

Dansmazon.be, l'offensive des libraires pour contrer Amazon

Face au géant du web, les diffuseurs de presse belges francophones s'organisent.

MICHEL LAUWERS

Ce n'est encore qu'une épure, mais elle est déjà bien calibrée. Les diffuseurs de presse francophones réunis au sein de ProdiPresse mettent la dernière main à leur projet de plateforme web censée leur permettre de damer le pion à un géant du net comme Amazon. S'il est de bon ton de ne pas prononcer le nom du groupe américain venu chasser le client sur leurs terres, le nom provisoirement retenu pour baptiser leur plateforme montre clairement la voie: dansmazon.be. L'objectif est tout aussi limpide: il s'agit d'offrir aux consommateurs un service en ligne et des prix comparables à ceux d'Amazon, afin de les fidéliser ou de

recupérer ceux qui seraient tentés de passer leurs commandes de livres et autres produits de librairie via le site du groupe américain. Si le client ne perdra rien au change, puisque les conditions seraient grosso modo les mêmes, il pourra même y gagner sur le plan philosophique, puisqu'en privilégiant la plateforme dansmazon.be, il contribuera au maintien (à la survie?) du petit commerce local. De leur côté, les libraires estiment qu'ils formeront un groupement d'achat suffisamment important pour parvenir à proposer des prix attractifs. Ils comptent aussi sur l'effet de masse de leur clientèle, sachant qu'ils accueillent chaque

jour dans leurs magasins «physiques» entre 250.000 et 300.000 clients. Pour l'heure, les pères du projet ont déjà conçu son architecture logistique. Il leur reste à boucler le financement. Si tout se déroule selon leurs plans, la plateforme sera testée à l'automne prochain, avant son lancement officiel au premier trimestre 2018. **LIRE EN PAGE 4**

«Objectif: accompagner nos clients dans leurs changements de mode de consommation.»

XAVIER DEVILLE

VICE-PRÉSIDENT DE PRODIPRESSE

Dansmazon.be, l'idée des libraires pour contrer Amazon

Face au raz-de-marée des géants du net qui déferle sur leurs terres, leur menant une dure concurrence, les diffuseurs de presse francophones s'organisent: ils vont lancer leur propre plateforme.

MICHEL LAUWERS

Comment réagir face au géant américain Amazon? Cette question, de nombreux professionnels des secteurs culturels comme le commerce des livres, des DVD ou des jeux se la posent régulièrement. En Belgique, le distributeur de livres Actissia est passé à l'action au début de l'année en créant le site chapitre.be (après avoir repris chapitre.com en France) avec pour ambition de chasser sur les mêmes terres (celles du livre, du moins) et, toutes proportions gardées, avec les mêmes armes qu'Amazon. On vient d'apprendre que du côté des diffuseurs de presse, la résistance commence aussi à s'organiser. L'initiative en revient à ProdiPresse, l'association qui représente les intérêts des libraires de presse francophones. Elle planche en effet sur un projet de plateforme web, qui proposera une série de produits

aux mêmes conditions que sur le site du colosse américain, a-t-on appris à bonne source. Une info confirmée au siège de l'association, où l'on précise aussitôt que le projet n'est encore qu'en phase de préparation. On y ajoute que rien ne semble prévu pour l'heure du côté néerlandophone, où les styles de consommation sont différents.

Nom, objectif et agenda

Attention, défense de (sou) rire... Le nom de code du projet est dansmazon.be. Toute ressemblance avec des sociétés existantes ne saurait être que fortuite... Cela pourrait devenir l'appellation officielle du site, mais la question reste à trancher.

L'objectif? «Accompagner nos clients dans leurs changements de mode de consommation», explique Xavier Deville, vice-président de ProdiPresse. Plus précisément: leur offrir via la plateforme web une partie des produits proposés ou que l'on peut commander en librairie. La liste des articles n'est pas encore

arrêtée non plus, mais elle comprendra certainement des livres et peut-être des jeux en ligne. Les clients pourront accéder au site et passer commande, ou demander à leur libraire de le faire pour eux. La livraison se fera dans les 24 ou les 48 heures en recourant aux services d'opérateurs logistiques bien établis, tels que bpost ou sa filiale AMP.

La philosophie du système se résume en une phrase: cela ne coûtera pas plus cher au consommateur que s'il passait commande auprès d'un géant du web, alors qu'en agissant de la sorte, il contribuera à faire vivre le commerce local. Dès lors que les prix sont comparables, le raisonnement semble imparable. Si les libraires sont convaincus

qu'ils pourront appliquer pareilles conditions, c'est parce qu'ils formeront ensemble un important groupement d'achat, d'une part, et qu'ils peuvent compter, d'autre part, sur une large masse de clientèle. Chaque jour, le réseau de libraires fédéré par ProdiPresse voit passer entre ses rayons entre 250 et 300.000 clients.

Sur le papier, la logistique du système est définie. Il reste à régler la question de son financement. Plusieurs options sont envisagées, y compris une combinaison de levées de fonds incluant, pourquoi pas?, le recours au financement participatif (crowdfunding). La participation des Régions sous forme de subsides est également envisagée. Il faudra plusieurs centaines de milliers d'euros pour soutenir le lancement de la plateforme. Si tout se déroule selon les plans, dansmazon.be pourra passer en phase de test à l'automne prochain, afin de vérifier le fonctionnement de ses applications. Selon cet agenda, le lancement opérationnel du site aura lieu au premier trimestre 2018.

Les diffuseurs de presse membres de l'association seront tous invités à y participer. Ils sont 1.060 en francophonie. Les pères du projet tablent sur la participation d'environ 400 d'entre eux à l'issue de la première année, puis sur 6 à 700 un an plus tard.

«L'objectif est d'accompagner nos clients dans leurs changements de mode de consommation.»

XAVIER DEVILLE
VICE-PRÉSIDENT
DE PRODIPRESSE