

Libraires et Marketplace des liaisons dangereuses?

(à partir de l'article de Clarisse Norman dans Livres Hebdo numéro 668 du 1er décembre 2006)

auteur de la map : Bibliobession, (cette map est sous licence Creative Commons)

101 Livres sélectionnés et proposés à la vente par l'écrivain François bon, qui utilise le marketplace d'Amazon pour les vendre

"Ce n'est pas un choix fait à la légère : nous attendions depuis 3 ans que les libraires se fédèrent pour une présence de vente en ligne qui leur permette de s'imposer dans ce marché sauvage et concentré. Il semble acquis qu'ils n'en prendront pas le chemin. Je serais prêt à changer du jour au lendemain pour un partenariat qui les privilégie : mais aucun des grands sites de libraires indépendants ne propose ce type d'association"
François bon

Sur le fond, allons plus loin : les écroulements éditoriaux, et l'inverse croulement (on croule sous les parutions à durée de vie brève) modifient le visage des librairies. Le singulier y est moins visible. Les livres urgents, les livres nécessaires, les auteurs qui nous fondent comme communauté peuvent être indifféremment des livres de large diffusion (Alberto Mangúel) ou de très rare présence (Paul Valéry). Dans leurs magasins, les libraires fonctionnent de cette façon : rotation des tables, mise en avant de quelques livres coups de cœur.

Je n'imagine pas qu'un ami libraire puisse venir ici avec reproche : quelqu'un qui fréquente ces cinquante belles et vitales librairies que nous défendons au jour le jour, et nous sommes soudés par tant de traverses communes, n'a aucune raison d'acheter un livre en ligne plutôt qu'à son passage à la librairie. Au contraire, les recommandations tiers livre peuvent contribuer à faire naître à leurs fidèles des envies, une demande précise de découverte ou relecture. François bon

Zoom sur un exemple caractéristique des enjeux: la Librairie le Tiers Livre de l'écrivain François bon

le phénomène Marketplace

Qu'est ce que c'est?

Le marketplace (site de marché en français selon la traduction adoptée par le Journal Officiel du 30 janvier 2005) est une galerie commerciale virtuelle mise à disposition des internautes. Il regroupe une offre provenant de partenaires tiers, particuliers et professionnels. le site se rémunère par une commission sur chaque transaction, pour le partenaire professionnel qui expédie la commande une telle association permet surtout de mieux exploiter le stock.

- Avantages pour le libraire**
 - des clients potentiels par millions
 - des ventes augmentées
 - l'assainissement des stocks
 - l'expérience de la vente sur internet sans investissement préalable et de façon simple
 - la possibilité de se retirer à tout moment
- Inconvénients pour le libraire**
 - la charge de travail accrue
 - la faible marge
 - la médiocre visibilité
 - le renforcement de la concurrence de la librairie en ligne
 - A terme une possible dépendance vis à vis de l'opérateur
 - le risque de n'être plus qu'un manutentionnaire

contexte national

contexte national : 4% des ventes en lignes constatées en 2005, 3% l'an dernier
forte croissance du secteur de la vente en ligne: 5,6% de part de marché en 2005 (métascopie-sofres, déclaration des consommateurs)

Vente en ligne = canal de vente qui augmente le plus vite

Historique et acteurs du marché

crées il y a 10 ans pour le marché de l'occasion, le livre y est un produit parmi d'autres
price minister 2 fois moins cher

- des spécialistes du livre ancien
 - Chapitre.com
 - Adebooks
 - Alapage
 - site Lalibrairie.com

le positionnement des libraires

le Syndicat français de la librairie y est opposé
il considère cela comme un renforcement du leader du secteur
Le SLF réfléchit toutefois à la mise en place d'un site commun

des libraires expérimentent
témoignage de l'effet longue traîne : "Internet a été un formidable moyen de dégraisser mon stock, j'avais des livres de puis 10 ans que je m'apprêtais à benner. Internet m'a permis de les revaloriser et de les vendre."
"Nous réalisons 10 à 20% de notre CA au comptant avec le marketplace, avec 90% sur des livres de fonds"
"la marge est faible!"

des libraires non adhérents sont opposés
décrédibilisation du rôle des librairies physiques à long terme
aliénation et dépendance commerciale

Marketplace d'amazon

- crée en 2003 en France
- le seul à proposer un marketplace sur le neuf et l'occasion
- profiter de l'effet longue traîne, fondement de son modèle économique
- si le client a un choix à faire il choisit Amazon d'abord, le partenaire ensuite modèle gagnant gagnant pour Amazon!
- joue le rôle de tiers de confiance pour assurer un paiement sécurisé sur sa plateforme
- prélève une commission de 12% sur le montant des ventes et 39 Euros par mois d'abonnement, les frais d'envoi sont reversés à hauteur de 2.99€
- conditions commerciales
- le risque d'auto-concurrence des produits Amazon avec les tiers est faible
- Stocke reçoit et expédie la commande
- incrémente ses données informatiques avec Amazon
- Partenaire