

Le livre ancien s'offre une nouvelle jeunesse

Le marché en ligne des livres anciens et d'occasion

Etude d'Abebooks Europe GmbH

L'influence d'Internet sur le marché du livre ancien et d'occasion – 2005

© Abebooks Europe GmbH – Tous droits réservés.

« Ca n'aurait pas dû se passer ainsi. Internet était censé mettre fin au besoin d'acheter des livres en librairie. [...] Mais ce que personne n'avait envisagé, c'est qu'en réalité, Internet permettrait la survie de la part de marché sans doute la moins moderne et la moins développée au point de vue technologique : celle des livres anciens. »

Richard Adams

The Guardian, 9 septembre 2004

I. Introduction

II. Principaux résultats de l'étude

III. Résultats de l'étude en détail

1. Un tiers des livres anciens vendus en ligne est exporté à l'étranger

La révolution Internet

Le succès du livre ancien français à l'étranger

Le boom des paiements par carte de crédit

2. Sur le marché en ligne du livre ancien, Internet profite avant tout aux petites librairies et aux librairies traditionnelles

Concentration du neuf, multiplicité de l'ancien

Internet n'est pas un substitut, mais un complément des librairies traditionnelles

Diversification des activités et des outils de vente

3. La vente en ligne représente un tiers du chiffre d'affaire des librairies anciennes

4. Tout type de livre se vend bien sur Internet, surtout les plus surprenants

IV. Conclusion

V. Sources et méthode

VI. Contact

I. Introduction

"On ne peut affirmer avec certitude que deux choses au sujet du marché actuel des livres anciens : il a énormément évolué depuis les cinq dernières années – et cette évolution va se poursuivre."

Bookhunter Press Survey 2004¹

La généralisation d'Internet comme outil de vente a eu un impact majeur sur le marché des produits culturels, notamment celui des livres. Selon une étude de la Sofres menée en France en 2004, le livre se classe en deuxième position des produits les plus vendus sur Internet (acheté par 40% des internautes) derrière les DVD-vidéos (51%) et au coude à coude avec les CD (40%), tous trois des produits culturels.²

Sur le marché français du livre neuf, où la croissance positive durant les sept dernières années s'est élevée à 3% en 2004³, on estime le chiffre d'affaire issu du commerce en ligne entre 1,3 et 3,5%⁴.

Le marché du livre américain, qui constitue généralement un indicateur économique du développement futur du marché européen, affiche également des statistiques éclairantes à ce sujet. 16% des livres neufs sont actuellement vendus par le biais d'Internet. Plus surprenant, en ce qui concerne les livres anciens, cette proportion atteint déjà 25%⁵.

En France, malgré le développement important du marché en ligne de livres anciens, la branche offre encore très peu d'études ou de statistiques fiables. Abebooks a donc mené une étude auprès des libraires spécialistes du livre ancien en vue de mettre en lumière la situation actuelle du marché francophone dans ce domaine.

En octobre 2004, de manière complémentaire, Abebooks a déjà publié les résultats de la première étude des acheteurs en ligne de livres anciens et d'occasion. Celle-ci a permis de dresser leur profil et de détailler leurs particularités démographiques, leurs intérêts, leur comportement d'achat et leur relation particulière au livre.

¹ Bookhunter Press, 2004

² TNS Sofres, Baromètre e-commerce 2004

³ Livres Hebdo, Le marché du livre en 2004, Pas mal !, 2005

⁴ Livres Hebdo, Du fonds en ligne, 2005

⁵ Bookhunter Press, 2004

Abebooks - Etudes 2004

Abebooks - Sondage des utilisateurs 2004

"Collectionneurs cultivés ou dévoreuses de roman"

Le profil des acheteurs en ligne de livres anciens et d'occasion.

[Document PDF]

Abebooks - Extrait du sondage des utilisateurs 2004

France - Allemagne "Le choc des cultures"

Le marché en ligne des livres anciens et d'occasion

[Présentation PowerPoint]

Les études Abebooks 2004 peuvent être consultées et téléchargées gratuitement à partir de la page suivante : <http://www.abebooks.fr/docs/MediaRoom/Presse/surveys.shtml>

II. Principaux résultats de l'étude

Les résultats de l'étude menée sur le marché français des livres anciens peuvent se résumer ainsi :

- 1. Un tiers des livres anciens vendus en ligne est exporté à l'étranger**
- 2. Sur le marché en ligne du livre ancien, Internet profite avant tout aux petites librairies et aux librairies traditionnelles**
- 3. La vente en ligne représente un tiers du chiffre d'affaire des librairies anciennes**
- 4. Tout type de livre se vend bien sur Internet, surtout les plus surprenants**

III. Résultats de l'étude en détail

1. Un tiers des livres anciens vendus en ligne est exporté à l'étranger

La révolution Internet

Il y a de cela quelques années seulement, la grande majorité des ventes des librairies anciennes était destinée à une clientèle nationale, souvent limitée à la ville d'établissement de la librairie. Les libraires désireux d'élargir leur zone de vente n'avaient pas d'autre choix que de se déplacer pour tenir un stand sur les foires et salons nationaux, voire internationaux, lorsque leur emploi du temps, le personnel et la situation financière le leur permettaient.

Le développement d'Internet et l'apparition de plates-formes internationales de vente de livres en ligne ont révolutionné le petit monde des livres anciens. Les librairies de quartier peuvent aujourd'hui proposer leur catalogue aux bibliophiles du monde entier, qui trouvent, commandent et règlent leur livre en quelques clics.

Le succès du livre ancien français à l'étranger

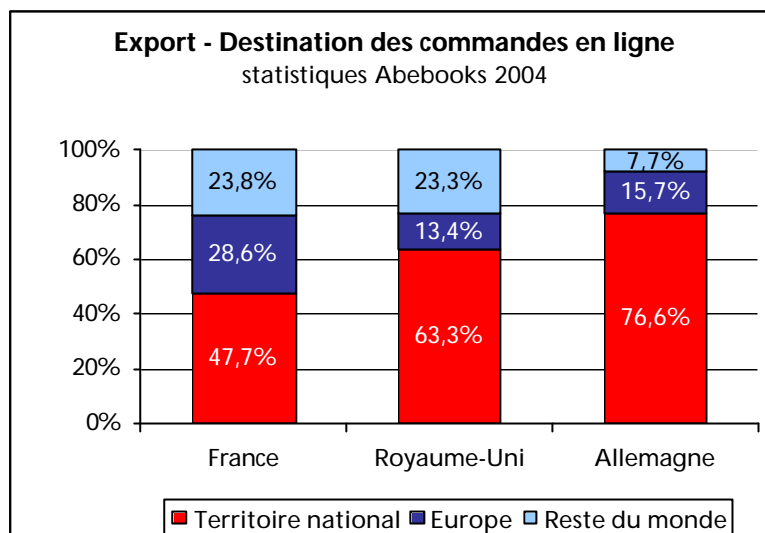
Il s'avère que les ventes à l'étranger générées par les plates-formes de vente en ligne favorisent particulièrement les librairies françaises, dont les livres s'exportent jusqu'à deux fois mieux que leurs voisins européens.⁶

Les résultats de l'étude montrent que les libraires français qui placent leurs livres en ligne - que ce soit sur une ou plusieurs plates-formes, internationales ou non - envoient en moyenne un tiers de leurs commandes générées par ces sites à l'étranger.

Sur Abebooks, dont le catalogue est diffusé sur l'ensemble des plates-formes internationales, le taux d'exportation des livres français dépasse déjà les 50%, loin devant l'Allemagne (23%) et même le Royaume-Uni (37%) dont la diffusion de la langue favorise pourtant les ventes à l'étranger.⁷

⁶ Estimations Abebooks basées sur la présente étude ainsi que les statistiques d'export des plates-formes européennes

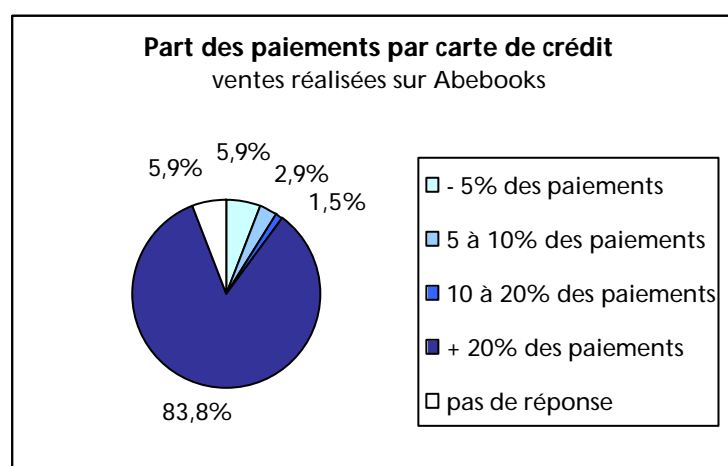
⁷ Abebooks statistiques – ventes 2004



Que leur destination soit Tokyo, Vancouver, le Vatican ou les Bermudes, près de la moitié des commandes françaises vers l'étranger sort des frontières européennes. En dehors de l'Europe (55% de l'exportation), les destinations privilégiées sont les Etats-Unis et le Canada (31%), suivis par le Japon (6,6%), l'Australie et le Brésil (2,8%).

Le boom des paiements par carte de crédit

Parallèlement à ce commerce international florissant, le paiement par carte de crédit, déjà largement utilisé à l'étranger, se généralise également en France. La confiance des Français dans l'achat en ligne continue de progresser : en 2004, 47% des internautes affirmaient leur confiance dans l'achat en ligne, une progression de 100% par rapport à 2001.⁸



⁸ DiGITIP – SESSI, Tableau de bord du commerce électronique, 2004

2. Sur le marché en ligne du livre ancien, Internet profite avant tout aux petites librairies et aux librairies traditionnelles

Les effets de la vente de livres en ligne ont été sensiblement différents sur les marchés du neuf et de l'ancien: alors qu'on constate une grande concentration des acteurs sur le marché du livre neuf, sur le marché du livre ancien, les plates-formes de vente ont favorisé la diversification des petits commerces.

Concentration du livre neuf, multiplicité du livre ancien

La vente en ligne de livres neufs est en grande partie dépendante du traitement des bases de données et de la logistique. C'est la raison pour laquelle le marché est depuis longtemps concentré dans les mains de quelques grandes multinationales telles qu'Amazon. Aux Etats-Unis, il y a deux ans, on constatait déjà que 91% de l'ensemble des ventes en ligne étaient concentrées sur sept sites Internet.⁹ Sur un tel marché, les petits commerçants ont peu de chance de concurrencer la rapidité et les coûts de livraison compétitifs de ces grandes entreprises.

Sur le marché du livre ancien et d'occasion, au contraire, les revenus engendrés par Internet profitent tant à David qu'à Goliath. En effet, cette branche est avant tout représentée par des plates-formes de vente telles qu'Abebooks, qui fonctionnent en tant qu'intermédiaires. En offrant aux librairies un accès à leurs bases de données centralisées, elles permettent d'établir un contact entre les petites librairies et les clients du monde entier.

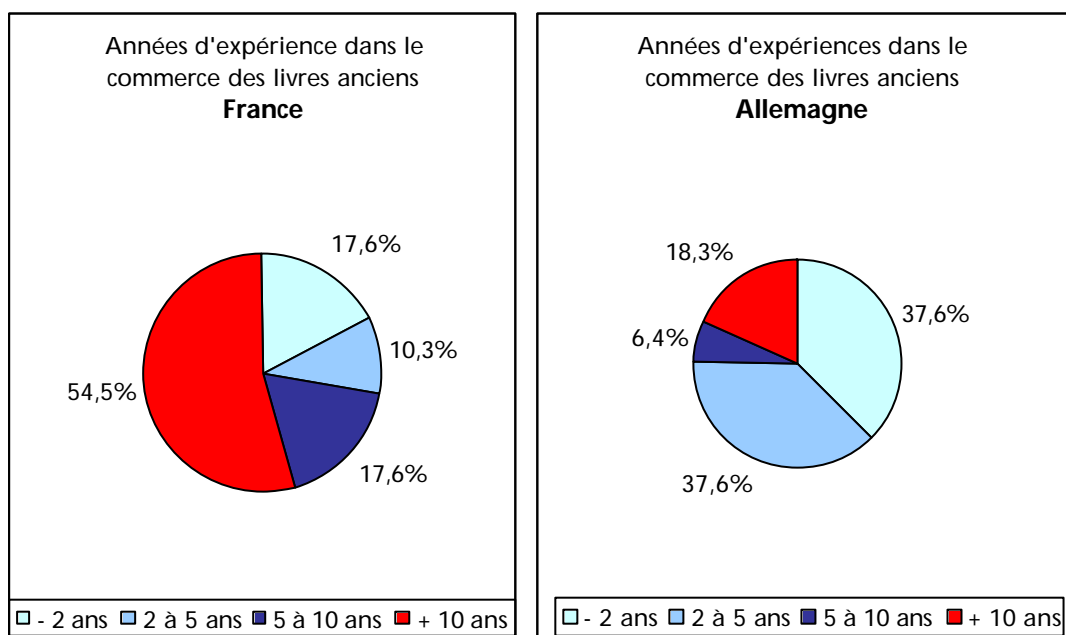
Bien souvent, les libraires présents sur ces plates-formes ne sont ni des multinationales, ni même de grandes entreprises ; il s'agit de commerces de taille moyenne, pour la plupart des librairies traditionnelles ou de jeunes vendeurs qui s'appuient sur Internet pour lancer leur commerce. Car en définitive, le succès du commerce en ligne de livres anciens et d'occasion ne dépend pas de la taille de l'entreprise, il repose davantage sur la capacité de proposer le bon livre au bon moment.

Internet n'est pas un substitut, mais un complément des librairies traditionnelles

En France, la situation des librairies anciennes face au commerce en ligne est remarquable à bien des égards. Parallèlement à un certain respect de la tradition, la diversification des activités génère des revenus sur plusieurs plans et assure la bonne stabilité du marché.

En effet, les vrais acteurs du commerce en ligne en France sont en grande majorité des librairies de longue tradition, et non des librairies récentes, bâties sur le succès d'Internet et entièrement vouées au commerce en ligne. Ainsi, plus de la moitié des libraires français actifs sur Internet a déjà plus de 10 ans d'expérience dans le commerce des livres anciens.

A titre de comparaison, en Allemagne, les libraires de longue tradition ne représentent qu'un cinquième de l'ensemble de la communauté en ligne ; les trois quarts des vendeurs se sont lancés dans le métier du livre ancien depuis moins de 5 ans.¹⁰



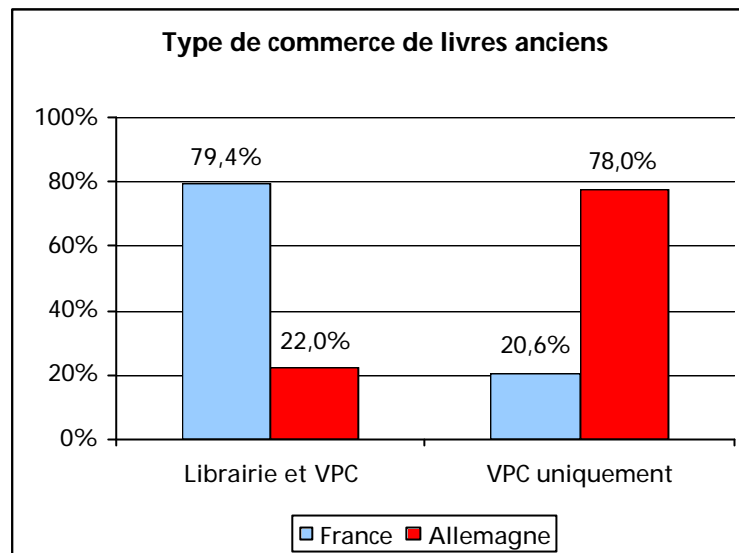
Diversification des activités et des outils de vente

Pour près de 80% des interrogés, la vente en ligne ne constitue qu'une activité complémentaire de la vente en librairie. Seuls 20% se concentre uniquement sur la vente par correspondance. En Allemagne, cette proportion est inversée : près de 80% des commerçants sont uniquement spécialisés dans la vente à distance.¹¹

⁹ New York Times, Browsing the Stacks, 2003

¹⁰ Statistiques Abebooks Allemagne, 2004

¹¹ Etude Abebooks Allemagne, « Wachstumsmotor Internet - Gebrauchte Bücher gewinnen im e-Commerce », 2004



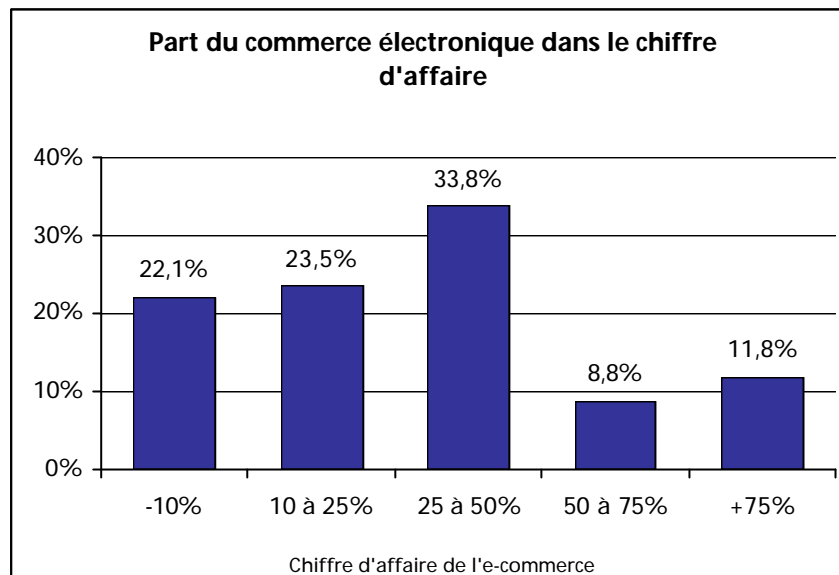
Tout comme la diffusion de catalogues et la vente sur les salons, en France, Internet est donc majoritairement considéré comme un outil de vente supplémentaire qui assure à la librairie ancienne un bonus au niveau de ses revenus.

De même, sur Internet, la diversification est de mise. Parallèlement à la diffusion de catalogues et à la vente sur les foires et salons, deux tiers des libraires français proposent leur catalogue simultanément sur plus de deux plates-formes de vente en ligne. Toutes les sources de revenus sont donc identifiées et exploitées.

3. La vente en ligne représente un tiers du chiffre d'affaire des librairies anciennes

Alors que le géant Internet laissait craindre le déclin des librairies traditionnelles en France, on constate au contraire que les ventes en lignes sont complémentaires des ventes en librairie.

Actuellement, les librairies actives en ligne assurent en moyenne un tiers de leur revenu grâce aux ventes effectuées par le biais d'Internet. Cette proportion "saine" leur garantit une certaine stabilité, même en cas de fluctuation sur l'un ou l'autre marché.



Certains types de vendeurs rentabilisent sensiblement mieux l'outil Internet. Parmi les libraires qui réalisent plus de 50% de leur chiffre d'affaire en ligne, deux profils type ressortent particulièrement : d'une part les libraires traditionnels, qui ont plus de 10 ans de métier (38%), d'autre part les tous jeunes vendeurs, qui se sont lancés dans la librairie ancienne depuis moins de deux ans (29%). Bien gérée, la vente en ligne renforce donc les librairies anciennes et aide les nouvelles à se développer.

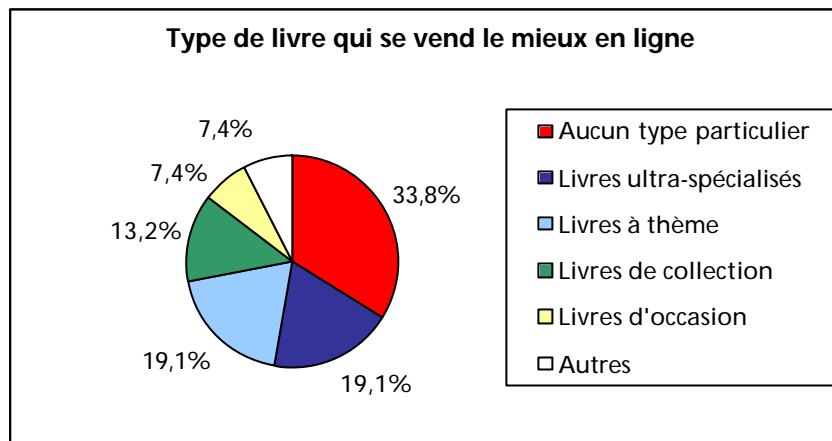
4. Tout type de livre se vend bien sur Internet, surtout les plus surprenants

Sur le marché en ligne du livre neuf, le fonds attire toujours une majorité d'acheteurs. La distribution des nouveautés s'effectue encore principalement via les librairies physiques.¹²

Les bonnes ventes sont plus diversifiées sur les plates-formes spécialisées dans le livre ancien : lorsqu'on demande aux libraires quels sont les livres qui s'y vendent le mieux, plus d'un tiers répond : « Tous ! »

Les libraires qui effectuent les meilleures ventes en ligne (plus de 75% de leur chiffre d'affaire) précisent que les livres les plus convoités sont souvent les plus surprenants : des ouvrages extrêmement pointus, qui, s'ils détonnent dans le catalogue d'une librairie généraliste, trouveront toujours un amateur reconnaissant quelque part dans le monde.

¹² Livres Hebdo, Le marché du livre en 2004, Pas mal !, 2005



IV. Conclusion

Avec l'apparition d'Internet, les prévisions les plus pessimistes annonçaient la mort des petites librairies. Or, sur le marché du livre ancien, ce nouvel outil de vente a eu des effets inattendus. Loin de se substituer aux librairies traditionnelles, les plates-formes de vente de livres en ligne servent de relais, élargissant ainsi leur champ de clientèle aux internautes bibliophiles du monde entier.

A ce titre, le livre ancien français a un avantage indéniable sur ses voisins européens : il s'exporte particulièrement bien, que ce soit en l'Europe ou vers le reste du monde. Son potentiel de vente sur les plates-formes internationales s'en trouve donc décuplé.

En France, le libraire type qui place ses livres en ligne affiche un profil particulier: il a généralement plus de 10 ans de métier dans le livre ancien et possède une librairie. Il réalise environ un tiers de son chiffre d'affaire par le biais d'Internet, où il vend tous les types de livres, particulièrement les plus pointus. Environ un tiers de ses commandes en ligne est réglé par carte de crédit et un tiers de ses livres part pour l'étranger.

Les résultats de cette étude illustrent le statut particulier du marché français, qui fait de sa tradition son principal argument concurrentiel. Le prix n'est plus de loin le seul critère de sélection, bien qu'Internet ait rendu le marché plus transparent. La qualité de la description, la rapidité du port ou encore le suivi clientèle en cas de question sont souvent déterminants dans la décision d'achat. Dans ce contexte concurrentiel, dans le futur plus encore, c'est le professionnalisme des librairies anciennes qui assurera leur succès sur Internet.

V. Sources et méthode

1. Méthode

L'étude des libraires d'Abebooks 2005 a pour but de déterminer l'influence d'Internet sur le marché des livres anciens et d'occasion. A cet effet, un questionnaire a été mis en place à destination des libraires francophones qui placent leurs livres sur Abebooks. Une annonce a été diffusée dans la newsletter des libraires de juillet, de même qu'un lien vers le questionnaire sur la page d'accueil de leur Espace Membre. Le questionnaire porte principalement sur le type de commerce, les ventes et le chiffre d'affaire. L'étude a été menée du 20 juillet au 31 août 2004. Sur 309 libraires interrogés, 68 ont rempli le questionnaire, à savoir un taux de réponses de 22%.

2. Sources

Adams, Richard

09 sept. 2004 « By the book », in *The Guardian*, consulté sur <http://www.guardian.co.uk/online/story/0,3605,1299710,00.html>

Book Hunter Press

2004 « Portrait of the U.S. Used Book Market », de Susan et David S. Siegel, consulté sur <http://www.bookhunterpress.com/index.cgi/survey.html>

TNS Sofres

29 nov. 2004 « Baromètre e-commerce 2004 – vague 2 - Accélération de la croissance du e-commerce », consulté sur http://www.tns-sofres.com/etudes/sesame/291104_ecommerce.htm

Normand, Clarisse

04 fév. 2005 « Du fonds en ligne » in *Livres Hebdo n° 587*

Piault, Fabrice

04 fév. 2005 « Le marché du livre en 2004. Pas mal ! » in *Livres Hebdo n° 587*

DiGITIP – SESSI

déc. 2004 « Tableau de bord du commerce électronique », de Raymond Heitzmann et Martine Dayan, consulté sur <http://www.men.minefi.gouv.fr/webmen/themes/eco/tbce91204.pdf>

Etude Abebooks

oct. 2004 « Wachstumsmotor Internet - Gebrauchte Bücher gewinnen im e-Commerce », d'Angela Reinhardt, consulté sur <http://www.abebbooks.de/docs/MediaRoom/Presse/surveys.shtml>

Freierman, Shelly

17 août 2003 « Browsing the Stacks » in *New York Times*

VI. Contact

Pour toute question ou remarque, nous sommes à votre disposition :

Abebooks Europe GmbH

Anna Moore

Ronsdorferstr. 77a

40233 Düsseldorf

Allemagne

Tel. : +49 211 711 7069 25

Fax. : +49 211 711 7069 19

E-Mail : amoore@abebbooks.com