du livre qu'ils recherchent chez le libraire le plus proche (géolocalisation) et de commander le livre non disponible dont le retrait aurait lieu dans un délai de 24 heures en librairie (délai qui n'est pas garanti actuellement sur les sites de vente en ligne de libraires) avec comme formule commerciale la promesse du livre « le lendemain à 14 heures » en librairie.

Ce projet, différent de « 1001 libraires » en ce que la plate-forme logistique est exclusivement chargée d'un acheminement « B to B » (du stock au libraire) est d'organisation moins coûteuse et moins contraignante qu'un acheminement direct de la commande chez le client.

En créant d'une certaine manière un chaînon particulier dans la logistique de distribution actuelle du livre exclusivement consacré aux commandes des clients à leurs libraires, ce projet s'apparente donc à une modernisation du circuit traditionnel de la distribution. Séduisant sur le papier, il n'est pour le moment pas chiffré avec précision (le coût global est estimé dans une fourchette allant de 0,7 à 1 M€) ni financé, et il repose sur la collaboration (y compris financière) d'un nombre important d'acteurs (distributeurs, diffuseurs) dont l'accord n'a pas encore été sollicité. Le projet apparaît toutefois comme une contribution intéressante à une amélioration des circuits de distribution des livres à destination des libraires indépendants.

### **2.2.2. Les projets exclusivement dédiés à la diffusion du livre numérique**

Les obstacles au développement de la diffusion du livre numérique sont nombreux, en particulier pour les librairies indépendantes, ainsi qu'on vient de le voir au point précédent.

Deux projets ont émergé en 2011/2012 afin de lever ces obstacles, le premier à l'initiative d'Orange, le second à l'initiative du Président du cercle de la librairie, Denis Mollat, lequel a fait l'expérience, pour sa librairie de Bordeaux, des limites des solutions actuellement disponibles.

---

<sup>35</sup> Dominique Mazuet est par ailleurs l'auteur d'un ouvrage intitulé « Correspondance avec la puissance publique sur la destruction du livre et de ses métiers » (2012) et a mené également une réflexion sur les marchés publics d'approvisionnement en livre des bibliothèques.

### 2.2.2.1. Le projet MO3T (Orange)

Le projet MO3T est né du constat de la part croissante prise par les opérateurs comme Amazon et Apple, dont le succès repose sur un modèle vertical intégré (magasin en ligne commercialisant des contenus et des supports de lecture propriétaires). L'intérêt de ce modèle propriétaire pour le consommateur (offre très large d'ouvrages, simplicité du téléchargement et de la lecture et possibilité de constitution d'une bibliothèque personnelle permanente dans le « nuage ») a de nombreuses contreparties négatives, parmi lesquelles l'enfermement du lecteur, l'éviction des vraies libraires et la faible marge de négociation des éditeurs, sans oublier la menace sur la diversité culturelle, voire la liberté d'expression <sup>36</sup>.

Face à ces menaces, Orange a réuni des acteurs de la chaîne du livre et des nouvelles technologies de l'information, partageant la conviction de l'impérieuse nécessité, pour que le marché du livre numérique se développe « dans toute sa diversité », « de créer les conditions d'un marché ouvert et pluraliste » <sup>37</sup>. La philosophie du projet MO3T (pour « Modèle Ouvert 3 Tiers) repose donc sur un modèle ouvert et interopérable, dont l'objectif est de « *permettre à tout lecteur d'acheter un contenu sous n'importe quelle forme, auprès de n'importe quel vendeur (en ligne ou physique) de le lire sur n'importe quel terminal, d'y adosser n'importe quel service et de pouvoir conserver ce contenu dans la durée, dans le respect des droits d'auteur* »<sup>38</sup>.

Selon cette nouvelle approche de l'interopérabilité des droits numériques, sur le modèle de l'informatique en nuage (*cloud computing*), l'internaute doit pouvoir prêter un livre numérique, le céder et également le transmettre à ses héritiers.

Le dispositif vise à permettre aux « trois tiers » à savoir éditeurs et e-distributeurs, libraires et gestionnaires de bibliothèques personnelles, d'exercer leur métier respectif, en préservant notamment le rôle d'intermédiation et de prescription des libraires.

Sur le plan technique, le projet n'a pas pour objet de créer une nouvelle plate-forme, mais, selon l'expression de David Lacombed (directeur délégué à la stratégie des contenus d'Orange) de « *créer des écluses* » entre les plates-formes existantes, ce qui implique la conception d'une solution d'agrégation, de conservation et de migration dans le temps des contenus.

Afin de conduire à bien ce projet ambitieux, un consortium de 18 sociétés a été constitué, représentant l'ensemble des familles d'acteurs : éditeurs (Gallimard, Flammarion, La Martinière, Editis), libraires (Librairies Dialogues, Lamartine et La Procure, ainsi que le Syndicat de la Librairie française), distributeurs numériques (Eden Livres et Immatériel.fr) opérateurs du livre et agrégateurs (Dilicom), SSII et fournisseurs de technologie (Tite-Live/e-pagine, Argia, Viaccess-Orca, De Marque) et opérateurs Télécom (Orange et SFR) ainsi que l'Institut Mines-Telecom, pour la recherche et développement.

Deux instances rassemblant des structures non membres du consortium, sont associées à ses travaux : un « comité de suivi » (dont la Fnac et le Cercle de la librairie) et un « forum industriel » (tourné vers les acteurs techniques externes et animé par l'Institut Mines- Télécom).

Le budget prévisionnel de la mise en place du réseau est évalué à 7 millions d'euros. Il bénéficie, pour la phase marketing et technique de mise au point d'un « démonstrateur », d'un financement de 3 millions d'euros, accordé sous forme d'avance remboursable par le Commissariat général à l'investissement dans le cadre des investissements d'avenir, chacun des membres du consortium devant signer une convention avec la Caisse des Dépôts.

S'agissant du calendrier, le démonstrateur devrait être finalisé en septembre 2013, le démarrage opérationnel devant commencer au plus tard début 2014. Ce calendrier constitue le principal défaut du projet MO3T, dans un univers en mutation rapide.

<sup>36</sup> Dont un exemple révélateur bien que cocasse est le déréférencement par Apple de « *T'choupi part en pique-nique* » (ouvrage de la collection Nathan destinée aux très jeunes enfants).

<sup>37</sup> Voir communiqué de presse du consortium en date du 27 septembre 2012.

<sup>38</sup> Idem.



Les libraires ne pouvant attendre 2014 pour se doter d'une solution de vente des livres numériques, il leur appartiendra de se tourner vers une des solutions existantes à ce jour (voir point 2.1.), que MO3T prévoit d'ailleurs, et c'est effectivement souhaitable, d'intégrer dans le dispositif global.

D'ici là, un certain nombre de questions devront recevoir une réponse : en premier lieu, le statut juridique de la structure qui rassemblera les sociétés membres du consortium ; en deuxième lieu, la répartition de la valeur entre les acteurs de la chaîne (en particulier, s'agissant des libraires, le rapport entre coûts et chiffres d'affaires générés) ; en troisième lieu, les coûts mis à la charge des lecteurs, en contrepartie de services qui leur sont aujourd'hui proposés gratuitement (accès aux livres du domaine public et, s'agissant des opérateurs du net, stockage de la bibliothèque dans le *cloud*).

#### b) Le projet du cercle de la Librairie

Un projet de plate-forme interprofessionnelle de services pour l'offre numérique des libraires a été piloté dès janvier 2012 par un groupe de travail réuni par le Cercle de la librairie<sup>39</sup>.

A l'origine conçu pour apporter au portail « 1001 libraires » une activité de vente de livres numériques, ce projet visait :

- la constitution d'une base de données unique des métadonnées de catalogues de livres numériques et la centralisation des flux de commandes vers les catalogues numériques ;
- le traitement des données clients (historiques de ventes etc..) permettant la mise au point d'un moteur de recommandation pour les sites de libraires ;
- la mise en place d'une offre de liseuse ayant le label « Librairie française », pouvant être vendue en librairie ;
- un service après-vente pour la clientèle ;
- une fonctionnalité d'« espace client » afin de permettre au lecteur de retrouver à tout moment ses liens de téléchargement et de constituer sa « bibliothèque personnelle ».

Le projet ainsi défini poursuit en fait trois objectifs différents mais complémentaires :

1°) Il tente d'apporter une réponse au problème de la fragmentation actuelle et de l'organisation extrêmement complexe du marché du livre numérique tenant à l'existence de plusieurs distributeurs numériques et donc au choix fait par les éditeurs de ne pas confier leurs fichiers à un seul agrégateur, mais d'avoir choisi d'assurer leur propre distribution numérique, ce qui est une source de complexité pour l'aval, principalement pour les libraires. La simplification des diverses opérations qu'appelle concrètement la commercialisation du livre numérique est évidemment – sous réserve que les éditeurs adhèrent à cette démarche, alors qu'ils en l'ont pas spontanément favorisée à l'origine- un objectif d'intérêt commun à l'interprofession. Cette plate-forme permettrait donc la mise en place d'un système ouvert simplifiant et unifiant toute la logistique propre à la commercialisation des livres numériques. La question de la mise à disposition des fichiers-source par les éditeurs demeure en débat.

2°) Il vise aussi la constitution d'une base de donnée unifiée des livres numériques qui n'existe pas à ce jour, pour les raisons indiquées précédemment, comprenant toutes les métadonnées associées au livre et réunissant tous les catalogues des éditeurs (fonction qui pourrait être rapidement élargie aux indisponibles);

3°) En intégrant au projet l'élément de la liseuse « librairie française » le projet a vocation à devenir une vitrine commerciale visible, introduisant le livre numérique dans la librairie et marquant (avec un label unique et bien identifiable) l'entrée de la librairie dans le marché du livre

---

<sup>39</sup> Le Cercle de la librairie, syndicat professionnel dont le conseil d'administration réunit éditeurs (majoritaires) et libraires est présidée par le libraire Denis Mollat. Le Cercle est, entre autres, l'éditeur de Livres Hebdo et héberge et administre la base de données Electre.

numérique.

Un premier cahier des charges du projet a été élaboré en mars 2012 avec pour objectif que le service soit opérationnel au plus tard en 2013.

L'arrêt des activités de « 1001 libraires » a accéléré la réflexion sur ce projet et le consultant missionné par le Cercle de la librairie (Tangerine) a sollicité plusieurs prestataires susceptibles de réaliser avec compétence le cahier des charges proposé. Ces prestataires étaient tous étrangers : Barnes et Noble, 1ère chaîne de librairie américaine, choisie pour ses liseuses et tablettes interopérables « Nook »; le prestataire belge Bureau Van Dijk (qui a réalisé la plate-forme allemande Libreka, cf. supra p.30 et qui est aussi prestataire d'Electre), la société allemande Txtr. qui a réalisé les applications de plusieurs libraires dont Foyles en Grande Bretagne et qui a récemment lancé la liseuse Beagle, et, ultérieurement, Kobo, fabricant canadien de liseuses et d'applications de commerce d'E-book, récemment racheté par le groupe de grande distribution japonais Rakuten et fournisseur de la FNAC.

Entre-temps, le Centre national du livre a, suite à l'échec de « 1001 libraires », entrepris- en y associant plusieurs professionnels et la BNF une consultation sur les initiatives susceptible de permettre une nouvelle offre de service aux libraires indépendants.

Fin juillet, plusieurs membres du cercle ont souhaité que le cahier des charges soit redimensionné, d'une part et que la consultation soit également ouverte à des prestataires français, d'autre part. A ce stade d'avancement, les nouvelles orientations du Cercle et le choix du prestataire n'ont pas été annoncés, mais il ne serait pas impossible – au vu de la nouvelle tournure prise par le projet que celui-ci s'oriente vers une solution de compatibilité avec les opérateurs français déjà positionnés sur les solutions de ventes de livres numériques (notamment Numilog et e-Pagine) aux libraires de toutes tailles.

Il est souhaitable que le Cercle dévoile assez rapidement sa stratégie, car le Syndicat de la librairie française souhaite que la communauté des libraires soit fixée au plus vite sur la teneur du projet. En tout état de cause, l'enjeu est de savoir si le Cercle de la librairie engage un nouveau grand chantier en faisant appel à un prestataire susceptible d'offrir une solution clés en mains ou si c'est une solution reposant sur une association au projet des prestataires déjà engagés dans la fourniture d'applications aux libraires, qui est privilégiée.

\*  
\* \*

***A l'issue de ce recensement des solutions immédiatement accessibles aux libraires et des projets en cours d'élaboration, on peut formuler les deux observations suivantes :***

***1) des solutions immédiatement opérationnelles étant d'ores et déjà disponibles, il apparaît nécessaire qu'un dispositif de labellisation soit mis en place afin d'expertiser techniquement les offres de service faites aux libraires et d'évaluer leur modèle économique. Cette labellisation serait attribuée par un groupe d'experts indépendants siégeant au CNL et la procédure de labellisation pourrait s'appuyer sur des démarches de certification ISO***

***2) S'agissant des projets en cours, il convient de veiller à ce qu'ils soient complémentaires des solutions existantes et qu'ils ne soient pas concurrents entre eux. Ils doivent en priorité privilégier l'interopérabilité et la mise en commun des moyens informatiques, notamment les bases de données de l'interprofession.***

## CONCLUSION

L'heure du commerce électronique a sonné pour le livre. Cette forme d'accès au livre, imprimé ou numérique entraîne de nouveaux comportements d'achat des lecteurs, pour le moment mal connus, mais dont l'impact est perceptible pour les libraires et qui oblige le commerce traditionnel à envisager une présence et à gagner en visibilité sur Internet.

Pour le livre imprimé, les grandes librairies en ligne ont contribué à façonner de nouvelles exigences du lecteur (instituées et banalisées par les délais d'Amazon) auxquelles ne répond pas forcément la librairie traditionnelle, ce qui remet en cause le système de distribution et son fonctionnement. Pour le livre numérique, les grands acteurs de l'Internet semblent là aussi mieux armés et mieux préparés à l'essor de ce nouveau marché que ne peut l'être la librairie traditionnelle qui ne l'a pas encore vraiment abordé et n'a pas élaboré une stratégie à son égard, faute de moyens techniques et financiers disponibles. On pourrait forger l'hypothèse que la librairie pourra rester dans son cœur de métier : le conseil, la prescription, et conserver ses précieux atouts : la convivialité, la proximité. Mais on peut tout aussi bien penser que demain une part importante du commerce du livre bascule sur Internet et n'entraîne ainsi la librairie traditionnelle dans un déclin économique sans retour, comme ce fut le cas pour les disquaires.

Le projet collectif des libraires indépendants « 1001 libraires » avait pour objectif de répondre à ce défi et aux attentes formulées depuis 2006 par les libraires, reconnues comme légitimes par l'ensemble de la chaîne du livre et les pouvoirs publics qui se sont associés, au moins financièrement, à la mise en oeuvre de ce projet.

L'échec du projet est révélateur, des difficultés objectives à relever cet enjeu. Car au-delà des problèmes de maîtrise technique et de gouvernance qui ont certainement altéré ses chances de succès, cet échec a mis en évidence le manque de préparation de l'interprofession du livre à accompagner la librairie dans son passage à l'ère du numérique. L'attitude prudente des éditeurs à l'égard du marché du livre numérique, l'absence de mobilisation des outils collectifs (bases de données) qui auraient pu contribuer à un succès de l'opération, une relative dispersion des efforts de l'interprofession, l'obsolescence du système de la distribution du livre imprimé sont aussi à ranger parmi les motifs de l'insuccès du projet « 1001 libraires », qui est d'une certaine manière l'échec d'une tentative de mise à jour de la qualité et de la modernité du service rendu au client par le libraire.

Or, l'enjeu est plus que jamais d'actualité car les librairies virtuelles concurrencent de manière croissante les librairies traditionnelles, érodant année après année la part de marché de celles-ci sans cependant se substituer à elles quant au rôle irremplaçable d'intermédiation qu'elles proposent entre le monde de l'écrit et les lecteurs, ce qui reste un élément déterminant de toute politique du livre et de la lecture. Orphelines du projet « 1001 libraires », les librairies indépendantes, et notamment les plus petites d'entre elles, sont toujours en attente des outils qui les aideraient à se moderniser. Par ailleurs les bibliothèques et collectivités entament d'ores et déjà leur tournant numérique, et la librairie ne peut pas ne pas se préparer à répondre aux attentes de cette part de sa clientèle, nécessaire à son équilibre économique.

La leçon principale à tirer de l'échec de « 1001 libraires » est d'adopter désormais une attitude pragmatique et de rechercher méthodiquement les solutions les plus adaptées à la demande de toutes les librairies dans leur diversité. Pour cela, il convient de repartir des offres de services existantes dont certaines répondent très largement déjà aux différents besoins des libraires. Toutefois, il convient aussi que ces offres de services soient validées et certifiées, à la fois dans leurs caractéristiques techniques mais aussi dans leur modèle économique. Les libraires, ont besoin d'être éclairés dans leurs choix, faute de projet collectif validé par l'interprofession. Il

faudra aussi que les pouvoirs publics (Etat, Collectivités territoriales), comme l'interprofession, accompagnent financièrement l'acquisition de ces outils de modernisation de la librairie dans le contexte persistant de fragilité économique qui est le sien. Enfin, pour donner aux libraires indépendants une pleine maîtrise de ces questions et une capacité d'initiative dans le nouvel environnement numérique un effort de formation semble nécessaire. De même qu'une communication collective plus marquée et les moyens d'une visibilité sur Internet qu'un moteur de recherche bibliographique interprofessionnel pourrait favoriser

Toutefois la recherche de solutions pragmatiques ne doit pas entraîner l'abandon d'une réflexion collective sur la question de l'organisation et de la structuration du marché du livre numérique à l'avenir. L'enjeu n'est rien moins que d'éviter de laisser l'organisation de ce marché aux seuls *Pure Players* de l'Internet qui, pour le moment, ont une part importante de l'initiative dans ce domaine. Or, dans l'esprit de la loi du 10 août 1981 et afin de préserver la diversité de la création et de la diffusion éditoriales, il importe que le marché du livre numérique privilégie les systèmes ouverts. A cet égard les projets en cours qui s'inspirent de ces modèles doivent être suivis avec attention, et encouragés.

Le livre demeure la première industrie culturelle en France par son chiffre d'affaires. Il est un vecteur essentiel de la culture et de l'éducation et concourt à l'expression comme au rayonnement international de la culture issue du creuset de la langue française, tout en étant aussi le meilleur support du croisement des cultures par la diversité éditoriale proposée chaque année à la vitrine du libraire. Si le livre numérique a fait l'objet de très nombreux rapports ces dernières années, la question de sa distribution et de sa commercialisation – et de la place que la librairie doit tenir dans celle-ci - a rarement été abordée ou analysée avec toute l'attention nécessaire. C'est ce déséquilibre auquel la politique du livre et de la lecture doit remédier avec le concours de l'ensemble des professionnels de la chaîne du livre.

## **ANNEXES**

## ANNEXE I

### Liste des personnes auditionnées

#### I – PROFESSIONNELS DU LIVRE :

##### Représentants des organisations professionnelles

Matthieu DE MONTCHALIN, Président du syndicat de la librairie française (SLF)

Guillaume HUSSON, délégué générale du Syndicat de la librairie française (SLF)

Vincent MONTAGNE, Président du Syndicat national de l'édition (SNE), Président directeur général de Média Participations

Christine DE MAZIÈRES, déléguée générale du Syndicat national de l'édition (SNE)

Denis MOLLAT, Président du Cercle de la librairie ; Président directeur général de la Librairie Mollat (Bordeaux), directeur général des Editions Mollat.

Henri CAUSSE, membre du comité d'engagement de l'Association pour le développement de la librairie de création (ADELC) ; Directeur commercial des éditions de Minuit

Jean-Guy BOIN, membre du comité d'engagement de l'Association pour le développement de la librairie de création (ADELC) ; Directeur général adjoint du Bureau international de l'édition française (BIEF)

Jean-Luc TREUTENAERE, Président du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC) ; Directeur des relations extérieures de Cultura

Olivier HUGON-NICOLAS, Délégué général du Syndicat des distributeurs de loisirs culturels (SDLC)

##### Librairies et enseignes

François CHARRIAU, Librairie Passages, Lyon

Erik FITOUSSI, Librairie Passages, Lyon

Maya FLANDIN, Librairie Vivement dimanche, Lyon

Sophie TODESCATO, Librairie Les temps modernes, Orléans

Sylvie CHAMPAGNE, Librairie Passion culture, Orléans

Maud DUBARRY, Librairie Page et plume, Limoges

Olivier L'HOSTIS, Librairie L'esperluette, Chartres  
Joël HAFKIN, Librairie La boîte à livres, Tours  
Christian THOREL, Librairie Ombre blanche, Toulouse  
Charles KERMAREC, Librairie Dialogues à Brest (leslibraires.fr)  
Guillaume DECITRE, Président des Librairies Decitre et de la société TEA (Lyon)  
Renny AUPETIT, directeur associé de LIBREST  
Thierry SAILLOT, Librairie Palimpsestes, Paris  
Philippe TOURON, Librairies Gallimard, Paris  
Sylvie MAILLET, Librairies Fontaine, Paris  
Xavier MONI, Librairie Comme un roman, Paris  
Dominique MAZUET, Librairie Tropiques, Paris

Philippe GOFFE - Librairie Graffiti (Waterloo, Belgique)

Elodie PERTHUISOT, directrice du livre de FNAC.SA  
Charles BIANCHI, directeur commercial de FNAC.SA

Olivier POUNIT-GIBERT, Président, GIBERT JOSEPH  
Roland DUBOIS, Directeur commercial, GIBERT JOSEPH

### **Editeurs et distributeurs**

Antoine GALLIMARD, président directeur général du groupe Gallimard et des Editions Gallimard.

Bruno CAILLET, directeur commercial des Editions Gallimard

Alban CERISIER, Chargé du développement numérique, Editions Gallimard

Patrick GAMBACHE, Chargé du développement numérique, Editions La Martinière

Laure DARCOS, directrice des relations institutionnelles, Hachette Livre

Catherine CUSSIGH, directrice du développement, en charge du numérique et de l'international, Hachette Livre

Francis LANG, directeur commercial, Hachette Livre

Alain KOUCKE, président directeur général du groupe Editis

Eric LEVY, directeur des opérations du groupe Editis

Paul OTCHAKOVSKY- LAURENS, président directeur général, Editions POL

Manuel CARCASSONNE, directeur général adjoint, Editions Grasset

Philippe ROBINET, directeur général, Editions Kero

Claude de SAINT-VINCENT, directeur général, groupe Media Participations

François BOURGEOIS, Directeur général, INTERFORUM

Régis HABERT, Directeur général de la société IZNEO

### **Prestataires de l'interprofession et SSII**

Philippe BEAUVILLARD, Directeur général de la société Electre (filiale du Cercle de la librairie); Livres Hebdo

Pascal FOUCHE, Directeur général adjoint de la société Electre, directeur des Éditions du Cercle de la librairie, Livres Hebdo

Pierre BOUDIGUE, Electre, Directeur des projets et des systèmes d'information.

Vincent MARTY, directeur général de la société Dilicom

Stéphane MICHALON, directeur général de la société e-Pagine (groupe Tite-Live)

Denis ZWIRN, Président, NUMILOG

Pauline BARRAUD, Responsable commerciale, NUMILOG

Hadrien GARDEUR, Feedbooks

Mickael DAHAN, cofondateur de la société BOOKEEN

### **Pour le projet MO3T**

David LACOMBLE, Directeur délégué à la stratégie des contenus, Orange

Marie Françoise AUDOUARD, Consultante d'Orange pour le projet MO3T

## **II - Experts**

Pierre-François RACINE, conseiller d'Etat, président de section du Conseil d'Etat

Bruno PARENT, Inspecteur général des finances.



Aurélien ROUSSEAU, maître des requêtes au Conseil d'Etat, directeur adjoint de cabinet du Maire de Paris

Françoise BENHAMOU, agrégée de l'université en sciences économiques, professeur des universités

Marc TESSIER, conseiller du Président de la société Vidéo Futur Entertainment Group SA

Ronald SCHILD, CEO, Libreka, Frankfurt am Main

### **III – Services et établissement publics de l'Etat**

#### **Direction générale des Médias et des Industries culturelles (DGMIC)**

Laurence FRANCESCHINI, Directrice générale

Nicolas GEORGES, Directeur adjoint, chargé du livre et de la lecture, chef du Service du livre et de la lecture

Hugues GHENASSIA DE FERRAN, sous-directeur, adjoint au directeur adjoint, chargé du livre et de la lecture

Remi GIMAZANE, chef du département de l'économie du livre, service du livre et de la lecture

Gwendoline ALLAIN, Département de l'édition et de la librairie, service du livre et de la lecture

Patrice LOCMANT, chef du bureau de la création et de la diffusion, département de l'économie du livre, service du livre et de la lecture

#### **Direction régionale des affaires culturelles Rhône-Alpes**

Annie STERN, conseiller livre et lecture

#### **Direction régionale des affaires culturelles Limousin**

Philippe GEFRE, directeur

Christine DIFFEMBACH, directrice adjointe

Joëlle CARTIGNY, conseiller livre et lecture

#### **Direction régionale des affaires culturelles Centre**

Jean Pierre BOUGUIER, Conseiller livre et lecture

#### **Centre national du livre (CNL)**

Jean François COLOSIMO, Président du Centre national du livre

Véronique TRINH-MULLER, Déléguée générale du Centre national du livre

## **Bibliothèque nationale de France (BNF)**

Bruno RACINE, Président de la BNF

Jacqueline SANSON, directrice générale de la BNF

## **Commissariat Général à l'Investissement (CGI)**

Benoit LOUTREL, Directeur du programme Économie Numérique au Commissariat Général à l'Investissement (CGI)

## **IV – COLLECTIVITES TERRITORIALES :**

### **Région Centre**

Carole CANETTE, vice-présidente du Conseil Régional, délégué à la culture et à la créativité numérique

Olivier MENEUX, Directeur de l'établissement public de coopération culturelle CICLIC (Livre, de l'Image et de la Culture numérique)

Isabelle MATON, Responsable livre, CICLIC

### **Région Limousin**

Marie-Laure GUERACAGUE, Directrice, Centre régional du livre Limousin

### **Région Rhône-Alpes**

Geneviève VILLARD, Chargée de mission cinéma et livre, Direction de la culture

Elisabeth MANDALLAZ, Chargée de mission, ARALD

Gilles EBOLI, Directeur de la Bibliothèque Municipale de Lyon

## ANNEXE II

### Sigles

**ADEL**C : Association pour le développement de la librairie de création

**ALIRE** : Association des librairies informatisées et utilisatrices de réseaux électroniques

**ARL** : Agence régionale du livre

**CET** : Contribution économique territoriale

**CLIL** : Commission de liaison interprofessionnelle du livre

**CNC** : Centre national du cinéma et de l'image animée

**CNL** : Centre national du livre

**CRL** : Centre régional des lettres

**DRAC** : Directions régionales des affaires culturelles

**DRM** : Digital rights management : Gestion des droits numériques

**EDI** : Échanges de données informatisés

**EPCC** : établissement public de coopération culturelle

**FEL** : Fichier exhaustif du livre

**FILL** : Fédération interrégionale pour le livre et la lecture

**GSS** : Grandes surfaces spécialisées

**LIR** : Librairies indépendantes de référence

**MOTif** (observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France, association 1901)

**SAV** : service après vente

**SLF** : Syndicat de la librairie française

**SNE** : Syndicat national de l'édition

**VPC** : Vente par correspondance

## ANNEXE III

### Bibliographie sommaire (Rapports, études, sondages)

***Les Cahiers du SLF, n°5, Le livre à l'ère numérique***

Syndicat de la librairie française, 2006

***Livre 2010 - Pour que vive la politique du livre,***

Sophie Barluet, Juin 2007

***Mission de réflexion sur la Librairie indépendante***

Rapport à la ministre de la culture et de la communication, Antoine Gallimard, septembre 2007

***Situation économique de la librairie indépendante*** (SLF/SNE/ MCC, Mars 2007)

***Rapport sur le livre numérique***

Rapport à la ministre de la culture et de la communication, Bruno Patino, juin 2008

***Accueillir le numérique, Une mutation pour la librairie et le commerce du livre ?***

Les Cahiers de la librairie, n° hors série (Commission numérique de l'ALIRE - Association des librairies informatisées et utilisatrices de réseaux électroniques- et du Syndicat de la librairie française), juin 2008

***Situation du livre, Évaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives***

Hervé GAYMARD, Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication, mars 2009

***Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique***

Françoise Benhamou et Olivia Guillon, « Culture et prospective 2010-2, DEPS (MCC)

***La politique du livre face au défi du numérique,***

Rapport d'information fait au nom de la commission des finances, M. Yann GAILLARD, Sénateur, février 2010

***Pour un livre numérique créateur de valeurs***

Christine ALBANEL, conseiller d'Etat, Rapport au Premier ministre, mai 2010.

***L'accès des libraires aux marchés d'achat de livres des bibliothèques***

MCC, Service du livre et de la lecture, avec le concours de la FILL et de Sofia, août 2010.

***La vente de livres papier en ligne, les livres numériques, enquête auprès des libraires du Limousin,*** Centre régional du livre en Limousin, Août 2011

***La situation économique et financière des librairies indépendantes (Analyse sur la période 2003-2010)***

XERFI, juin 2011

***Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique (auteurs, éditeurs, libraires, bibliothèques publiques)***

Centre d'analyse stratégique, mars 2012 :

***Soutenir la librairie pour consolider l'ensemble de la chaîne du livre : une exigence et une responsabilité partagées,***

Bruno Parent et Marc Sanson, 13 mars 2012

***Baromètre des usages du livre numérique,*** Vague 1, Mars 2012

*Opinion way (pour SNE, Sofia, SGDL)*

***L'amélioration de l'accès des librairies locales aux marchés publics de livres,***

CEGEFi, mai 2012

***La distribution du livre face au numérique - Quelles perspectives et quels modèles économiques pérennes ?***

XERFI, Juin 2012

***Quelles perceptions et attentes des librairies indépendantes vis-à-vis du numérique ?***

TNS Sofres (pour le CNL ) juillet 2012

***Baromètre régional TIC : Les libraires et le web à l'heure du numérique,*** étude Idate/ Digiworld pour la Région Rhône-Alpes, septembre 2012.

***Étude sur le référencement des livres et des auteurs sur moteur de recherche en 2012***

Mathias Daval (Edysseus Consulting) pour MOTif (observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France) Octobre 2012

## ANNEXE IV

### La chaîne du livre numérique

