



LE MARCHÉ DU LIVRE D'OCCASION :

premiers éléments de cadrage

Direction générale des médias et des industries culturelles
– Service du livre et de la lecture, Observatoire de l'économie du livre –

Table des matières

des pratiques minoritaires, mais en progression.....	2
une grande mixité des pratiques d'achat.....	3
le poids de l'occasion et du numérique en volume et en valeur.....	5
les prix moyens : l'occasion 60 % moins cher que le neuf.....	6
surreprésentation des ouvrages de littérature générale.....	6
internet, premier canal d'approvisionnement en livres d'occasion.....	7
un double développement au détriment du marché du livre imprimé neuf ?.....	8
Fiche technique.....	12
Annexe - Les données sur le marché du livre d'occasion avant les panels Kantar Sofres et GfK.....	12

Mal couvert, jusqu'à une date récente, par les sources statistiques existantes, le marché du livre d'occasion a fait, ces dernières années, l'objet de beaucoup de spéculations – et l'on a vu se multiplier les articles alarmistes faisant état de son « explosion » au moment où le marché du livre neuf, après une décennie de développement, connaissait à partir de 2008 plusieurs années de stagnation puis de repli.

S'appuyant sur des mesures pas toujours très précises et parfois mal interprétées (*voir Annexe*), cet alarmisme semblait prendre le relais de celui qui, quelques années plus tôt, avait prédit que l'émergence du livre numérique allait inexorablement signifier la « mort » du livre imprimé, ou que le développement de la vente en ligne aboutirait rapidement à la disparition des librairies.

Avec l'apparition d'outils de mesures plus robustes, en 2012 le baromètre Kantar Sofres (anciennement TNS Sofres) sur les achats de livres puis, fin 2013, le panel de consommateurs sur les achats de produits culturels mis en place par GfK, on dispose désormais d'éléments permettant d'estimer le poids réel de ce marché et de ses évolutions - ainsi que de premiers éléments sur sa structure – et sur sa place dans les pratiques d'achat de livres des Français.

Dans le même temps, ces deux outils multi-clients permettaient également d'obtenir de premières mesures sur une nouvelle forme de pratique d'achat de livres : l'achat de livres numériques.

À partir des données du baromètre Kantar Sofres, dont il est souscripteur, et d'une étude spécifique confiée à GfK sur les achats de livres d'occasion et de livres numériques, le ministère de la culture se propose, à la veille de l'ouverture des 4^e Rencontres nationales de la librairie, de faire un premier point sur l'état et les évolutions récentes de ces marchés, et en particulier, de celui du livre d'occasion.

des pratiques minoritaires, mais en progression

Les différences de périmètre et de mode de recueil des informations entre les deux panels (*voir encadré Fiche technique*) font que les mesures fournies des pratiques d'achat de livres peuvent différer quelque peu en niveau : le périmètre du baromètre Kantar Sofres est ainsi légèrement plus restreint, puisqu'à la différence du panel GfK, il n'inclut ni les livres scolaires, ni les cartes géographiques ni les images.

Par-delà ces écarts, dont l'analyse doit être approfondie, les mesures fournies par les deux panels sont **globalement convergentes**, tant en ordre de grandeur instantané qu'en tendance d'évolution.

Les deux panels montrent ainsi que l'achat de livres d'occasion et de livres numériques sont aujourd'hui, à des échelles différentes, **des pratiques minoritaires** dans la population, mais aussi, à des rythmes différents, **des pratiques en développement**.

Hors livres scolaires, le baromètre Kantar Sofres estime qu'en 2016, alors que plus de 96 % des acheteurs de livres avaient acheté au moins un livre imprimé neuf (51 % de la population française de 15 ans et plus), un peu plus de 20 % des acheteurs de livres (21,5 %, soit 11,5 % de la population française de 15 ans et plus) avaient acheté au moins un livre d'occasion au cours de l'année. Ce chiffre marque une progression de 3,5 points par rapport à 2012, où l'achat de livres d'occasion n'était pratiqué que par 18 % des acheteurs (9,5 % de la population française), avec une progression

par paliers : 19 % des acheteurs en 2013 comme en 2014, puis une progression plus marquée à 21,5 % dès 2015, inchangée en 2016.

Sur une période plus courte mais en incluant les achats de livres scolaires d'occasion, le panel GfK chiffre à 24 % en 2014 la proportion des acheteurs de livres ayant acheté au moins un livre d'occasion. Il enregistre également une progression de cette pratique en 2015 (25%) et, de façon moins marquée, en 2016 (25,5%).

Pratique plus minoritaire, l'achat de livres numériques a connu en proportion une progression plus marquée, et aussi plus régulière, que l'achat de livres d'occasion : pratiqué par 4 fois moins d'acheteurs en 2012 (4,5 % des acheteurs de livres, soit 2,5 % de la population française), l'achat de livres numériques était pratiqué par 7,5 % des acheteurs de livre en 2016 (4 % de la population française), soit désormais un tiers du taux d'achat de livres d'occasion.

% d'acheteurs de livres ayant acheté des livres d'occasion et des livres numériques dans l'année

en % des acheteurs de livres de 15 ans et plus	2012	2013	2014	2015	2016
baromètre Kantar Sofres					
acheteurs de livres neufs (hors scolaire)	97,0%	97,0%	96,5%	96,0%	96,5%
acheteurs d'occasion (hors scolaire)	18,0%	19,0%	19,0%	21,5%	21,5%
acheteurs de livres numériques	4,5%	5,0%	6,0%	7,0%	7,5%
panel consommateurs GfK					
acheteurs de livres neufs (yc scolaire)	-	-	97,0%	96,5%	96,5%
acheteurs de livres d'occasion (yc scolaire)	-	-	24,0%	25,0%	25,5%
acheteurs de livres numériques	-	-	5,0%	5,5%	7,0%

source : Kantar Sofres et GfK pour DGMIC/SLL, données baromètre Achats de livres (2012-2016) et panel consommateurs de 15 ans et plus (2014-2016)

En valeur absolue, c'est cependant le livre d'occasion qui a gagné le plus d'acheteurs au cours des 5 dernières années : 1,1 million d'acheteurs de plus en 2016 qu'en 2012 selon Kantar, contre 0,850 pour le livre numérique et 0,100 pour le livre neuf.

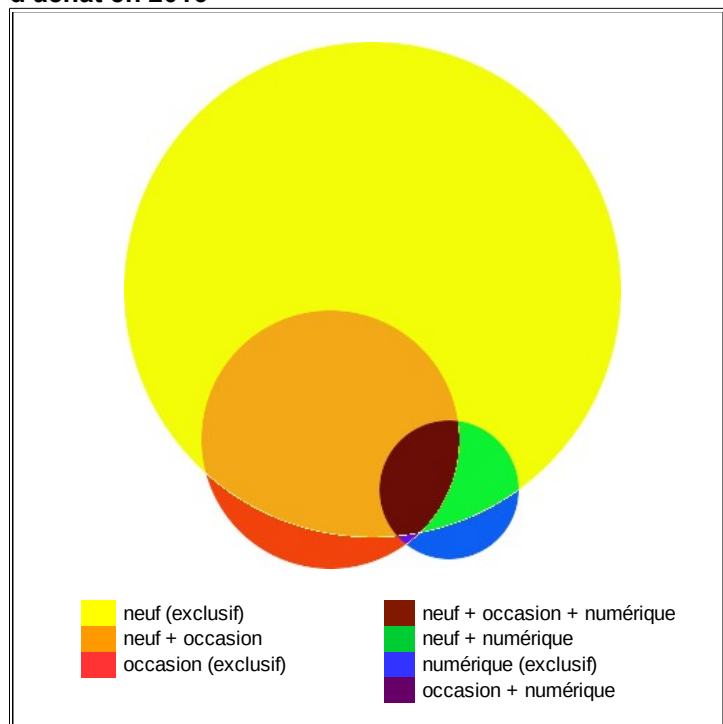
une grande mixité des pratiques d'achat

Dans l'immense majorité des cas, les acheteurs de livres d'occasion et de livres numériques sont aussi des acheteurs de livres imprimés neufs : en 2016, seuls 2 % des acheteurs de livres n'avaient acheté que des livres d'occasion au cours de l'année et 1 % n'avaient acheté que des livres numériques (*données GfK*).

A côté des 70 % d'acheteurs de livres qui n'achètent que des livres neufs, un peu plus de 25 % d'entre eux combinent les différentes pratiques d'achat de livres :

- 21 % achètent des livres neufs et des livres d'occasion (mais pas de livres numériques),
- 4 % des livres neufs et des livres numériques (mais pas de livres d'occasion),
- et 2 % achètent à la fois neuf, occasion et numérique – la stricte combinaison occasion/numérique étant infinitésimale.

représentation cartographique de la répartition des acheteurs de livres selon la mixité des pratiques d'achat en 2016



source : DGMIC/SLL, données panel consommateurs GfK retraitées

Dit autrement : au cours d'une année donnée, alors que 3 acheteurs de livres neufs sur 4 n'achètent que des livres neufs, la propension à l'exclusivité est beaucoup plus faible chez les acheteurs de livres d'occasion (1 acheteur de livres d'occasion sur 10). Elle est un peu plus marquée chez les acheteurs de livres numériques (1 acheteur sur 4 en 2014 et 2015), mais semble se réduire au fur et à mesure du développement de la pénétration du livre numérique (1 acheteur sur 6 en 2016).

De façon très majoritaire, l'achat de livres d'occasion ou de livres numériques vient donc **en appoint de l'achat de livres neufs**.

des pratiques cumulatives

Pratique mixte la plus répandue, l'achat de livres neufs et de livres d'occasion est aussi cumulative en intensité : **les acheteurs de livres d'occasion achètent en moyenne davantage de livres neufs** (de 35 % à 50 % de plus selon les années que la moyenne des acheteurs de livres neufs) et les gros acheteurs de livres d'occasion (12 livres d'occasion et plus) achètent en moyenne près de 2 fois plus de livres neufs (*données GfK*).

le poids de l'occasion et du numérique en volume et en valeur

L'occasion : autour de 15 % des achats et 6 % du budget livre des ménages en 2016

Selon Kantar Sofres, la part de l'occasion dans le volume total des achats de livres des ménages est passé de 13 % en 2012 à 15,5 % en 2016 (+2,5 points), avec une progression régulière d'un demi-point par an jusqu'en 2015 et une progression d'1 point entre 2015 et 2016.

Entre 2014 et 2016, le panel consommateurs GfK enregistre également une progression sensible du poids de l'occasion dans le total des achats des ménages, de 11,5 % en volume en 2014 à 13,5 % en 2016 (+2 points).

Si, pour des raisons tenant aux différences de mode de recueil des informations, les deux instituts ne chiffrent pas exactement au même niveau le poids de l'occasion **en volume**, on retiendra cependant :

- que l'ordre de grandeur, **autour de 15 % en 2016**, est globalement le même,
- et que, comme le laissait supposer la progression du nombre d'acheteurs d'occasion, les données des deux instituts montrent une **progression des volumes dans la période récente**.

En valeur, compte tenu du faible prix moyen des livres d'occasion (*voir ci-dessous*), **la progression apparaît plus modérée** : de 5,5 % de la dépense totale en livres des ménages en 2012 à 6,5 % en 2016 selon Kantar Sofres (+ 1 point) et de 5,0 % à 6,0 % entre 2014 et 2016 selon GfK.

les livres numériques : 3 % à 4 % des achats et 2 % à 3 % du budget livre des ménages en 2016

De façon similaire, les deux instituts ne chiffrent pas exactement au même niveau le poids des livres numériques dans les achats des ménages, tout en restant dans des ordres de grandeur comparables et en enregistrant un développement continu de ces achats.

Selon Kantar Sofres, la part du numérique dans les achats en volume est passée de 2,5 % en 2012 à 4,0 % en 2016, GfK enregistrant pour sa part une progression de 2,0 % des achats en volume en 2014 à 3,0 % en 2016.

Compte tenu, là aussi, du prix moyen plus faible des livres numériques, le poids dans les dépenses totales des ménages est sensiblement plus faible, passant de 2,0 % en 2012 à 3,0 % en 2016 selon Kantar Sofres (de 1,5 % en 2014 à 2,0 % en 2016 selon GfK).

poids des livres d'occasion et des livres numériques dans les achats en volume

<i>en % du total des exemplaires achetés</i>	2012	2013	2014	2015	2016
baromètre Kantar Sofres					
livres d'occasion (hors scolaire)	13,0%	13,5%	14,0%	14,5%	15,5%
livres numériques	2,5%	2,5%	3,0%	3,5%	4,0%
panel consommateurs GfK					
livres d'occasion (yc scolaire)	-	-	11,5%	13,5%	13,5%
livres numériques	-	-	2,0%	2,5%	3,0%

source : Kantar Sofres et GfK pour DGMIC/SLL, données baromètre Achats de livres (2012-2016) et panel consommateurs de 15 ans et plus (2014-2016)

les prix moyens : l'occasion 60 % moins cher que le neuf

Les deux instituts situent le prix moyen des livres d'occasion achetés (hors frais de port) entre 4,20 € (Kantar) et 4,50 € (GfK) ¹, soit autour de 60 % de moins que le prix moyen des livres neufs.

Dans les deux cas, ce prix moyen varie peu au cours des périodes observées (amplitudes respectives de 21 cts et 25 cts), et ces variations sont plutôt en dents de scie, ne dessinant aucune tendance à la hausse ou à la baisse.

Les mesures sont plus divergentes s'agissant du prix moyen des livres numériques achetés, qui s'établit, de façon relativement stable entre 2012 et 2016, autour de 7,75 € selon Kantar Sofres (30 % de moins que le prix moyen des livres neufs), tandis que les données GfK font apparaître une baisse continue du prix moyen, de 7,25 € en 2014 à 5,90 € en 2016, soit un écart croissant, de -32 % à -46 % par rapport au prix moyen des livres neufs.

surreprésentation des ouvrages de littérature générale

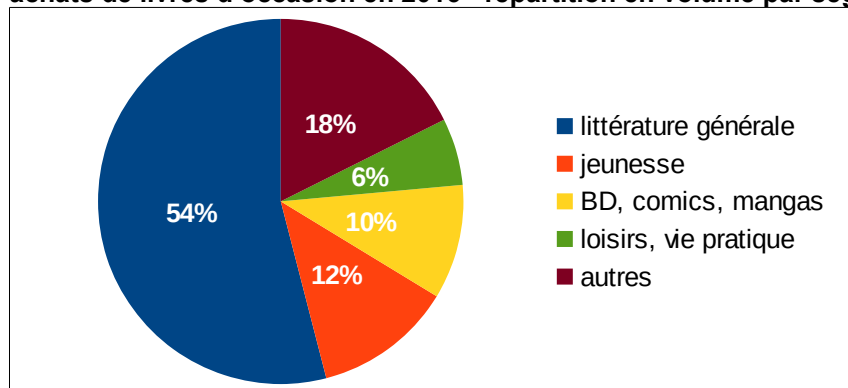
Avec plus de 50 % des achats en volume, soit deux fois plus que sur le marché du livre neuf, les livres de littérature générale sont fortement surreprésentés dans les achats d'occasion (données GfK).

De façon corrélée, les livres de poche (autour de 40 % des achats en volume) sont, à un moindre degré, surreprésentés dans les achats de livres d'occasion.

À l'inverse, les livres pour la jeunesse (de 12 % à 15 % des achats entre 2014 et 2016) sont nettement sous-représentés, avec un poids presque deux fois moindre que sur le marché du livre neuf, ce qui est également le cas des livres du segment Loisirs/Pratiques, qui représentent, sur le marché du livre d'occasion, 5 % à 6 % des achats en volume selon les années.

Seules les bandes dessinées (de 9 % à 10 % des achats en volume) pèsent d'un poids à peu près équivalent, même s'il est légèrement inférieur, à leur poids sur le marché du livre neuf.

achats de livres d'occasion en 2016 - répartition en volume par segments



source : GfK pour DGMIC/SLL, données panel consommateurs de 15 ans et plus

¹ Valeurs moyennes sur 2012-2016 (Kantar Sofres) et 2014-2016 (GfK).

internet, premier canal d'approvisionnement en livres d'occasion

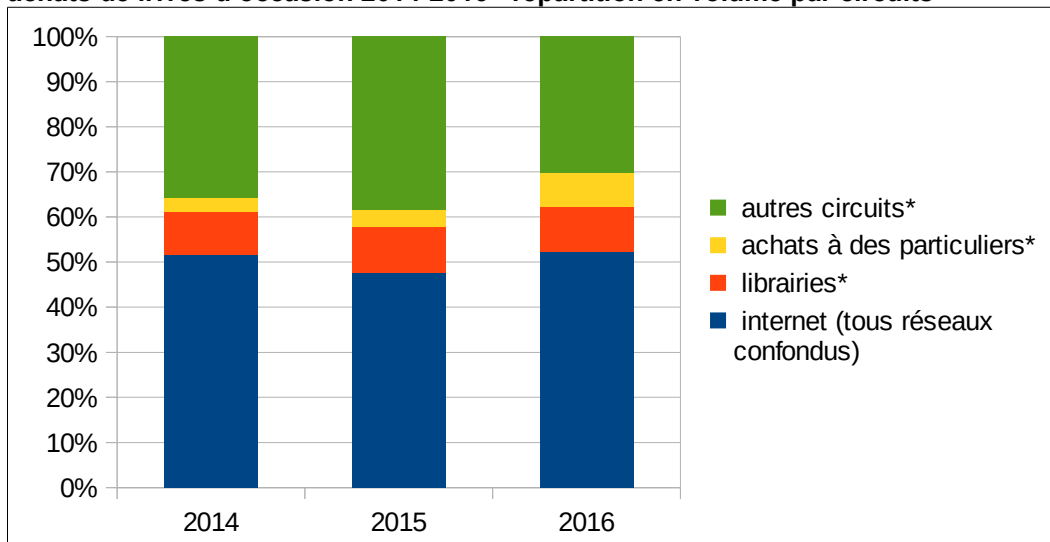
Selon le panel consommateurs de GfK, sur toute la période 2014-2016, 1 livre d'occasion sur 2 a été acheté sur internet (tous canaux internet confondus : sites de grandes surfaces ou de librairies, *pure players* généralistes, plateformes de type Price Minister ou e-Bay).

Avec environ 10 % des achats, le circuit des librairies ressort à ce stade comme le deuxième circuit identifié pour l'approvisionnement en livres d'occasion, devant les achats directs à des particuliers (hors internet), qui représentent selon les années de 3 % à 7 % des achats.

Cette cartographie des circuits d'achat du livre d'occasion est cependant encore incomplète, une proportion très conséquente des achats d'occasion (30 % à 38 % selon les années) n'étant à ce jour pas ventilée.

L'une des seules données antérieurement disponibles sur la question des circuits d'achat des livres d'occasion laisse à penser que les brocantes, les bouquinistes et les marchés représentent l'essentiel de ces « autres circuits »².

achats de livres d'occasion 2014-2016 - répartition en volume par circuits



source : GfK pour DGMIC/SLL, données panel consommateurs de 15 ans et plus
* hors achats via internet (sites, *marketplaces* ou plateformes)

² Ipsos/Livres Hedo 2014, *Les Nouveaux Lecteurs, État des lieux et évolutions des pratiques de lecture depuis 2011*. L'enquête indiquait que, parmi les 20 % de lecteurs qui déclaraient avoir acheté des livres d'occasion au cours de l'année, 61 % indiquaient les avoir achetés « chez un bouquiniste, sur une brocante, au marché ». Les autres canaux cités étaient internet, mentionné par 30 % des acheteurs d'occasion (18 % sur des sites qui vendent aussi des livres neufs, 14 % sur des sites spécialisés dans l'occasion) et, pour 19 % des acheteurs d'occasion, « des librairies comme Gibert Joseph, Boulinier... », 5 % des acheteurs mentionnant enfin « d'autres circuits » – parmi lesquels, probablement, l'achat direct à des particuliers (total supérieur à 100 %, plusieurs réponses possibles).

En nombre d'acheteurs comme en sommes dépensées, la prépondérance d'internet est plus marquée encore, avec un poids fluctuant autour de 66 %.

C'est en effet sur internet que le prix d'achat moyen des livres d'occasion est comparativement le plus élevé (autour de 5,70 €), alors qu'il est inférieur à 3,00 € dans le poste Autres circuits comprenant probablement les brocantes, bouquinistes et marchés.

S'il est probable que, pour des raisons tenant au mode de recueil des informations, **les parts de marchés des circuits internet sont quelque peu sur-évaluées** par le panel GfK ³, il n'en reste pas moins tout aussi probable qu'avec la multiplication et l'élargissement des *marketplaces*, **internet soit effectivement devenu le canal privilégié**, au moins en valeur, **pour l'achat de livres d'occasion**.

6 enseignes concentrent 50 % des achats de livres d'occasion

Les données du panel consommateurs de GfK font également apparaître que, sur toute la période 2014-2016, 6 enseignes (achats en ligne et en magasin cumulés, y compris *marketplaces*) concentrent un peu plus de la moitié des achats d'occasion en volume : 4 *pure players* (par ordre alphabétique : Amazon, eBay, Le Bon Coin et PriceMinister) et 2 enseignes « traditionnelles » (par ordre alphabétique : la FNAC et Gibert Joseph).

Les deux premières (par ordre alphabétique : Amazon et PriceMinister) concentrent sur toute la période environ **35 % des achats en volume**.

un double développement au détriment du marché du livre imprimé neuf ?

Si l'achat de livres d'occasion comme l'achat de livres numériques demeurent des pratiques minoritaires, leur progression contraste avec la relative stabilité, voire la légère érosion des achats de livres imprimés neufs.

Le poids acquis par internet sur le marché de l'occasion laisse à penser que **le développement de ce marché devrait se poursuivre**, et ce, pour plusieurs raisons.

En premier lieu, par simple **effet de génération** : chaque année, dans la population des acheteurs de livres, de jeunes acheteurs pour qui internet est une modalité d'achat naturelle remplacent des acheteurs âgés qui, en proportion, y recourent moins. Une part croissante de la population des

³ Contrairement aux achats de livres neufs, pour lesquels GfK peut confronter les réponses issues du panel consommateurs aux données de son panel distributeurs, il n'y a pas de base de comparaison pour les données d'achat de livres d'occasion.

Or, la diversité des canaux de vente du livre d'occasion disposant d'une offre significative étant moindre que sur le marché du livre neuf, on peut penser que la propension des répondants à un panel *online* à acheter par internet est plus marquée encore pour le livre d'occasion que pour le livre neuf.

Même s'il convient d'être prudent dans le rapprochement des deux séries de données, on verra un indice de cette probable surévaluation du poids d'internet dans la position inversée des postes Internet et Autres Circuits dans les taux de pénétration 2014 du panel GfK et ceux mesurés début 2014 dans l'enquête Ipsos/Livres Hebdo sur les pratiques d'achat de livres d'occasion en 2013 : 65 % Internet et 37 % Autres circuits dans le panel GfK, contre 61 % Autres circuits et 30 % Internet dans l'enquête Ipsos (2000 personnes de 15 ans et plus interrogées en face à face à domicile).

acheteurs est donc exposée à l'offre de livres d'occasion disponibles, et de façon systématique puisque, sur les sites généralistes, **la recherche sur un titre donné propose par défaut les offres d'occasion disponibles** pour ce titre.

Succédant à l'apparition des sites de revente (PriceMinister, eBay) au début des années 2000, le développement des marketplaces (Amazon 2003, FNAC 2009, cdiscount 2011) fait qu'il est en effet devenu possible en quelques clics de s'assurer de la disponibilité d'un titre en occasion ⁴. C'est un **changement de paradigme** par rapport à la situation antérieure dans laquelle la disponibilité des titres en occasion n'était jamais vraiment assurée : hormis dans quelques grandes librairies spécialisées où l'on avait une chance de trouver un exemplaire d'occasion d'un titre recherché en particulier, l'organisation du marché de l'occasion, si l'on met de côté le cas particulier des manuels scolaires, permettait au mieux de planifier l'achat d'un type de livres particulier (roman en poche, BD, livre d'art,...). Acheter des livres d'occasion supposait de se rendre dans des lieux spécifiques dans lesquels on se laissait tenter, ou non, par un ou plusieurs titres de l'offre présente.

Les données du panel GfK montrent ainsi qu'**un achat d'occasion sur 3 est un achat prémédité au titre**, c'est-à-dire que l'acheteur était décidé à acheter ce titre en particulier, et que cette proportion grimpe à près de 60 % pour les livres d'occasion achetés sur internet (58 % contre 12 % dans les autres circuits).

Un achat d'occasion sur 4 est prémédité au genre ou au rayon, et la proportion d'achats spontanés, c'est-à-dire non prémédités ni au titre ni au genre, n'est que de 39%, certes plus élevée que pour l'achat de livres neufs (30%), mais pas de façon spectaculaire.

D'autres facteurs tendent ensuite à **provoquer, ancrer ou multiplier les achats d'occasion** chez les acheteurs qui se rendent sur une plateforme pour vérifier la disponibilité d'un titre donné, qu'il s'agisse des alertes pour les titres non disponibles en occasion ou, sur certains sites, des pratiques d'optimisation du coût des frais de port ⁵.

Via le développement des *marketplaces*, internet a donc contribué à **globaliser l'offre de livres** et à **banaliser l'achat d'occasion** – on observe d'ailleurs qu'il n'y a pas de différence significative dans le profil des acheteurs de livres d'occasion et celui des acheteurs de livres neufs – phénomène accentué par la frontière pour le moins brouillée que l'on peut rencontrer sur certains sites entre les offres « neuf » et « occasion ».

Simultanément, **l'achat de livres numériques bénéficie lui aussi de facteurs objectifs de développement**, à commencer par l'élargissement de l'offre disponible (225 000 références fin 2016 selon Electre, auxquelles s'ajoutent les titres des plateformes d'autopublication), qui se superpose aussi à un effet de génération.

4 Y compris pour la disponibilité en occasion des ouvrages récents : une enquête conduite début 2014 montre que les 50 meilleures ventes d'Amazon étaient également disponibles en occasion, et que 50 des 54 titres d'un échantillon de nouveautés recensées par les pages livre de 10 hebdomadaires en janvier 2014 l'étaient également (Joëlle Farchy, Camille Jusant, *Qui a peur du marché de l'occasion numérique ? La seconde vie des biens culturels*, Presses des Mines, 2015).

5 Cf. ce témoignage recueilli par Vincent Chabault dans l'enquête qualitative qu'il a conduite en 2013 auprès d'acheteurs en ligne : « Surtout chez [...] où acheter à un même vendeur permet de réduire les frais de port. Du coup, je regarde ce qu'il vend d'autre, je lis les résumés et prends ce qui m'intéresse » (*49 ans, chargée de communication SNCF, achat régulier de romans*). « Acheter des livres sur Internet. Une enquête qualitative sur les logiques de consommation des lecteurs », *TIC & société*, vol. 8, n°1-2, 2014, p. 216.

Mais l'impact des facteurs de développement de ces deux marchés sur les pratiques d'achat de livres neufs apparaît à ce jour relativement modéré et **la suprématie du livre imprimé** neuf dans les achats des ménages, si elle s'érode un peu, **n'apparaît pas menacée à brève échéance**.

Analysant le léger recul des ventes de livres neufs en volume entre 2015 et 2016 (-630 000 ouvrages, soit -2,3%), GfK indique que ce recul s'explique très majoritairement (67%, soit 1,5 point sur les 2,3 points de baisse) par le fait que des personnes qui avaient acheté des livres en 2015 n'en ont pas acheté du tout en 2016 (ni neuf, ni d'occasion, ni numérique). La « **cannibalisation** » **des achats de livres neufs** imprimés par l'achat de livres d'occasion ou de livres numérique n'arrive qu'en 2^e élément d'explication, pour une proportion certes significative (29 %, soit 0,7 des 2,3 points de baisse) mais néanmoins plus de deux fois plus faible que la disparition d'acheteurs.

Comme le rappelle Joëlle Farchy ⁶, l'effet de l'achat d'occasion sur les pratiques d'achat de livres neufs ne peut en effet se réduire au seul diagnostic de la cannibalisation. Comme dans le cas de l'emprunt de livres en bibliothèques, l'achat d'occasion peut aussi être motivé par la non disponibilité d'un titre à l'état neuf ; il peut aussi servir de test pour des auteurs ou des types de livres que le lecteur n'aurait pas achetés neufs et entraîner par la suite des achats de livres neufs qui n'auraient pas eu lieu sans ce test. Reste qu'à l'heure de l'économie de l'attention, le temps de lecture pris par les livres d'occasion vient en déduction du temps disponible pour la lecture de livres neufs – ce qui peut, même si la corrélation n'est pas immédiate, venir atténuer la propension à l'achat de livres neufs.

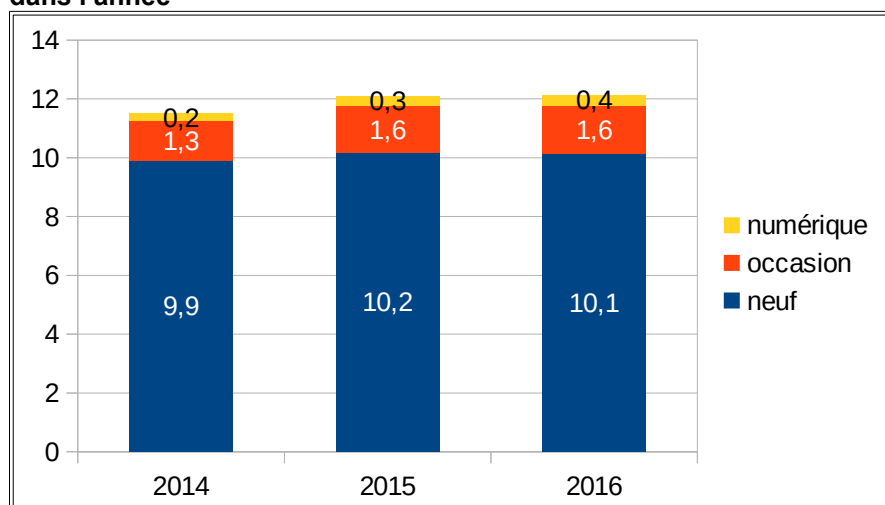
Si l'on observe l'évolution de la **composition en volume du panier de « l'acheteur de livres moyen »** entre 2014 et 2016 ⁷, on relève d'une part qu'elle ne varie qu'à la marge, et d'autre part que, malgré la progression du poids des livres d'occasion, le total « Livres imprimés neufs + Livres numériques » est en augmentation (de 10,1 livres en 2014 à 10,5 livres en 2016, +3,6 %). Le constat vaut aussi pour le montant des dépenses, qui augmente de +4,8 % entre ces deux dates.

⁶ *Op. cit.*, chapitre 2, « L'articulation entre le marché du neuf et le marché de l'occasion ».

En 2005, une équipe d'universitaires américains avait chiffré à 16 % la part de la cannibalisation des achats de livres neufs par les achats d'occasion sur Amazon, les 84 % restant étant des achats de titres qui n'auraient jamais été achetés à l'état neuf (A. Ghose, M.D. Smith, R. Telang, *Internet Exchanges for Used Books, An Empirical Analysis of Product Cannibalization and Welfare Impact*, www.heinz.cmu.edu/~rtelang/ub-isr.pdf).

⁷ Indicateur de synthèse qui traduit à la fois le panier moyen des acheteurs de chaque type de livres et la pénétration des pratiques d'achat des différents type de livres (« moyenne avec zéro » : le volume total acheté de chaque type de livres est divisé par le nombre total d'acheteurs de livres, tous types confondus : neuf, occasion ou numérique).

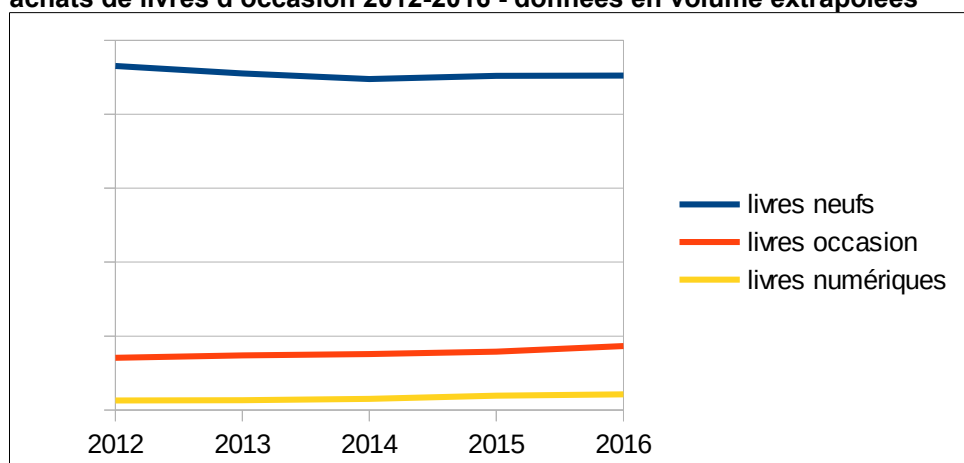
évolution de la composition du panier de « l'acheteur de livre moyen » - en nombre de livres achetés dans l'année



source : DGMIC/SLL, données panel consommateurs GfK retraitées

Le graphique ci-dessous permet également de remettre à l'échelle les évolutions comparées des trois marchés depuis 2012.

achats de livres d'occasion 2012-2016 - données en volume extrapolées



source : Kantar Sofres pour DGMIC/SLL, baromètre Achats de livres

Fiche technique

Si elles diffèrent dans leur mode de recueil des informations, les deux sources utilisées dans cette note ont en commun de porter sur de larges échantillons, interrogés plusieurs fois dans l'année, et, par rapport à des enquêtes sur échantillon *ad hoc*, d'offrir une plus grande fiabilité statistique des évolutions en raison de la permanence d'une année sur l'autre d'une large partie de l'échantillon (panel). Elles ont également en commun d'être des enquêtes multi-clients.

• le baromètre Achats de livres de Kantar Sofres

- résultats disponibles depuis 2012
- panel de 3 000 personnes de 15 ans et plus
- achats de livres, hors livres scolaires, fascicules, cartes routières et images
- enquête par voie postale, interrogation trimestrielle avec aide-mémoires mensuels
- redressement de la surreprésentation clubs/VPC

• le panel consommateurs de GfK

- résultats disponibles depuis le 3^e trimestre 2013
- depuis le 3^e trimestre 2014 : panel de 15 000 personnes de 10 ans et plus (avant cette date et dans le cadre de l'analyse réalisée pour la DGMIC : 13 200 panélistes de 15 ans et plus)
- achats de produits culturels (livre, vidéo, musique, jeu vidéo)
- périmètre livre : hors fascicules, y compris scolaire, cartes et atlas, images et albums de coloriage
- enquête 100 % online, réponses en continu avec relances hebdomadaires et sollicitation *a minima* une fois par mois pour une remontée des achats de biens culturels

Annexe - Les données sur le marché du livre d'occasion avant les panels Kantar Sofres et GfK

Avant la disponibilité de données issues des panels de consommateurs Kantar Sofres et GfK, les sources citées pour évoquer le développement du marché du livre d'occasion, avaient en commun :

- d'être relativement récentes (pas de données avant 2007⁸) ;
- de ne pas être toujours très précises dans les éléments diffusés, que ce soit sur la méthodologie d'enquête, sur les types de livres pris en compte (scolaire ? BD ?) ou sur la nature de la base de réponse (% de la population ? des acheteurs de livres ?) ;
- de porter sur des échantillons, parfois de taille relativement réduite, interrogés une seule fois dans l'année (ce qui rend difficile une appréciation correcte de la volumétrie des achats de livres), et le plus souvent sur des échantillons non permanents (moindre fiabilité des évolutions) ;
- et enfin, d'être le plus souvent réalisées sur des échantillons d'internautes, sans redressement du biais de sur-représentation des pratiques d'achat en ligne ni des biais de surconsommation qui affecte particulièrement le domaine culturel⁹.

Si elles ont permis de saisir l'existence d'une dynamique favorable pour le livre d'occasion, ces enquêtes tendaient globalement à **sur-évaluer très sensiblement son poids dans les achats des ménages**, que ce soit en raison du libellé des questions posées, du recueil exclusivement en ligne des informations ou du caractère nécessairement imprécis de l'estimation rétrospective des volumes d'achat au cours des 12 derniers mois.

8 Les données relatives au circuit « Soldeurs/Occasion » du panel de consommateurs de TNS Sofres de 10 000 personnes diffusées par le ministère de la culture jusqu'en 2010 ne constituent pas une mesure du poids des ventes de livres d'occasion dans les achats de livres des Français, mais la part de marché des magasins spécialisés dans la vente de livres soldés ou d'occasion. Les achats de livres d'occasion effectués dans des magasins ou sites non spécialisés n'apparaissent pas dans ces données. Pour mémoire, ces données faisaient apparaître une part de marché de ce circuit de 6 % à 7 % en volume entre 1995 et 2002, qui oscille ensuite entre 3 % et 4 % jusqu'en 2010 à la suite notamment de la fermeture d'une centaine de magasins MaxiLivres, spécialisés dans le livre neuf à prix réduit.

9 Voir notamment R. Bigot, P. Croutte, F. Recours, *Enquêtes en ligne : peut-on extrapoler les comportements et les opinions des internautes à la population générale ?*, Crédoc, Cahier de recherche n°239, 2010, www.credoc.fr/pdf/Rech/C273.pdf

En outre, la relative rareté des données disponibles et la relative imprécision du champ exact des données diffusées font qu'elles ont parfois été **reprises de façon erronée**, transformant par exemple des données portant sur une proportion d'internautes en données sur le poids en volume du marché du livre d'occasion – alors que, comme le montrent les données des panels Kantar et GfK, les données en volume sont très sensiblement plus faibles que les taux de pénétration.

- La source la plus ancienne est le **baromètre du CtoC réalisé par Opinionway pour Price Minister et La Poste** qui, à partir de 2007, donnait un chiffre sur la proportion d'internautes ayant acheté ou revendu un livre d'occasion à un particulier au cours des 12 derniers mois¹⁰. Cette source indiquait pour 2007 une proportion de 19 % d'internautes ayant acheté au moins un livre d'occasion à un particulier, qui, si l'on reconstituait une série de données homogènes¹¹, montait à 25 % en 2010, puis de façon abrupte à 33 % en 2011, avant de retomber à 24 % en 2012.

Réalisé sur des échantillons de 1 000 internautes, ces données, si elles sont utiles pour situer la place du livre dans les pratiques d'achat et de revente des internautes, ne peuvent cependant pas être assimilées à un indicateur de la part de la population française (qui ne comporte pas que des internautes, *a fortiori* en 2007) achetant des livres d'occasion.

- La source la plus souvent citée avant l'apparition des données issues des panels de consommateurs est **l'enquête Rec/Rec+ de GfK**, qui, à partir de 2008, indiquait une estimation de la part des livres d'occasion dans les achats en volume des ménages.

Estimée à 12 % en 2008, celle-ci atteignait 15 % en 2010, 17 % en 2011 avant d'augmenter brusquement à 22 % dans la vague de février 2012 et à 25 % dans celle de septembre 2012¹² – soit un doublement par rapport à 2008, qui a naturellement été source d'une grande inquiétude chez les professionnels du livre.

Une attention plus soutenue au mode de production de ces données aurait pu permettre de relativiser quelque peu cette inquiétude : sans doute pas sur la mise en évidence d'une dynamique favorable pour l'achat d'occasion, mais au moins sur le caractère sur-évalué de la pesée – que met aujourd'hui en lumière la disponibilité des mesures plus précises du panel consommateurs GfK (le même ratio calculé à partir des données de ce panel s'établit à 12 % en 2014 et à 14 % en 2016) :

- le libellé de la question posée (« sur 10 livres que vous avez achetés au cours des 12 derniers mois, combien sont des livres d'occasion ? ») ne permettait pas une mesure très précise ;
- si elles étaient réalisées sur de plus larges échantillons (2 000 à 2 300 personnes selon les années), les enquêtes Rec/Rec+ s'adressaient uniquement à des internautes et les réponses à la question étaient susceptibles de ce fait de refléter une plus forte propension à l'achat de livres d'occasion ;
- et enfin, de façon plus marginale, l'enquête ne s'adressait qu'aux personnes de 18 à 65 ans, alors que les plus de 65 ans représentent près de 20 % des achats de livres neufs.

- Une autre source parfois citée est l'enquête **Ipsos Profiling** qui avait donné lieu début 2011 à un communiqué publié sur le site de l'entreprise indiquant que « d'après la dernière vague de l'enquête Ipsos ProfilingTM 2010, 42 % des individus ayant acheté un livre au cours des 12 derniers mois ont acheté un livre d'occasion, dont 5 % qui se sont exclusivement portés sur de l'achat d'occasion ».

De façon plus marquée encore, ce chiffre issu d'une enquête conduite « auprès d'un échantillon représentatif de la population internaute » de 15 ans et plus n'était pas représentatif des pratiques de la population française et surévaluait nettement la pratique de l'achat de livres d'occasion, de même que le nombre d'ouvrages achetés d'occasion : « ils achètent en moyenne 10 livres d'occasion par an (en dehors des livres scolaires) ». À titre de comparaison, les panels consommateurs GfK et Kantar Sofres évaluent ce chiffre moyen entre 6 et 7.

- Moins souvent citées, les données issues de **l'enquête Consommation du Crédoc** qui, à partir de 2011, incluait des questions sur le mode d'acquisition (achat neuf, achat d'occasion, location, emprunt) de différents types de produits, dont les livres, ne sont pas sujettes au biais des enquêtes en ligne, l'enquête étant administrée en face à face à un échantillon de 1 000 personnes de 18 ans et plus. L'étude spécifique consacrée en 2012 par le Crédoc aux *Secondes vies des objets*¹³ fait ainsi apparaître que 16 % des personnes de 18 ans et plus ayant acheté ou emprunté des livres au cours des 6 mois précédant l'enquête (11 % des répondants) avaient acheté un livre d'occasion, 81 % un livre neuf et 25 % en avaient emprunté (total supérieur à 100 % en raison des réponses multiples) – soit une proportion nettement plus limitée que celle mesurée par Ipsos.

10 Voir par exemple les résultats détaillés de la 7^e édition (2012) : <http://www.priceminister.com/blog/barometre-du-ctoc-6018>

11 Jusqu'en 2009, les résultats relatifs au livre étaient donnés en % des internautes interrogés, puis, à compter de 2010, en % des internautes ayant acheté au moins un produit d'occasion à un internaute.

12 Données présentées à la conférence GfK Entertainment de février 2013.

13 Isabelle Van de Walle, Pascale Hébel, Nicolas Siounadan, *Les secondes vies des objets : Les pratiques d'acquisition et de délaissement des produits de consommation*, 2012, <http://www.credoc.fr/pdf/rech/c290.pdf>.

À partir de cette même enquête, un document plus récent du Crédoc¹⁴ donne une ventilation des volumes achetés, empruntés ou loués, faisant apparaître pour 2011 un chiffre de 65 % pour l'achat à l'état neuf, 13 % pour l'achat d'occasion et 20 % pour l'emprunt, soit une proportion de 17 % pour l'occasion si l'on ne considère que le volume des livres achetés en excluant les emprunts, proportion qui augmente légèrement à 18 % en 2013 comme en 2015. Dans la mesure où la question posée ne porte que sur les 6 mois précédant l'enquête – ce qui entraîne une sous-représentation des petits acheteurs de livres, qui sont proportionnellement moins acheteurs de livres d'occasion, on peut considérer que ces données sont assez cohérentes avec les mesures désormais fournies par les panels consommateurs Kantar Sofres et GfK.

14 Justine Colin, Adrien Gainié, Pascale Hébel, Sandra Hoibian, Thierry Mathé, Nicolas Siounandan, Isabelle Van de Walle, *Usages partagés (location, réemploi, troc et don) comme alternatives à la possession exclusive : cartographie par type de biens, de freins et sociotypes*, Crédoc pour Ademe, 2015, <http://www.ademe.fr/usages-partages-location-reemploi-troc-don-comme-alternatives-a-possession-exclusive-cartographie-type-biens-freins-sociotypes>.