

La distribution des biens culturels à l'heure du numérique

Par Denis MOLLAT
Dirige la librairie Mollat

Plus ancien produit culturel, le livre, luxe accessible qui a résisté à toutes les crises, affronte cependant depuis quelques années la révolution du numérique qui modifie en profondeur les circuits économiques de distribution, créant de nouveaux usages chez les clients. Les différentes périodes du confinement ont pu servir de révélateur des atouts et des faiblesses du monde du livre. C'est parce qu'il a les moyens de mettre à son service la technologie que le libraire, acteur incontournable de la vie de la cité, saura pérenniser son commerce et mettre au service de celle-ci son savoir et son savoir-faire irremplaçables.

« Car notre âme s'élargit d'autant plus qu'elle se remplit »,
Montaigne, *Essais*, Livre I, XXIV.

« La véritable fonction de la littérature est de nous maintenir en vie dans un monde brutal »,
Charles Dantzig.

Le monde de la culture a subi ces deux dernières années un ébranlement dont on commence à mesurer les conséquences et qui n'a pas épargné la distribution des produits afférents. Les confinements successifs subis par les Français ont eu des effets sur leurs pratiques de consommation, le livre n'y échappant pas. Connue depuis des décennies pour sa résistance aux crises successives, ce dernier a une nouvelle fois fait preuve de sa formidable capacité à s'adapter et à avancer, quand d'autres secteurs se retrouvaient à l'arrêt, subissant toujours les rudes conséquences de ces situations. Si la période n'a pas bouleversé en profondeur les comportements des consommateurs, elle en a mis en lumière certains, invitant à observer et à s'interroger sur l'avenir et sur les nouveaux modes de consommation.

Qu'est-ce qui distingue le livre et la lecture ?

Tout d'abord, on peut considérer **le livre** comme **le plus ancien produit culturel**. Il est profondément ancré dans la civilisation occidentale. Libraires et éditeurs, qui constituent deux métiers distincts, étaient à l'origine une même profession, dont les deux branches ont chacune pris leur essor, tout en restant étroitement liées, de manière plus complémentaire qu'antagoniste.

La proximité avec le livre se noue dès l'enfance. Chez nombre de parents, la volonté de voir se développer leur progéniture par la pratique raisonnée de la lecture constitue le vecteur principal de l'acquisition du savoir. Pour preuve, le succès de la fameuse méthode d'apprentissage Boscher qui ne se dément pas et témoigne du souci de permettre à l'enfant d'accéder

rapidement au monde de l'écrit, auquel il sera confronté durant toute sa scolarité à travers les manuels. De fait, on associe indéniablement livre et savoir, puis livre et réussite.

Ensuite, si l'écrit reste immuable, un avenir semble se confirmer pour ses nouveaux vecteurs, comme le démontre le secteur scolaire, qui, progressivement, voit arriver les tablettes dans les classes, familiarisant tôt les élèves avec l'utilisation d'objets qui privilégient l'interactivité.

La notion de bibliothèque personnelle ou familiale connaît de son côté une évolution sensible. Désormais, on privilégie moins l'accumulation que le choix ou la distinction, le mobilier prenant même parfois le dessus sur son contenu.

Enfin, le livre reste un produit de luxe, mais qui, peu taxé, n'est « pas cher », comme le dit Henri Causse, directeur commercial des Éditions de Minuit ; il est donc accessible au plus grand nombre. Il a en effet une valeur ajoutée dans les domaines du symbolique, du social et du savoir. C'est sans conteste l'outil premier de la Connaissance.

Des confinements successifs riches d'enseignements

Qu'a-t-on lu durant la pandémie ?

Le **livre numérique** – un vecteur complexe au regard de la diversité de ses supports – n'a pas progressé autant qu'on l'aurait supposé ; il concerne avant tout les grands lecteurs. La sécurité voulue par les entreprises qui le commercialisent (avec les Digital Rights Management – DRM) a conduit à un excès que devrait

venir contrebalancer un assouplissement, conformément à la notion de « droit d'usage », incitant à appliquer des principes juridiques universels plus ouverts. En écartant les libraires du circuit commercial, les éditeurs se retrouvent sans prescripteurs.

Le **livre audio** qui semblait en phase de croissance s'est retrouvé relégué par le *streaming* et l'abondance de *podcasts* en accès libre.

Le **livre auto-édité**, qui était en plein essor, a vite montré ses limites. En cause, l'absence d'une instance de médiation à même d'ordonner un vrai désordre et un foisonnement incontrôlé, comme le soulignait déjà Marcel Gauchet, lors du colloque sur l'avenir du livre organisé par la direction du Livre et de la Lecture du ministère de la Culture et le Centre national du livre dans le cadre de la mission « Livre 2010 ».

Le **best-seller** de littérature ou d'essai a occupé, quant à lui, le terrain en permettant une concentration rassurante autour de valeurs dites « sûres », qui ne garantissent cependant ni la qualité ni la pérennité.

Trois confinements et trois situations différentes

Le premier confinement décrété en mars 2020 a conduit à une mise à l'arrêt complet d'un système qui incite à la réflexion et à la projection. Avant cette phase de crise, on se souvient d'un début d'année morose, où le secteur du livre est en proie à un doute après des années de tassement du marché. Le monde du livre s'interroge sur ses mutations : subira-t-il le sort de l'industrie musicale qui a vu s'effondrer l'intérêt pour ses supports (si l'on excepte le cas du vinyle) au profit du *streaming* par abonnement (Spotify, Deezer) ? À la différence du cinéma qui semble emprunter la même voie (Netflix, Disney), l'édition résiste à ce système de fidélisation.

La paralysie engendrée par le blocage provoque un moment de stupeur, mais incite aussi à la réflexion, car l'appétit de lecture, criant, est littéralement empêché. Pour le libraire, condamné à fermer ses canaux de vente, reste à démontrer que la parenthèse subie n'interdit pas une activité intellectuelle ou l'exploitation du « trésor de guerre » accumulé pendant des années de rencontres avec des auteurs rediffusables (la librairie Mollat confie ainsi ses enregistrements à une télé locale pour une diffusion sur son antenne).

Le blocage total de l'économie crée une paralysie, un moment de sidération qui va provoquer une réflexion et montrer que l'appétit de lecture ne cesse de se décupler. La réouverture estivale, soumise au principe de jauge, va bénéficier de l'effet de reprise qui suit l'intense frustration.

Le deuxième confinement instauré en octobre 2020 voit des librairies fermées qui maîtrisent l'art du *click & collect* testé après le premier retour à la normale. Les ventes sur Internet de la librairie Mollat, par exemple, explosent, avec des hausses de plus de 600 % et des centaines de transactions quotidiennes. On constate qu'il s'agit principalement d'une clientèle urbaine, parfois lointaine, qui est en recherche de livres « pointus » et souhaitent bénéficier d'un large fonds

(85 % des produits commandés sont disponibles sur les étagères du magasin qui est ainsi perçu comme une instance de légitimation de l'achat).

Le libraire endosse dès lors un nouveau rôle, celui de libraire sans clients physiques : il incarne, mais à distance ; étrange paradoxe qui va l'inciter à s'adapter. Il met au point ou accélère ses méthodes de travail et doit désormais s'assumer en tant que logisticien, avec, condition *sine qua non*, une volonté absolue d'apprendre à utiliser les nouveaux outils logistiques qui vont dans le sens d'une accélération que l'on retrouve désormais à tous les niveaux du commerce. Dès lors, plusieurs « visions » complémentaires cohabitent : l'usage d'un savoir accumulé sur la durée, le savoir-faire qui permet au libraire de repérer le livre que recherche précisément le client et les outils spécifiques que l'on trouve dans le secteur, comme le *merchandising*. Ainsi, la technique et la technologie deviennent des éléments de conquête et se mettent au service d'une communication qui devient imaginative. Grâce aux moyens de SkypeTX, la librairie Mollat est désormais en mesure d'interviewer un auteur où qu'il se trouve, en créant, à distance, un plateau de télévision. Les internautes se souviennent ainsi d'avoir pu suivre en direct une rencontre avec le célèbre auteur gallois, Ken Follett.

Pour autant, les outils que l'on pourrait qualifier d'*anciens* ne sont pas voués à l'obsolescence : l'écriture garde son pouvoir, notamment celle des libraires qui sont incités à rédiger, à argumenter, à conseiller et à organiser des dossiers thématiques ; le téléphone revient en grâce offrant aux clients une voix et une écoute ; l'échange de *mails* par le biais du site du commerçant est devenu d'un usage courant, nécessitant vigilance et réactivité.

Avec la réouverture des magasins pendant la période de Noël, il a fallu faire de nouveau preuve d'adaptabilité face, d'une part, aux exigences sanitaires et, d'autre part, aux contraintes psychologiques, beaucoup de consommateurs, souvent pressés, considérant le déplacement comme une source de stress, étant en outre soumis à des jauges limitatives pouvant passer pour coercitives. Là encore, c'est l'imagination qui vient remédier à une situation exceptionnelle. La librairie Mollat imagine ainsi le *Popup*, un lieu un peu à l'écart du magasin qui regroupe les titres les plus importants classés selon six thématiques, déjà emballés et étiquetés pour être reconnus par le client et identifiés lors de l'encaissement.

Ainsi, dans une situation extrême, où toutes les habitudes sont bousculées, il revient au libraire d'innover tout en constituant autour de son magasin, de son fonds, de sa politique commerciale, une communauté qui lui soit fidèle et qui manifeste sa reconnaissance par l'acte d'achat. Elle le retrouve sur les réseaux sociaux reconnus comme sa vitrine mouvante en même temps que son porte-voix.

Le troisième confinement, qui est intervenu en mars 2021, a permis à la librairie d'acquérir le statut envié de commerce « essentiel ». Le libraire est désormais rompu à la gymnastique intellectuelle et commerciale que réclame une période aussi singulière, entouré

de commerces fermés au cœur d'espaces où il représente la vie et la culture, là où, partout, cette dernière est soumise à des restrictions. Les chiffres d'affaires enregistrés sur cette période sont tels qu'ils permettent souvent de rattraper les périodes de fermeture totale, d'autant que les transactions réalisées sur Internet ne faiblissent pas, les habitudes prises par les consommateurs lors du second confinement s'inscrivant dans la durée, avec cette idée que le libraire est un interlocuteur de confiance plus à même de satisfaire leurs attentes qu'un algorithme de site surpuissant.

Il est patent que la chaîne logistique de préparation des envois, qui vient augmenter la productivité, permet une efficacité qui conforte le client dans son choix et dans sa fidélité.

La librairie est désormais considérée comme le lieu de rencontre, l'endroit de la transition entre le virtuel et le réel, offrant ce lien social qui a tant fait défaut lors des précédents confinements ; le libraire, qui profite aussi pour lui-même de cette liberté, accomplit des missions qui le situe au centre d'une vie sociale réduite.

Les leçons tirées des confinements

Les périodes de crise exacerbent les difficultés, mais incitent aussi à trouver des remèdes efficaces, c'est pourquoi les leçons à tirer de ces confinements réussis sont importantes.

Les réseaux sociaux ont ainsi confirmé leur importance stratégique : acheter un livre, c'est prolonger un échange ; le lire, c'est continuer à échanger.

La logistique, maîtrisée et adaptée, a convaincu qu'elle représentait un atout précieux, non seulement pour augmenter une productivité qui avait des effets sur les résultats, mais encore pour satisfaire un client devenu exigeant tant sur les délais que sur la qualité du service.

Le monde virtuel, animé par des professionnels qui ont un rapport direct avec le produit qu'ils défendent, a permis d'entretenir un lien précieux en mettant en avant le livre, cet objet unique et valorisé en tant qu'exception culturelle.

Enfin, les comportements des acheteurs ont connu de notables changements, déjà en germe, avec un déplacement des habitudes qui les voient désormais volontiers sortir les dimanches et jours fériés, faisant de leur visite en librairie une véritable activité culturelle et familiale, au même titre qu'une sortie au musée.

Des outils du futur déjà très présents

Les nouveaux modes de consommation obligent les professionnels à s'adapter en permanence, et il est évident qu'un produit aussi ancien que le livre a su faire preuve d'une capacité à évoluer et à se remettre en question, sans jamais renier ce qui a toujours fait sa force. Moins sensible aux modes, sans toutefois les repousser ou les ignorer, il a réussi à s'insérer dans une société qui place la communication au centre de la vie sociale. Objet d'un possible repli de l'individu tourné vers son intériorité, le livre est aussi un objet de désir, d'échange et de sociabilité.

Le libraire, conscient de l'enjeu sociétal que revêt le livre, a trouvé les moyens de s'épanouir en innovant, en utilisant notamment les outils d'analyse et les possibilités qu'offre la technologie.

Que l'on en juge par exemple à travers :

- **l'inbound marketing** qui rationalise le principe de l'entonnoir, en postulant qu'en générant du trafic sur Internet, grâce notamment à un bon référencement et au moyen de *blogs*, *podcasts*, vidéos, infographies, dossiers thématiques ou communiqués ciblés, on peut atteindre des *prospects* qui vont faire du visiteur un client que l'on pourra fidéliser au moyen d'une *newsletter*. En concevant son propre média, le commerçant crée ainsi sa propre clientèle ;
- **la lecture sur liseuse**, qui s'est imposée ailleurs, peut aujourd'hui prendre son essor à condition qu'elle n'écarte pas les librairies qui devraient en être la porte d'entrée. Mais pour cela, il faudrait que s'impose une normalisation des fichiers, et l'on a vu qu'en matière d'ePub3, bien du travail restait à accomplir ;
- **le livre lu**, cette forme particulière de *podcast*, manifeste une singulière richesse et une réelle capacité d'innovation. Mais là encore, la librairie se retrouve en position d'être exclue ;
- **le booktracking** a pour principe de récolter les informations de ventes en sortie de caisses et permet ainsi de fournir des informations fiables pour établir les palmarès et renforcer coopération et communication au sein de la profession. Il a pour vertu d'apporter de la fluidité dans la relation entre les éditeurs et leurs auteurs, d'anticiper les flux, ce qui permet *in fine* d'avoir un effet sur les taux de retour des livres qui peuvent ainsi baisser, avec une conséquence écologique positive ;
- **la surdiffusion** pour les libraires est un aspect en plein essor. Elle se concentre sur la nécessité d'entourer un livre lors de sa parution, de faire connaître son auteur en encourageant le développement de la notion de communauté de lecteurs. Il s'agit d'un nouvel investissement pour les éditeurs et d'un enjeu de taille face à une production intense.

Dans un système où les normes se multiplient, l'analyse a été faite de la nécessité de disposer d'un outil qui permettrait aux familles professionnelles de communiquer entre elles. C'est dans cet esprit qu'a été lancé ONIX (ONline Information Exchange), qui utilise un support XML (un format standard en technologies de l'information), que les éditeurs peuvent utiliser pour distribuer de l'information électronique relative à leurs livres auprès des grossistes, des distributeurs, des revendeurs et des libraires.

Enfin, l'État, par la voie législative, entend aussi réglementer un secteur sans cesse menacé par des intérêts puissants qui encouragent une dérégulation à tout crin. On a fêté en 2021 les quarante ans de la loi à laquelle Jack Lang a donné son nom et qui a permis la protection des librairies et d'en préserver la diversité. C'est dans cette filiation vertueuse que la sénatrice Laure Darcos porte la proposition de loi visant à conforter l'économie du livre et à renforcer l'équité et la confiance entre ses acteurs.

Conclusion

La richesse du libraire, c'est avant tout son irremplaçable savoir. Il lui reste à trouver les ressources, les intuitions, l'envie parfois, pour l'utiliser au mieux de ses intérêts et de ceux de ses clients.

Les librairies, qui disposent d'atouts techniques, technologiques, logistiques et communicationnels, sont les garantes d'une qualité de service que leur offrent les professionnels du secteur. C'est l'esprit du rapport des Affaires culturelles rendu par François Hurard et Serge Kancel en juillet 2021, dans lequel ils font le constat que la séquence difficile que nous venons de vivre a « constitué un banc d'essai permettant [aux libraires] d'améliorer les conditions dans lesquelles ils peuvent se développer dans le commerce en ligne » et qu'il n'y a « pas de fatalité à la position dominante de certains acteurs de taille mondiale ». Il importe, soulignent-ils, d'« ouvrir un chantier pour perfectionner et adapter » les outils existants.

L'intelligence artificielle n'est pas pour l'heure à même de remplacer l'esprit de synthèse et de proposition d'un acteur qui vit au contact du livre et dispose de ce savoir organisé que les machines viennent seconder.

Car la technique est là pour aider le libraire, sans le contraindre. Et si « le magasin de la mémoire est souvent plus fourni de matière que ne l'est celui de l'invention » (*Essais*, livre I, IX), il n'en demeure pas moins que le monde ancien du livre a tout à attendre d'innovations qui, en respectant son histoire, lui offrent un avenir.

Le savoir et le livre ont de beaux jours devant eux, avec un libraire qui, en lien avec l'éditeur, lequel connaît le marché, ses nuances, ses subtilités et ses soubresauts, peut aller de l'avant. Mais tout dépendra de la capacité de cette profession à évoluer.

Bibliographie

Proposition de loi visant à conforter l'économie du livre et à renforcer l'équité et la confiance entre ses acteurs, déposée à l'Assemblée nationale le 6 octobre 2021 par la sénatrice, Laure Darcos.

« Les libraires et disquaires au défi de la vente à distance », rapport de l'Inspection générale des affaires culturelles établi par François Hurard et Serge Kancel, inspecteurs généraux des affaires culturelles, juillet 2021.

« L'avenir du livre », colloque du 22 février 2007 organisé par la direction du Livre et de la Lecture (ministère de la Culture) et le Centre national du livre dans le cadre de la mission « Livre 2010 ».

BLOT-LEFÈVRE P. (2007), *Droit d'usage et protection de l'information numérique*, Editea.

BOSCHER M. et V. (2020), *La Méthode Boscher*, Paris, Belin.

HABRAND T. (2020), *Le livre au temps du confinement*, Bruxelles, Les Impressions nouvelles.

MOLLAT D. (2015), *Manifeste pour la librairie*, Paris, Autrement.

MONTAIGNE M. de (2019), *Essais* (édition de B. Combeaud), Paris, Laffont-Mollat, coll. « Bouquins ».

PUENTE V. (2021), *Le corps des libraires*, Paris, La Bibliothèque.

TRUPHEME S. (2021), *L'inbound marketing : attirer, conquérir et enchainer le client à l'ère du digital*, Paris, Dunod.