

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 35 (1998)
Heft: 1358

Artikel: Monde du livre : voir aux USA ce qui nous attend
Autor: Pahud, Claude
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1010234>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 29.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Voir aux USA ce qui nous attend

C'est un lieu commun de dire que ce qui se passe aux États-Unis nous arrivera demain. Mais si cette pensée populaire possède quelque sagesse, l'évolution que connaît le commerce du livre Outre-Atlantique sera bientôt la nôtre. Et les vents venus d'ouest sont souvent porteurs de mauvais temps.

AU ROYAUME ÉTASUNIEN du paradoxe, il est pensable de perdre et de gagner tout à la fois. Ainsi, la première librairie sur Internet, Amazon, connaît un succès à la hauteur de son échec. Cette librairie virtuelle offre des services spécialisés, rapides, des livres bon marché, et propose une convivialité qui tente d'imiter celle des petites boutiques; car le monde le plus irréel doit intégrer, pour être efficace, un peu d'«esprit de quartier», d'épaisseur humaine.

Boulimie omnivore

Jeff Bezos, le fondateur d'Amazon, annonce le rachat de deux sites extérieurs au commerce du livre: PlanetAll (130 millions de francs) et Junglee Corp (250 millions). Le premier permet de gérer un agenda personnalisé et met en contact les internautes ayant les mêmes intérêts; le second est une banque de données référençant tout ce qui se vend sur Internet.

Pourquoi cet appétit omnivore? Aux États-Unis, la lutte fait rage entre la librairie virtuelle et Barnes & Noble, véritable chaîne de librairies. Et Amazon – sept personnes à sa création en 1995, et 650 à fin 1997 – perd de l'argent, beaucoup. Pour 300 millions de francs de chiffre d'affaires, elle a fait 45 millions de déficit pendant le premier semestre 1998. C'est pourquoi, après avoir ouvert un «rayon» disque, elle a racheté ces deux sites et projette l'achat d'une base de données vidéo: Internet Movie Database. Amazon, s'étend aussi, géographiquement, hors des États-Unis: 20% de ses ventes s'effectuent hors USA et elle a acquis son concurrent allemand Telebuch, ainsi que l'anglais Bookpages.

Mais comment faire toutes ces emplettes, alors que sa boutique virtuelle produit des pertes? Sa capacité financière, Amazon la doit à son succès en Bourse, puisqu'elle y vaut trente milliards de dollars virtuels, c'est-à-dire septante-cinq fois son chiffre d'affaires.

Le meilleur ennemi d'Amazon est Barnes & Noble, un *super store* ouvert sept jours sur sept, de neuf heures à

minuit, où l'on peut feuilleter la presse, surfer sur le Net, travailler, boire des cappuccini, rencontrer des auteurs ou assister à des débats. Barnes & Noble a misé sur la convivialité et les prix bas. Avec soixante-cinq nouveaux magasins inaugurés en 1997, et autant en 98, Barnes & Noble détient cinq cent trente *super stores*. Sa plus proche concurrente, Borders – elles sont quatre à tenir le marché – ne détient «que» deux cents points de vente.

Les points positifs de cette autre toile d'araignée sont qu'elle couvre tous les États américains, que des librairies sont installées dans de petites villes ou des banlieues, que les prix de vente sont réduits et que l'offre de livres est vaste.

Ceux qui trinquent

Bien sûr, comme la vente globale de livres est stable, ce sont d'autres secteurs qui trinquent: les librairies indépendantes, dont les parts de marché tombent de 32% à 18% en cinq ans. L'Association des libraires indépendants comptait cinq mille membres en 1992, plus que quatre mille en 1997.

Dans les *super stores*, d'autre part, les libraires sont remplacés par de simples vendeurs – moins chers et pas compétents. L'accent n'est mis que sur les livres rentables, les *big books*, au point que les éditeurs doivent payer pour maintenir leurs livres en bonne place (système du *cooperative advertising* ou *coop ad*). Les ouvrages qui ne marchent pas assez vite sont, sans pitié, retournés ou soldés. Et les éditeurs finissent par produire en fonction des chaînes. Autre effet très pervers, ces derniers doivent dangereusement pousser le tirage, afin d'être pris au sérieux. Anecdote: une petite maison d'édition livre quarante mille exemplaires d'un titre commandé par Barnes & Noble. Trois mois plus tard, la chaîne retourne trente-cinq mille exemplaires et l'éditeur est au bord de la faillite. Et selon un éditeur: «Si vous refusez de livrer quarante mille exemplaires et n'en proposez que mille, votre livre ne les intéresse plus».

Chris Palme, directeur des ventes chez Harvard University Press, estime

que «c'est un système beaucoup moins efficace que lorsqu'on avait deux cents librairies indépendantes, exigeantes et solides, qui suivaient attentivement [leur] production».

Les mammoths ont les reins solides

Ainsi, entre le marteau cybernétique et l'enclume des *super stores*, librairies indépendantes et éditeurs non exclusivement commerciaux ont de faibles chances de survie. C'est que les mammoths ont les reins solides: Amazon a perdu sans douleur 15,8 millions de dollars pour le deuxième trimestre 98, et Barnes & Nobles 13,6.

Dans cette bataille de poids lourds, le vaincu sera le livre, dont la richesse, la multiplicité des textes édités et donc de la diversité des lieux où ils sont disponibles, seront piétinés sans trace aucune de remords.

Certains garde-fous sont pourtant connus, dont le principal est une loi sur le prix unique du livre, fixé par l'éditeur. Un avertissement supplémentaire nous est actuellement fourni par la Grande-Bretagne: en abandonnant en septembre 1995 le *Net Book Agreement*, qui établissait ce prix unique, elle a attiré la chaîne américaine Borders qui a acquis la chaîne Books. Barnes & Nobles s'intéresse à la chaîne Ottakars, ainsi qu'à HMV Media, qui possède les chaînes Waterstone et Dillons.

D'autre part, entre fin 1995 et avril 1997, l'Association des libraires a enregistré 239 résiliations, de librairies indépendantes surtout, et 195 nouveaux membres, principalement des succursales de chaînes.

Enfin, les chaînes faisant pression sur les remises octroyées par les éditeurs, ceux-ci augmentent leurs prix de vente: 16% pour le prix moyen des romans entre 1995 et 1997; 18% pour la fiction en poche – l'inflation restait à 4,6%... À ce jeu-là, même les lecteurs ne sont pas gagnants. *cp*

Sources: *Livres Hebdo*, 21 et 28.8.98; *Le Monde*, 30.1.98; voir aussi DP 1282, 1292, 1294, 1324 et 1350.