

## Derrière le livre, le livre d'occasion

Le marché du livre d'occasion a retrouvé du dynamisme grâce au développement des plates-formes de vente en ligne. Cette révolution numérique a aussi renforcé la concurrence et tiré les prix vers le bas

-----  
PAR VINCENT CHABAULT

**P**réoccupés par l'essor du livre numérique, les éditeurs français n'ont pas prêté attention aux mutations du marché de l'occasion. Son extension, sous l'effet du développement des plates-formes, modifie les normes du rapport marchand que les lecteurs entretiennent au livre.

Méconnu, le marché du livre d'occasion est central pour la circulation de l'imprimé. Les consommations des lecteurs sont estimées depuis peu par le ministère de la culture : plus d'un acheteur de livres neufs sur quatre acquiert aussi des volumes d'occasion ; près de deux livres achetés sur dix le sont sur le marché de seconde main. Concernant la littérature dans plus de la moitié des cas, l'achat du livre d'occasion, dont le prix moyen est de 4,20 euros, est un livre de poche dans 40 % des cas. Enfin, les lieux d'achat sont les plates-formes numériques (50 %), les librairies (10 %), puis les brocantes, les marchés et les boutiques caritatives.

Le dynamisme du marché s'explique par trois facteurs. L'essor des plates-formes de vente en ligne a démocratisé les pratiques marchandes des particuliers pour l'achat comme pour la revente. La crise économique de 2008 a également déplacé certaines dépenses des Français vers le marché de seconde main.

Enfin, le livre, comme le prêt-à-porter ou l'ameublement, est aujourd'hui concerné par les nouvelles valeurs de consommation axées sur la circulation et le réemploi des biens durables.

Dans ce contexte, le marché du livre d'occasion est traversé par plusieurs logiques. D'une part, sa transformation numérique déplace les transactions sur Internet. Aujourd'hui, n'importe quelle librairie d'occasion réalise une part substantielle de ses ventes sur le Web, qui a constitué, même à contrecœur, une planche de salut pour ces indépendants. D'autre part, de nouveaux détaillants sont apparus en revendiquant un engagement environnemental. Ces acteurs, qui collectent et recommercialisent des dons, constituent une forte concurrence en adoptant des pratiques de tri et de fixation des prix de revente hautement rationnelles. Ces nouveaux entrants, présents sur les « marketplaces », et les détaillants numériques intègrent à leur activité des algorithmes visant à mener une traque tarifaire contre les libraires en tirant les prix vers le bas.

### « LA FRANCE DU BON COIN »

Enfin, le livre est aujourd'hui pris en charge par « la France du Bon coin ». Des particuliers, grands ou petits lecteurs, revendent leur propre bibliothèque ou le produit de leur glanage urbain. S'il ne semble pas représenter des recettes colossales, ce canal de vente amateur attire de nombreux lecteurs-consommateurs dotés d'un budget restreint ou intéressés par des éditions de qualité revendues à prix doux. Les quelques revendeurs connus de tous – des bouquinistes des quais de Seine aux enseignes centenaires du boulevard Saint-Michel, à Paris – ont vu depuis une quinzaine d'années se multiplier des confrères à la démarche économique assumée.

Si l'on peut se réjouir de la démocratisation du marché du livre d'occasion, le renforcement de la concurrence paupérise les indépendants, qui voient leurs marges se réduire, en raison

notamment des algorithmes fixant toujours le prix le plus bas possible à une référence mise en vente sur les plateformes. Aux règles du métier se substitue une cote Internet à laquelle tous les acteurs doivent se soumettre pour demeurer compétitifs. Du côté des éditeurs, si certains secteurs sont plus concernés que d'autres, le dyna-

misme du marché de l'occasion et l'arrivée de détaillants non professionnels devraient les conduire à réfléchir à cette évolution, certes moins documentée que le déclin de la lecture, mais tout aussi décisive pour l'avenir de leur activité. Toutes les conditions semblent être réunies pour que la cannibalisation prenne de l'ampleur. ■

**J**  
**Vincent Chabault**, sociologue à l'université Paris-Descartes, est l'auteur de plusieurs ouvrages sur le commerce du livre, il a aussi écrit « *Sociologie de la consommation* » (Dunod, 2017)