



HAL
open science

Le livre d'occasion. Rapport pour le Ministère de la culture et la Sofia, 156 pages.

Bertrand Legendre, Geoffroy Pelletier, Olivier Viollet, Richard Dubois, Vincent Chabault, Eva Carlin, Jessie Magana, Benoit Pollet, Louis Wiart, Rémi Gimazane, et al.

► To cite this version:

Bertrand Legendre, Geoffroy Pelletier, Olivier Viollet, Richard Dubois, Vincent Chabault, et al.. Le livre d'occasion. Rapport pour le Ministère de la culture et la Sofia, 156 pages.. Ministère de la Culture (France). 2024. hal-04544440

HAL Id: hal-04544440

<https://hal.science/hal-04544440>

Submitted on 12 Apr 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Public Domain



MINISTÈRE
DE LA CULTURE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Le livre d'occasion

2023

Le livre d'occasion

Décembre 2023

Sous la direction scientifique de Bertrand Legendre

Ministère de la Culture

Société française des intérêts des auteurs de l'écrit

Cette étude a été réalisée sous la direction scientifique de Bertrand Legendre, avec des contributions du ministère de la culture – direction générale des médias et des industries culturelles (Olivier Viollet), de la SOFIA (Geoffroy Pelletier) et de Richard Dubois (consultant en économie du livre). Les travaux ont été suivis par un comité restreint, composé, outre les rédacteurs, de Benoit Pollet, de Louis Wiart, de Vincent Chabault, de Jessie Magana, de Rémi Gimazane, d’Eva Carlin et de Rodolphe Sellier, que les auteurs de l’étude remercient pour leur concours.

En souvenir d’Hervé Renard qui le premier s’est intéressé à l’économie du marché de l’occasion.

Table des matières

Introduction.....	6
Pourquoi une étude sur le livre d’occasion ?	6
Périmètre de l’étude	7
Méthodologie	10
Première partie – Le livre d’occasion, données générales (2014 – 2022)	12
A – Les acheteurs de livres d’occasion	13
A-1 De plus en plus d’acheteurs de livres d’occasion	13
A-2 Les acheteurs d’occasion : des profils à l’image des acheteurs de livres neufs	16
A-3 Une mixité croissante des achats entre neuf et occasion	21
A-4 Une progression lente des achats d’occasion par client.....	26
A-5 Des achats d’occasion de plus en plus prémédités.....	29
A-6 Les revendeurs, une population plus féminine.....	31
B – Les achats de livres d’occasion	34
B-1 Quantités achetées : un livre imprimé sur cinq désormais d’occasion	34
B-2 Sommes dépensées : une croissance modérée de l’occasion	38
B-3 Les livres d’occasion, un prix moyen d’achat nettement inférieur au neuf.....	42
C – Analyse du marché	44
C-1 Canaux de vente : une recomposition du commerce en ligne face à des canaux traditionnels qui se maintiennent.....	44
C-2 Poids comparés de l’occasion et du neuf : de fortes disparités selon les segments éditoriaux	48
C-3 Peu d’effet du format – grand format ou poche – sur l’achat d’occasion.....	51
C-4 Des achats d’occasion davantage pour soi que pour autrui	54
C-5 Des achats d’occasion tout au long de l’année.....	55
D – Focus sur certains segments de l’édition.....	58

D-1 Littérature générale	58
D-2 Jeunesse.....	64
D-3 Bande-dessinée.....	69
D-4 Sciences humaines, techniques / religion, ésotérisme.....	73
D-5 Loisirs / vie pratique	77
D-6 Dictionnaires / encyclopédies / méthodes de langue / beaux-arts.....	81
Deuxième partie – Les modèles économiques multiples des circuits en ligne	85
A – Typologie des acteurs et différents modèles	87
A-1 Méthodologie.....	87
A-2 Modèle économique général.....	87
A-3 Distinction des modèles BtoC et CtoC	89
A-4 Distinction du périmètre généraliste/spécialiste.....	90
A-5 Distinction des volumes de chiffres d'affaires	90
A-6 Données complémentaires	93
B – Prédominance des places de marché et « survisibilité »	94
C – Les indicateurs de suivi d'activité.....	97
C-1 Trafic.....	97
C-2 Nombre de ventes, nombre d'avis.....	98
D – Les outils : bases de données, algorithmes de fixation des prix d'achat et de vente, applications d'achat	99
D-1 Bases de données	99
D-2 Algorithmes de fixation des prix d'achat et de vente.....	102
D-3 Applications d'achat	104
E – Les sources et les circuits d'approvisionnement	104
E-1 Achat, collecte et mise en vente directe.....	104
E-2 L'approvisionnement : un circuit d'échanges entre des vendeurs interdépendants	108
F – La présentation de l'offre	110
F-1 Neuf vs occasion.....	110
F-2 Les opérations promotionnelles.....	110
F-3 L'état du livre.....	111
G – Les sources de revenus	113
G-1 La marge commerciale.....	114
G-2 Les facturations de services marketing et publicitaires.....	116
G-3 La négociation auprès des transporteurs et la refacturation des frais de port.....	117
G-4 Les revenus de produits financiers	117
G-5 Les modes de paiement du client.....	117
Troisième partie – L'offre d'occasion	119
A – L'offre d'occasion en ligne.....	120

A-1 Le nombre d'offres.....	120
A-2 Le nombre de titres différents.....	121
A-3 Le prix moyen.....	123
A-4 Le nombre d'offres par année de publication	126
B – Librairies et livre d'occasion	130
B-1 Une attention au sujet	130
B-2 Une pratique occasionnelle.....	130
B-3 Des modalités à l'essai	133
B-4 Perspectives	134
Quatrième partie – Pratiques et comportements de l'achat et de la revente d'occasion en 2023	136
A – Des acheteurs ordinaires.....	138
B – L'occasion : une motivation essentiellement économique.....	139
C – La question de l'état des livres d'occasion.....	140
D – Un cadeau d'occasion ?.....	140
E – L'occasion : des achats d'abord pour soi-même et pour les enfants	142
F – Quels lieux d'achat pour l'occasion ?	143
G – Quel degré de préméditation dans l'achat d'occasion ?	144
H – L'occasion : quel potentiel ?.....	146
I – Les revendeurs.....	147
I-1 Dons et revente : une pratique courante.....	147
I-2 Des profils plus jeunes.....	148
I-3 Les pratiques de revente : volume et valeur.....	149
I-4 Quels livres à la revente ?	151
I-5 Les circuits de revente.....	152
Perspectives générales sur le suivi du livre d'occasion	155

Introduction

Pourquoi une étude sur le livre d'occasion ?

Restées longtemps dans l'ombre ou en marge de l'économie du livre, les réalités du marché de l'occasion ne sont connues que très partiellement. Hervé Renard avait engagé l'analyse des mutations de ce marché¹ et attiré l'attention sur la nécessité de mettre en place, dans la longue durée, une collecte de données sur ce circuit du livre. Plus récemment, Vincent Chabault² a consacré d'importants travaux de recherche à ce sujet, rendant compte, en sociologue du commerce, de la manière dont les plateformes numériques se sont saisies d'une activité jusqu'alors fondamentalement artisanale. Le quasi-renversement des pratiques qui s'est alors produit a vu se mettre en place des logiques d'industrialisation, le développement massif de l'offre et un accroissement de sa visibilité, de même que, changement fondamental de paradigme, le passage du livre que l'on trouve au hasard de la fouille dans le stock d'un libraire d'occasion, d'un bouquiniste ou d'un brocanteur, au livre que l'on commande par une requête Internet auprès d'un particulier ou d'un e-commerçant spécialisé ou généraliste.

Ces mutations s'inscrivent dans des tendances et phénomènes plus larges que le seul marché du livre : l'habillement, les jeux et jouets, le mobilier, l'électroménager, le bricolage ou le matériel informatique et téléphonique comptent parmi les secteurs du commerce les plus concernés par le développement de l'occasion. Le recours à l'expression équivalente de « seconde main » et le développement par certaines enseignes d'une offre de produits « reconditionnés » tendent d'ailleurs à effacer la connotation dévalorisante de ce pan de l'activité commerciale et à normaliser le fait d'y avoir recours, très au-delà des catégories sociales pour lesquelles c'est la faiblesse du pouvoir d'achat qui impose ce mode d'accès à la consommation.

¹ [Le marché du livre d'occasion. Premiers éléments de cadrage](#) ministère de la culture, observatoire de l'économie du livre (2017).

² *Une vie continue. Le livre d'occasion à l'ère des plateformes*. Dossier d'habilitation à diriger des recherches (2020).

Ce contexte, qui voit le passage d'achats de livres d'occasion suscités par l'opportunité à des achats prémédités, soulève des enjeux de nature et de dimension nouvelles. La question de savoir dans quelle mesure l'occasion peut encore ou ne doit plus être considéré comme la simple et lointaine périphérie des marchés du livre concerne l'ensemble des acteurs, de l'amont à l'aval de la chaîne. Pour chacun d'eux, l'appréciation des enjeux de la « plateforme » du marché de l'occasion nécessitait un état des lieux.

Périmètre de l'étude

Préciser les contours de cette enquête impose tout d'abord de définir ce qu'est le livre d'occasion.

Un livre d'occasion est un livre qui a déjà fait l'objet d'une première vente par un détaillant, qu'il s'agisse d'un achat réalisé par des individus, des établissements (bibliothèques, écoles...) ou des organismes (associations, entreprises, collectivités...), et qui est remis en vente, directement par le premier acquéreur, ou indirectement, *via* un professionnel de la seconde main. Un livre d'occasion peut d'ailleurs être revendu plusieurs fois par des acquéreurs/revendeurs successifs (cf ci-dessous).

Définition juridique du livre d'occasion

L'article 1^{er} du décret n°2023-497 du 22 juin 2023 relatif aux modalités de communication au public du prix des offres de livres neufs et de livres d'occasion, pris en application du dernier alinéa de l'article 1^{er} de la loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre, définit le livre d'occasion comme « *un livre qui, quel que soit son état matériel, a déjà été acheté ou reçu à titre gratuit par une personne pour ses besoins propres, excluant la revente* ».

Prix

Le livre d'occasion n'est pas concerné par l'obligation s'imposant aux éditeurs de fixer un prix de vente unique au public tel que le prévoit la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre. Son prix est donc fixé librement par le vendeur, que ce dernier soit un particulier ou une entreprise (grossiste, détaillant, plateforme de vente en ligne...).

Néanmoins, le décret du 22 juin 2023 cité ci-dessus impose un cadre permettant de distinguer les offres de livres neufs dont le prix est régulé par la loi, et les offres de livres d'occasion dont le prix de vente est libre. Ainsi, les livres d'occasion proposés à la vente par une même personne simultanément avec des livres neufs, que la vente soit proposée dans un lieu physique ou à distance, doivent être présentés avec la mention « occasion ». Cette obligation de mention s'impose aux détaillants ainsi qu'aux personnes mettant à disposition de tiers des infrastructures leur permettant de vendre des livres, dans la stricte mesure où ces infrastructures déterminent les modalités de présentation du prix de vente des offres de livres.

Fiscalité

Le taux de TVA applicable aux biens d'occasion est celui auquel est soumis le même objet à l'état neuf, soit pour les livres d'occasion le taux de 5,5 %. L'assiette concernée est constituée par la différence, ramenée hors taxe, entre le prix de vente du bien TTC et son prix d'achat sans TVA (ou avec TVA si le bien d'occasion a initialement été acheté sous le régime de la marge).

Seules sont concernés les structures qui, dans le cadre de leur activité économique, acquièrent des biens d'occasion en vue de les revendre. Les particuliers ne sont pas assujettis à la TVA.

Droits d'auteur et règle de l'épuisement du droit de distribution

Lorsqu'un auteur a autorisé la reproduction de son œuvre et sa commercialisation, que ce soit par le biais d'une cession de ses droits au profit d'un éditeur dans le cadre d'un contrat d'édition ou par le recours à l'autoédition, il n'a plus la faculté de s'opposer à sa libre circulation, y compris sous forme de revente. La règle de l'épuisement du droit de distribution, posée à l'article L. 122-3-1 du code de la propriété intellectuelle, interdit en effet au titulaire des droits d'auteur d'empêcher, sur le fondement de ses droits, la revente ultérieure d'un bien qu'il a mis licitement sur le marché européen³.

Alors que l'auteur perçoit une rémunération en droits d'auteur issue de l'exploitation de ses œuvres (qui consiste le plus souvent en un pourcentage du prix de vente au public de ses livres tel que déterminé par l'éditeur), il ne perçoit en revanche pas de droits d'auteur au titre de la vente d'occasion de ses ouvrages. Ce type de transaction échappe totalement au contrôle des titulaires de droits.

Si le droit de l'Union européenne reconnaît bien au profit de certains auteurs un droit de suite consistant en une rémunération en droits d'auteur lorsqu'une œuvre fait l'objet d'une revente, ce droit prévu à l'article L. 122-8 du code de la propriété intellectuelle n'existe qu'au

³ « Art. L. 122-3-1. - Dès lors que la première vente d'un ou des exemplaires matériels d'une œuvre a été autorisée par l'auteur ou ses ayants droit sur le territoire d'un Etat membre de la Communauté européenne ou d'un autre Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen, la vente de ces exemplaires de cette œuvre ne peut plus être interdite dans les Etats membres de la Communauté européenne et les Etats parties à l'accord sur l'espace économique européen ».

profit des seuls auteurs d'œuvres d'art originales graphiques et plastiques, généralement conçues en un seul exemplaire.

Frais de port

L'arrêté du 4 avril 2023 relatif au montant minimal de tarification du service de livraison de livres, pris en application de l'article 1^{er} de la loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre, concerne uniquement les livraisons de livres neufs.

Marchés publics de livres

L'article R. 2122-9 du code de la commande publique, qui fixe un seuil de dispense de publicité et de mise en concurrence préalables pour les marchés publics de livres non scolaires, concerne uniquement les achats de livres neufs.

Le livre d'occasion se distingue en cela du livre soldé, qui est un livre neuf n'ayant pas déjà fait l'objet d'une première vente par un détaillant et sur lequel il est possible d'appliquer un rabais supérieur à 5 % par rapport au prix initialement fixé par l'éditeur. La pratique de la vente de livres en solde est encadrée par la loi « Lang ».

Le livre d'occasion se distingue également des ouvrages dont l'éditeur met fin à l'exploitation et qui sont généralement présentés par des détaillants spécialisés sous forme de livres « neufs à prix réduit ».

Le livre d'occasion se distingue de même du livre simplement défraîchi ou abîmé, à l'exemple des retours d'ouvrages invendus par le détaillant à l'éditeur.

Enfin, la bibliophilie reste en dehors du champ de cette enquête. Dans la très grande majorité des cas, la distinction entre occasion et bibliophilie s'impose d'elle-même, notamment en raison du fait que la première est soumise à une logique de prix dégressif, contrairement à la seconde qui voit généralement le prix des biens s'élever dans le temps. Il reste que de l'une à l'autre, certains titres, tout en étant issus d'un processus de production industrielle, échappent à cette logique dégressive de l'occasion.

Sur cette base, il faut préciser d'une part, que l'étude s'intéresse à l'ensemble de l'offre éditoriale et cherche, autant que possible, à détailler ses analyses pour chacune des catégories éditoriales, voire de sous-catégories, et d'autre part, que le périmètre géographique retenu est celui de la France, cette

dernière précision signifiant que l'offre des plateformes et leur mode de fonctionnement sont étudiés à partir de ce que nous en percevons depuis le territoire français et que cela n'exclut pas des plateformes actives en France, mais dont le siège social est basé à l'étranger.

Méthodologie

Cette étude mobilise d'abord les données disponibles, essentiellement celles constituées depuis 2012 pour le compte du ministère de la culture par l'institut Kantar (panel de 3 000 consommateurs de 15 ans et plus, recueil par voie postale) et, depuis 2014, par l'institut GfK (panel de 13 200 consommateurs de 15 ans et plus, recueil en ligne). Ces deux sources fournissent des données quantitatives et permettent de disposer d'un recul temporel de presque 10 ans, suffisant pour pouvoir mettre au jour des tendances générales, sur les acheteurs et sur les ventes, et pour moduler celles-ci plus finement en tenant compte des spécificités des différents segments éditoriaux.

Un travail original d'enquête auprès de 19 acteurs du commerce en ligne de livres d'occasion a également été conduit par des entretiens, l'étude de leur site Internet et une recherche documentaire. Cette démarche au plus près des pratiques de ces acteurs nourrit l'analyse de leur fonctionnement (modèles économiques, approvisionnement, bases de données, modes de fixation des prix...).

Une autre source de l'étude provient d'une enquête menée par questionnaire auprès des libraires adhérents du Syndicat de la librairie française (SLF). Il s'agit là de dresser un état des lieux des pratiques, de mesurer la place du livre d'occasion en librairie et surtout de rendre compte des expériences qui y sont menées et des perspectives et interrogations que suscite le marché de l'occasion aux yeux de ces acteurs.

Une observation de l'activité de plusieurs plateformes a également été menée, par collecte de données d'offres sur plusieurs d'entre elles, pendant une période allant de septembre 2022 à mai 2023. L'exploitation de ces données vise à mettre en évidence un ensemble de caractéristiques de cette offre

massive au sein de laquelle, d'une catégorie éditoriale à une autre, des différences importantes se font jour.

Le dernier élément de méthodologie sur lequel s'appuie cette étude consiste en une enquête *ad hoc* menée début 2023 par l'Institut GfK auprès de 5 000 Français. Il s'agit là, en contrepoint des données déjà mentionnées recueillies par cet institut et par Kantar durant une décennie, de disposer d'un instantané plus qualitatif sur les attitudes et attentes des Français face au livre d'occasion.

La conjugaison de ces 5 éléments constitue une méthodologie inédite et permet d'accéder à un niveau élevé d'information et de compréhension des enjeux. Il reste que, pour le livre d'occasion comme pour le commerce numérique dans son ensemble, nous sommes face à des pratiques et à des techniques extrêmement mouvantes. De nouveaux acteurs apparaissent, certains perdent toute visibilité, les uns et les autres se surveillent et adaptent très rapidement leurs pratiques en fonction de l'évolution de leurs concurrents, et les interdépendances entre les uns et les autres se tissent en permanence. En associant un regard sur le long terme et des observations « en instantané », nous tentons de mettre en place une complémentarité des approches, de rendre compte des évolutions qui traversent le marché du livre d'occasion et d'identifier les points qui pourraient faire l'objet d'un suivi dans le futur.

Première partie – Le livre d’occasion, données générales (2014 – 2022)

Cette première partie de l’étude présente l’évolution générale du marché du livre d’occasion sur presque une décennie. L’analyse se fonde sur les données des panels de consommateurs de Kantar et de GfK. Elle porte notamment sur le nombre et le profil sociodémographique des acheteurs, la volumétrie du marché, les parts de marché des canaux de vente ou encore les disparités entre les segments éditoriaux.

Nous présentons ci-dessous les caractéristiques des deux sources de données, Kantar et GfK :

- **Baromètre des achats de livres de Kantar**
 - Panel de 3 000 personnes de 15 ans et plus, représentatifs de la France métropolitaine
 - Achats de livres - hors manuels scolaires, cahiers de vacances, cahiers de coloriages et cartes et hors achats des individus de moins de 15 ans ou de collectivités, écoles, entreprises...
 - Etude réalisée par voie postale, interrogation trimestrielle

- **GfK Consumer Intelligence - panel consommateurs biens culturels Français 15 ans et plus** (ci-après nommé « Panel consommateurs GfK ») :
 - Echantillon : échantillon représentatif des Français de 15 ans et plus, qualifié une fois par an sur la base de leur équipement

multimédia, de leurs habitudes média, de leurs usages sur les biens culturels, etc.

- Mode de collecte de la donnée : enquête disponible en continu, avec données recueillies à 100 % sur Internet ; les panélistes peuvent répondre en continu et sont sollicités *a minima* une fois par mois pour une remontée précise de leurs achats de biens culturels, avec des relances hebdomadaires.
- Périmètre de l'étude : livres papier, neufs et d'occasion, et livres numériques payants (hors abonnements) achetés par les Français de 15 ans et plus.

S'agissant de GfK, aucune donnée de cette étude ne provient du panel « distributeurs », qui s'appuie sur une méthodologie distincte.

A – Les acheteurs de livres d'occasion

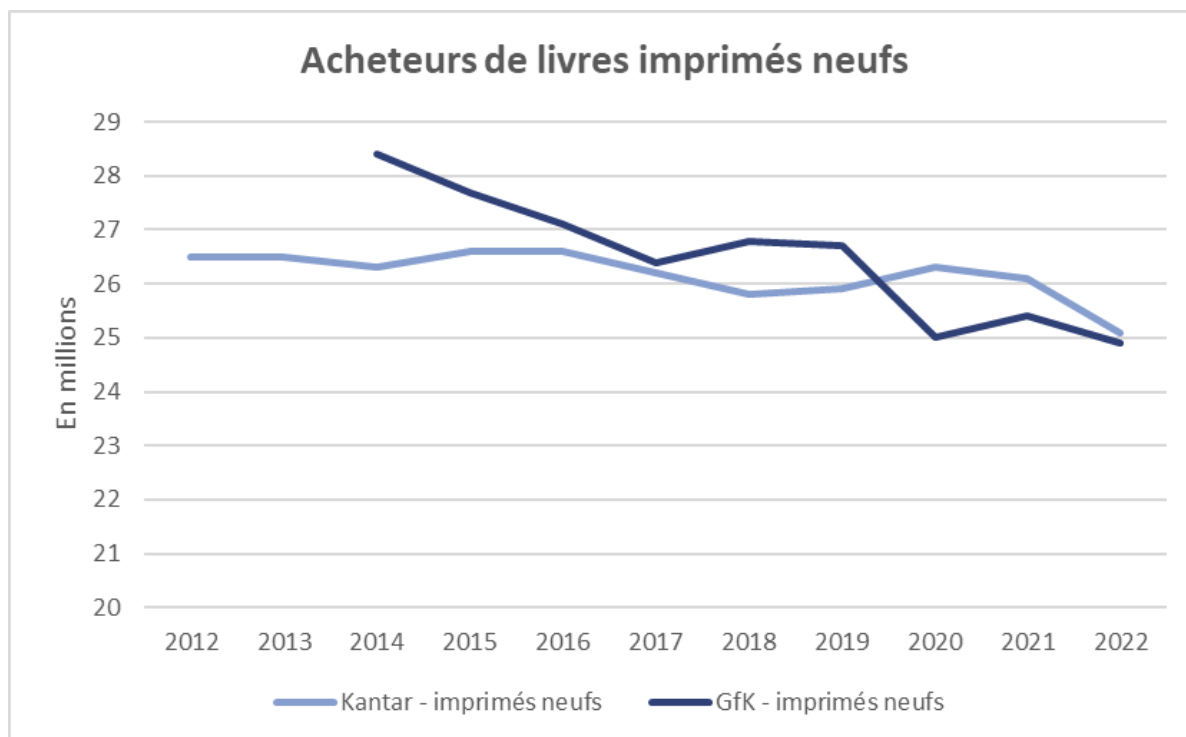
A-1 De plus en plus d'acheteurs de livres d'occasion

Entre 2014 et 2022, le **nombre d'acheteurs de livres tous formats confondus** (neuf, occasion et numérique) a **baissé** de 1 % selon Kantar et de 9 % selon GfK. La part des acheteurs de livres dans la population française fléchit à 50 % en 2022 d'après Kantar, 51 % d'après GfK.

A-1.1 Acheteurs de livres imprimés neufs

Sur la période 2014-2022, le **nombre d'acheteurs de livres imprimés neufs** a **diminué** de 5 % selon Kantar et de 12 % selon GfK ; il s'établit en 2022 entre 25,1 millions (Kantar) et 24,9 millions (GfK) de clients.

Cette diminution est en moyenne de -0,5 % par an selon Kantar et de -1,6 % selon GfK. Elle représente 1,2 million d'acheteurs de livres imprimés neufs en moins sur la période 2014-2022 selon Kantar, 3,5 millions en moins selon GfK.

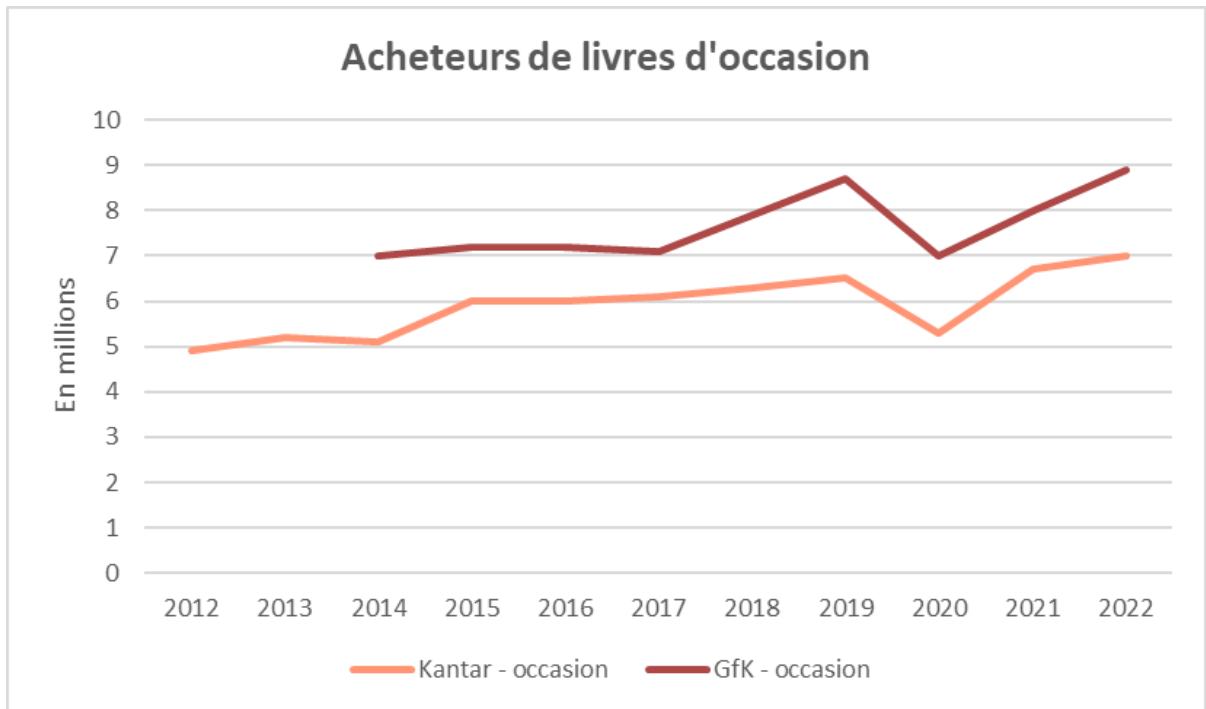


A-1.2 Acheteurs de livres d'occasion

Estimé en 2022 entre 7,0 millions (Kantar) et 8,9 millions (GfK), le **nombre d'acheteurs de livres d'occasion a augmenté** régulièrement depuis 2014 (à l'exception de 2020, sans doute en raison de la crise sanitaire), de 37 % selon Kantar et de 27 % selon GfK.

Cette augmentation est en moyenne de 4 % par an selon Kantar et de 3 % par an selon GfK. Elle représente 1,9 million d'acheteurs d'occasion supplémentaires sur la période (Kantar et GfK).

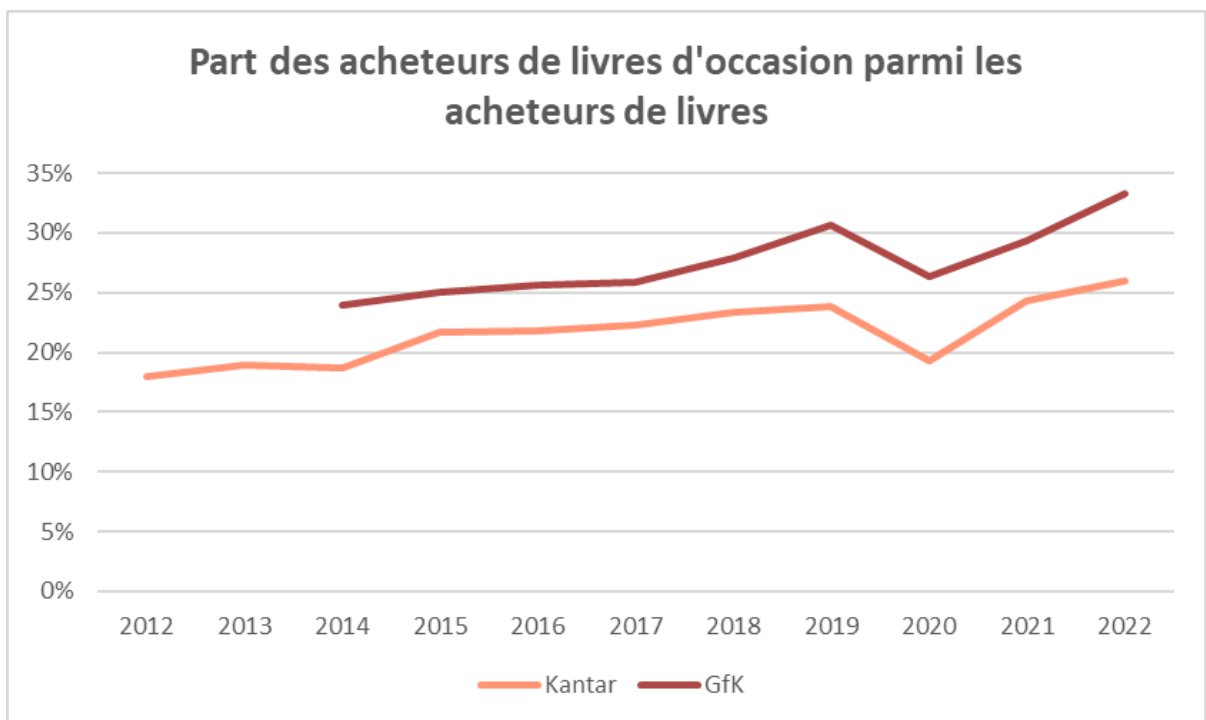
L'augmentation est de 43 % selon Kantar sur la série plus longue 2012-2022.



A-1.3 Proportion d'acheteurs de livres d'occasion

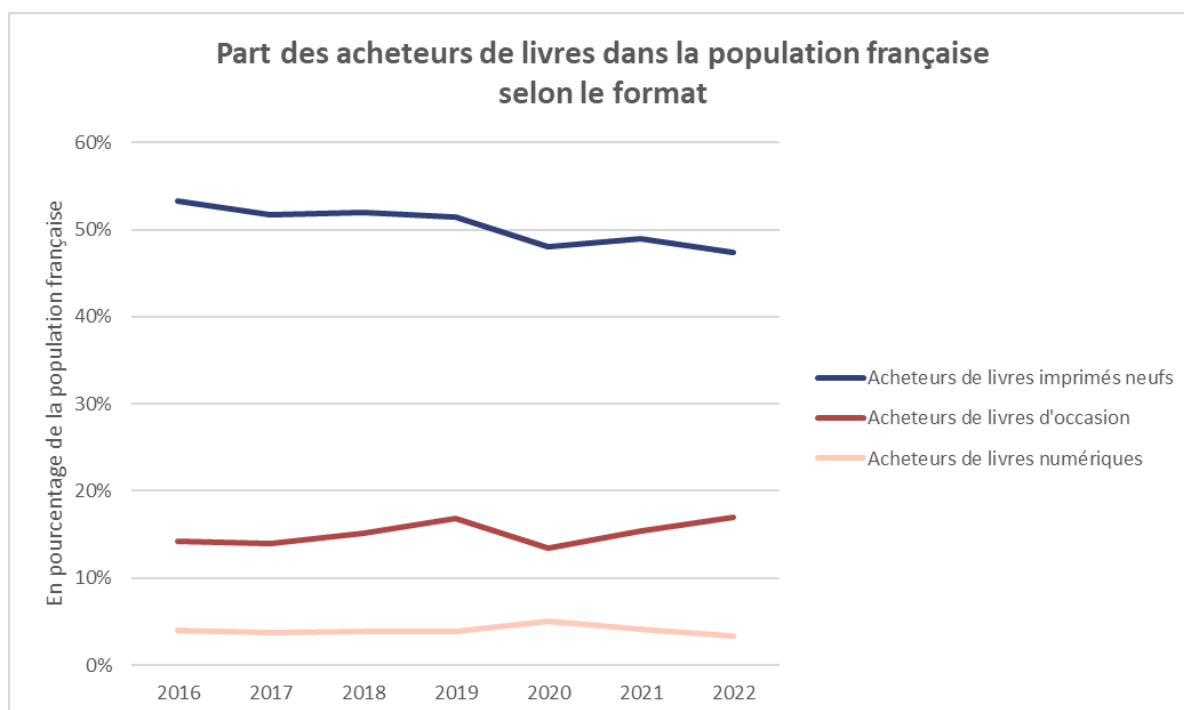
Parmi les acheteurs de livres, 26 % ont acheté en 2022 au moins un livre d'occasion d'après Kantar, un tiers d'après GfK. Cette proportion a augmenté de 7 points selon Kantar et de 9 points selon GfK entre 2014 et 2022.

L'augmentation est de 8 points selon Kantar sur la période plus longue 2012-2022.



En **2022**, **17 %** des Français ont acheté **au moins un livre d'occasion** d'après GfK, **13 %** d'après Kantar.

Sur la période 2016-2022, d'après GfK, la proportion d'acheteurs de livres imprimés neufs diminuait de 6 points (de 53 % à 47 %), alors que celle d'acheteurs de livres numériques restait stable (3 % en 2022), comme l'illustre le graphique ci-dessous.



A-2 Les acheteurs d'occasion : des profils à l'image des acheteurs de livres neufs

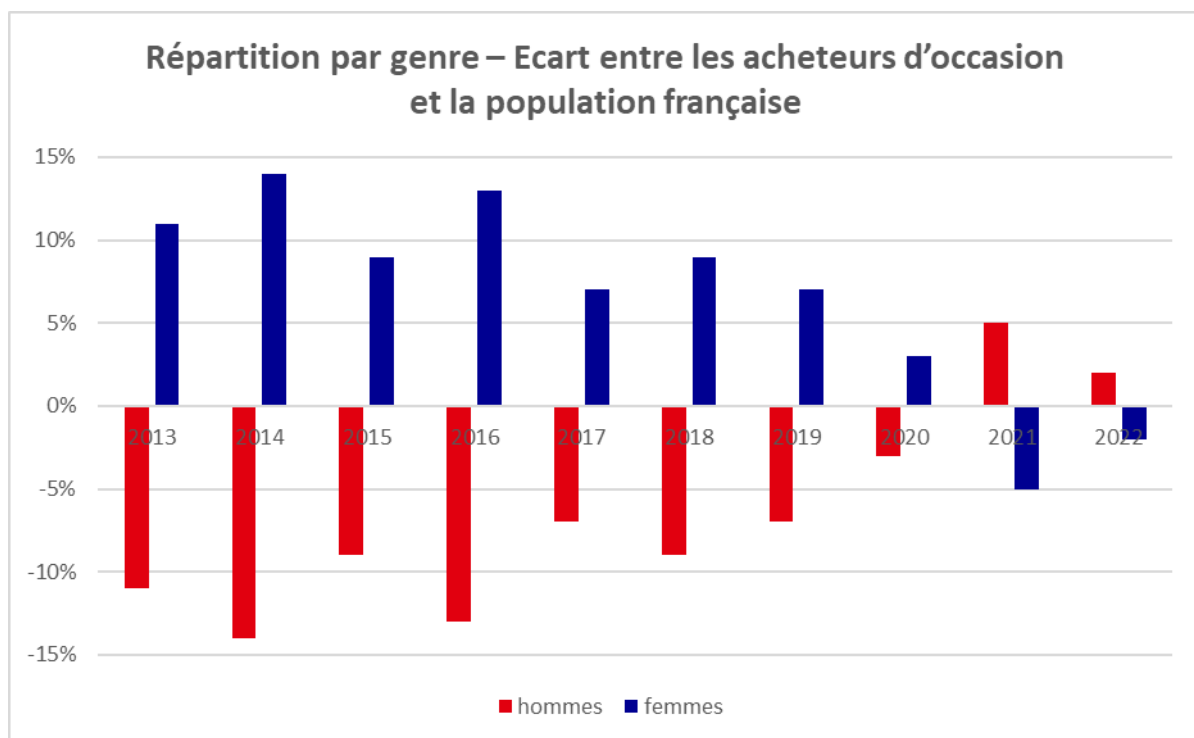
Les données utilisées pour analyser le profil sociodémographique des acheteurs de livres dans cette partie proviennent de Kantar. Cette analyse ne renseigne pas sur les quantités achetées ou les sommes dépensées en achats de livres par les différents profils. En outre, plus l'analyse distingue de sous-populations, moins le nombre d'observations est élevé, ce qui entraîne de plus grandes marges d'erreur dans les résultats, lesquels doivent donc être lus comme des ordres de grandeur.

A-3.1 – Genre de l’acheteur

Les femmes représentent 52 % de la population française.

Entre 2013 et 2019, les femmes ont été surreprésentées dans la population des acheteurs de livres imprimés neufs, ce qui implique que les hommes ont été sous-représentés dans cette population. Ces écarts par rapport à la structuration de la population française se sont atténués entre 2020 et 2022.

Un constat analogue ressort de la **population des acheteurs d’occasion**, mais à un degré plus accentué : les **femmes** ont été encore davantage **surreprésentées** parmi les acheteurs d’occasion **entre 2013 et 2019**. Comme pour les livres imprimés neufs, ces **écarts se sont toutefois atténués** entre 2020 et 2022, jusqu’à s’inverser légèrement, ce que montre le graphique ci-dessous.



Lecture : en 2013, les femmes étaient surreprésentées parmi les acheteurs d’occasion par rapport à leur proportion au sein de la population française, à hauteur d’un peu plus de 10 points de pourcentage.

A-3.2 – Âge de l’acheteur

La population française des 15 ans et plus se structure ainsi entre 2012 et 2022 :

- 14-15 % des Français sont âgés de 15 à 24 ans ;
- 14-15 % des Français sont âgés de 25 à 34 ans ;
- 23-24 % des Français sont âgés de 35 à 49 ans ;

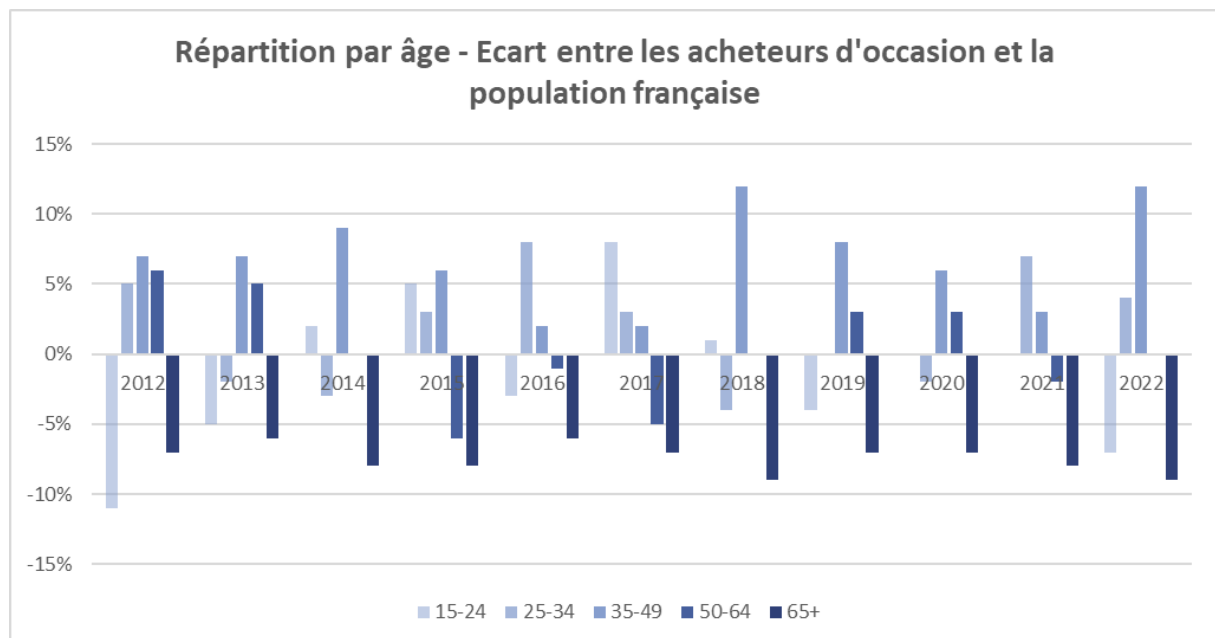
- 23-24 % des Français sont âgés de 50 à 64 ans ;
- 22-26 % des Français sont âgés de 65 ans et plus, cette tranche représentant une part croissante de la population.

La structuration de la population d'acheteurs de livres imprimés neufs selon l'âge diffère peu de celle de la population française. Les 35-49 ans apparaissent surreprésentés parmi ces acheteurs, mais cette surreprésentation tend à s'atténuer. A l'inverse, les 65 ans et plus étaient sous-représentés parmi les acheteurs de livres imprimés neufs, mais l'écart se réduit peu à peu.

Les **écarts entre la structuration de la population française et celle des acheteurs d'occasion** selon l'âge apparaissent plus marqués s'agissant des tranches suivantes :

- Concernant les 15-24 ans, les écarts sont erratiques, ces Français étant parfois sous-représentés, parfois surreprésentés ; ces écarts sont en tout cas d'une ampleur relativement limitée, entre 0 et 10 points ;
- **Les 35-49 ans sont surreprésentés parmi les acheteurs d'occasion ;**
- **Les 65 ans et plus sont sous-représentés parmi les acheteurs d'occasion.**

Le graphique ci-dessous présente ces écarts pour toutes les tranches d'âge concernant les acheteurs d'occasion.



A-3.3 – Catégorie socioprofessionnelle de l'acheteur

Sur la période 2017-2022, 4 **catégories socioprofessionnelles** (CSP) sont distinguées dans les données :

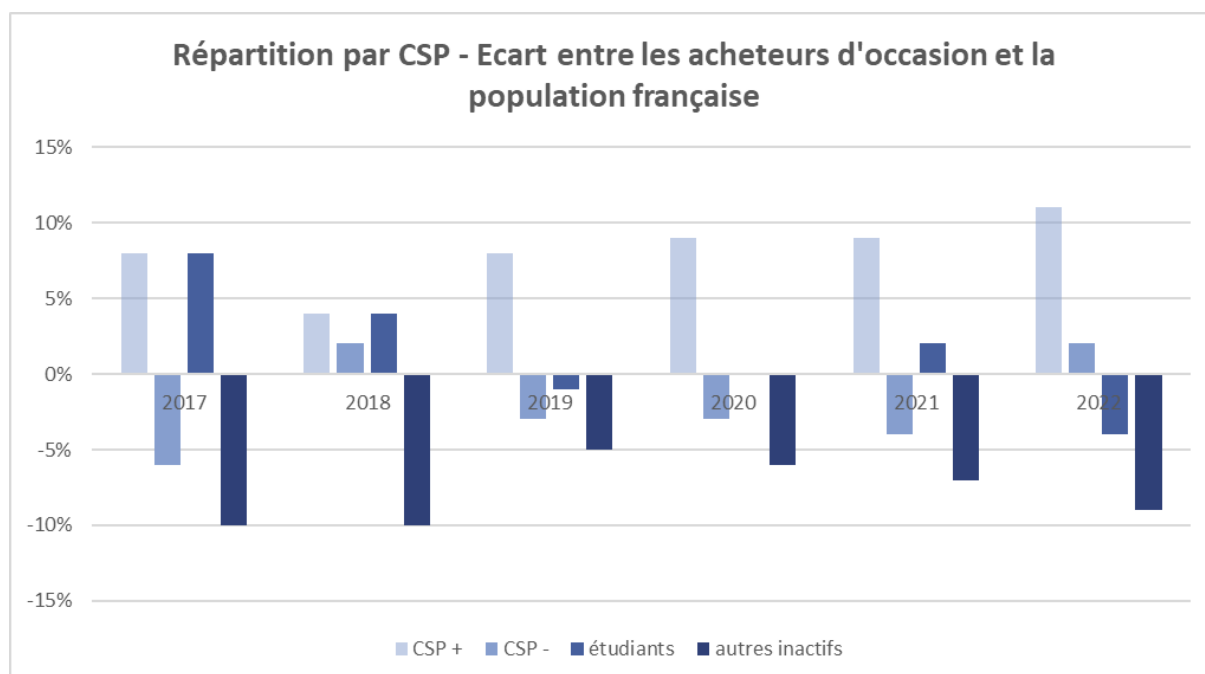
- Les CSP « + »⁴ représentent environ 22-27 % de la population française ;
- Les CSP « - »⁵ constituent 27-29 % de cette population ;
- Les étudiants, 11-14 % ;
- Les inactifs hors étudiants (retraités, etc.), 34-37 %.

La structuration de la population des acheteurs de livres imprimés neufs se distingue peu de celle de la population française en fonction de la CSP, hormis une légère surreprésentation des CSP « + ».

S'agissant des **acheteurs de livres d'occasion**, les **écarts** par rapport à la population française apparaissent plus marqués pour les CSP suivantes :

- Les **acheteurs des CSP « + »** sont **surreprésentés** ;
- Les **inactifs en dehors des étudiants** sont **sous-représentés**.

Le graphique ci-dessous illustre ces écarts.



⁴ Agriculteurs, commerçants-artisans-chefs d'entreprise, cadres supérieurs-professions libérales, professions intermédiaires.

⁵ Employés, ouvriers.

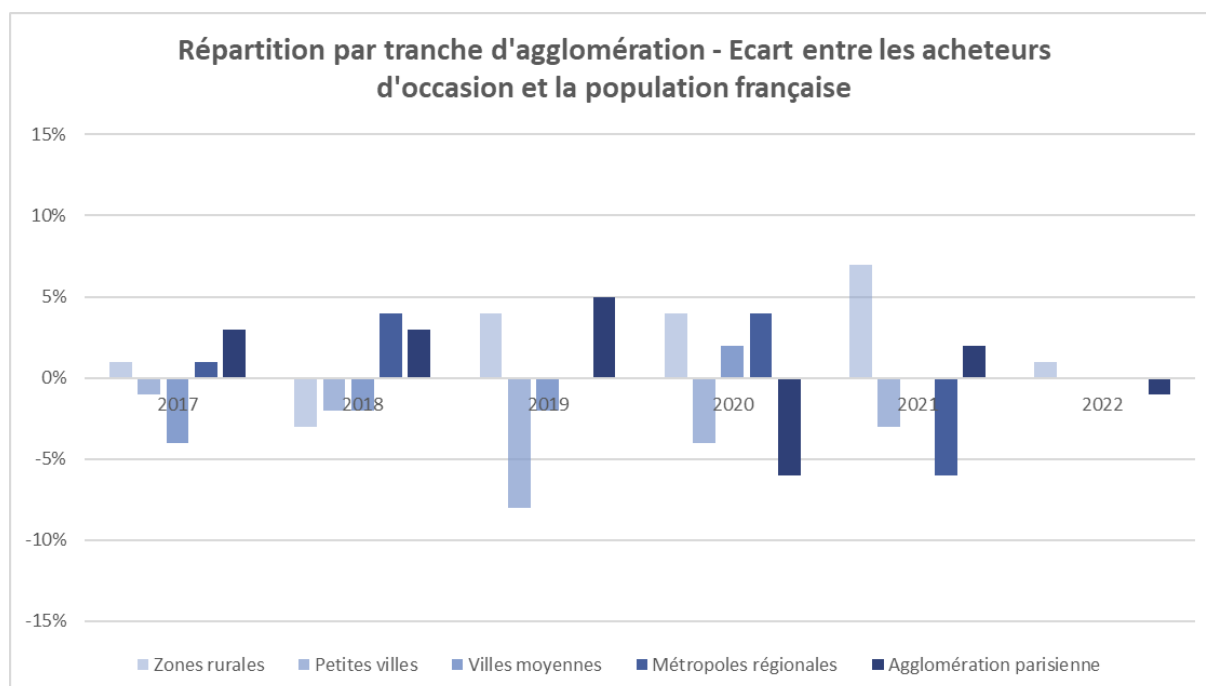
A-3.4 – Taille d’agglomération de résidence de l’acheteur

Sur la période 2017-2022, 5 **tranches d’agglomération** sont distinguées en fonction du nombre d’habitants :

- Zones rurales, communes de moins de 2000 habitants : elles représentent 21-24 % de la population ;
- Petites villes, communes de 2000 à 20 000 habitants : 16-18 % de la population ;
- Villes moyennes, communes de 20 000 à 100 000 habitants : 12-13 % de la population ;
- Métropoles régionales, communes de plus de 100 000 habitants, hors agglomération parisienne : 31 % de la population ;
- Agglomération parisienne : 16-17 % de la population.

La structuration de la population d’acheteurs de livres imprimés neufs se distingue peu de celle de la population française en fonction de la taille d’agglomération de résidence.

Les **écarts sont également peu prononcés** s’agissant de la **structuration territoriale des acheteurs d’occasion**, bien que très erratiques sur la période 2017-2022, comme le reflète le graphique ci-dessous.

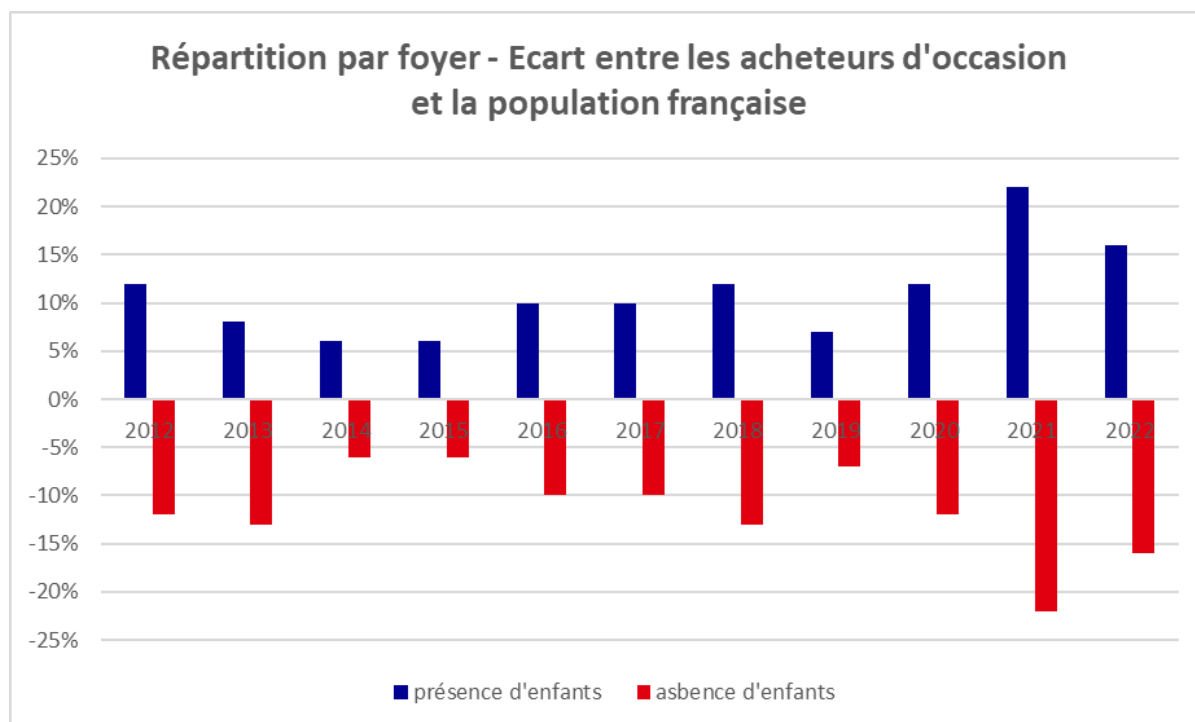


A-3.5 – Enfants dans le foyer

Sur la période 2012-2022, les **foyers incluant des enfants** représentent entre 26 et 31 % des foyers de la population française.

Les acheteurs de livres imprimés neufs faisant partie de foyers avec enfants sont surreprésentés, entre +4 et +10 points selon les années.

Les écarts sont encore plus marqués s'agissant des acheteurs d'occasion : les **acheteurs de livres d'occasion faisant partie de foyers avec enfants sont fortement surreprésentés**, comme l'illustre le graphique ci-dessous.



A-3 Une mixité croissante des achats entre neuf et occasion

A-3.1 La mixité « neuf/occasion » en nombre d'acheteurs

Les **acheteurs exclusifs de livres neufs** sont **largement majoritaires** parmi les acheteurs de livres imprimés : ils représentent, en 2022, 66 % d'entre eux selon GfK, 73 % selon Kantar. Leur part a cependant reculé depuis 2016 (-8 points selon GfK et -5 points selon Kantar).

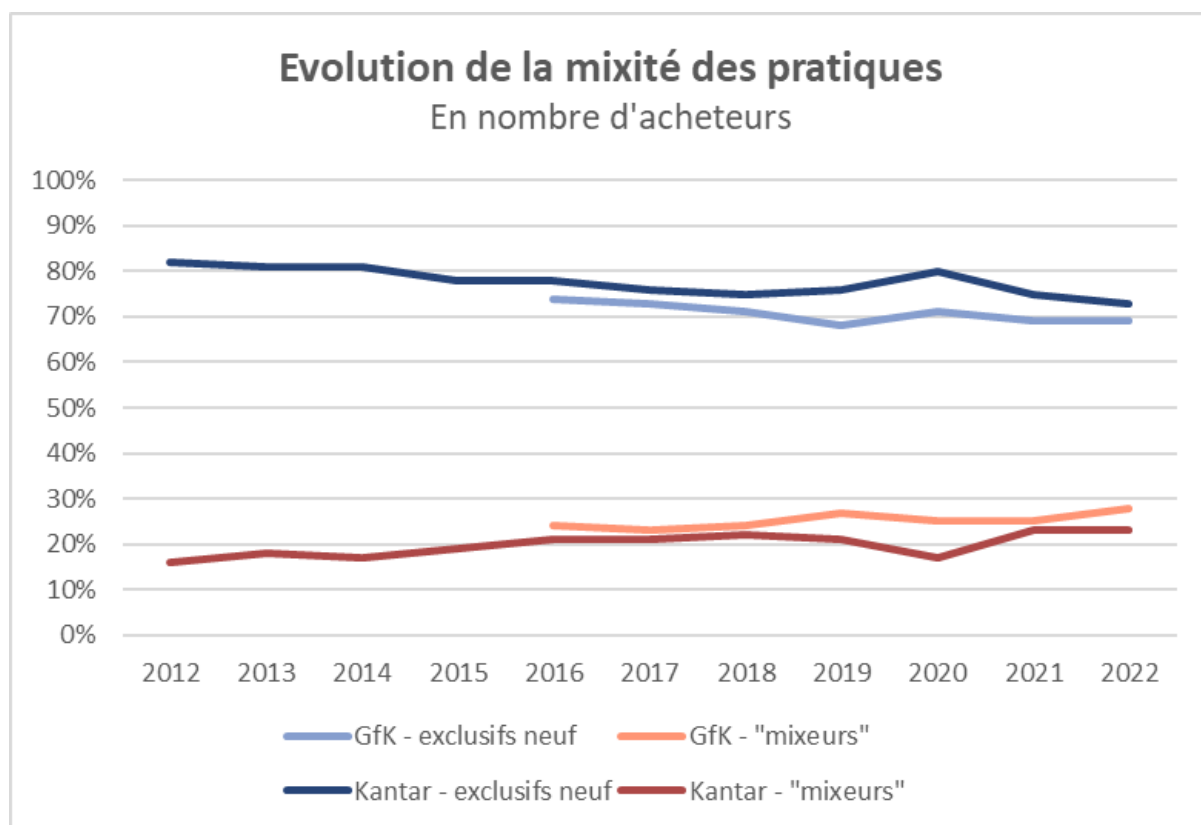
La population des **acheteurs « mixeurs »** (achats de livres neufs et d'occasion) est en **légère progression** sur la période 2016-2022 : elle représente désormais 28 % des acheteurs de livres imprimés selon GfK (+4 points) et 23 % selon Kantar (+2 points).

Sur la période plus longue fournie par Kantar (2012-2022), l'évolution est plus nette parmi les acheteurs de livres imprimés :

- -9 points d'acheteurs exclusifs neufs ;
- +7 points de « mixeurs ».

La proportion d'**acheteurs exclusifs de livres d'occasion reste marginale** : elle représente, en 2022, 5 % des acheteurs de livres imprimés selon GfK, 4 % selon Kantar. Elle n'a pratiquement pas évolué depuis 2016.

Le graphique ci-dessous illustre les principales tendances.



A-3.2 La mixité « neuf/occasion » en quantités achetées

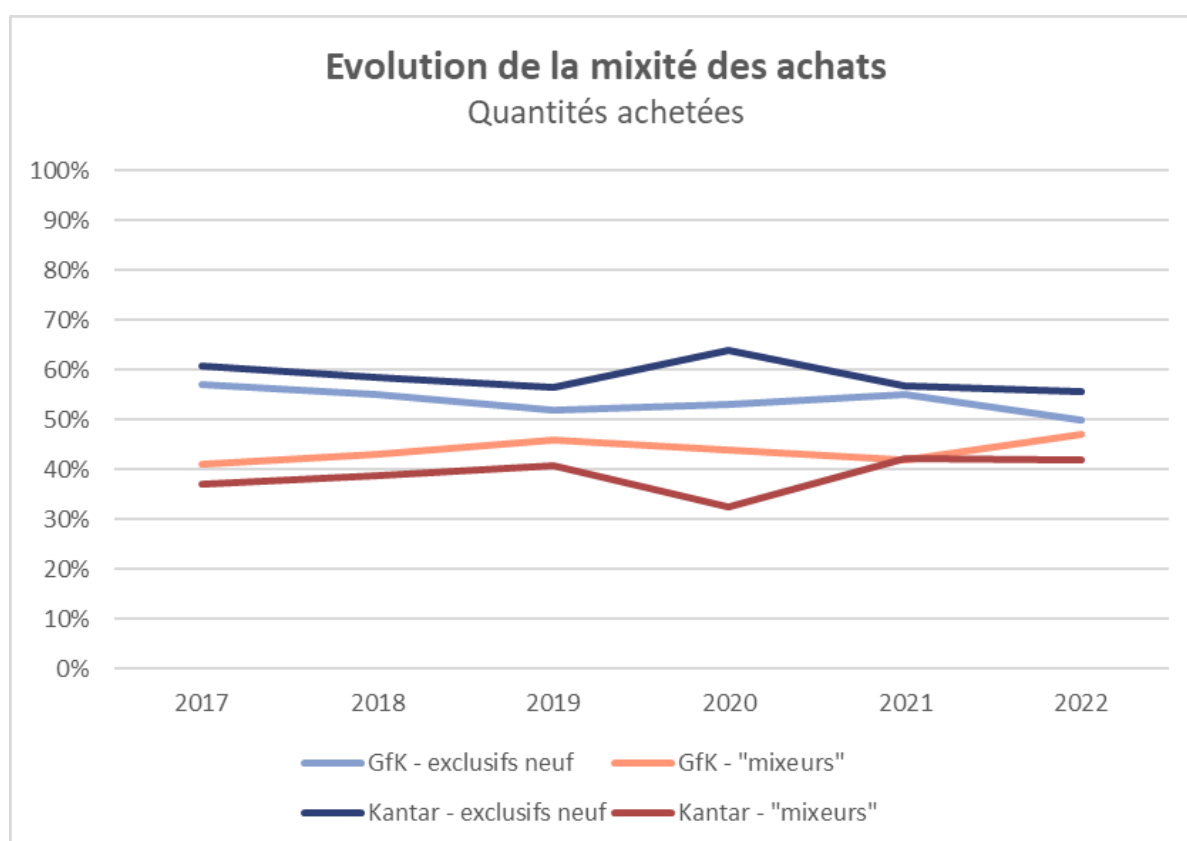
Les **acheteurs exclusifs de livres neufs** sont **également majoritaires** en termes de livres imprimés achetés : en 2022, 50 % des livres imprimés achetés l'ont été par des acheteurs exclusifs de neuf selon GfK, 56 % selon Kantar. La proportion

d'achats qui leur sont imputables décline néanmoins : -7 points selon GfK et -5 points selon Kantar, depuis 2017.

A l'inverse, s'ils restent minoritaires en nombre, la population des **acheteurs « mixeurs »** (achats de livres neuf et d'occasion) représente une **part croissante des achats** de livres imprimés : 47 % des achats de livres imprimés leur sont imputables selon GfK (+6 points par rapport à 2017), 42 % selon Kantar (+5 points par rapport à 2017).

La part que représentent les achats de livres imprimés des acheteurs exclusifs de livres d'occasion reste quant à elle marginale : elle représente, en 2022, 3 % du total des achats de livres imprimés selon GfK et Kantar. Elle n'a pas évolué depuis 2017.

Le graphique ci-dessous illustre les principales tendances.



A-3.3 La mixité « neuf/occasion » en sommes dépensées

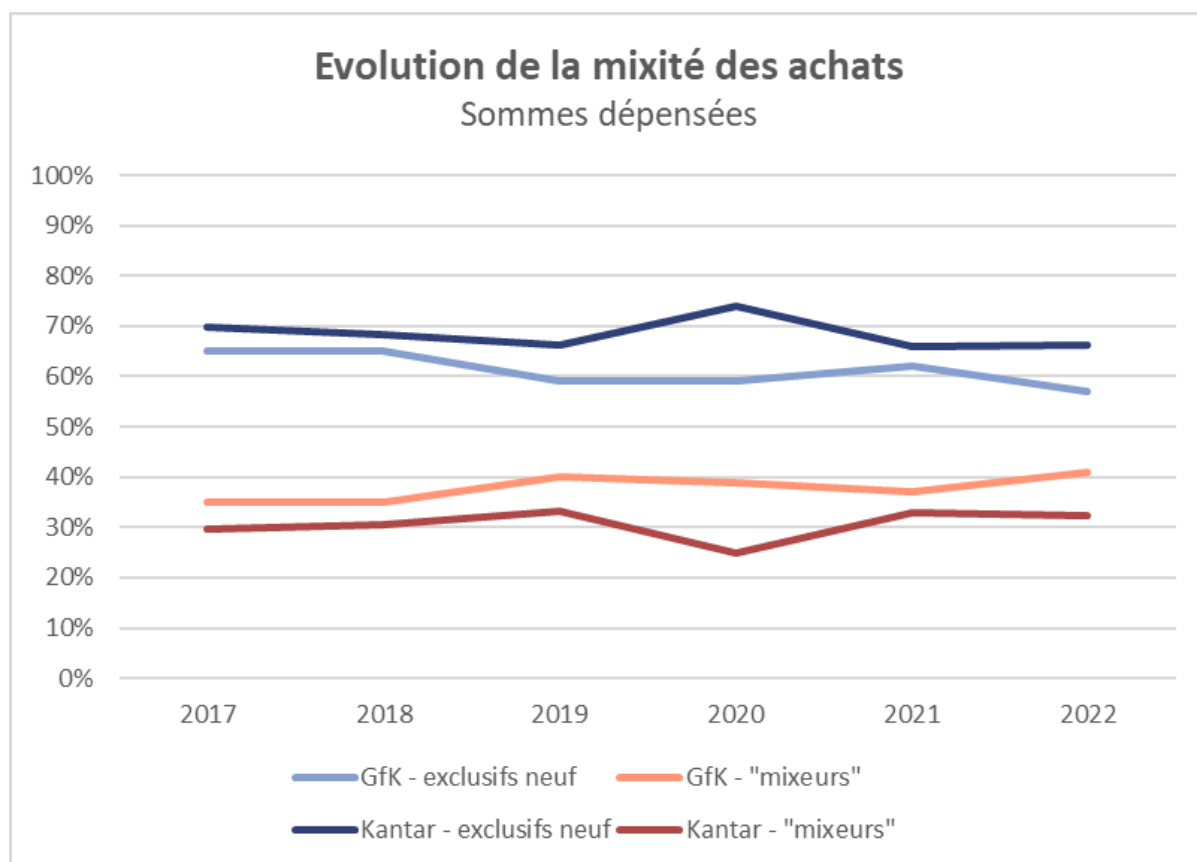
Les **acheteurs exclusifs de livres neufs** sont **plus largement majoritaires** en termes de sommes dépensées en achats de livres imprimés : en 2022, 57 % des

sommes dépensées en achats de livres leur sont imputables selon GfK, 66 % selon Kantar. Comme pour les quantités achetées, la part des sommes dépensées imputable aux acheteurs exclusifs de livres neufs décline : depuis 2017, -8 points selon GfK, -3 points selon Kantar.

A l'inverse, s'ils restent minoritaires en nombre, la population des **acheteurs « mixeurs »** (achats de livres neuf et d'occasion) représente une **part croissante des sommes dépensées** en achats de livres imprimés : 41 % des sommes dépensées en achats de livres imprimés leur sont imputables selon GfK (+6 points par rapport à 2017), 32 % selon Kantar (+3 points par rapport à 2017).

La part des sommes dépensées en achats de livres imprimés par les acheteurs exclusifs de livres d'occasion reste quant à elle marginale : en 2022, elle représente 1 % du total des achats de livres imprimés selon GfK et Kantar. Elle n'a pas évolué depuis 2017.

Le graphique ci-dessous illustre les principales tendances.

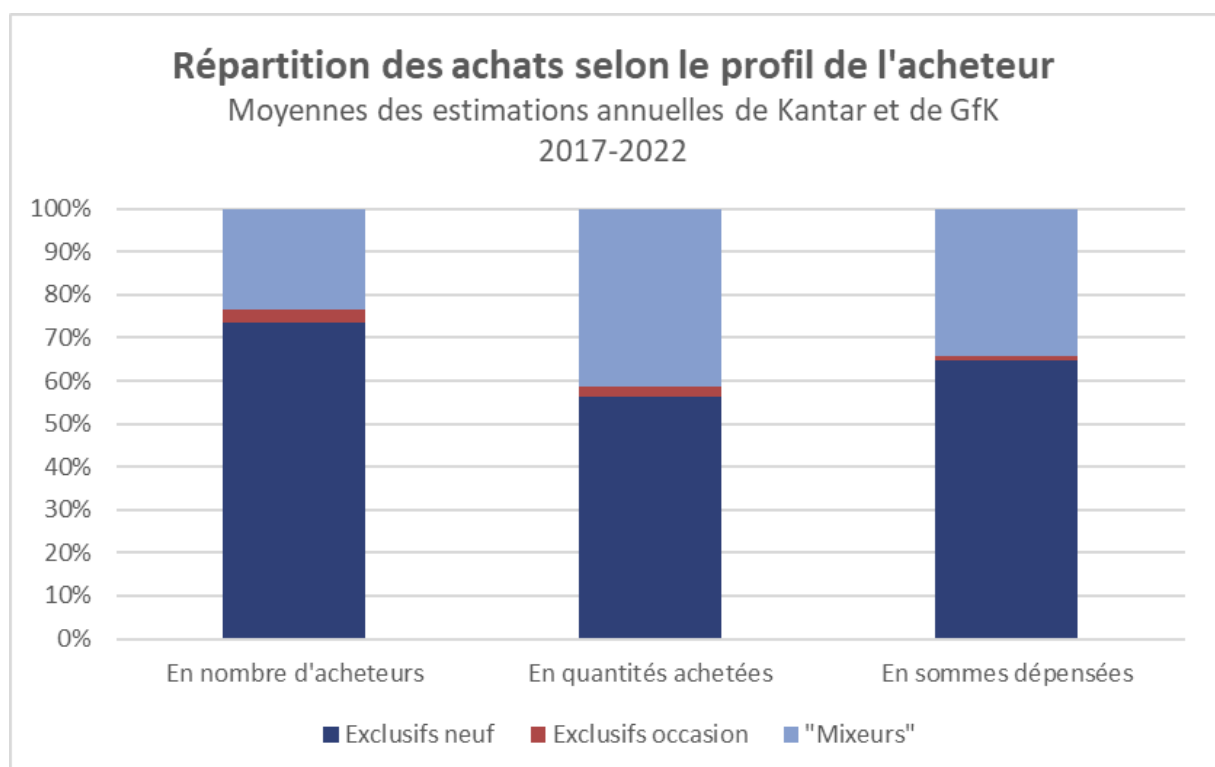


A-3.4 Répartition selon les profils d'acheteurs

Est présentée ci-dessous **en moyenne**, sur la **période 2017-2022**, la fourchette issue des estimations de GfK et de Kantar :

- Les **acheteurs exclusifs de livres neufs** représentent :
 - o 71 % à 76 % des acheteurs de livres imprimés
 - o 54 % à 59 % des quantités achetées de livres imprimés
 - o 61 % à 68 % des sommes dépensées en achats de livres imprimés
- Les **acheteurs « mixeurs »** (neuf et occasion) représentent :
 - o 21 % à 25 % des acheteurs de livres imprimés
 - o 39 % à 44 % des quantités achetées de livres imprimés
 - o 31 % à 38 % des sommes dépensées en achats de livres imprimés
- Les **acheteurs exclusifs de livres d'occasion** représentent :
 - o 3 % à 4 % des acheteurs de livres imprimés
 - o 2 % à 3 % des quantités achetées de livres imprimés
 - o 1 % des sommes dépensées en achats de livres imprimés

Le graphique ci-dessous reflète ces estimations.



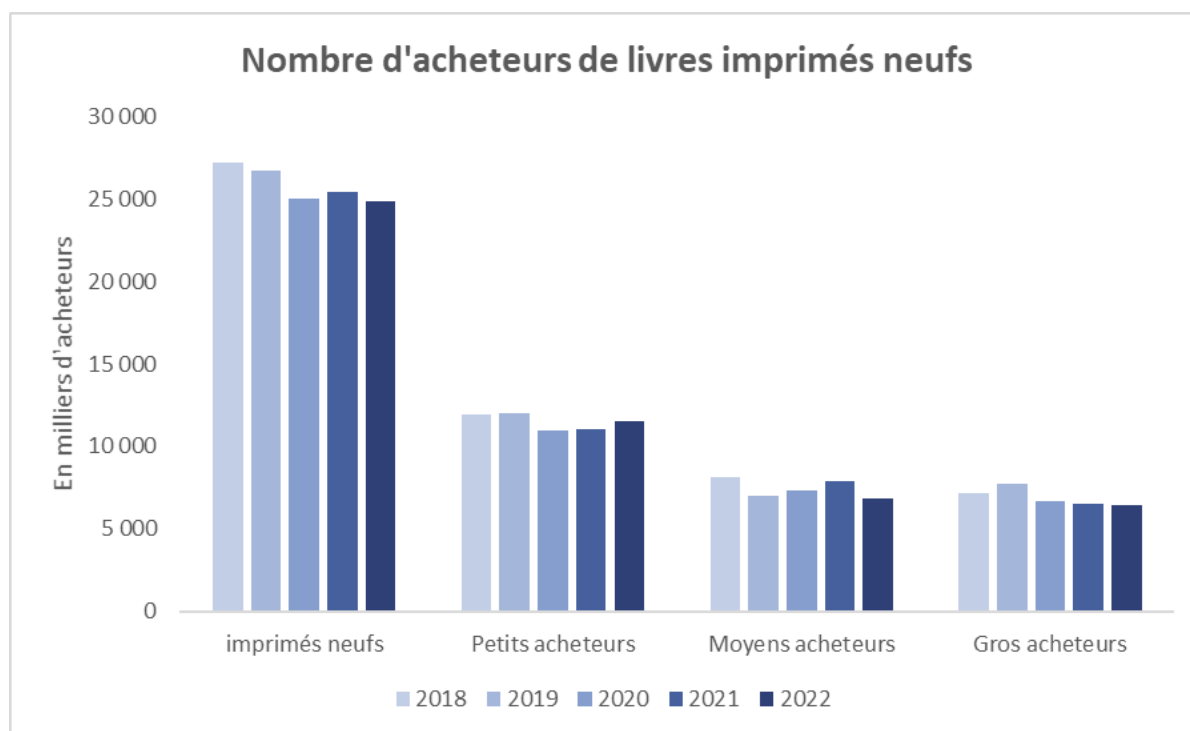
A-4 Une progression lente des achats d'occasion par client

GfK calcule le nombre de livres achetés par client, et en déduit le profil de l'acheteur :

- **petit acheteur**, entre 1 et 4 livres ;
- **moyen acheteur**, entre 5 et 11 livres ;
- **gros acheteur**, 12 livres et plus.

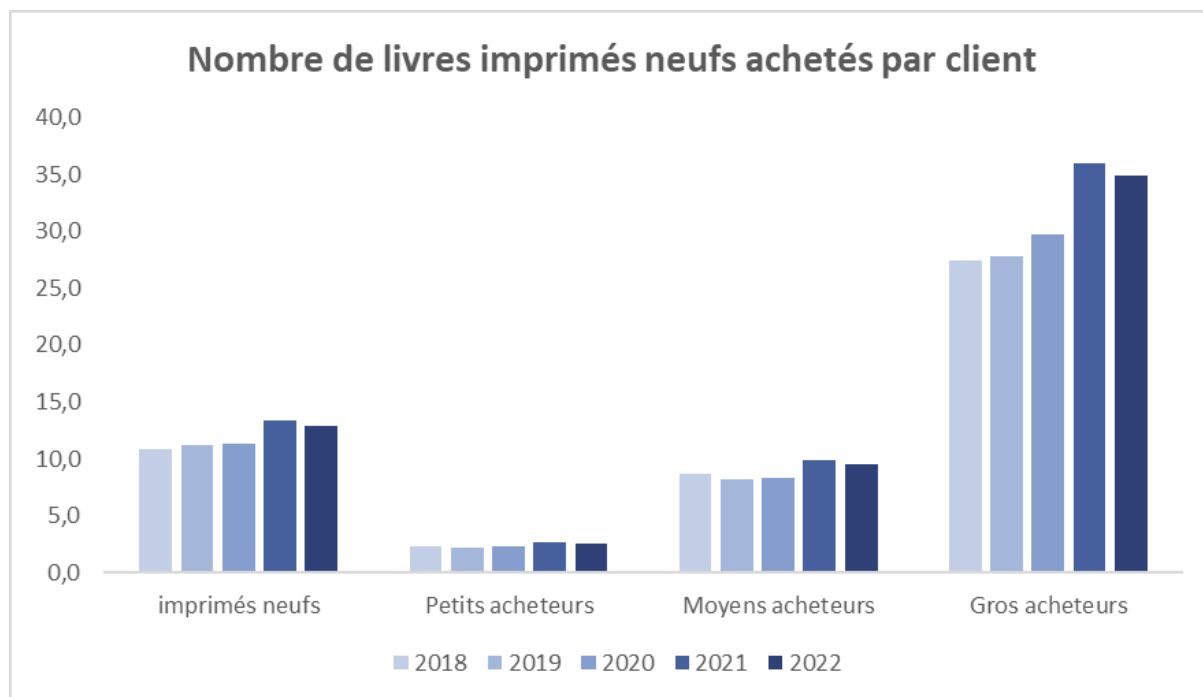
A-4.1 Livre imprimé neuf

Comme vu précédemment (cf. [Acheteurs](#)), le **nombre d'acheteurs de livres imprimés neufs** tend à décroître. Cela provient en particulier d'un recul des moyens acheteurs qui deviennent de plus petits acheteurs, tandis que de petits acheteurs quittent le marché du livre imprimé neuf, conduisant à la baisse du nombre total d'acheteurs. Le graphique ci-dessous illustre cette tendance sur la période 2018-2022.



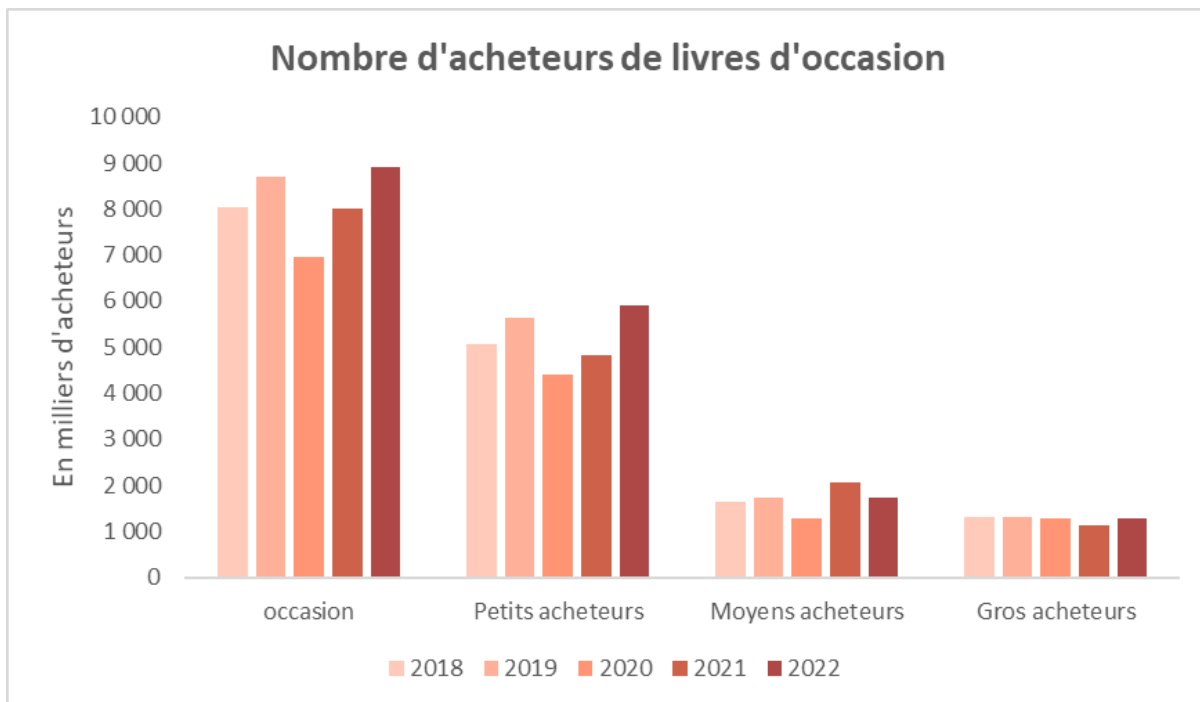
En parallèle, le **nombre de livres imprimés neufs achetés par client augmente**, mais cette tendance correspond donc plutôt à une concentration accrue des

achats par un nombre moins important de clients. La moyenne du nombre de livres achetés par client, autour de 13 en 2021-2022, reflète mal la réalité. Le marché se caractérise davantage par une grande disparité des quantités achetées par client. Les gros acheteurs, dont le nombre stagne, acquièrent de plus en plus de livres imprimés neufs, environ 35 par an. Le graphique ci-dessous illustre cette tendance sur la période 2018-2022.

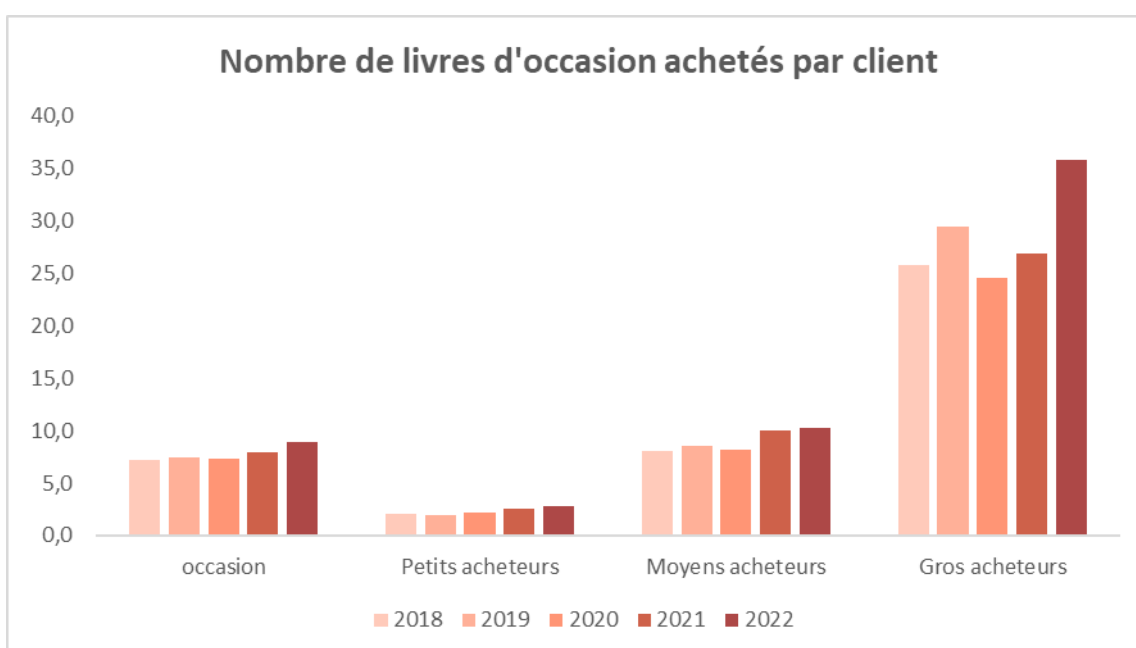


A-4.2 Livre d'occasion

Comme vu précédemment (cf. [Acheteurs](#)), le **nombre d'acheteurs d'occasion augmente** ces dernières années, hormis durant la crise sanitaire en 2020. Ces nouveaux acheteurs d'occasion deviennent le plus souvent, à ce jour, de petits acheteurs d'occasion, tandis que le nombre de moyens et gros acheteurs stagne sur la période 2018-2022, comme le montre le graphique ci-dessous.



A la différence du marché du livre imprimé neuf, la pénétration croissante de la pratique de l'achat d'occasion s'accompagne d'une **hausse du nombre de livres achetés par client**, corroborant le dynamisme des quantités d'exemplaires achetés en valeur absolue (cf. [Quantités achetées](#)). Comme pour le marché du livre imprimé neuf, la moyenne du nombre de livres d'occasion achetés, autour de 9 par client, masque en réalité une grande disparité des quantités achetées par client. En particulier, les gros acheteurs d'occasion, dont le nombre stagne, achètent de plus en plus de livres d'occasion, à un niveau comparable en 2022 aux gros acheteurs de livres imprimés neufs (35 par an). Le graphique ci-dessous illustre ces tendances.



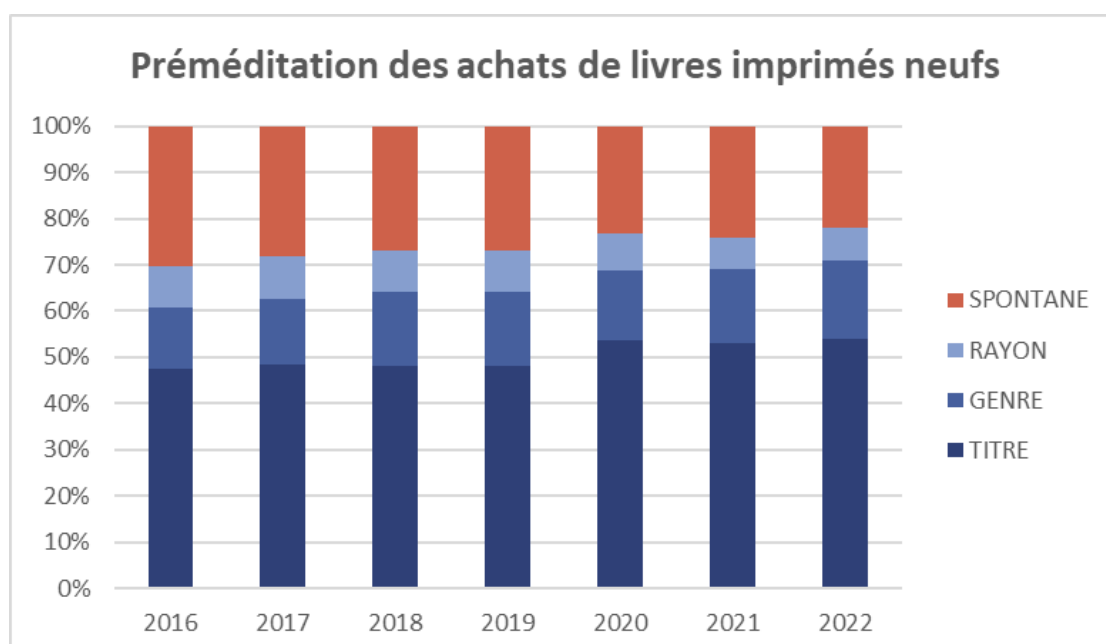
A-5 Des achats d'occasion de plus en plus prémédités

Les données du panel Consommateurs de GfK indiquent si l'achat de tel livre par le particulier était « **prémédité** » ou « **spontané** », autrement dit si le particulier, avant de se rendre en magasin ou sur un site Internet, savait ce qu'il désirait acheter. Au sein des achats prémédités, GfK distingue trois degrés de préméditation des achats, du plus au moins fort :

- au **titre** ;
- au **genre (éditorial)** ;
- au **rayon (du magasin ou du site Internet)**, autrement dit le client savait qu'il allait acheter un livre mais sans savoir encore lequel, ni même le genre éditorial.

A-5.1 Livres imprimés neufs

Les achats de livres imprimés neufs sont, sur la période 2016-2022, prémédités aux trois quarts, à différents degrés, et spontanés pour un quart d'entre eux. La proportion d'achats prémédités apparaît en croissance concernant les deux plus forts degrés de préméditation, au titre et au genre, ce qui semble indiquer que les clients de livres imprimés neufs savent de plus en plus précisément ce qu'ils désirent acheter. Le graphique ci-dessous présente ces évolutions.

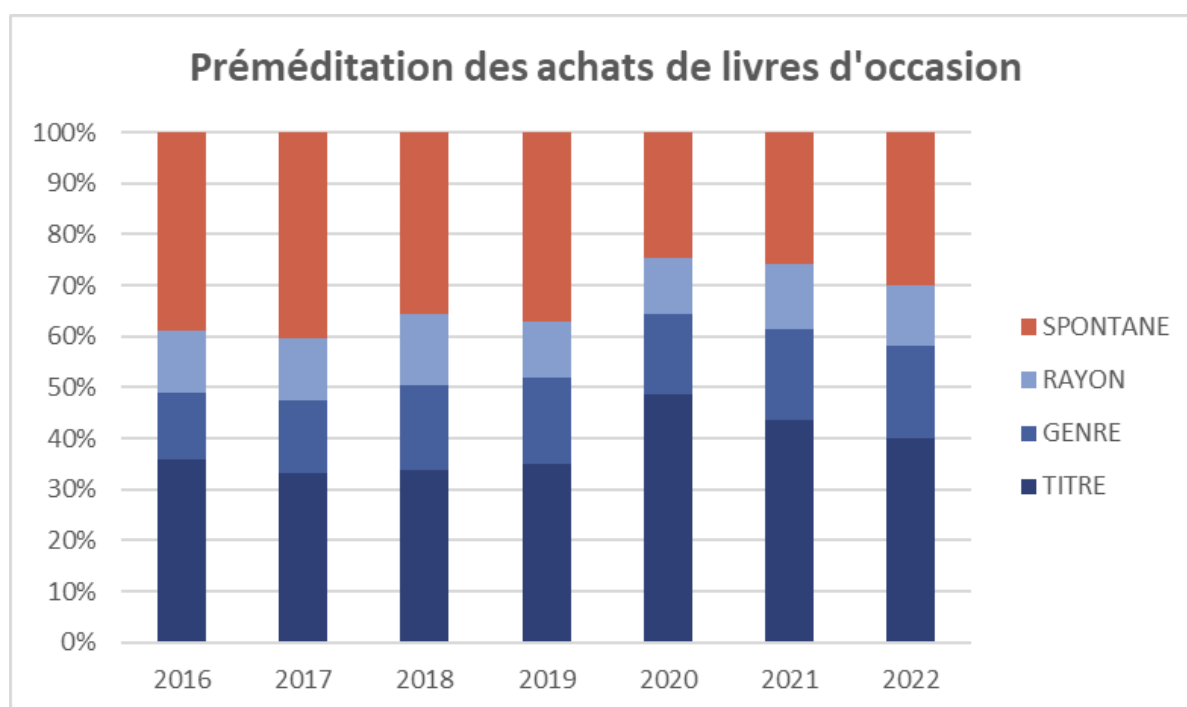


Le degré de préméditation est plus élevé concernant les achats sur Internet : environ trois quarts des livres imprimés neufs achetés sur Internet sont préalablement identifiés par les clients, soit une proportion nettement plus importante que sur l'ensemble du marché (la moitié, tous circuits confondus). Les clients sur Internet savent encore plus que les autres ce qu'ils désirent acheter.

A-5.2 Livres d'occasion

Les achats de livres d'occasion sont, sur la période 2016-2022, **majoritairement prémédités** (entre 60 % et 75 % selon les années), à différents degrés, et ne sont spontanés que pour 25 % à 40 % d'entre eux.

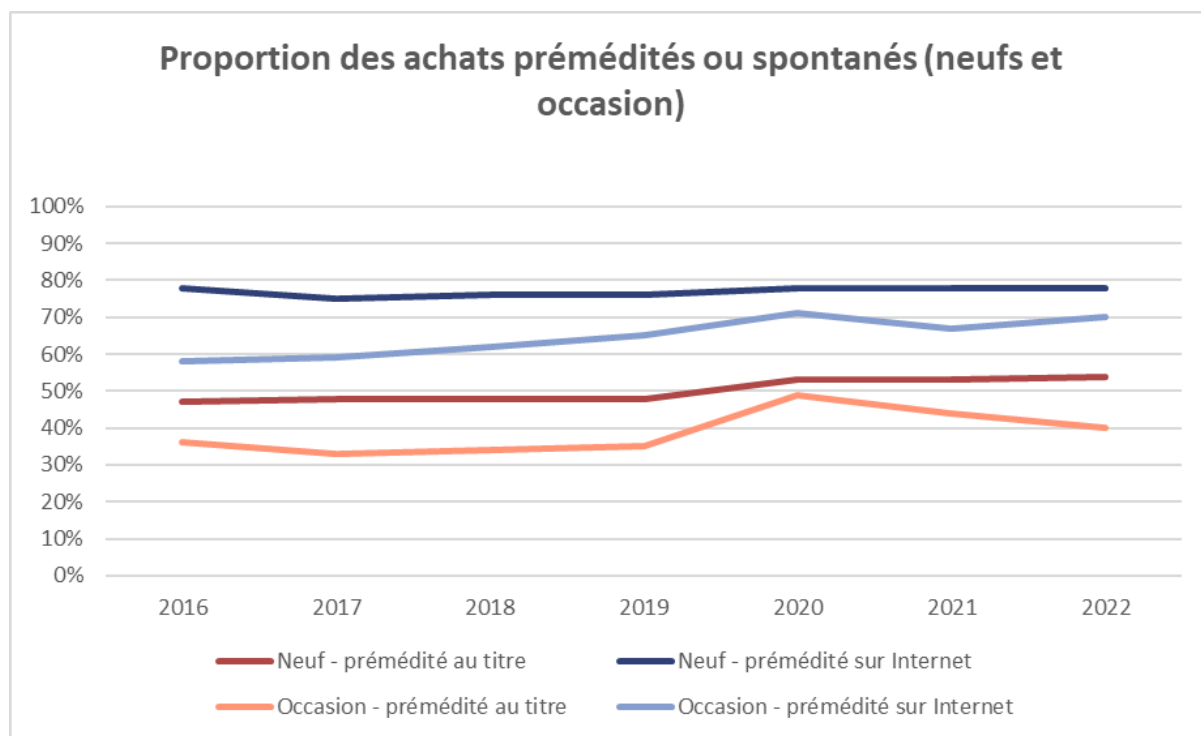
Comme pour les livres imprimés neufs, **la part des achats d'occasion spontanés continue à décliner** : elle constitue désormais en 2022 moins d'un tiers des achats d'occasion. **Ce sont également les deux plus forts degrés de préméditation, au titre et au genre, qui progressent.**



L'accroissement de la préméditation se constate également en particulier sur Internet (tous réseaux confondus) : la part des achats d'occasion prémédités au titre parmi les achats d'occasion sur Internet est passée de 58 % à 70 % entre

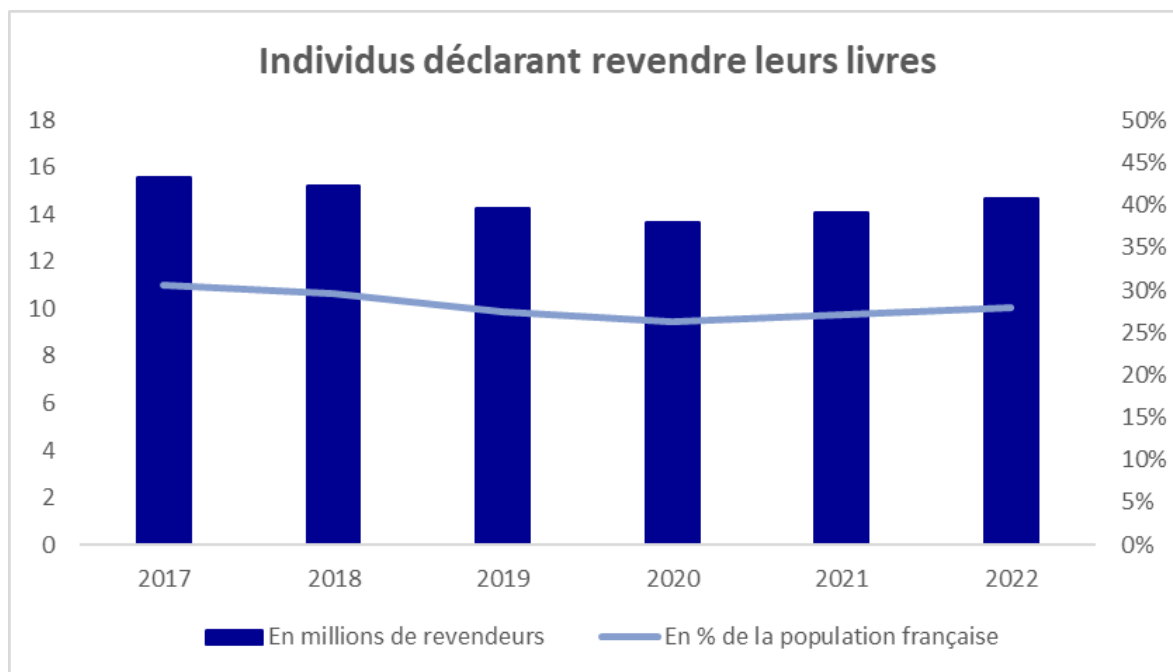
2016 et 2022, atteignant ainsi un niveau proche de celui des livres imprimés neufs.

Il est évident que les évolutions technologiques permettent désormais aux clients de trouver sur le marché de l'occasion, notamment en ligne, ce qu'ils cherchent, à l'inverse de l'époque pré-Internet où les clients trouvaient en boutique la bonne affaire à laquelle ils ne s'attendaient pas.



A-6 Les revendeurs, une population plus féminine

Selon GfK, un peu plus de **14 millions de Français déclarent revendre leurs livres**, soit **28 %** de la population française de 15 ans et plus. Ce nombre de revendeurs a eu tendance à diminuer (en nombre et en proportion) entre 2017 et 2020, avant de croître sur les deux dernières années.



La population des revendeurs est nettement plus féminine (64 % en moyenne sur la période) que la population française⁶, et cette féminisation se renforce (61 % des revendeurs en 2017, 66 % en 2022).

En termes d'âge, la population des revendeurs ne diffère pas fortement de celle de la population française. Ainsi, les plus de 50 ans représentent en moyenne 46 % des revendeurs de livres, contre plus de la moitié de la population française de 15 ans et plus ; les plus de 50 ans sont cependant de plus en plus nombreux parmi les revendeurs de livres (43 % en 2017, 48 % en 2022).

De même, les profils des revendeurs ne se distinguent pas de ceux de la population française⁷ en termes de taille d'agglomération de résidence : un revendeur sur deux habite une agglomération de plus de 100 000 habitants (dont Paris), un sur cinq réside en zone rurale.

Les revendeurs se trouvent davantage dans les tranches de revenus annuels bruts d'un niveau moyen ou élevé : 43 % d'entre eux perçoivent entre 25 et 45 K€, 20 % plus de 45 K€ ; à l'inverse, 37 % des revendeurs gagnent moins de 25 K€. On ne dispose toutefois pas des données permettant de comparer ces proportions avec la population française au regard du revenu annuel brut, l'INSEE communiquant davantage sur la notion de niveau de vie.

⁶ Source INSEE, estimations de population 2023.

⁷ Source INSEE, recensement de la population 2017, composition communale des unités urbaines 2020.

Enfin, 61 % des revendeurs sont **sans enfant au foyer** et 39 % avec un enfant ou plus, ce qui constituent des proportions proches de celles de la structure familiale de la population française en 2016⁸.

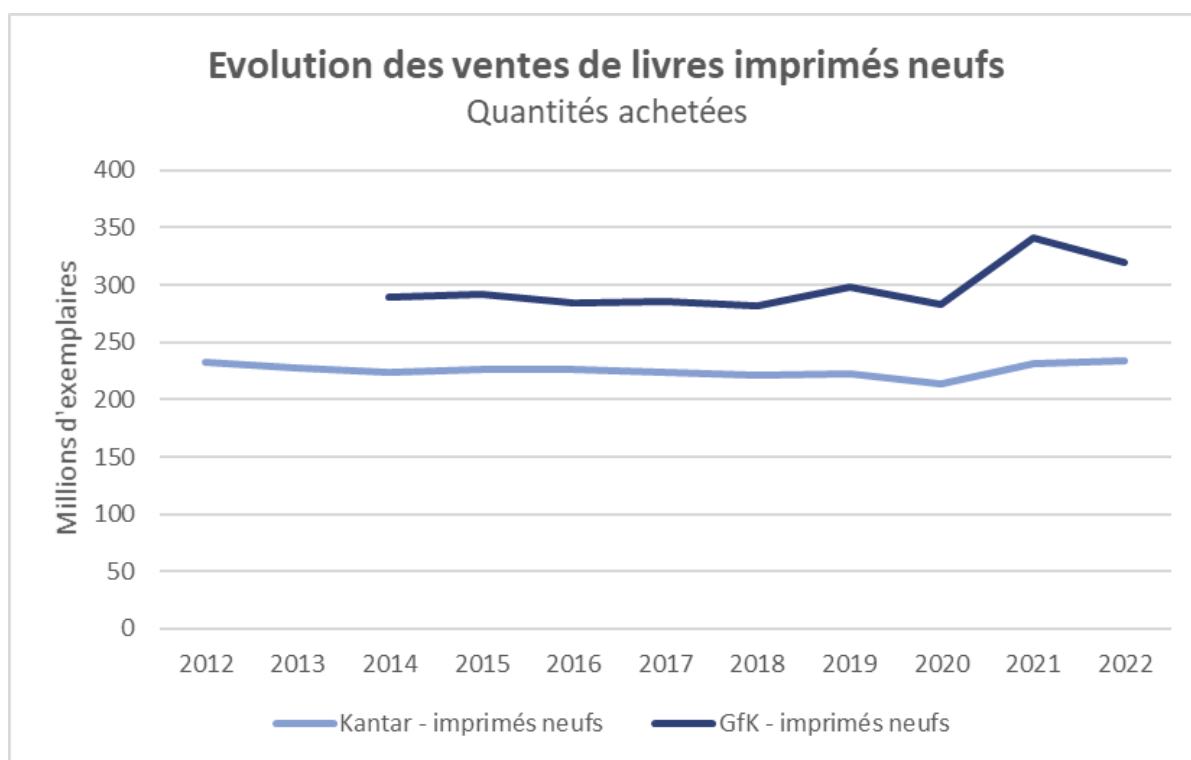
⁸ Source INSEE, Tableau de l'économie française.

B – Les achats de livres d'occasion

B-1 Quantités achetées : un livre imprimé sur cinq désormais d'occasion

B-1.1 Achats de livres imprimés neufs

Les **achats de livres imprimés neufs par les particuliers** représenteraient en 2022 entre 234 millions (Kantar) et 320 millions d'exemplaires (GfK⁹). Après une stagnation durant les années 2010, les ventes ont légèrement fléchi en 2020, sans doute en raison de la crise sanitaire, avant de rebondir fortement à un niveau supérieur à l'avant-crise en 2021-2022.

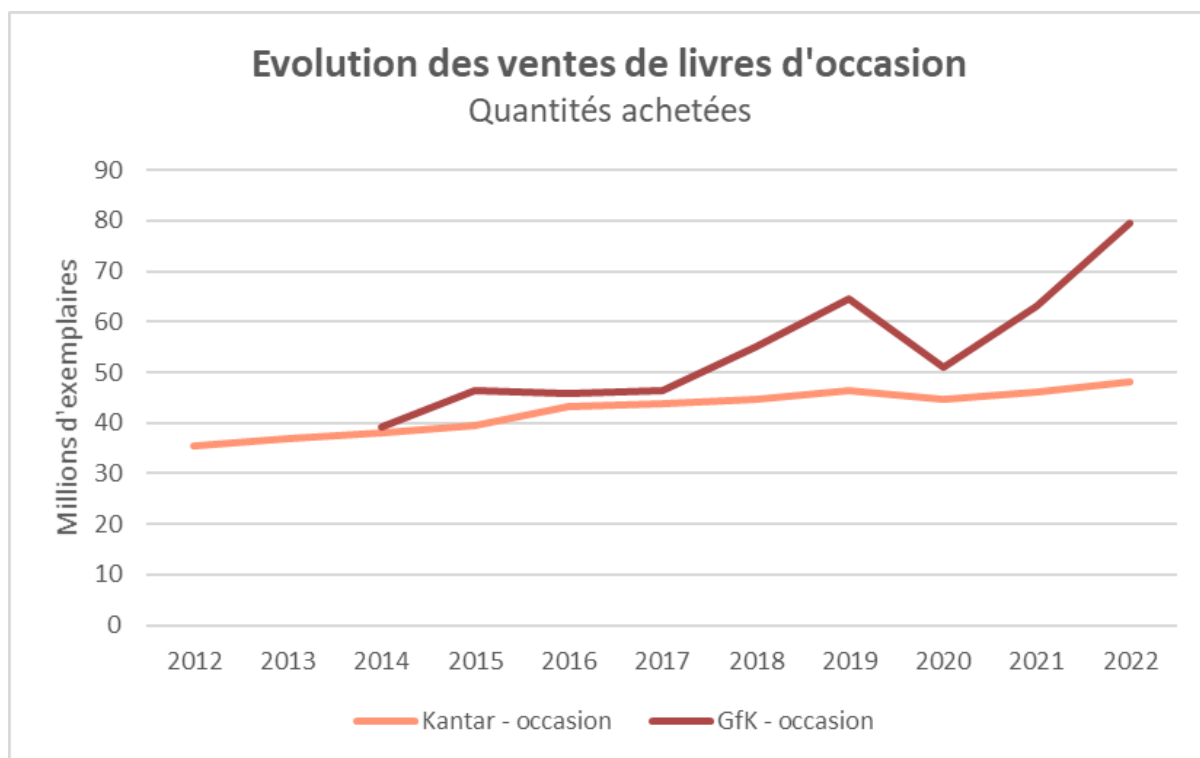


⁹ Il s'agit ici d'une estimation sur la base du panel Consommateurs de GfK (« GfK Consumer Intelligence - panel consommateurs biens culturels Français 15 ans et + »), distincte de celle issue du panel « distributeurs » de GfK.

B-1.2 Achats de livres d'occasion

Les **achats de livres d'occasion** représenteraient en 2022 entre 48 millions (Kantar) et 80 millions d'exemplaires (GfK). **Leur croissance est continue depuis 10 ans**, de 3 % en moyenne par an selon Kantar et de 9 % selon GfK, et représente, sur la période 2014-2022, 26 % d'augmentation selon Kantar et un doublement selon GfK. **Après un fléchissement en 2020, en raison de la crise sanitaire, la hausse est particulièrement importante sur les deux dernières années.**

La hausse est de 36 % selon Kantar sur la série plus longue 2012-2022.



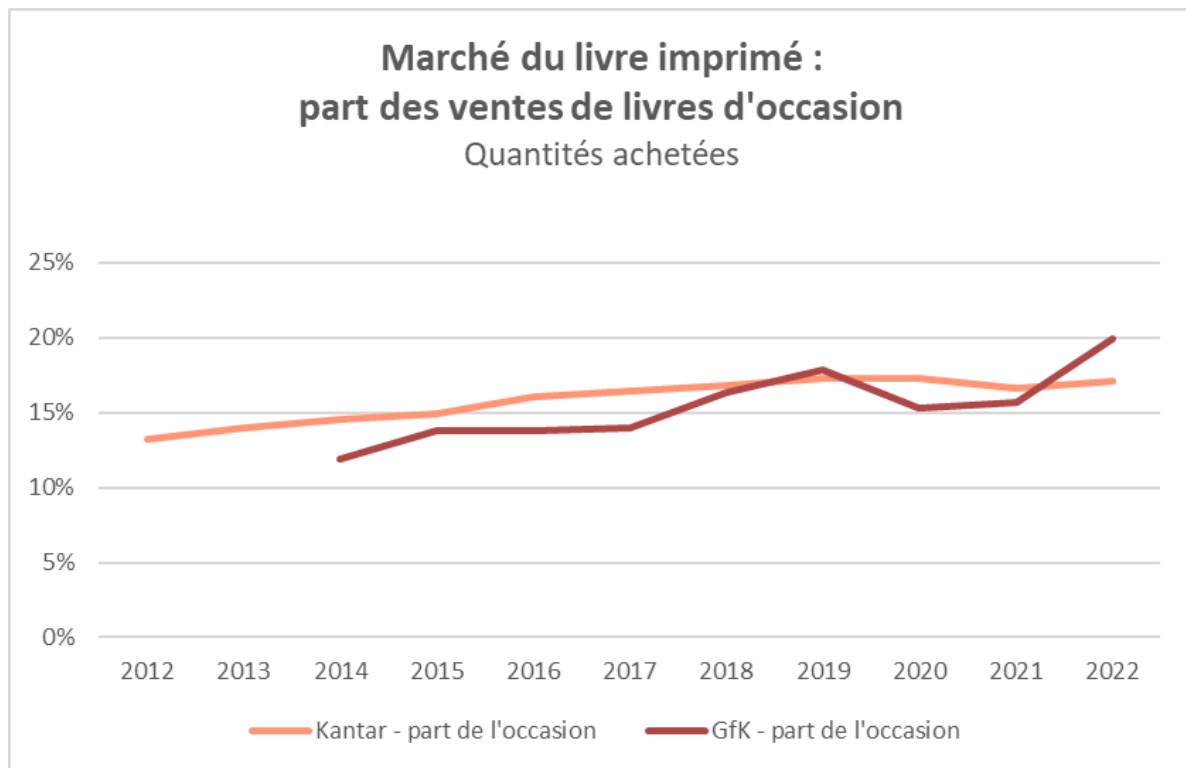
B-1.3 Part de marché des achats de livres d'occasion

Périmètre des livres imprimés

En quantités, la proportion des exemplaires achetés de livres d'occasion sur le montant total des exemplaires achetés de livres imprimés est aujourd'hui de 17 % selon Kantar et de 20 % selon GfK. Elle a augmenté de 2 points selon

Kantar et de 8 points selon GfK entre 2014 (respectivement 15 % et 12 %) et 2022.

L'augmentation est de 4 points selon Kantar sur la période longue 2012-2022.

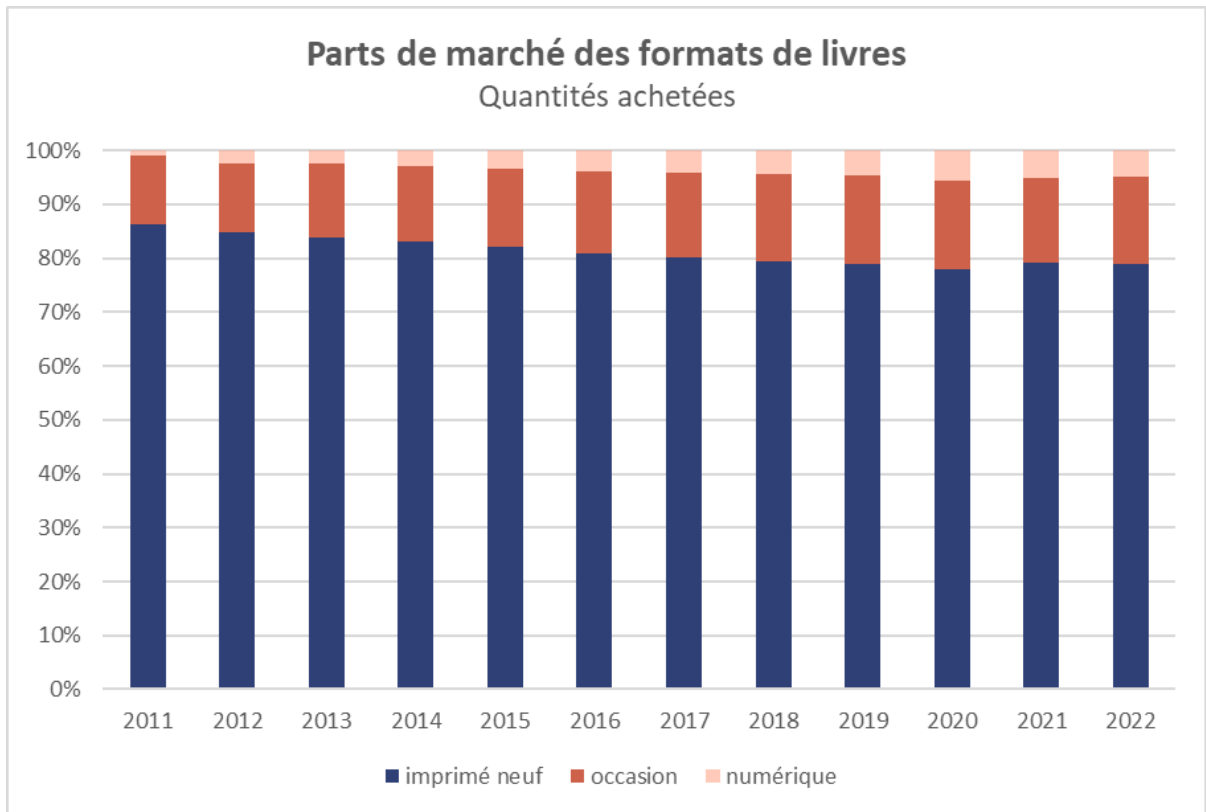


Périmètre tous formats (imprimé neuf, occasion, numérique)

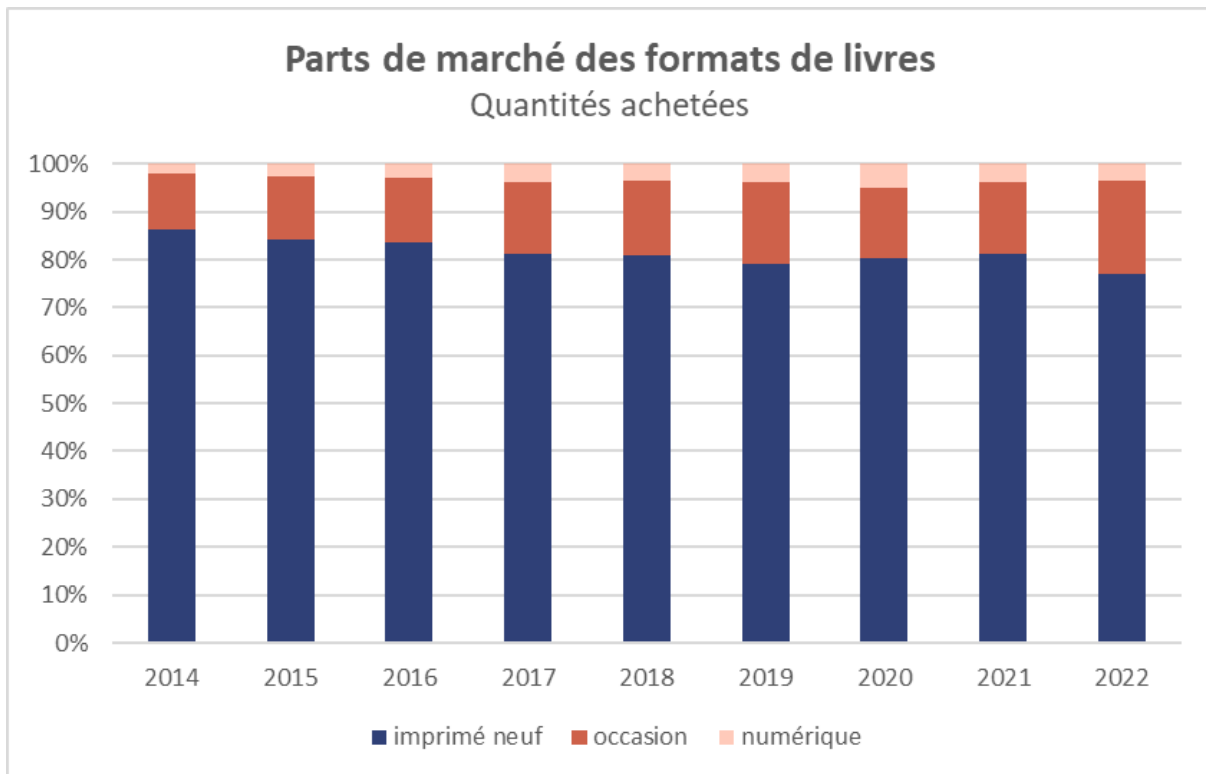
En termes de quantités de livres achetés par les particuliers, **d'après Kantar, la part de l'occasion représente environ 16 % du marché en 2022**, soit une progression de 3 points en une décennie suivie d'une relative stabilité depuis 2018.

GfK indique une progression plus rapide, de 7 points, sur une période plus courte (2014-2022), **portant la part des ventes d'occasion à près de 20 % du marché** ; cette source relève en particulier un accroissement important de cette part en 2022 par rapport à la période 2020-2021.

Les graphiques ci-dessous rendent compte des résultats de Kantar puis de GfK.



Source : Kantar pour ministère de la culture/observatoire de l'économie du livre.

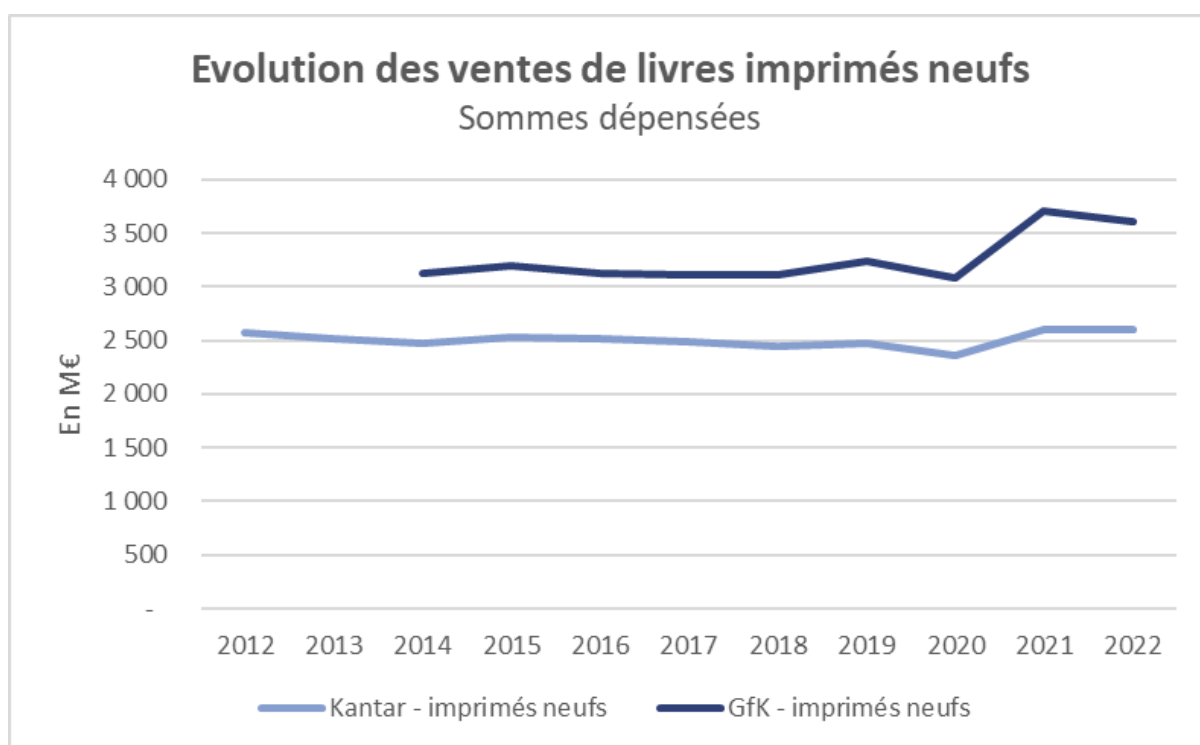


Source : GfK pour ministère de la culture/observatoire de l'économie du livre.

B-2 Sommes dépensées : une croissance modérée de l'occasion

B-2.1 Achats de livres imprimés neufs

Le **marché du livre imprimé neuf destiné aux particuliers** représenterait en 2022 entre 2,6 Md€ (Kantar) et 3,6 Md€ (GfK¹⁰)¹¹. Son niveau est resté globalement stable au cours des années 2010 en euros courants, puis a légèrement fléchi en 2020 en raison de la crise sanitaire ; la valeur du marché s'est ensuite fortement accrue en 2021 et 2022 par rapport aux années d'avant-crise.



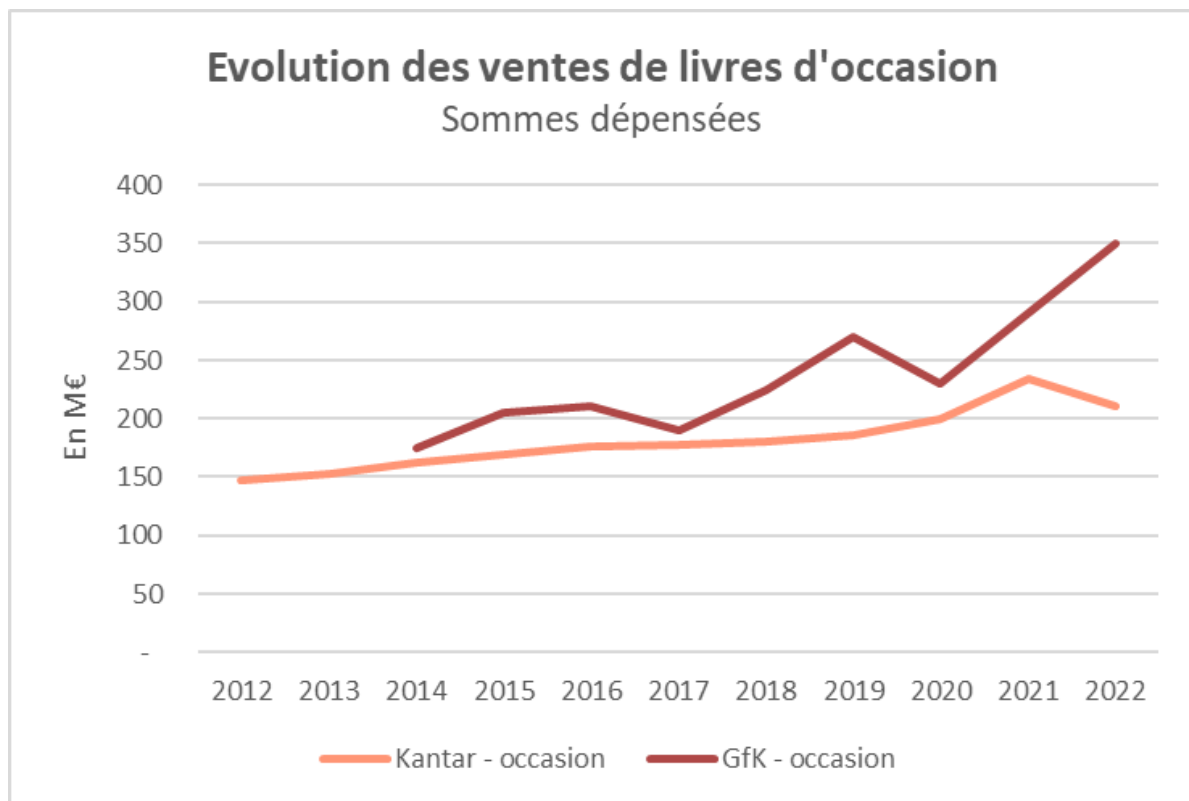
B-2.2 Achats de livres d'occasion

Le **marché du livre d'occasion** représenterait en 2022 entre 211 M€ (Kantar) et 351 M€ (GfK). Ce marché est **en augmentation continue depuis 10 ans**, de 3 % en moyenne par an selon Kantar et de 9 % selon GfK, **et de manière tout à fait exceptionnelle sur 2021 et 2022**. Cela représente, sur la période 2014-2022, 30 % de croissance selon Kantar et un doublement selon GfK.

¹⁰ Il s'agit ici d'une estimation sur la base du panel Consommateurs de GfK (« GfK Consumer Intelligence - panel consommateurs biens culturels Français 15 ans et + »), distincte de celle issue du panel « distributeurs » de GfK.

¹¹ Des différences de méthode expliquent ces écarts d'estimation, par exemple les achats de livres scolaires ne sont pas compris dans le périmètre du panel Kantar.

L'augmentation est de 44 % selon Kantar sur la série plus longue 2012-2022.

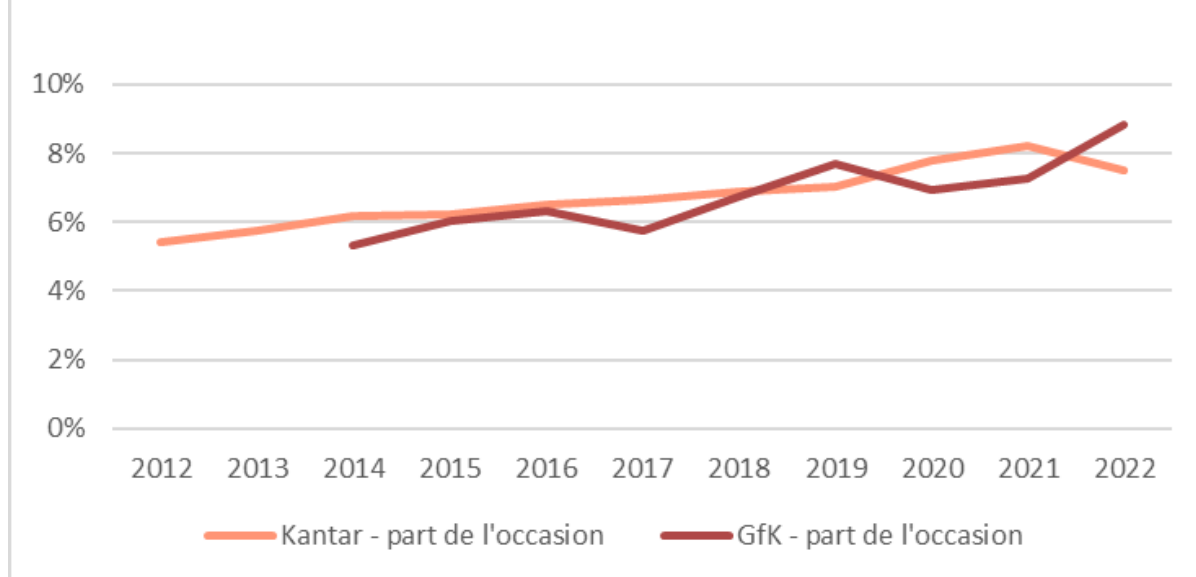


B-2.3 Part de marché des achats de livres d'occasion

Périmètre des livres imprimés

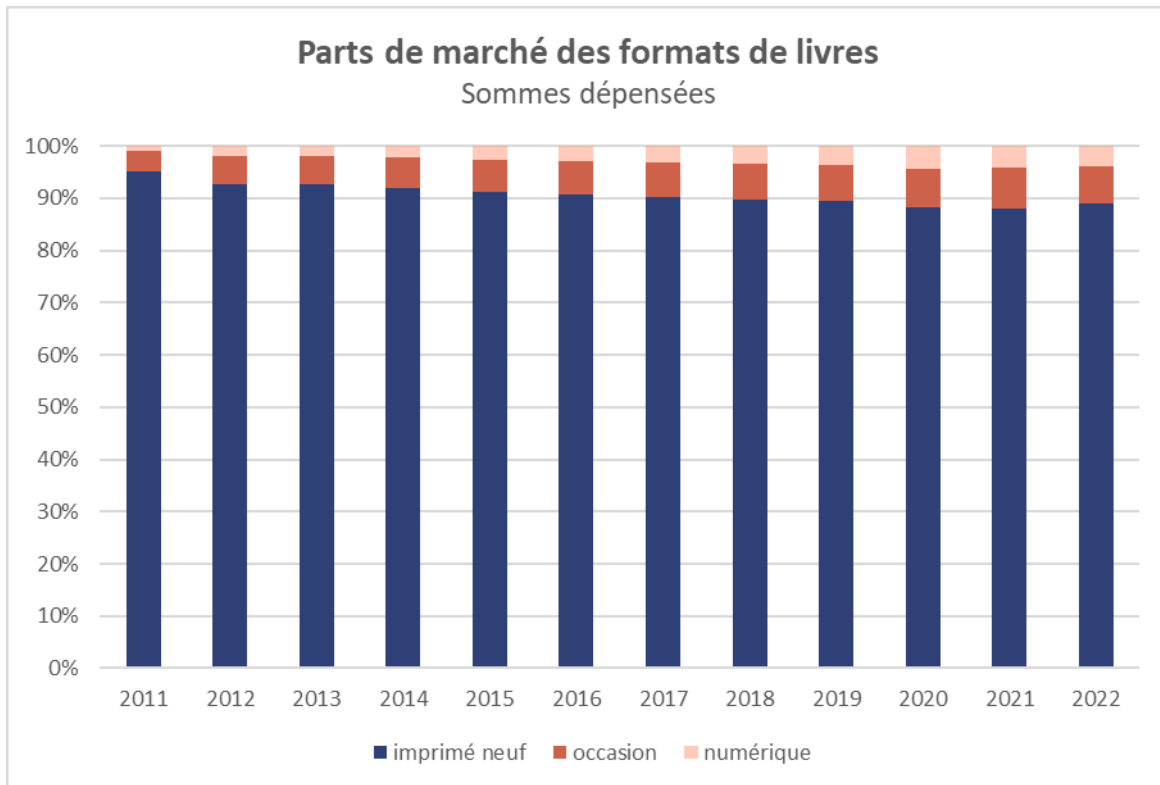
En sommes dépensées, la proportion des achats de livres imprimés d'occasion sur le montant total d'achats de livres imprimés est aujourd'hui de 8 % selon Kantar et de 9 % selon GfK. Elle a augmenté de 2 points selon Kantar et de 4 points selon GfK entre 2014 (respectivement 6 % et 5 %) et 2022. L'augmentation est de 3 points selon Kantar sur la période longue 2012-2022.

Marché du livre imprimé : part des ventes de livres d'occasion Sommes dépensées

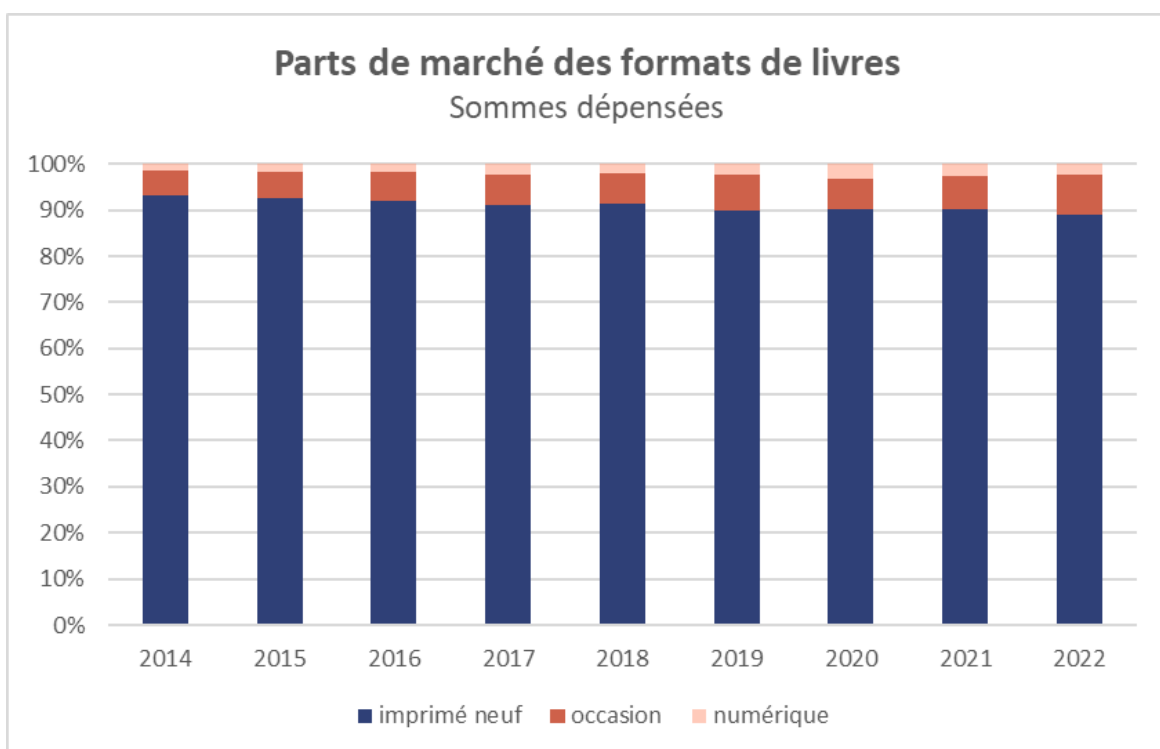


[Périmètre tous formats \(imprimé neuf, occasion, numérique\)](#)

En termes de sommes dépensées, Kantar rend compte d'une **augmentation de 2-3 points de la part de l'occasion en une décennie**, atteignant environ 7 % de la valeur du marché du livre en 2022, stable depuis 2018. Les estimations issues de GfK apparaissent ici analogues à celles de Kantar, tant en niveau (9 % de la valeur du marché en 2022) qu'en évolution, hormis le constat d'une croissance de cette part en 2022 par rapport à la période 2018-2021. Les graphiques ci-dessous exposent les résultats de Kantar puis de GfK.



Source : Kantar pour ministère de la culture/observatoire de l'économie du livre.



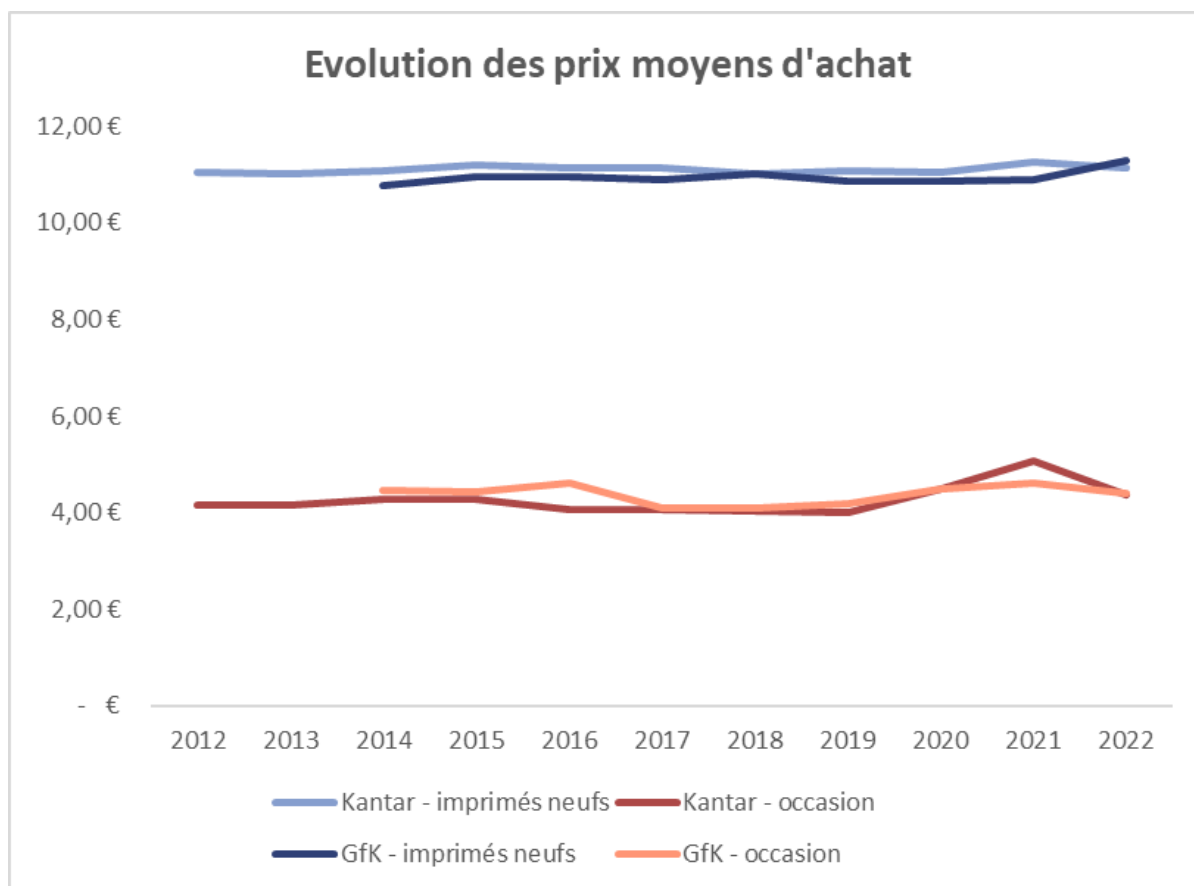
Source : GfK pour ministère de la culture/observatoire de l'économie du livre.

B-3 Les livres d'occasion, un prix moyen d'achat nettement inférieur au neuf

En rapportant les sommes dépensées aux quantités achetées, on peut calculer le **prix moyen d'achat** des livres imprimés neufs et ceux d'occasion ; il ne s'agit donc pas des prix moyens des livres proposés à la vente, mais des prix payés par les clients.

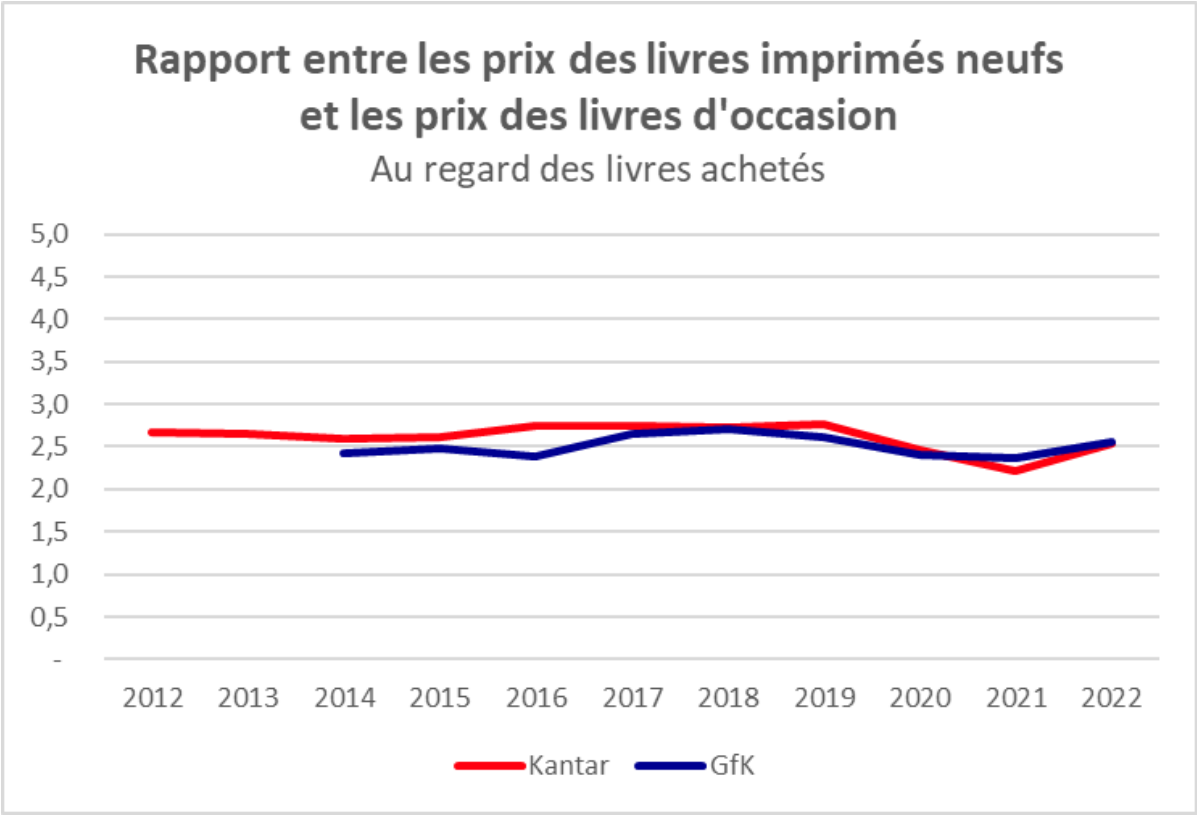
Le prix moyen d'achat des livres d'occasion s'établit **le plus souvent entre 4 € et 4,50 €**, d'après Kantar et GfK, sauf rares exceptions. Il n'a pratiquement pas évolué sur les dix dernières années.

Le prix moyen d'achat d'un livre imprimé neuf a également connu une grande stabilité, étant compris entre 10,80 € et 11,30 € d'après Kantar et GfK¹².



¹² Concernant GfK, l'estimation provient du panel Consommateurs de GfK (« GfK Consumer Intelligence - panel consommateurs biens culturels Français 15 ans et + »), distincte de celle issue du panel « distributeurs » de GfK.

Par conséquent, le rapport entre prix d'achat du livre imprimé neuf et prix d'achat du livre d'occasion stagne. Le rapport s'établit en moyenne à 2,5, autrement dit **les livres d'occasion sont en moyenne achetés deux fois et demi moins chers que les livres imprimés neufs.**



C – Analyse du marché

C-1 Canaux de vente : une recomposition du commerce en ligne face à des canaux traditionnels qui se maintiennent

C-1.1 Méthode

Le **panel Consommateurs de GfK** détaille les caractéristiques de chacun des achats de ses membres¹³. Les données couvrent ici la période **2014-2022**. L'analyse ci-dessous a été réalisée sur les données brutes du panel, à la différence des autres parties de l'étude qui s'appuient sur des données redressées et extrapolées par GfK ; cela s'explique par la volonté de disposer d'une typologie de canaux de vente légèrement distincte de celle utilisée par GfK.

La base détaillée des achats indique notamment le vendeur, parfois sous un terme générique (exemple : « Autre Internet », « Autre type de magasin »), et le prix de vente. Les vendeurs ont été regroupés par **canaux** afin de mieux comprendre les transformations du marché ; les frontières entre certains canaux pâtiennent de quelques **incertitudes** quant à l'identification du vendeur :

- **Places de marché identifiées** : Amazon, Ebay, Rakuten¹⁴, CDiscount. Le plus souvent, sur ces places, le détaillant n'est pas le gestionnaire du site mais le vendeur tiers. La « part de marché des places de marché » doit être lue comme la proportion des achats de livres d'occasion réalisée sur ces sites, non la part des entreprises qui les exploitent. Ce canal apparaît homogène mais non exhaustif, car il ne recouvre pas toutes les places de marché actives sur la vente de livres d'occasion, certaines n'étant pas identifiées dans le panel et relevant donc d'un canal « Autres ventes sur Internet » (cf *infra*) ;

¹³ Périmètre livre : hors fascicules, y compris scolaire, cartes et atlas, images et albums de coloriage. L'enquête est menée exclusivement en ligne.

¹⁴ Anciennement PriceMinister.

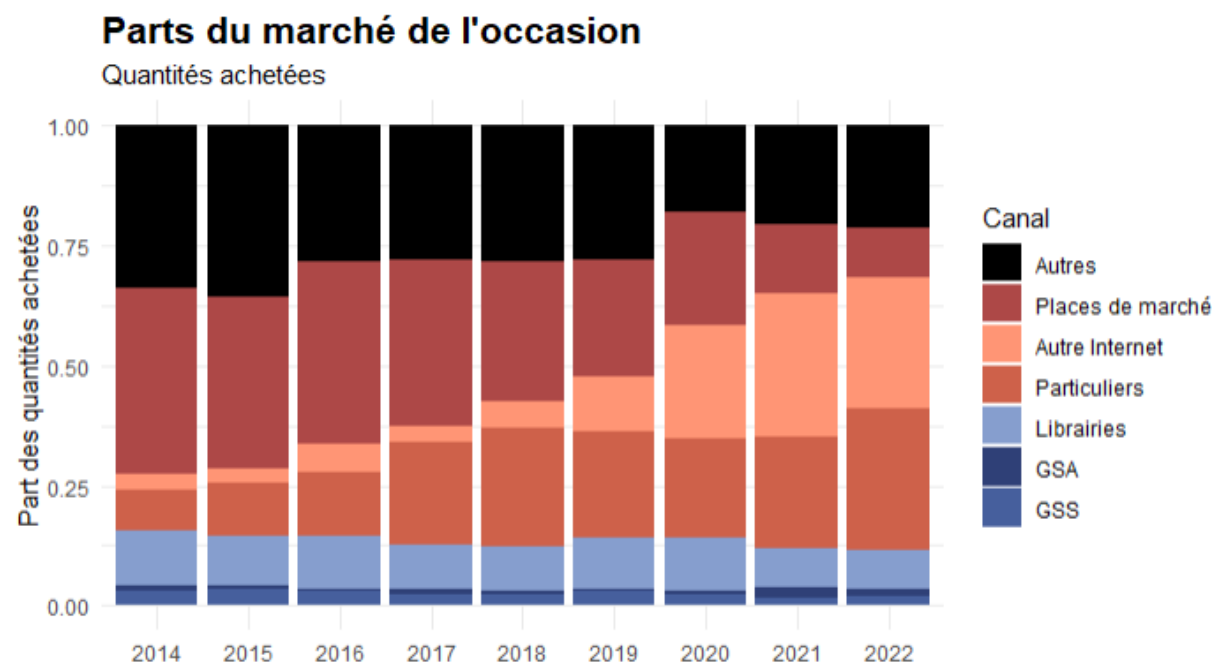
- **Ventes entre particuliers**, y compris celles réalisées sur les marchés, brocantes, etc. et celles issues de la mise en relation par des plateformes telles que Leboncoin, lesquelles ne doivent pas être perçues comme réalisées par des détaillants ;
- **Autres ventes sur Internet** : cela recouvre les ventes des détaillants spécialistes de la vente en ligne (exemple : chapitre.com), mais aussi celles d'autres acteurs en ligne non identifiés dans le panel, par exemple Momox¹⁵ ou d'autres places de marché, donc à une hauteur inconnue ;
- **Librairies** telles que Gibert, Decitre, y compris leurs ventes en ligne. On ne peut exclure que certains membres du panel déclarent leurs achats en « librairie » lorsqu'il s'agit plutôt de bouquinistes, *i.e.* de commerces physiques spécialisés dans la vente de livres d'occasion, d'autant plus que la frontière peut être ténue, certaines librairies réalisant une grande partie de leur chiffre d'affaires par la vente de livres d'occasion ;
- **Grandes surfaces spécialisées** (GSS) comme la FNAC, y compris leurs ventes en ligne, auxquelles ont été joints des détaillants spécialisés dans les produits culturels mais sans indication sur la dimension de leur surface – vendeurs de jeux vidéos, etc. – étant précisé que ces détaillants représentent une part infime du marché ;
- **Grandes surfaces alimentaires** (GSA), y compris leurs ventes en ligne ;
- **Autres circuits**. D'après GfK, ces achats excluent les transactions à distance. Cela inclut probablement les bouquinistes et d'autres types de vendeurs non identifiés, par exemple des vendeurs professionnels sur des marchés, brocantes, etc. On ne peut pas exclure qu'une partie des ventes réalisées auprès des particuliers sur des marchés, brocantes, etc. se retrouvent dans cette catégorie, une autre partie figurant dans le canal des « Ventes entre particuliers » : le membre du panel ayant acheté un livre d'occasion sur un marché a pu considérer que le vendeur était un particulier, et déclarer l'achat comme ayant été réalisé auprès d'un particulier, alors qu'il s'agissait d'un professionnel.

C-1.2 Résultats

¹⁵ Pour Momox et d'autres vendeurs, une difficulté vient aussi de la dissémination de leurs ventes : Momox vend sur son site propre mais intervient aussi sur des places de marché (ex : Amazon) comme vendeur tiers. Dans ce dernier cas, certains acheteurs déclareront avoir acquis le livre auprès de Momox, d'autres auprès de la place de marché, choix peut-être plus spontané au vu de l'interface de ces dernières. Une partie de l'étude est consacrée à l'analyse de cette stratégie de vente *via* une multitude de canaux (cf [Prédominance des places de marché et survisibilité](#)).

Les parts de marché ont été calculées en termes de **quantités achetées** d'une part, de **sommes dépensées** par les clients d'autre part. La période 2014-2022 marque d'importantes **évolutions** dans la répartition des parts de marché entre les canaux.

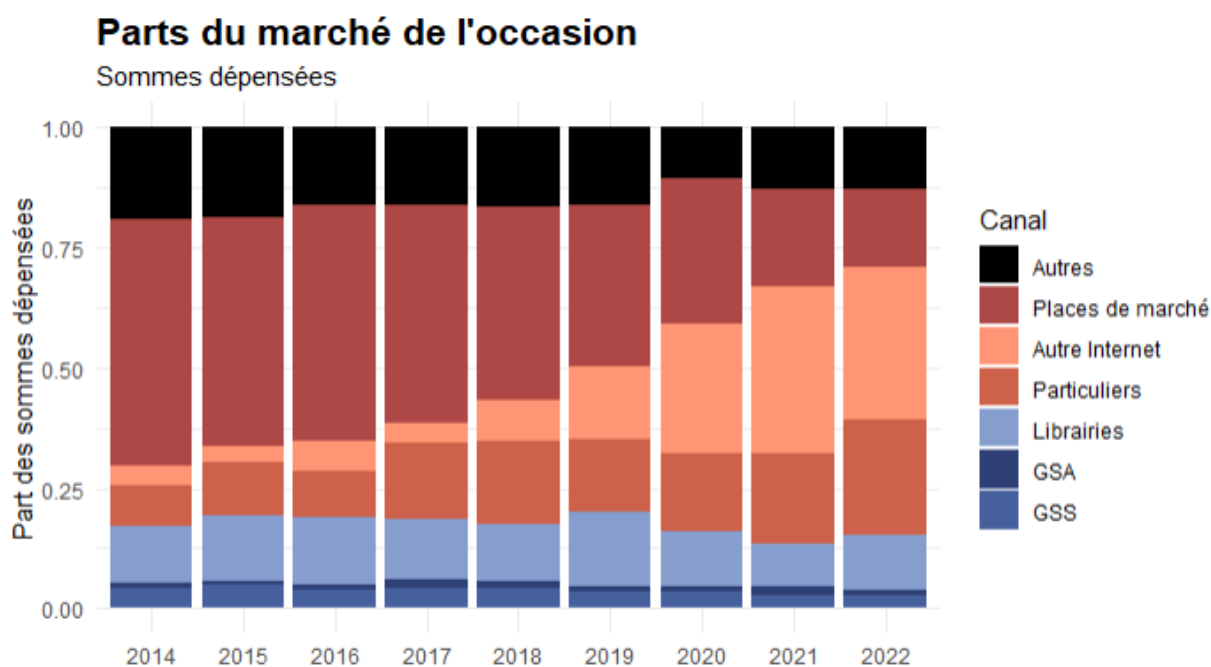
Concernant les **quantités achetées** (graphique ci-dessous), les canaux en croissance correspondent aux ventes entre particuliers et, plus récemment mais à une plus grande vitesse, aux ventes *via* Internet sur des sites non identifiés. En 2022, les **ventes entre particuliers** représentent presque 30 % des livres achetés d'occasion, celles sur des **sites non identifiés**, plus du quart. Au contraire, les **grandes places de marché historiques** (Amazon, Ebay, Rakuten, Cdiscount) ont vu leur part chuter rapidement dès 2017. Les ventes qui transitent sur ces places ne représentent plus qu'un dixième du marché en 2022. Dans une moindre mesure, les ventes *via* des **circuits physiques non identifiés** (« Autres » dans les graphiques ci-dessous) ont fléchi à partir de 2016 puis de 2020¹⁶, même si elles continuent d'occuper une place importante sur le marché, autour d'un cinquième des quantités achetées. Les deux derniers canaux, librairies et grandes surfaces, voient leur part globalement stagner sur la période, avec des reculs ponctuels ; la part des **librairies** avoisine un dixième du marché, celle des **grandes surfaces** demeure résiduelle, en deçà de 5 %.



Source : GfK pour ministère de la culture/DEPSDOC.
Traitements : ministère de la culture/observatoire de l'économie du livre.

¹⁶ Les restrictions liées à la crise sanitaire expliquent sans doute une partie de ce repli.

L'analyse des parts de marché **en valeur** (graphique ci-dessous) ne diffère pas pour ce qui concerne les **grandes tendances** sur la période 2014-2022. En revanche les **niveaux** des parts se distinguent pour certains canaux, suggérant des prix bien différents des livres d'occasion selon ces derniers. Ainsi les ventes sur les **places de marché historiques** (Amazon, Ebay, Rakuten, Cdiscount) représentent une part nettement plus importante des sommes dépensées que des quantités achetées, par exemple plus de 15 % de la valeur du marché en 2022 contre un dixième des achats, reflétant des prix plus élevés. Même constat, dans une moindre mesure, s'agissant des **autres ventes par Internet** sur des sites non identifiés, qui représentent plus de 30 % des sommes dépensées en 2022. Les **librairies** et les **grandes surfaces** captent aussi une part de marché légèrement plus importante en termes de sommes dépensées par les clients. Au contraire, la part de la valeur du marché correspondant aux **ventes entre particuliers** s'établit bien en deçà de son niveau en volume, à moins d'un quart du marché, reflétant des prix plus faibles ; le constat est identique pour les **autres circuits physiques**.



Source : GfK pour ministère de la culture/DEPSDOC.
Traitements : ministère de la culture/observatoire de l'économie du livre.

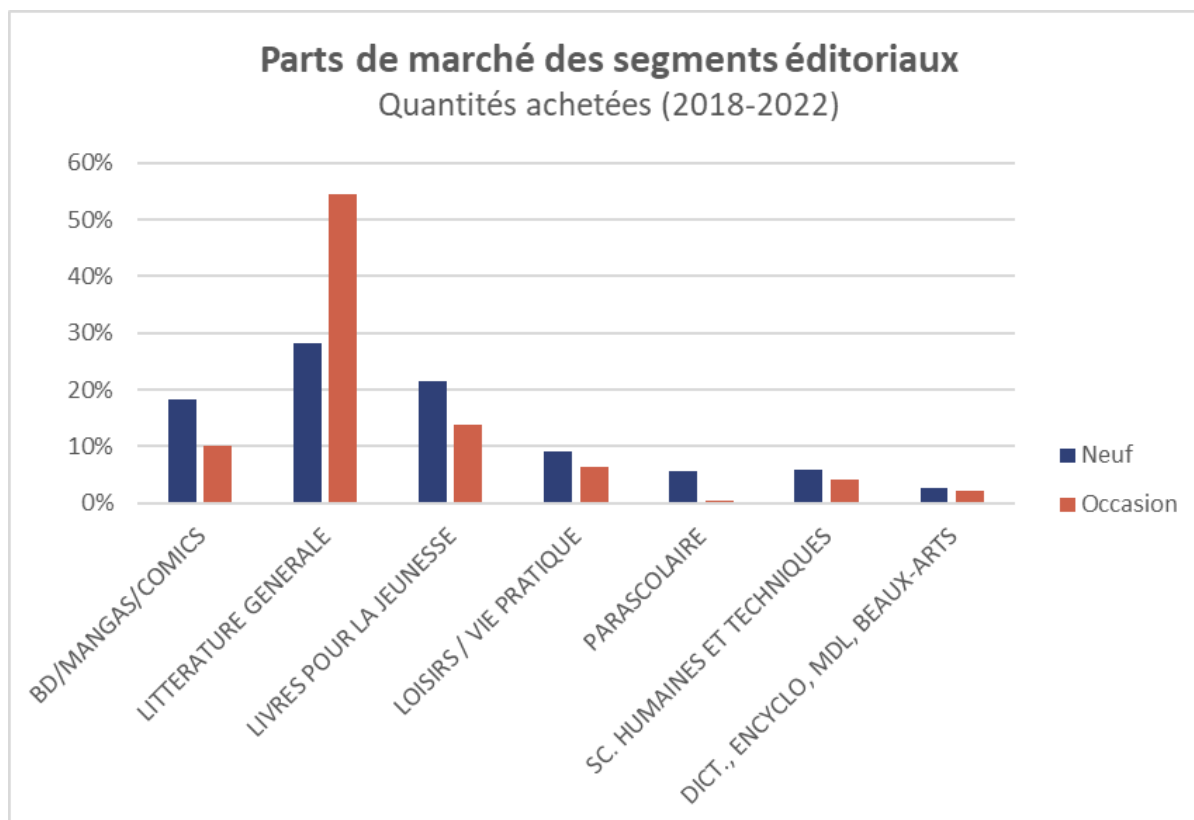
Malgré les incertitudes quant à l'identification des vendeurs, les grandes tendances se résument à une croissance rapide des ventes entre particuliers grâce aux sites de mise en relation et à de nouveaux acteurs du commerce en ligne qui concurrencent fortement les sites plus précurseurs. Distinguer ces formes de vente – détaillant en ligne, vendeur tiers sur des places de marché,

particuliers *via* des sites de mises en relation – permet d’avoir une vision plus subtile de l’essor d’Internet sur le marché de l’occasion, lequel demeure diversifié : en effet, les détaillants omnicanaux se maintiennent, même à une échelle relativement réduite ; les autres circuits physiques fléchissent mais continuent de jouer un rôle important dans les échanges.

C-2 Poids comparés de l’occasion et du neuf : de fortes disparités selon les segments éditoriaux

Les données relatives aux segments éditoriaux proviennent exclusivement du panel Consommateurs de GfK. Les analyses ci-dessous concernent la période **2018-2022**, en termes de **quantités achetées**, et se cantonnent aux seuls livres **imprimés**, donc en excluant les livres numériques.

On compare ci-dessous la **part de marché des segments éditoriaux** sur le **marché du livre imprimé neuf** et sur celui de **l’occasion**, en termes de quantités achetées par les clients : autrement dit, sur 100 livres imprimés neufs achetés, combien relèvent de tel segment ? et sur 100 livres d’occasion achetés, combien relèvent de tel segment ? Le graphique suivant présente la part de marché de différents segments au sein du marché du livre neuf d’une part, de l’occasion d’autre part, en quantités achetées sur la période 2018-2022.

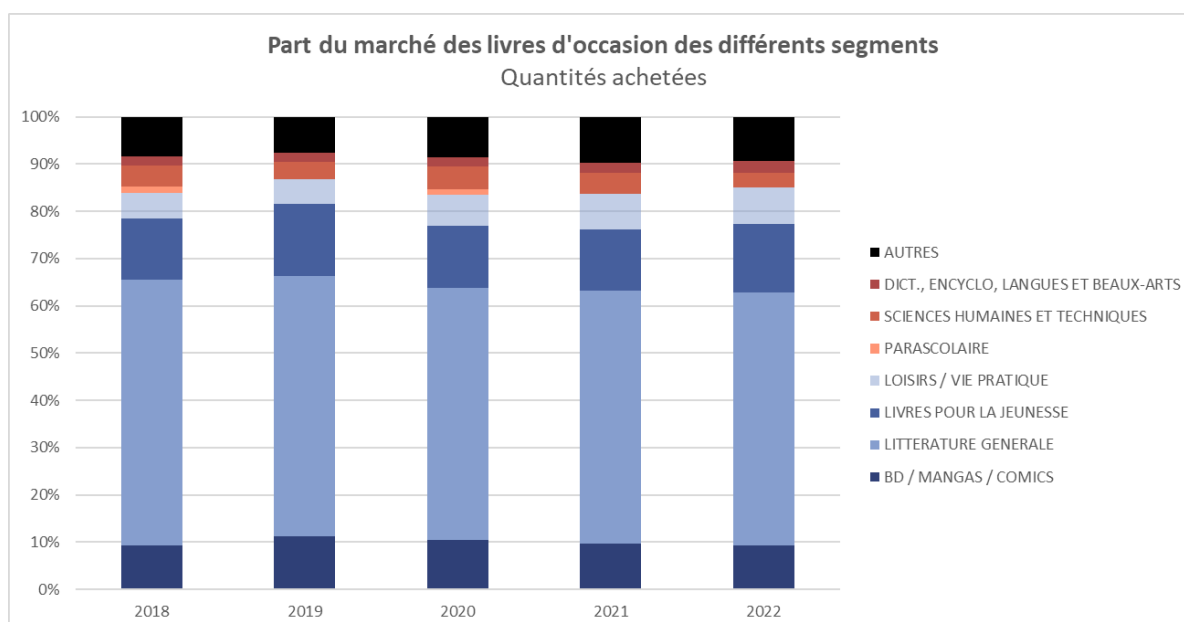
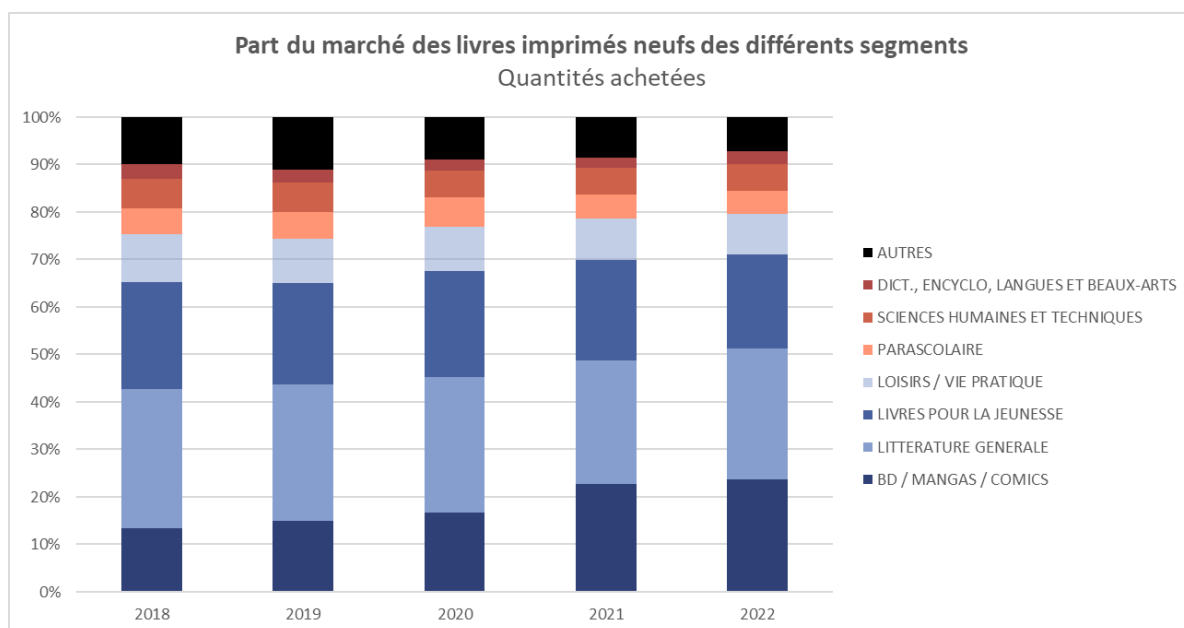


La principale différence correspond à **l'écart du poids de la littérature** : les ouvrages littéraires représentent, sur la période, 28 % du marché du livre imprimé neuf, contre plus de la moitié des achats de livres d'occasion (54 %), soit un poids presque deux fois plus important. Autrement dit, **la littérature représente plus de la moitié du marché de l'occasion.**

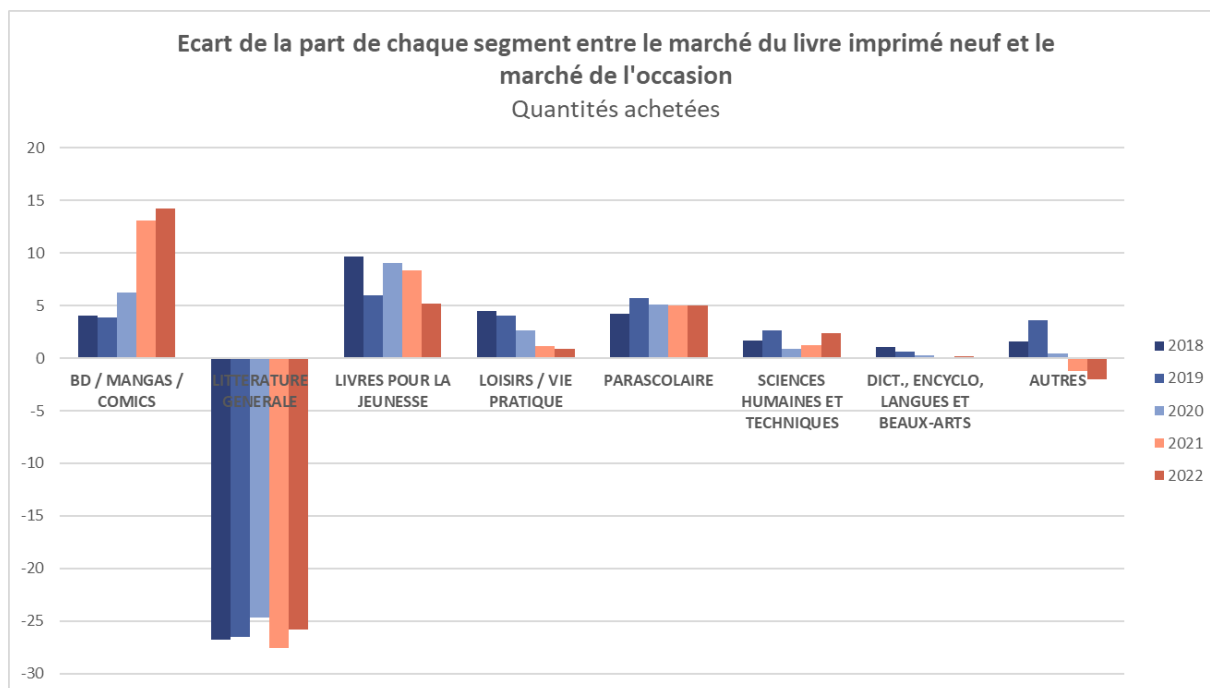
A l'inverse, certains segments représentent **un poids plus important parmi les achats de livres imprimés neufs que ceux d'occasion**. C'est notamment le cas du secteur **BD, mangas et comics** qui représente 18 % des achats d'imprimés neufs et 10 % des achats d'occasion et du secteur des **livres destinés à la jeunesse**, qui représente 21 % des achats de livres imprimés neufs contre 14 % des achats d'occasion

Par ailleurs, les achats de **sciences humaines et techniques** constituent une part équivalente parmi les livres imprimés neufs et parmi ceux d'occasion (environ 5 %) ; idem pour les ouvrages du type dictionnaires et encyclopédies, méthodes de langues, beaux-livres, segment de dimension réduite sur ces deux marchés.

Les graphiques ci-dessous présentent l'évolution des parts de marché des différents segments, d'abord concernant les livres imprimés neufs, puis ceux d'occasion.



Le dernier graphique présenté ci-dessous expose l'écart entre les parts des segments sur les marchés neuf et occasion. Au-dessous de l'axe horizontal, la part de ce segment éditorial est plus importante dans le marché de l'occasion que dans le marché du neuf ; au-dessus de l'axe horizontal, c'est la situation contraire. A titre d'exemple, la part de marché de la littérature générale parmi les achats de livres imprimés neufs est inférieure d'environ 25 points à sa part sur le marché de l'occasion sur la période 2018-2022 ; inversement, la part de la BD apparaît plus élevée parmi les achats de livres imprimés neufs par rapport à ceux d'occasion, et l'écart tend à s'accroître.



C-3 Peu d'effet du format – grand format ou poche – sur l'achat d'occasion

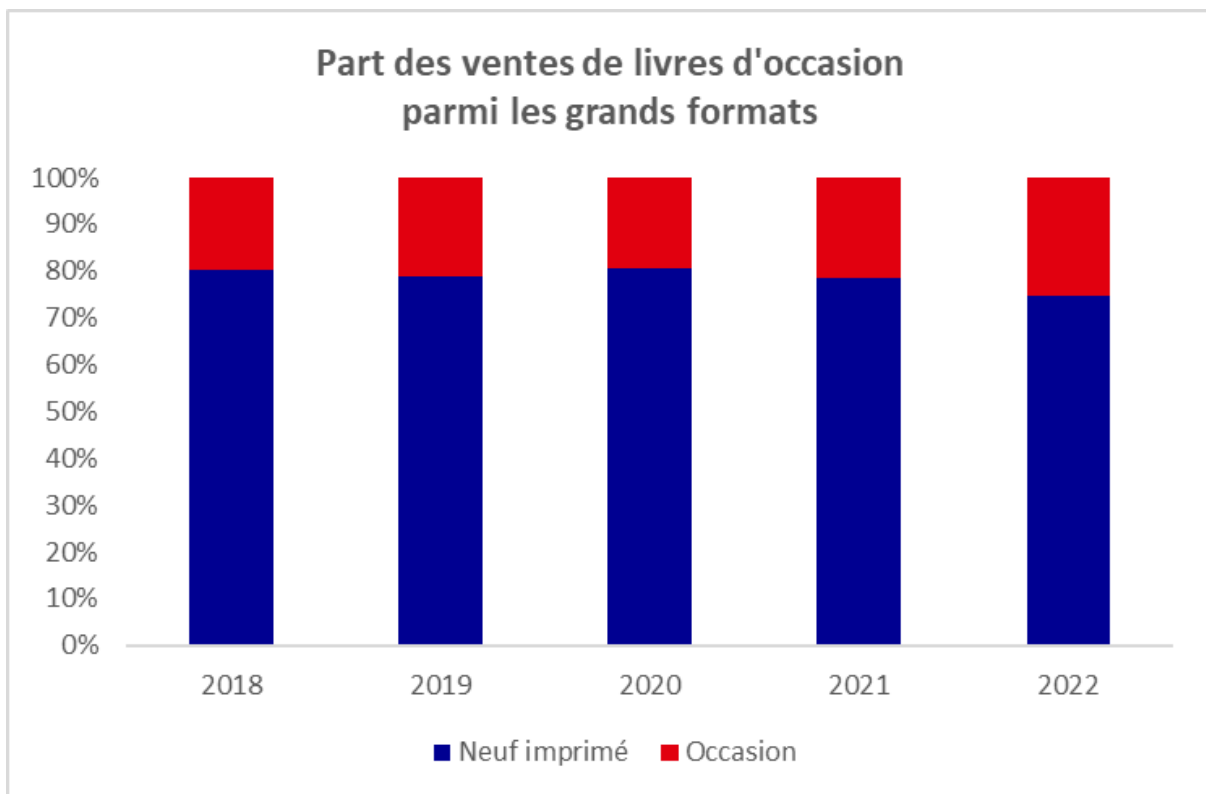
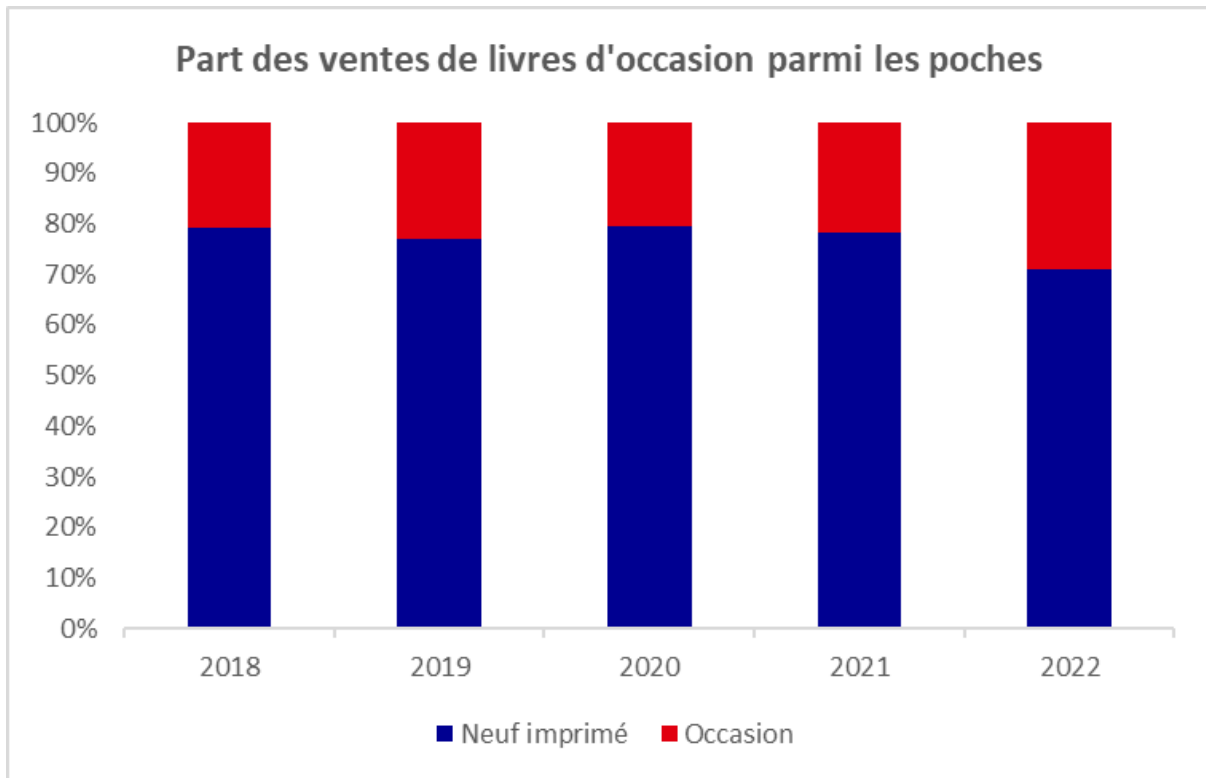
Les données de GfK renseignent sur le format – **grand format** ou **poche** – des achats de livres imprimés sur la période 2018-2022, en quantités achetées. Elles concernent le périmètre des segments suivants : Histoire, Littérature Générale, Lecture, Pratique, Sciences Humaines et Techniques, Tourisme.

C-3.1 Poids de l'occasion selon les formats (en exemplaires)

Le format retenu n'a guère d'influence sur la part que représentent les achats de livres d'occasion. La moyenne des répartitions annuelles entre la part des livres neufs et celle des livres d'occasion était de :

- **Tous formats confondus** : 78 % des quantités achetées en neuf, 22 % d'occasion ;
- **Poche** : 77 % des quantités achetées en neuf, 23 % d'occasion ;
- **Grand format** : 79 % des quantités achetées en neuf, 21 % d'occasion.

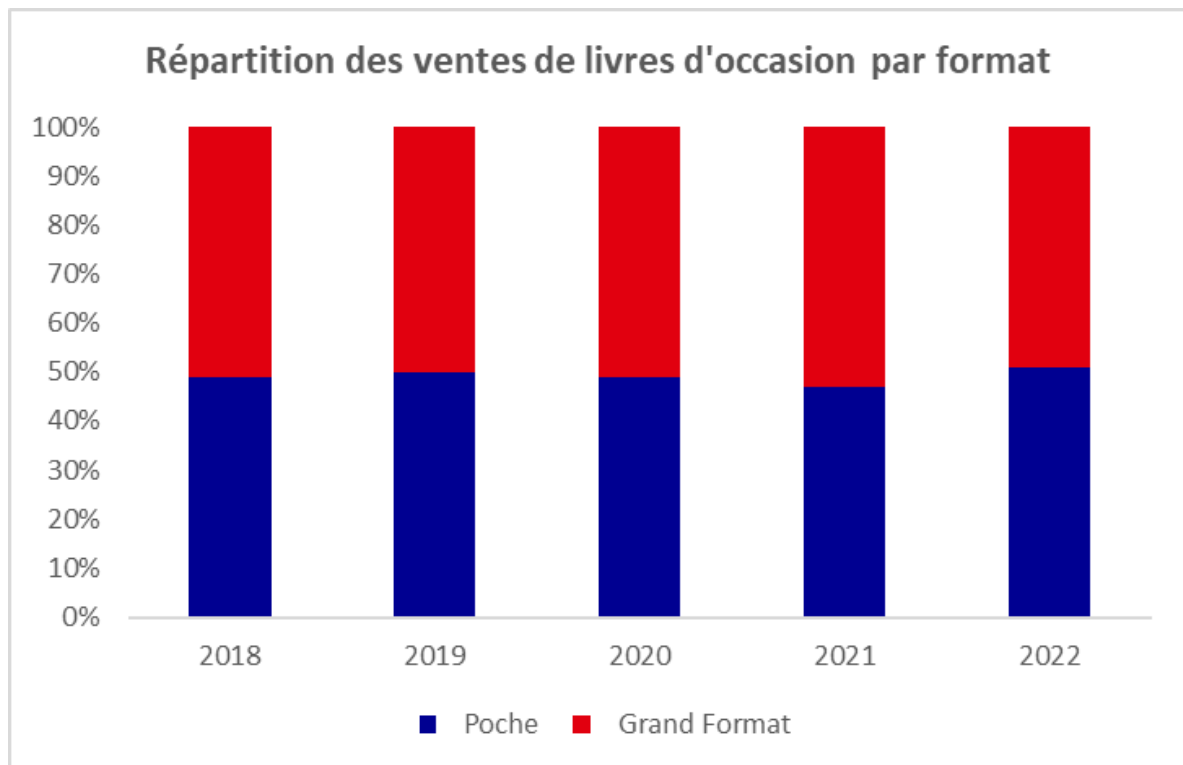
La part des achats d'occasion parmi ceux de livres imprimés en fonction du format n'a pas connu d'évolutions sur la période, comme le montrent les graphiques ci-dessous.



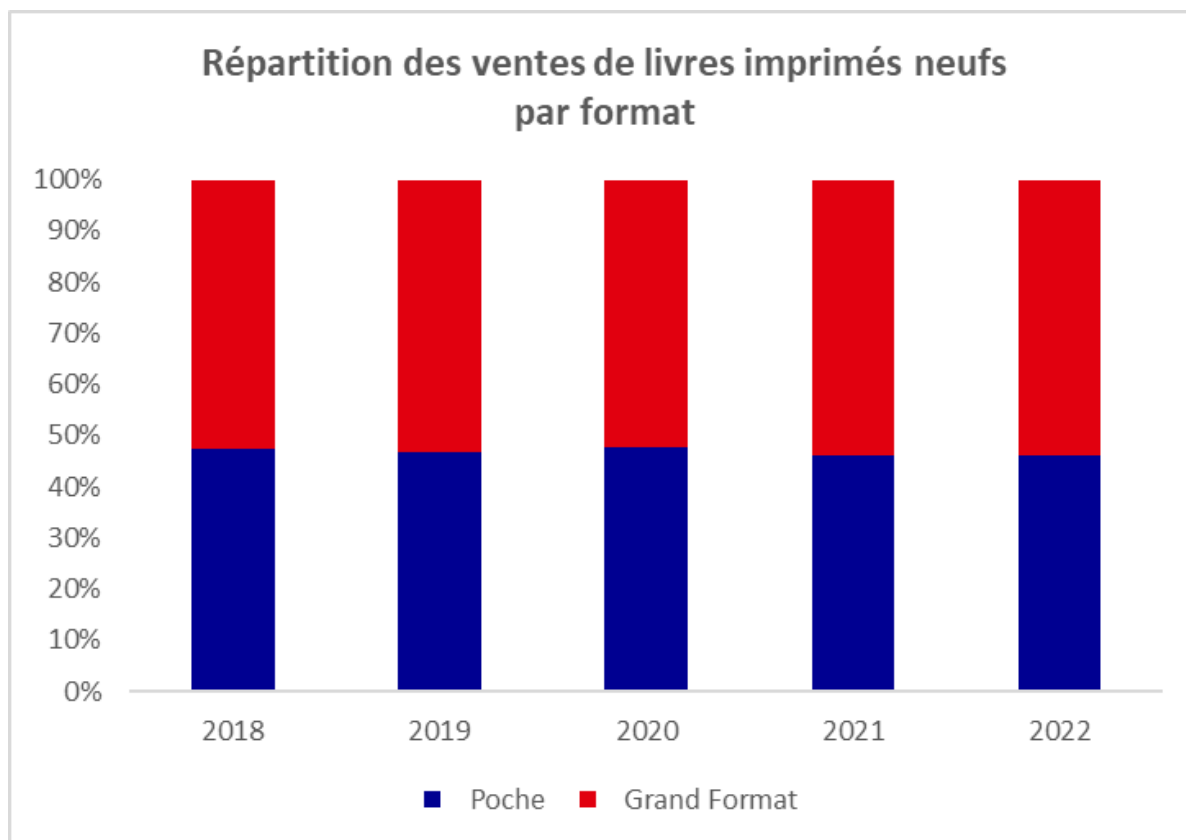
L'écart est légèrement plus important en 2022 : l'occasion représente 27 % des achats de livres imprimés en général, 25 % pour le grand format et 29 % pour le format poche.

C-3.2 Poids des formats dans les achats de livres d'occasion (en exemplaires)

Sur le périmètre étudié, un livre d'occasion acheté sur deux est en grand format, l'autre est un livre en format poche. Cette répartition est restée quasiment identique sur les 5 années. Les livres imprimés neufs présentent les mêmes proportions entre le grand format et le poche¹⁷.



¹⁷ La part des ventes de livres de poche parmi celles de livres imprimés neufs apparaît ici particulièrement élevée, ce qui peut s'expliquer par un périmètre plus restreint que le marché du livre imprimé neuf dans son ensemble.

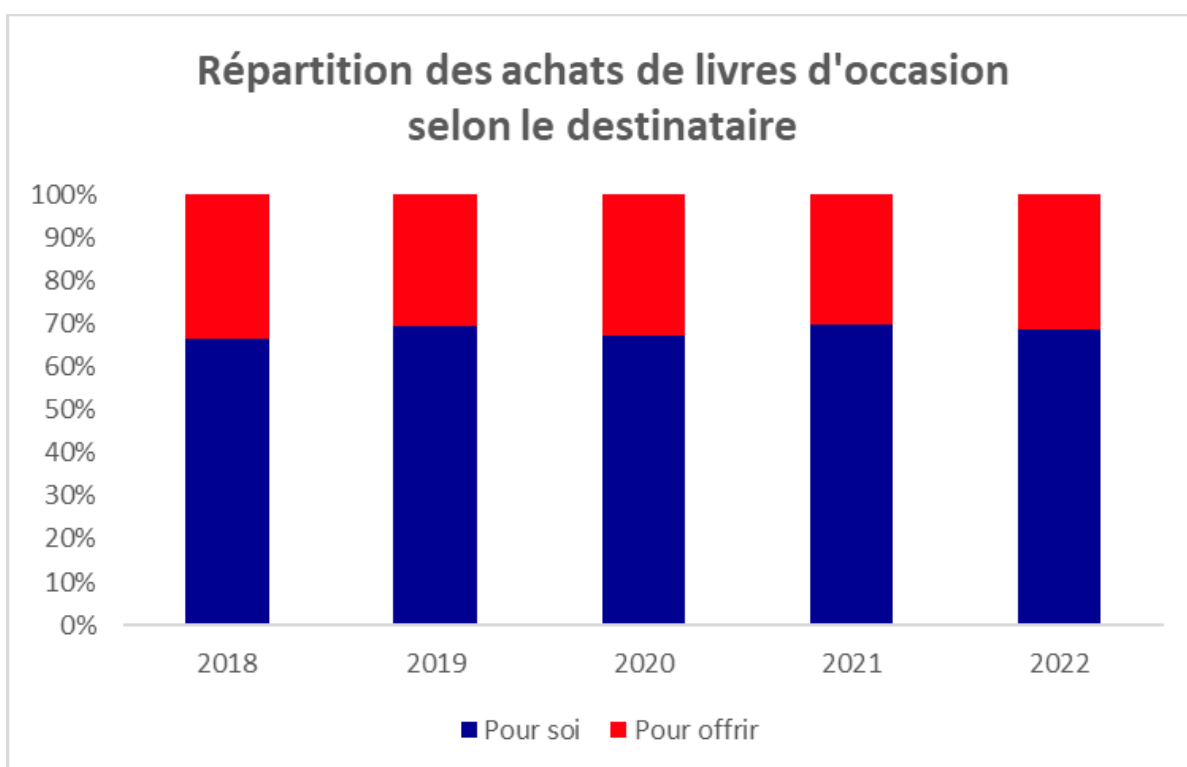
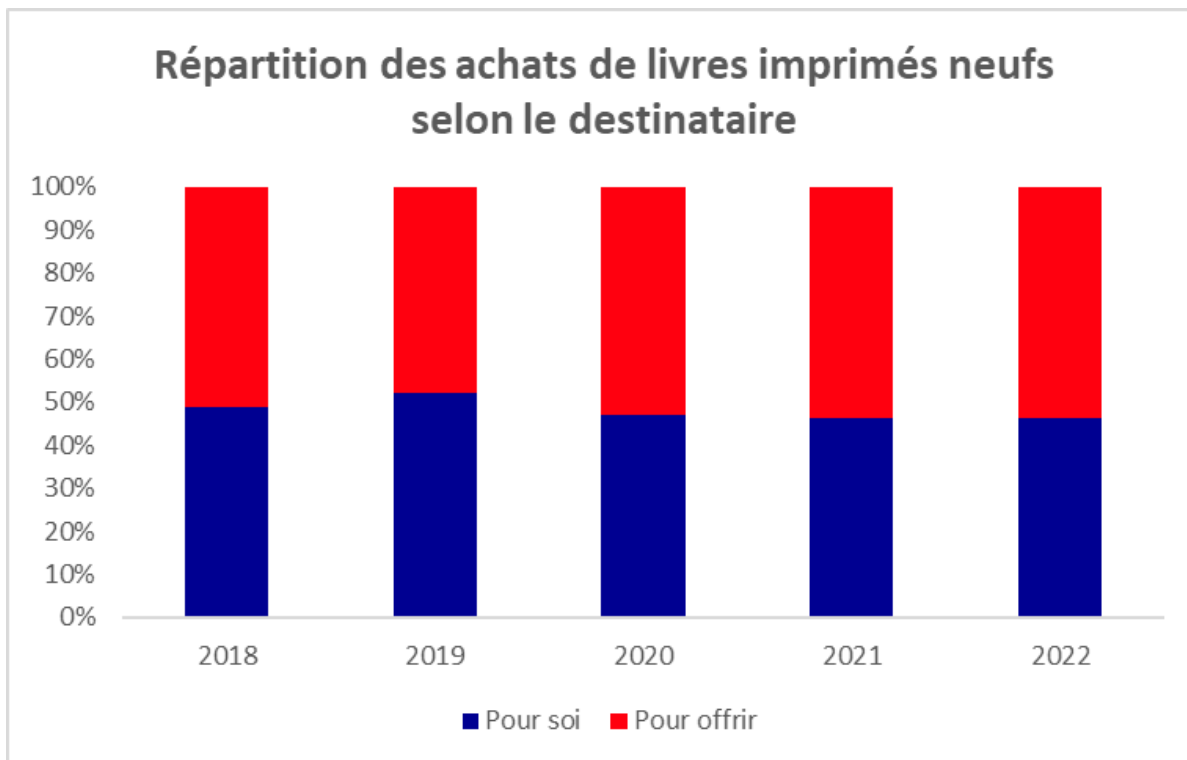


C-4 Des achats d'occasion davantage pour soi que pour autrui

En moyenne, selon GfK et sur la période 2018-2022, un livre imprimé sur deux est acheté pour soi (52 %), l'autre est pour autrui (48 %).

Si la proportion des achats de livres pour autrui est sans grande surprise nettement plus importante parmi les livres neufs (52 %) que parmi ceux d'occasion (32 %), la proportion d'achats de livres d'occasion pour autrui (1 livre sur 3) est plus importante que ce qui pouvait être intuitivement imaginé.

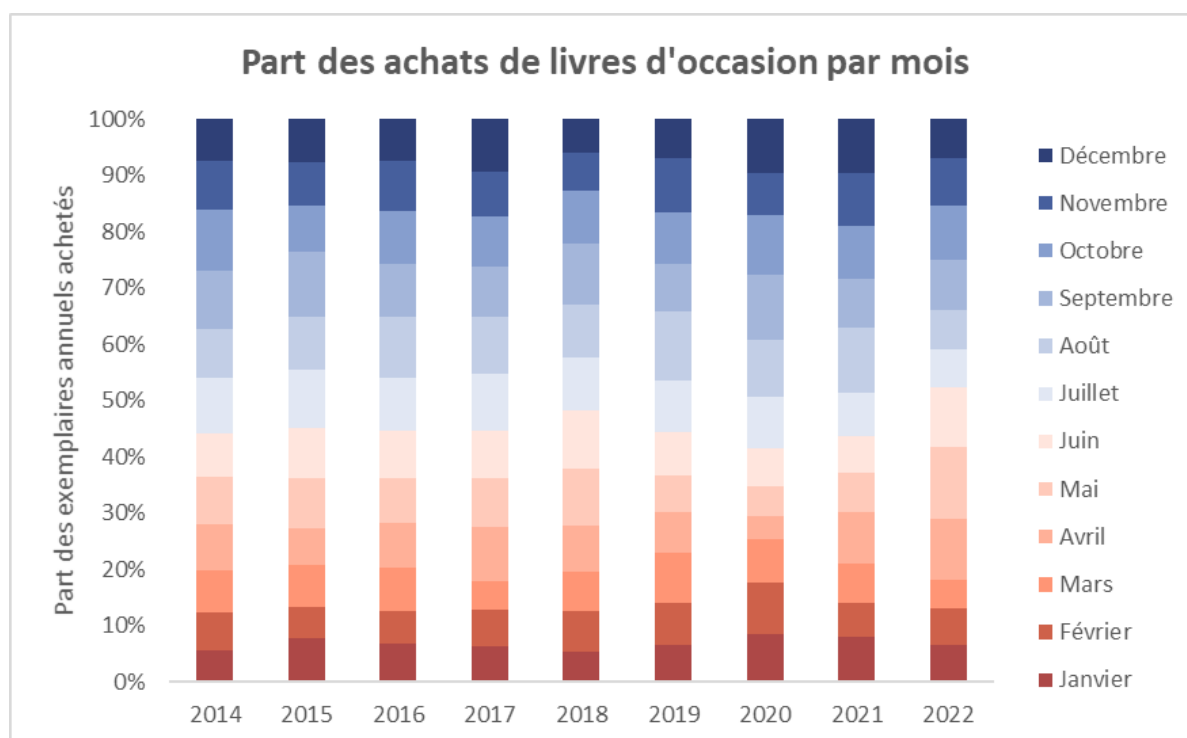
Ces proportions n'ont pas évolué sur cette période, comme le montrent les graphiques ci-dessous.



C-5 Des achats d'occasion tout au long de l'année

Les données du panel Consommateurs de GfK renseignent sur la **saisonnalité des achats de livres**, en part des exemplaires achetés par mois.

Les achats de **livres d'occasion** sont **plutôt équitablement répartis sur l'ensemble de l'année** : chaque mois correspond à environ 5-10 % du total des achats de l'année ; une répartition parfaitement équilibrée serait de 8,3 % par mois. A noter toutefois la période décembre-mars, légèrement moins propice aux achats d'occasion et, à l'inverse, la période plus dynamique août-octobre. Cette tendance générale se vérifie globalement entre 2014 et 2022, sans évolution notable, sauf exceptions¹⁸, comme l'illustre le graphique ci-dessous.

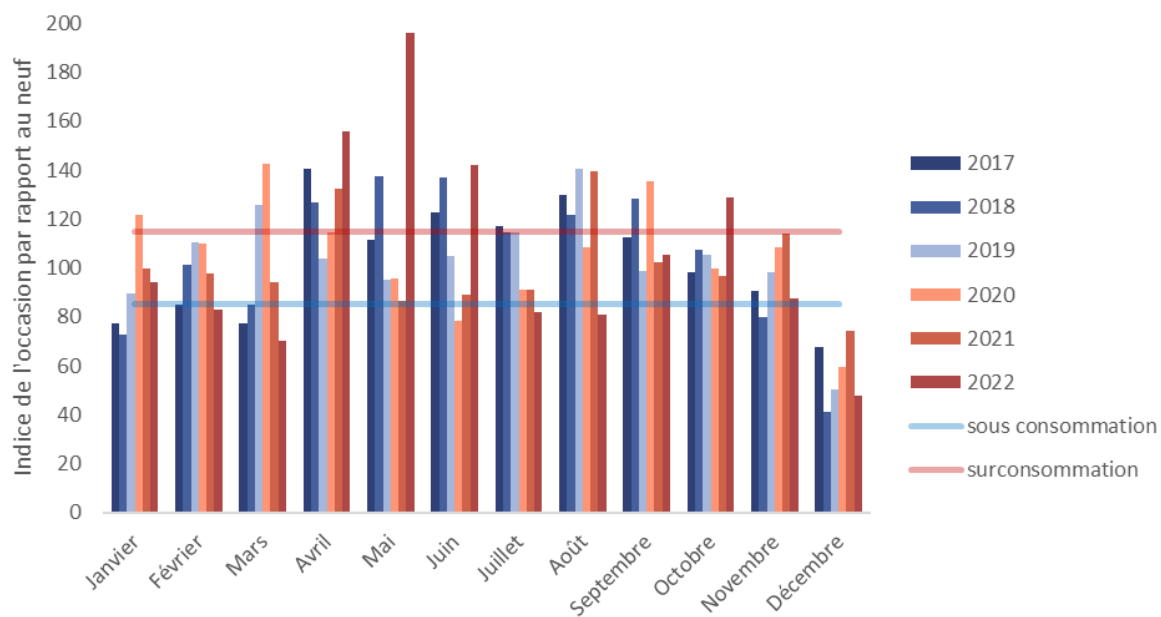


Des indices ont été calculés par GfK pour comparer le **dynamisme des achats de livres d'occasion par rapport à ceux de livres imprimés neufs**, en quantités achetées. Par rapport à ces indices, deux seuils ont été définis respectivement à 115 et 85 pour indiquer si tel mois se distingue par une « surconsommation » de l'occasion par rapport aux livres imprimés neufs ce même mois ou, à l'inverse, par une « sous-consommation ».

Comme l'illustre le graphique ci-dessous, **c'est surtout en décembre que les achats d'occasion sont en retrait par rapport à ceux de livres imprimés neufs** ; à l'inverse, le mois d'avril se caractérise par un dynamisme relativement plus important du marché de l'occasion par rapport à l'imprimé neuf ; entre 2017 et 2022, juillet tend à devenir moins important pour l'occasion, donc davantage pour l'imprimé neuf.

¹⁸ L'année 2020 paraît plus atypique que les autres, la saisonnalité des achats ayant été affectée par les restrictions sanitaires sur le marché du livre.

Indice du dynamisme des achats d'occasion par mois par rapport aux achats de livres imprimés neufs



D – Focus sur certains segments de l'édition

A partir des données de GfK, cette partie de l'étude présente l'évolution des ventes de livres imprimés neufs et d'occasion de plusieurs segments éditoriaux, afin de se demander s'il existe des disparités en leur sein entre 2018 et 2022. Lorsque le nombre d'observations pour certains sous-segments est trop faible, les données qui s'y rattachent ne sont pas présentées. Il peut en résulter un écart entre le total du segment et ses composantes : par exemple le total des ventes d'un segment peut être différent de la somme des ventes des sous-segments présentés.

D-1 Littérature générale

Les résultats de GfK distinguent, au sein de la littérature générale : les romans contemporains, les romans policiers et d'espionnage, les romans de science-fiction (SF) et fantastiques, les romans dits sentimentaux, la fiction classique, le théâtre et la poésie. Les résultats concernant les trois derniers genres sont cependant trop faibles pour être exploités avec une sécurité statistique suffisante.

Les résultats sont d'abord présentés pour l'ensemble de la littérature générale, puis de manière distincte pour les principaux sous-segments qui ne présentent pas toujours les mêmes évolutions.

D-1.1 Les acheteurs

En 5 ans, le nombre d'acheteurs d'ouvrages d'occasion de littérature générale est passé de 5,3 millions en 2018 à 5,8 millions en 2022 (+9 %). Dans le même temps, le nombre d'acheteurs d'ouvrages neufs de littérature générale passait de 15,6 M à 13,2 M (-15 %).

En 2022, les acheteurs d'ouvrages d'occasion de littérature générale se répartissent principalement ainsi :

- Romans contemporains : 3,4 millions d'acheteurs
- Romans policiers : 2,5 millions d'acheteurs
- Romans SF et fantastiques : 0,9 million d'acheteurs
- Romans sentimentaux : 0,4 million d'acheteurs

D-1.2 Les achats en volume

En 5 ans, le nombre d'ouvrages de littérature générale achetés d'occasion est passé de 32,4 millions à 42,5 millions (+31 %). Dans le même temps, le nombre d'ouvrages de littérature générale achetés neufs passait de 86,5 millions à 88,1 millions (+2 %).

Les 42,5 millions d'exemplaires achetés en occasion en 2022 se répartissent principalement ainsi :

- Romans contemporains : 14,9 millions d'exemplaires
- Romans policiers : 14,3 millions d'exemplaires
- Romans SF et fantastiques : 2,6 millions d'exemplaires
- Romans sentimentaux : 1,2 millions d'exemplaires

On peut estimer, en 2022, que 1 roman sur 3 est acheté d'occasion :

- 1 roman contemporain sur 4
- 1 roman policier sur 2
- 1 roman SF ou fantastique sur 3
- 1 roman sentimental sur 3

D-1.3 Les achats en valeur

En 5 ans, le marché d'occasion de la littérature générale est passé de 115 M€ à 164 M€ (+43 %). Dans le même temps, le marché neuf de la littérature générale passait de 927 M€ à 1 015 M€ (+10 %).

Les 164 M€ dépensés en 2022 en littérature générale d'occasion se répartissent principalement ainsi :

- Romans contemporains : 57 M€
- Romans policiers : 49 M€
- Romans SF et fantastiques : 13 M€

- Romans sentimentaux : 4 M€

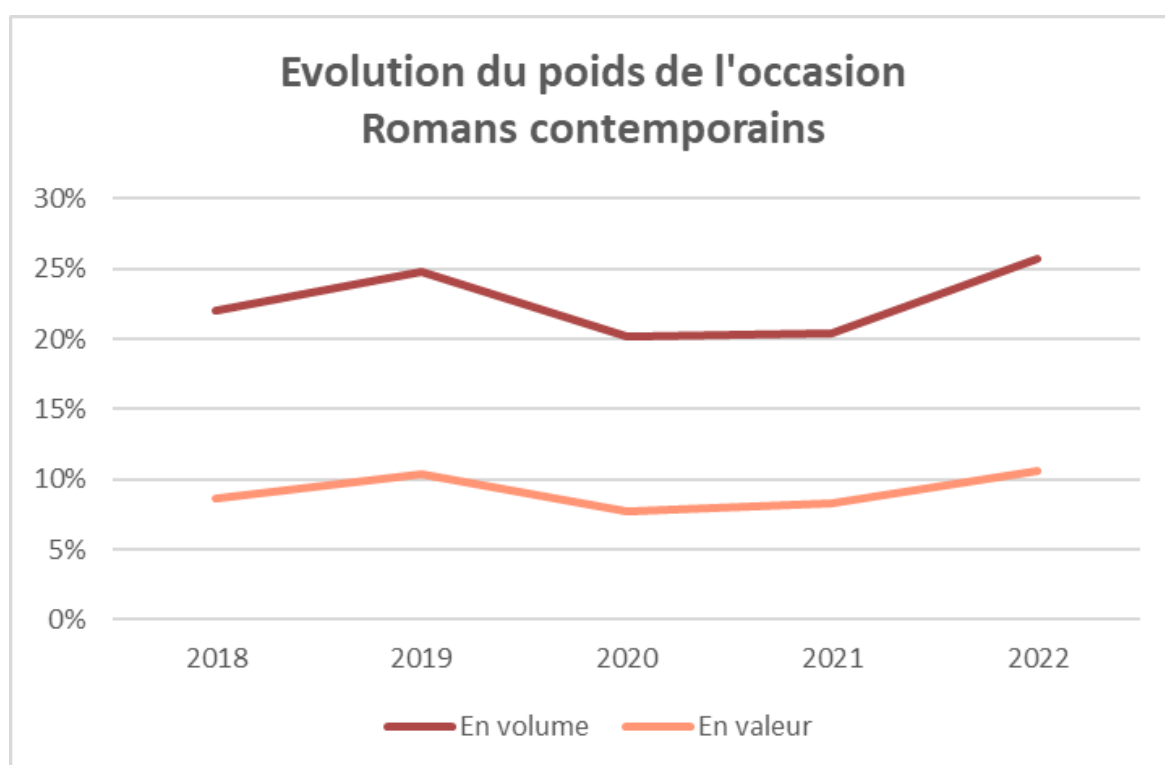
En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage de littérature générale a augmenté de 9 % en occasion et de 7 % en neuf.

D-1.4 Le roman contemporain

Le roman contemporain a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +19 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -10 % d'acheteurs de livres neufs
- +34 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +10 % d'exemplaires neufs
- +43 % de dépenses en occasion contre +14 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 22 % des romans contemporains achetés et 26 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 9 % à 11 %.



Le roman contemporain représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché de la littérature générale :

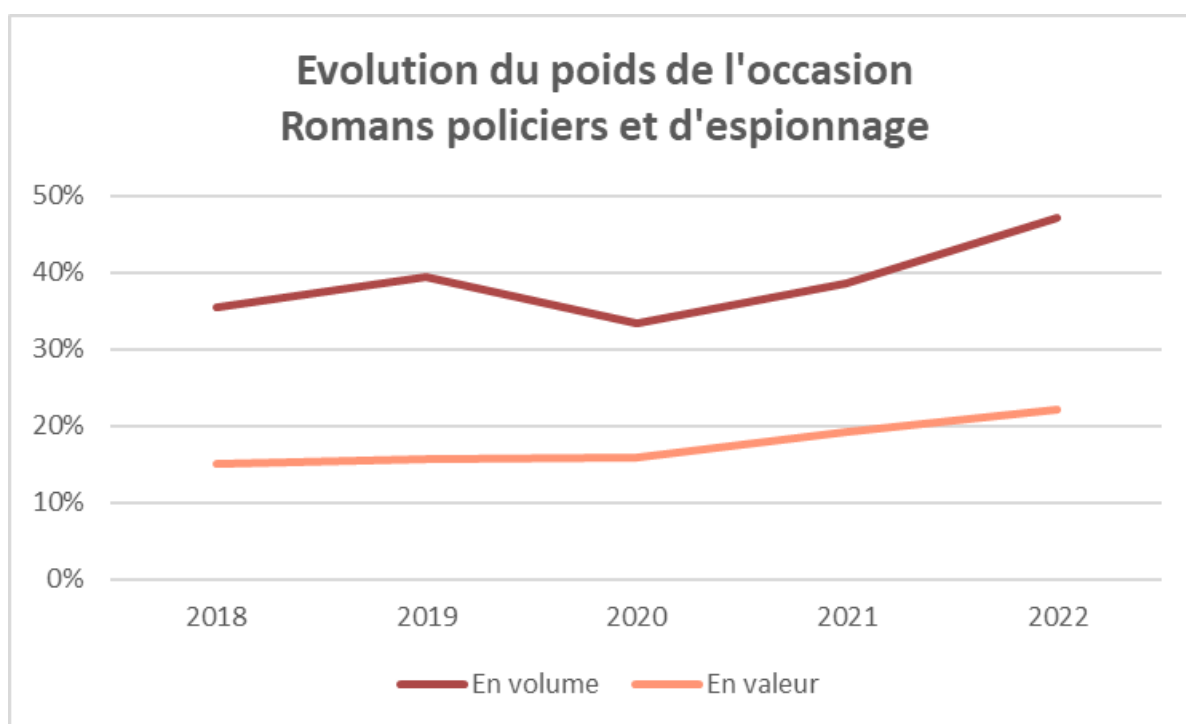
- 46 % des exemplaires achetés neufs
- 34 % des exemplaires d'occasion

D-1.5 Le roman policier et d'espionnage

Le roman policier et d'espionnage a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +5 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -27 % d'acheteurs de livres neufs
- +40 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -14 % d'exemplaires neufs
- +44 % de dépenses en occasion contre -11 % de dépenses en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 35 % des romans policiers et d'espionnage achetés et 47 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 15 % à 22 %.



Le roman policier et d'espionnage représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché de la littérature générale :

- 20 % des exemplaires achetés neufs
- 32 % des exemplaires d'occasion

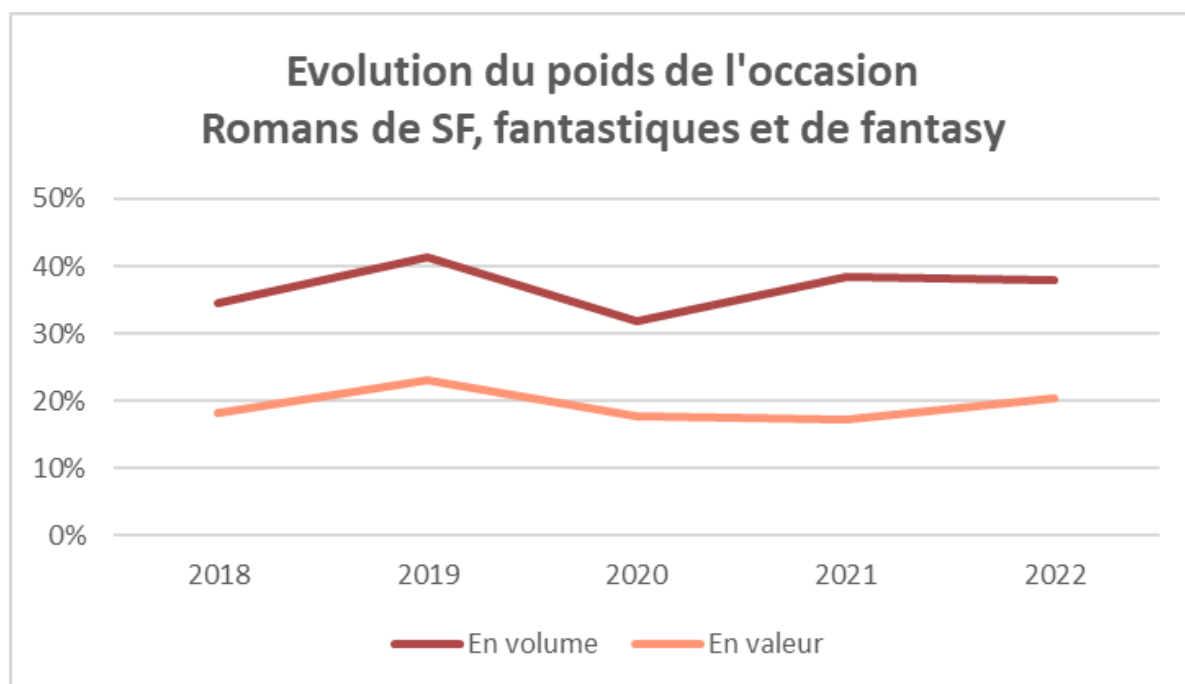
D-1.6 Le roman science-fiction et fantastique

Le roman SF et fantastique a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +39 % d'acheteurs de livres d'occasion contre +3 % d'acheteurs de livres neufs
- +24 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +7 % d'exemplaires neufs

- +48 % de dépenses en occasion contre +29 % de dépenses en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 34 % des romans SF et fantastiques achetés et 38 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 18 % à 20 %.



Le roman SF et fantastique représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché de la littérature générale :

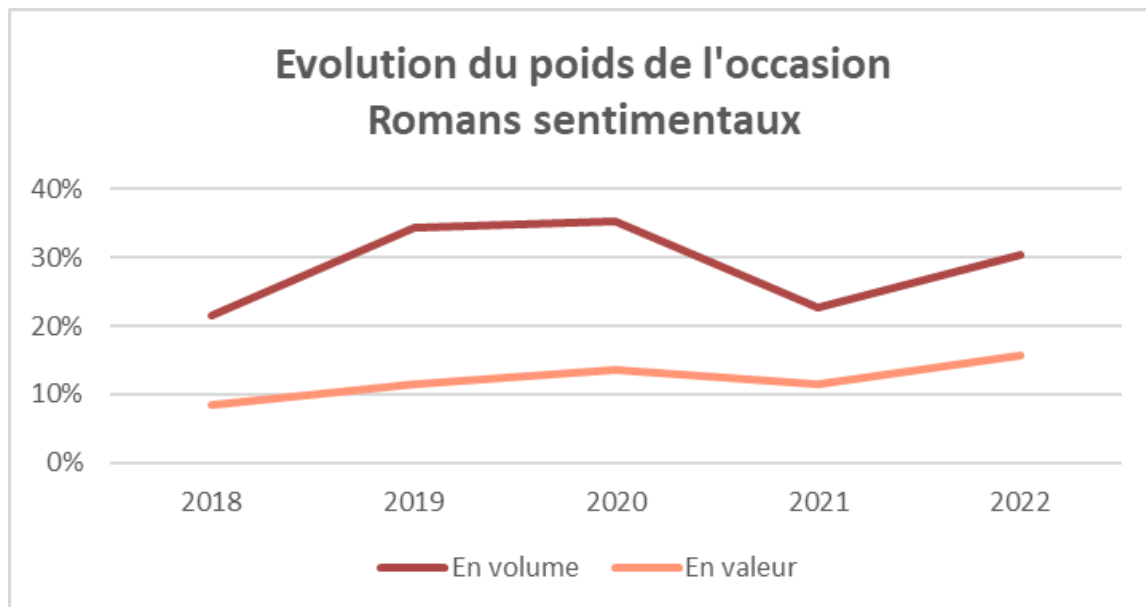
- 5 % des exemplaires achetés neufs
- 7 % des exemplaires d'occasion

D-1.7 Le roman sentimental

Le roman sentimental a enregistré, sur les 5 dernières années :

- -9 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -14 % d'acheteurs de livres neufs
- +19 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -26 % d'exemplaires neufs
- +49 % de dépenses en occasion contre -24 % de dépenses en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 21 % des romans sentimentaux achetés et 30 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 9 % à 16 %.



Le roman sentimental représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché de la littérature générale :

- 4 % des exemplaires achetés neufs
- 4 % des exemplaires d'occasion

D-2 Jeunesse

Les résultats de GfK distinguent au sein du segment jeunesse : les romans adolescents, la lecture jeunesse et les albums de jeunesse illustrés.

Les résultats sont d'abord présentés pour l'ensemble du segment jeunesse, puis de manière distincte pour les principaux sous-segments qui ne présentent pas toujours les mêmes évolutions.

D-2.1 Les acheteurs

En 5 ans, le nombre d'acheteurs de livres jeunesse d'occasion est passé de 1,8 million en 2018 à 2,0 millions en 2022 (+13 %). Dans le même temps, le nombre d'acheteurs de livres jeunesse neufs passait de 10,4 M à 9,7 M (-6 %).

En 2022, les acheteurs de livres jeunesse d'occasion se répartissent principalement ainsi :

- Romans adolescents : 0,5 million d'acheteurs
- Lecture jeunesse : 0,9 million d'acheteurs
- Albums de jeunesse illustrée : 1,2 million d'acheteurs

D-2.2 Les achats en volume

En 5 ans, le nombre de livres de jeunesse d'occasion achetés est passé de 7,5 millions à 11,6 millions (+56 %). Dans le même temps, le nombre de livres jeunesse neufs achetés passait de 74,2 millions à 75,0 millions (+1 %).

Les 11,6 millions d'exemplaires achetés d'occasion en 2022 se répartissent principalement ainsi :

- Romans adolescents : 1,8 million d'exemplaires
- Lecture jeunesse : 4,7 millions d'exemplaires
- Albums de jeunesse illustrés : 4,9 millions d'exemplaires

On peut estimer, en 2022, que 1 livre jeunesse sur 6 est acheté d'occasion :

- 1 roman adolescent sur 4 ;
- 1 livre de lecture jeunesse sur 4 ;
- 1 album de jeunesse illustré sur 10.

D-2.3 Les achats en valeur

En 5 ans, le marché du livre jeunesse d'occasion est passé de 23 M€ à 36 M€ (+60 %). Dans le même temps, le marché du livre jeunesse neuf passait de 536 M€ à 530 M€ (-1 %).

Les 36,0 M€ dépensés en 2022 en livres jeunesse d'occasion se répartissent principalement ainsi :

- - 8,5 M€ pour le roman adolescent
- - 12,8 M€ pour la lecture jeunesse
- - 14,4 M€ pour la jeunesse illustrée

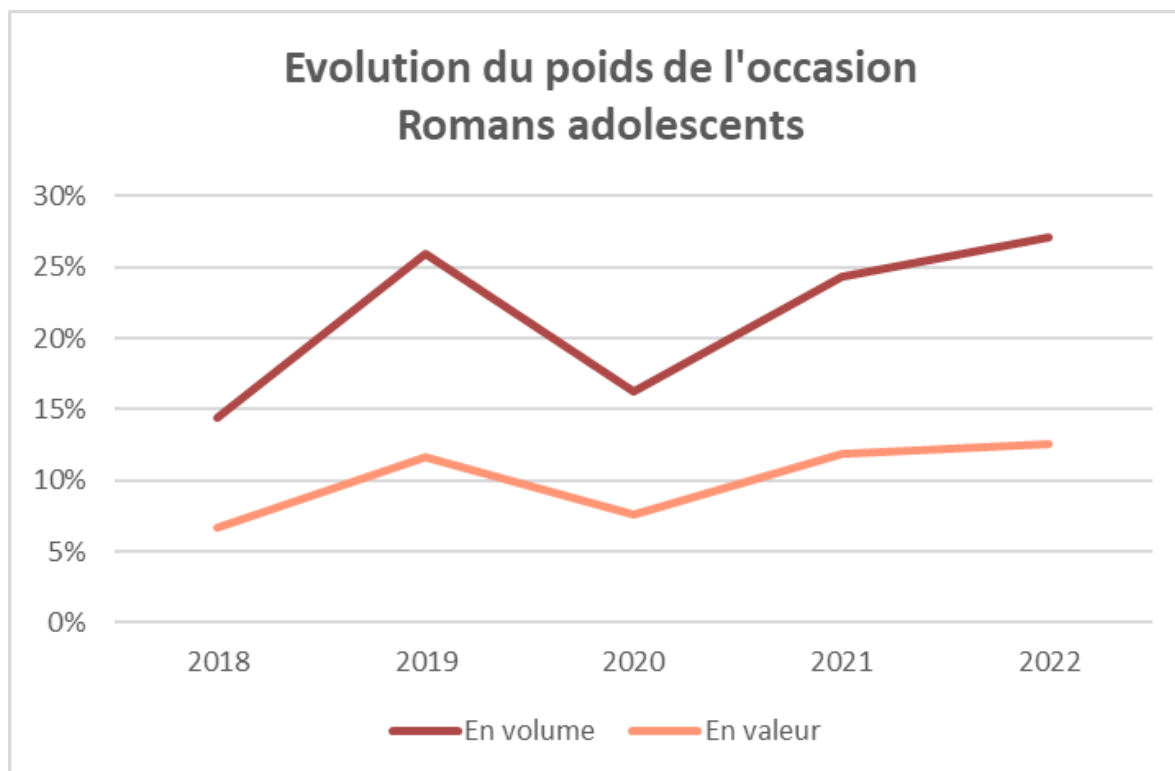
En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un livre jeunesse a augmenté de 3 % en occasion et de +4 % en neuf.

D-2.4 Roman adolescent

Le roman adolescent a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +42 % d'acheteurs de livres d'occasion contre +4 % d'acheteurs de livres neufs
- +137 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +7 % d'exemplaires neufs
- +132 % de dépenses en occasion contre +15 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 14 % des romans adolescents achetés et 27 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 7 % à 13 %.



Le roman adolescent représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché jeunesse :

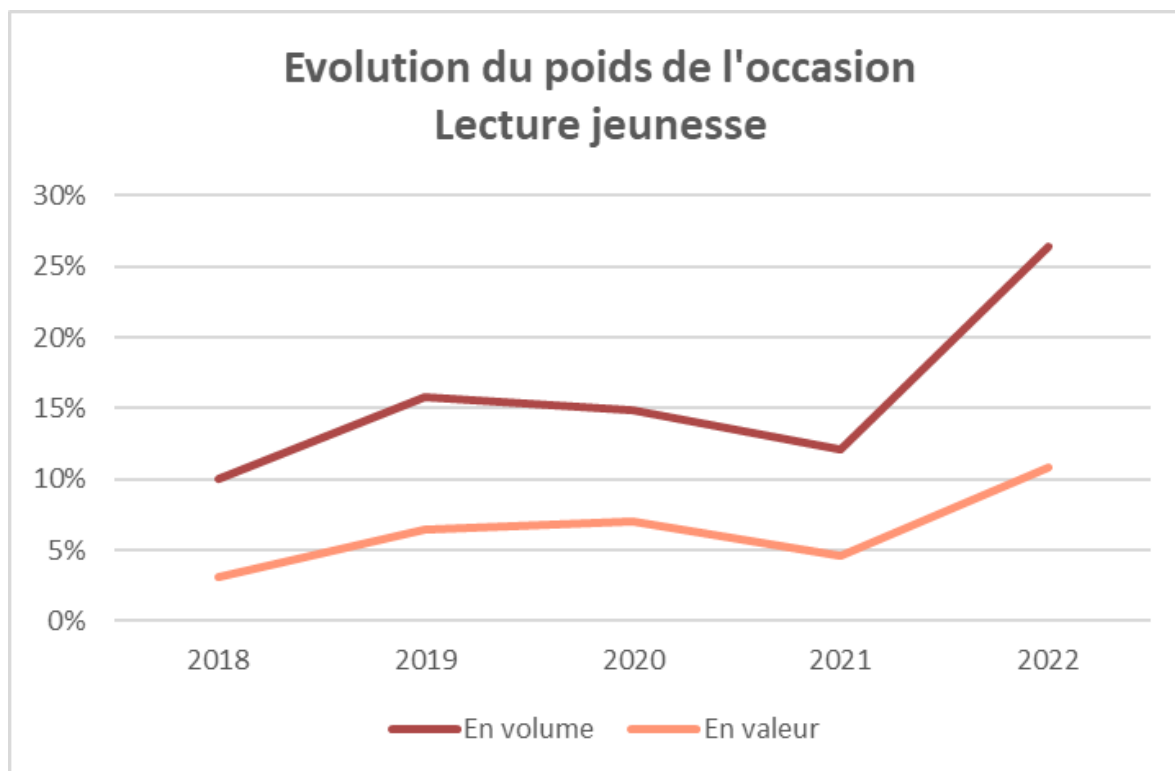
- 10 % des exemplaires achetés neufs
- 22 % des exemplaires d'occasion

D.2-5 Lecture jeunesse

La lecture jeunesse a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +10 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -17 % d'acheteurs de livres neufs
- +157 % d'exemplaires achetés d'occasion et -21 % d'exemplaires neufs
- +200 % de dépenses en occasion contre -21 % en neuf

L'occasion représentait 10 % des ouvrages de lecture jeunesse achetés en 2018 et 26 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 3 % à 11 %.



La lecture jeunesse représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché jeunesse :

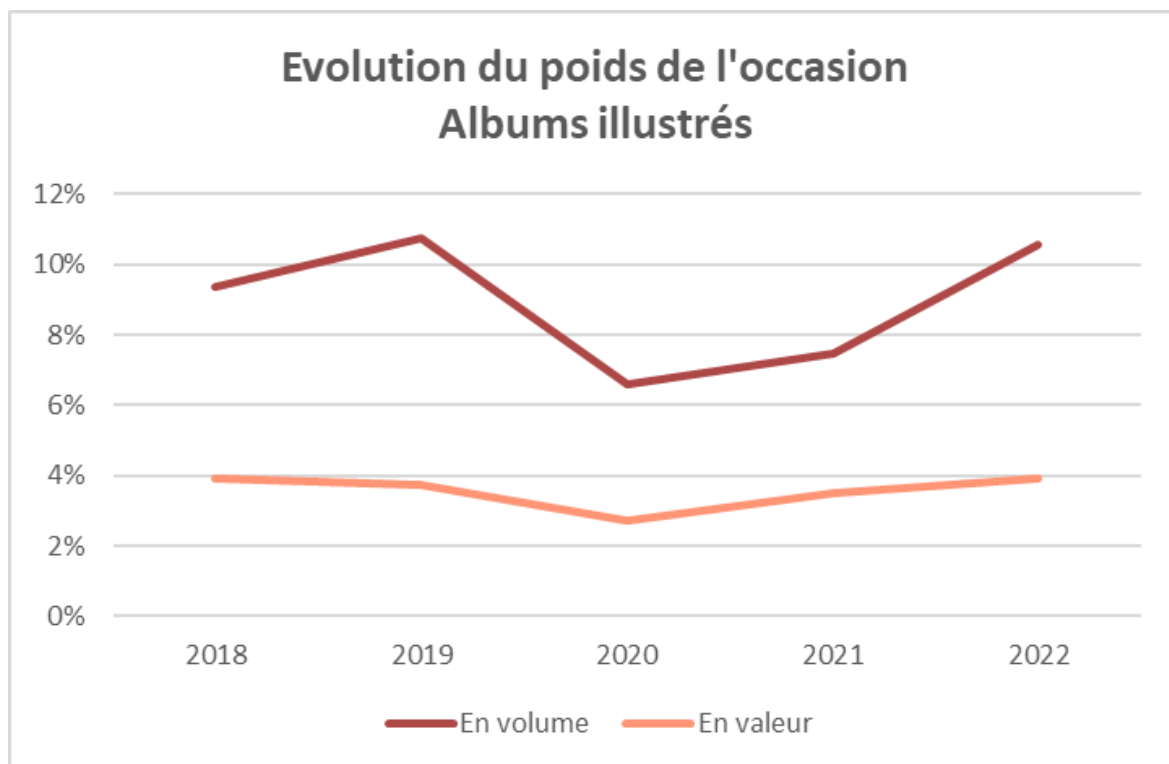
- 23 % des exemplaires achetés neufs
- 29 % des exemplaires d'occasion

D.2-6 Album jeunesse illustré

L'album de jeunesse illustré a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +23 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -2 % d'acheteurs de livres neufs
- +6 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -7 % d'exemplaires neufs.
- +3 % de dépenses en occasion et +3 % en neuf

L'occasion représentait 9 % des albums jeunesse achetés en 2018 et 11 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est resté inchangé à 4 %.



La jeunesse illustrée représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché jeunesse :

- 65 % des exemplaires achetés neufs
- 46 % des exemplaires d'occasion

D-3 Bande-dessinée

Les résultats de GfK distinguent au sein de la bande dessinée : la bande dessinée franco-belge et les comics d'une part et les mangas d'autre part.

Les résultats sont d'abord présentés pour l'ensemble du secteur bande dessinée, puis de manière distincte pour les deux sous-segments qui ne présentent pas toujours les mêmes évolutions.

D-3.1 Les acheteurs

En 5 ans, le nombre d'acheteurs de BD d'occasion est passé de 1,1 million en 2018 à 1,6 million en 2022 (+46 %). Dans le même temps, le nombre d'acheteurs de BD neuves passait de 7,2 millions à 9,4 millions (+30 %).

En 2022, les acheteurs de BD d'occasion se répartissent principalement ainsi :

- BD franco-belge & comics : 1,1 million d'acheteurs
- Mangas : 0,5 million d'acheteurs

D-3.2 Les achats en volume

En 5 ans, le nombre de BD d'occasion achetées est passé de 5,4 millions à 7,4 millions (+39 %).

Dans le même temps, le nombre de BD neuves achetées passait de 39,2 millions à 75,5 millions (+92 %).

Les 7,4 millions d'exemplaires achetés en occasion en 2022 se répartissent ainsi :

- BD franco-belge & comics : 4,8 millions d'exemplaires
- Mangas : 2,6 millions d'exemplaires

On peut estimer, en 2022, que 1 BD sur 11 est achetée d'occasion :

- 1 album de BD franco-belge & comics sur 8
- 1 album de manga sur 17

D-3.3 Les achats en valeur

En 5 ans, le marché de la BD d'occasion est passé de 26 M€ à 43 M€ (+69 %). Dans le même temps, le marché de la BD neuve passait de 443 M€ à 793 M€ (+79 %).

Les 43,3 M€ dépensés en BD d'occasion se répartissent ainsi :

- BD franco-belge & comics : 30,9 M€
- Mangas : 11,5 M€

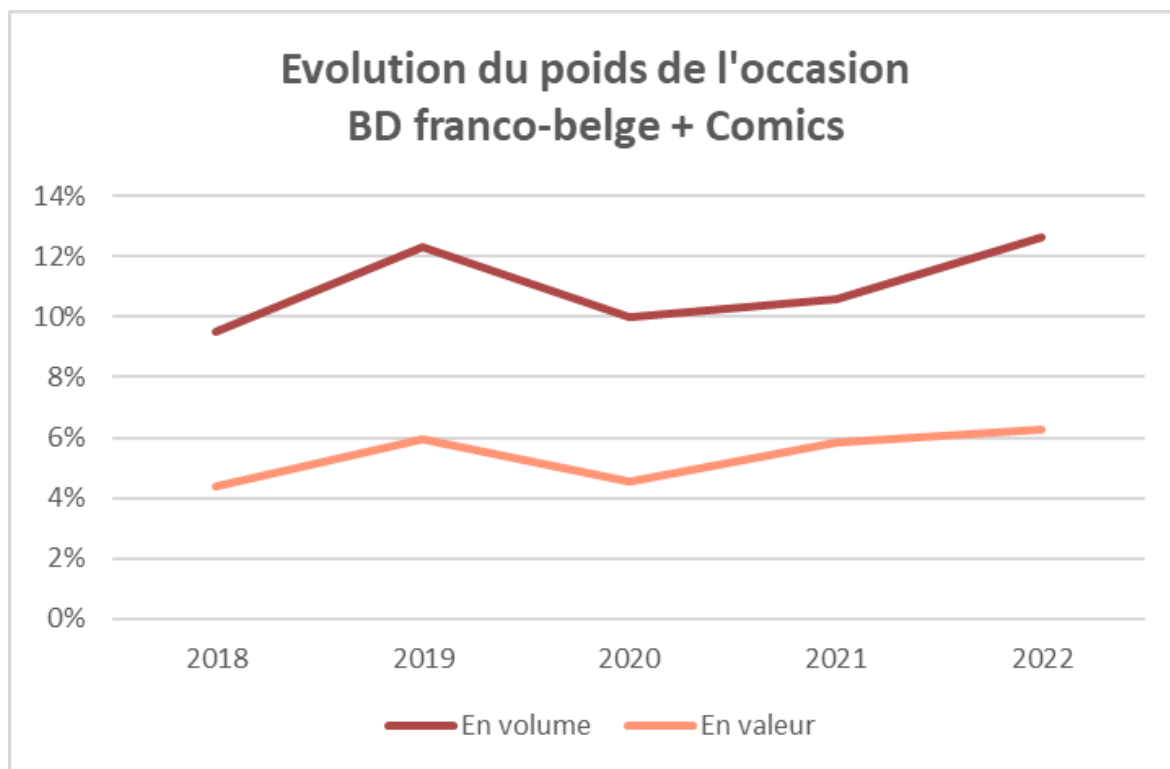
En 5 ans, le prix d'achat d'un album de BD a augmenté de 22 % en occasion et a diminué de -7 % en neuf.

D-3.4 BD franco-belge et comics

Le sous-segment de la BD franco-belge & comics a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +41 % d'acheteurs de livres d'occasion contre +7 % d'acheteurs de livres neufs
- +80 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +31 % d'exemplaires neufs
- +101 % de dépenses en d'occasion contre +38 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 9 % des BD franco-belges & comics achetés et 13 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 4 % à 6 %.



Le secteur de la BD franco-belge & comics représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché de la bande dessinée :

- 55 % des exemplaires achetés neufs
- 59 % des exemplaires d'occasion

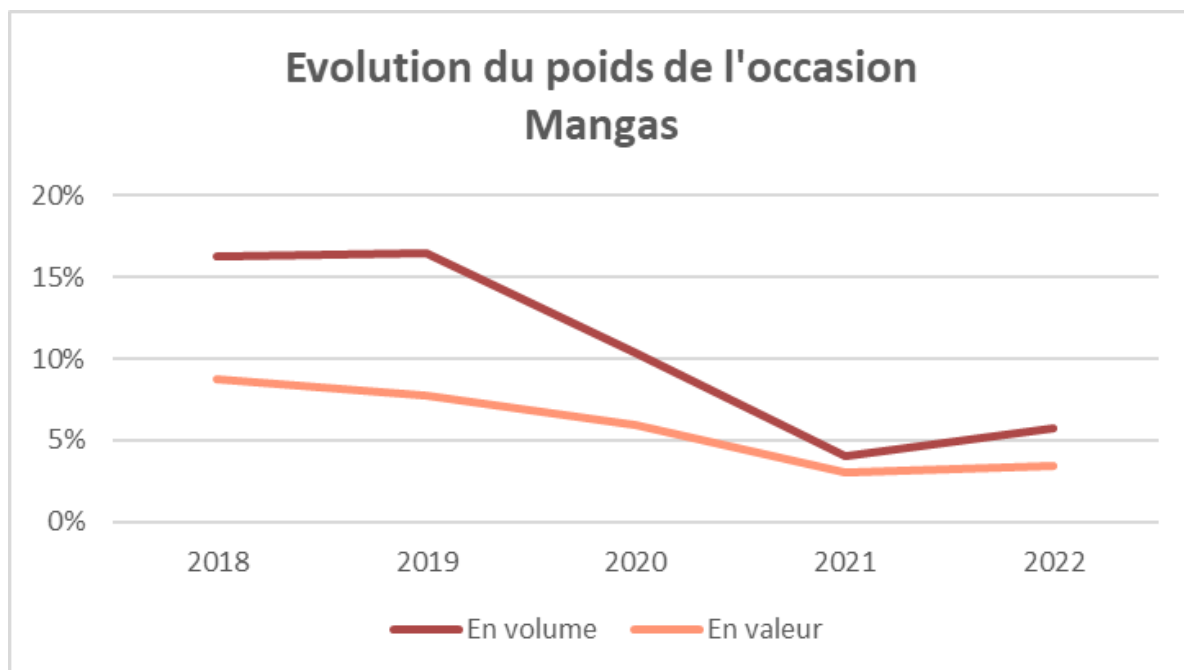
En 5 ans, le prix moyen d'achat d'une BD franco-belge & comics a augmenté de +12 % en occasion et +6 % en neuf.

D-3.5 Mangas

Le manga a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +65 % d'acheteurs de livres d'occasion contre +142 % d'acheteurs de livres neufs
- -3 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +209 % d'exemplaires neufs
- +18 % de dépenses en d'occasion contre +220 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 16 % des mangas achetés et 6 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 9 % à 3 %.



Le manga représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché de la bande dessinée :

- 55 % des exemplaires achetés neufs
- 59 % des exemplaires d'occasion

En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un manga augmenté de +22 % en occasion et de +3 % en neuf.

D-4 Sciences humaines, techniques / religion, ésotérisme

Les résultats de GfK distinguent d'une part les sciences humaines et techniques et d'autre part la religion et l'ésotérisme.

Les résultats sont d'abord présentés pour l'ensemble du segment, puis de manière distincte pour les deux sous-segments qui ne présentent pas toujours les mêmes évolutions.

D-4.1 Les acheteurs

En 5 ans, le nombre d'acheteurs d'ouvrages d'occasion de sciences humaines, techniques et religion est passé de 1,2 million en 2018 à 1,1 million en 2022 (-9 %). Dans le même temps, le nombre d'acheteurs d'ouvrages neufs de sciences humaines, techniques et religion passait de 6,4 millions à 6,1 millions (-4 %).

En 2022, les acheteurs d'ouvrages d'occasion de sciences humaines, techniques et religion se répartissent principalement ainsi :

- Sciences humaines et techniques : 0,7 million d'acheteurs
- Religion & ésotérisme : 0,4 million d'acheteurs

D-4.2 Les achats en volume

En 5 ans, le nombre d'ouvrages achetés d'occasion de sciences humaines, techniques et religion est passé de 2,6 millions à 2,5 millions (-3 %). Dans le même temps, le nombre d'ouvrages achetés neufs de sciences humaines, techniques et religion diminuait de 18,3 millions à 17,7 millions (-3 %).

Les 2,5 millions d'exemplaires achetés en occasion en 2022 se répartissent ainsi :

- Sciences humaines et techniques : 1,4 million d'exemplaires
- Religion & ésotérisme : 1,1 million d'exemplaires

On peut estimer, en 2022, que 1 exemplaire de sciences humaines, techniques et religion sur 8 est acheté d'occasion :

- 1 ouvrage de sciences humaines et techniques sur 9
- 1 ouvrage de religion & ésotérisme sur 6

D-4.3 Les achats en valeur

En 5 ans, le marché des ouvrages d'occasion de sciences humaines, techniques et religion est passé de 17 M€ à 15 M€ (-11 %). Dans le même temps, le marché des ouvrages neufs de sciences humaines, techniques et religion passait de 263 M€ à 282 M€ (+7 %).

Les 15,1 M€ dépensés en 2022 en ouvrages d'occasion se répartissent ainsi :

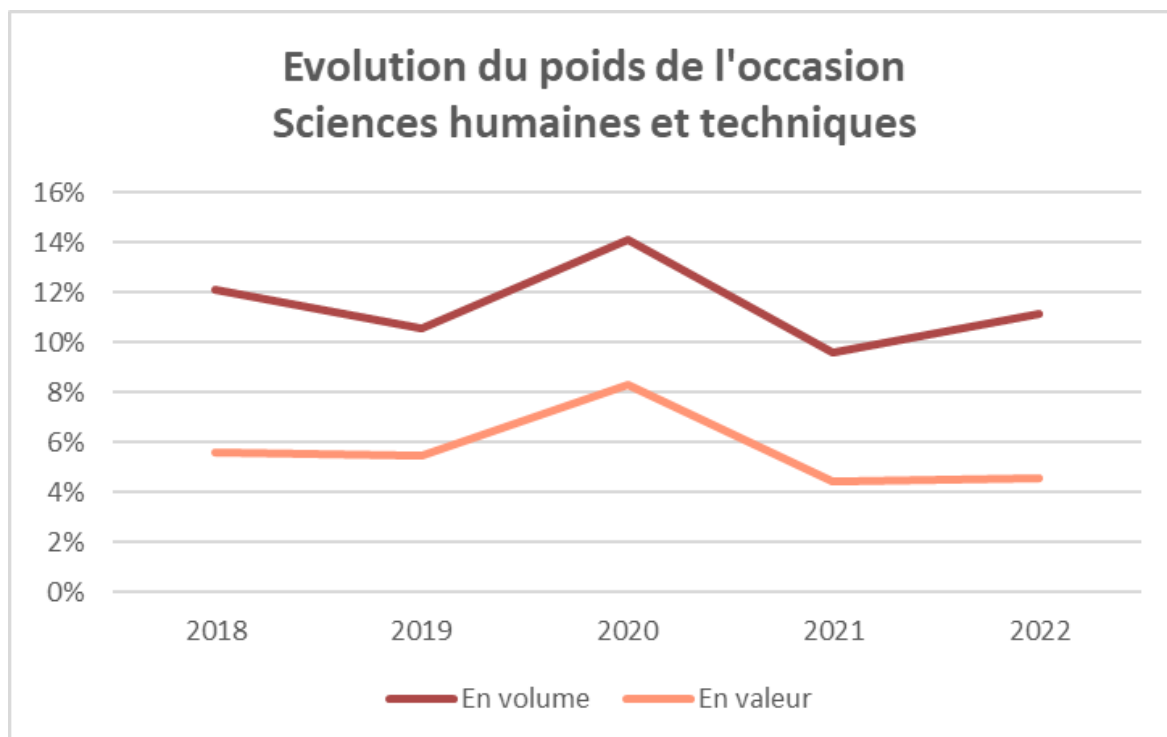
- Sciences humaines et techniques : 8,9 M€
- Religion & ésotérisme : 6,2 M€

D-4.4 Sciences humaines et techniques

Le sous-segment des sciences humaines et techniques a enregistré, sur les 5 dernières années :

- -20 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -11 % d'acheteurs de livres neufs
- -18 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -10 % d'exemplaires neufs
- -18 % de dépenses en d'occasion contre +2 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 12 % des ouvrages achetés de sciences humaines et techniques et 11 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 6 % à 5 %.



Le secteur des sciences humaines et techniques représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché des sciences humaines, techniques et religion :

- 35 % des exemplaires achetés neufs
- 40 % des exemplaires d'occasion

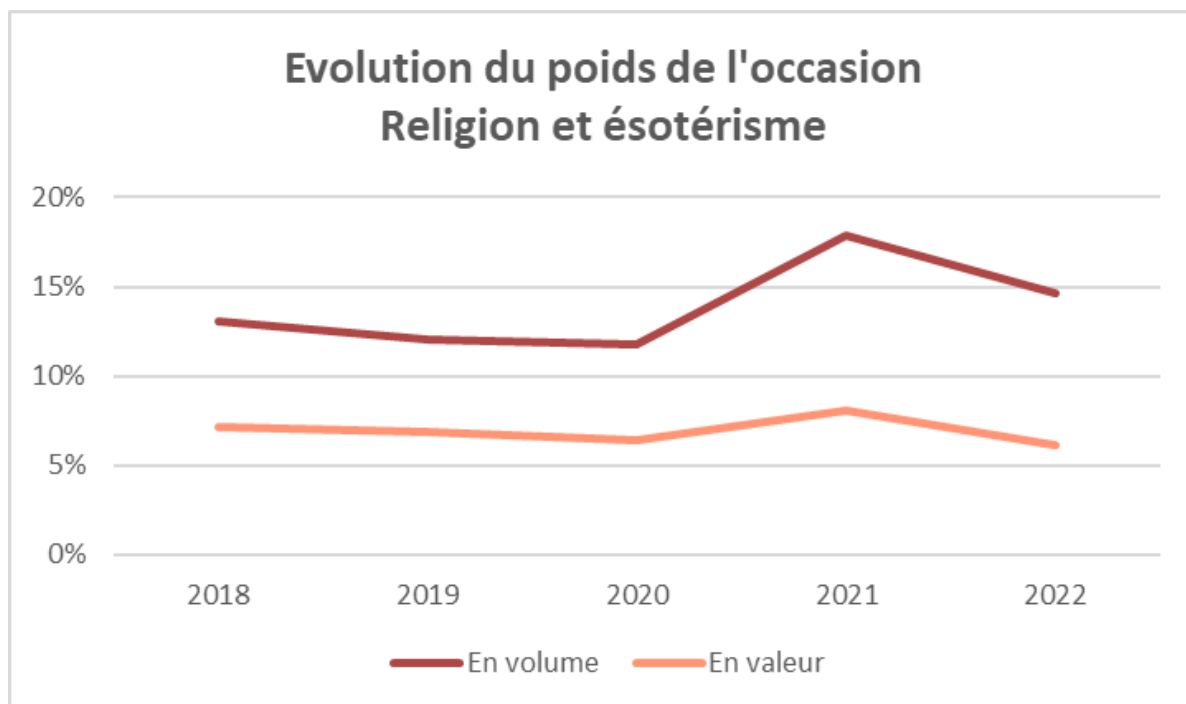
En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage de sciences humaines et techniques est resté stable en occasion et a augmenté de +13 % en neuf.

D-4.5 Religion et ésotérisme

Le sous-segment religion et ésotérisme a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +2 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -5 % d'acheteurs de livres neufs
- +26 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +11 % d'exemplaires neufs
- +20 % de dépenses en d'occasion contre +3 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 13 % des ouvrages achetés de religion et d'ésotérisme et 15 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 7 % à 6 %.



Le sous-segment religion et ésotérisme représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché des sciences humaines, techniques et religion :

- 65 % des exemplaires achetés neufs
- 60 % des exemplaires d'occasion

En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage de religion & ésotérisme a diminué de -19 % en occasion et augmenté de +8 % en neuf.

D-5 Loisirs / vie pratique

Les résultats de GfK distinguent au sein du segment loisirs / vie pratique : les ouvrages de santé et vie de famille et les ouvrages pratiques.

Les résultats sont d'abord présentés pour l'ensemble du segment, puis de manière distincte pour les deux sous-segments qui ne présentent pas toujours les mêmes évolutions.

D-5.1 Les acheteurs

En 5 ans, le nombre d'acheteurs d'ouvrages loisirs et vie pratique d'occasion est passé de 1,5 million en 2018 à 1,7 million en 2022 (+15 %). Dans le même temps, le nombre d'acheteurs d'ouvrages loisirs et vie pratique neufs passait de 9,8 millions à 8,0 millions (-18 %).

En 2022, les acheteurs d'ouvrages loisirs et vie pratique d'occasion se répartissent principalement ainsi :

- Santé et vie de famille : 0,9 million d'acheteurs
- Pratique : 1,0 million d'acheteurs

D-5.2 Les achats en volume

En 5 ans, le nombre d'ouvrages loisirs et vie pratique achetés d'occasion est passé de 3,1 millions à 6,1 millions (+96 %). Dans le même temps, le nombre d'ouvrages loisirs et vie pratique achetés neufs passait de 10,4 millions à 8,5 millions (-18 %).

Les 6,1 millions d'exemplaires loisirs et vie pratique achetés en occasion en 2022 se répartissent principalement ainsi :

- Santé et vie de famille : 2,4 millions d'exemplaires
- Pratique : 3,0 millions d'exemplaires

On peut estimer, en 2022, que 1 exemplaire du secteur loisirs et vie pratique sur 6 est acheté d'occasion :

- 1 ouvrage santé et vie de famille sur 5
- 1 ouvrage pratique sur 6

D-5.3 Les achats en valeur

En 5 ans, le marché des ouvrages d'occasion loisirs et vie pratique est passé de 19 M€ à 40 M€ (+105 %). Dans le même temps, le marché des ouvrages neufs loisirs et vie pratique passait de 398 M€ à 402 M€ (+1 %).

Les 39,8 M€ dépensés en 2022 en ouvrages loisirs et vie pratique d'occasion se répartissent principalement ainsi :

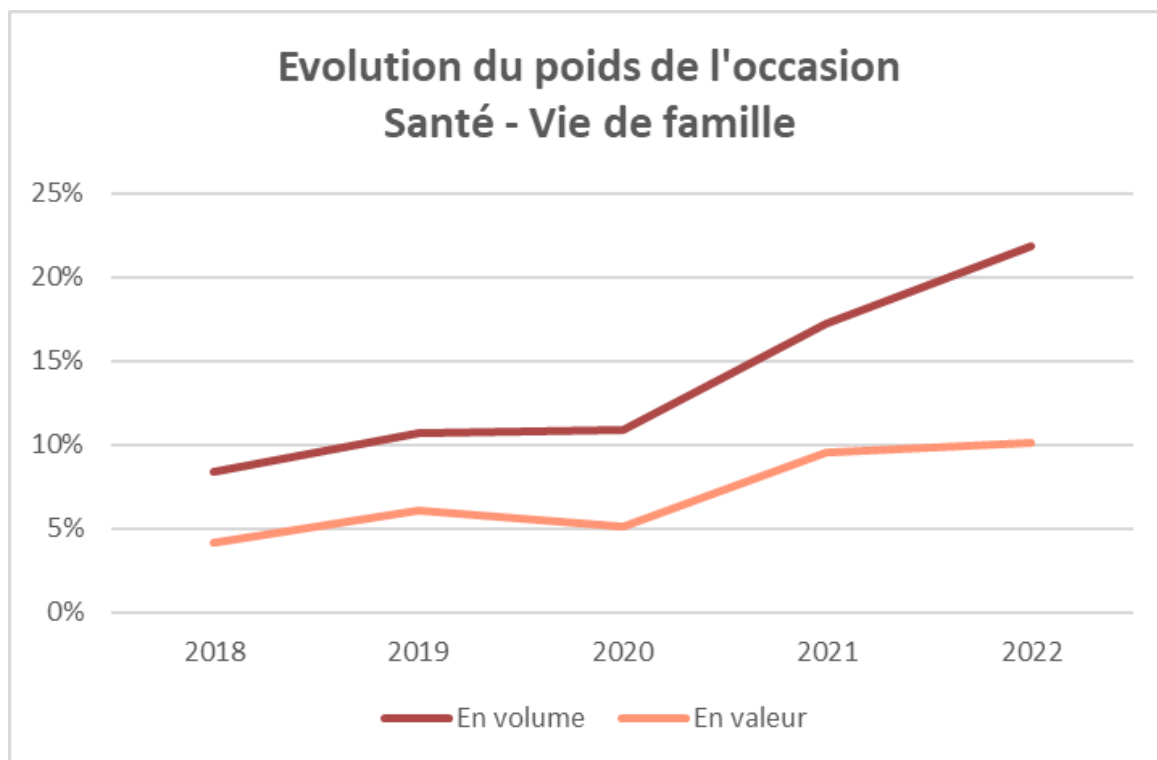
- Santé et vie de famille : 12,8 M€
- Pratique : 22,7 M€

D-5.4 Santé et vie de famille

Le sous-segment santé et vie de famille a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +61 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -32 % d'acheteurs de livres neufs
- +152 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -18 % d'exemplaires neufs
- +129 % de dépenses en d'occasion contre -12 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 8 % des ouvrages achetés pour le sous-segment santé et vie de famille et 22 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 4 % à 10 %.



Le sous-segment santé et vie de famille représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché loisirs / vie pratique :

- 35 % des exemplaires achetés neufs
- 37 % des exemplaires d'occasion

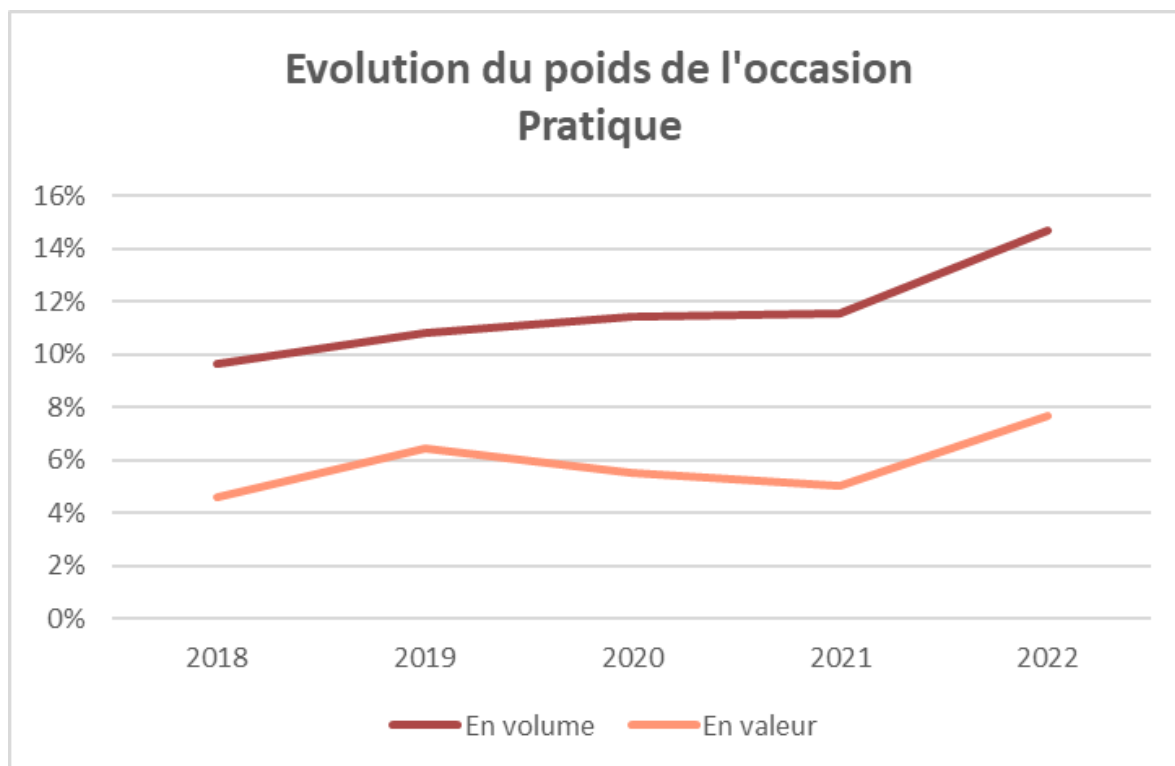
En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage santé et vie de famille a diminué de -9 % en occasion et augmenté de +7 % en neuf.

D-5.5 Pratique

Le pratique a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +1 % d'acheteurs de livres d'occasion contre -16 % d'acheteurs de livres neufs
- +158 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -2 % d'exemplaires neufs
- +80 % de dépenses en d'occasion contre +5 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 10 % des ouvrages achetés pour le secteur pratique et 15 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 5 % à 8 %.



Le pratique représente sur la période 2018/2022 et sur l'ensemble du marché loisirs / vie pratique :

- 62 % des exemplaires achetés neufs
- 56 % des exemplaires d'occasion

En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage pratique a augmenté de +14 % en occasion et de +7 % en neuf.

D-6 Dictionnaires / encyclopédies / méthodes de langue / beaux-arts

Les résultats de GfK distinguent d'une part les dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue et d'autre part les ouvrages beaux-arts.

Les résultats sont d'abord présentés pour l'ensemble du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts, puis de manière distincte pour les principaux sous-segments qui ne présentent pas toujours les mêmes évolutions.

D-6.1 Les acheteurs

En 5 ans, le nombre d'acheteurs d'ouvrages d'occasion du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts est passé de 0,6 million en 2018 à 0,9 million en 2022 (+46 %). Dans le même temps, le nombre d'acheteurs d'ouvrages neufs du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts passait de 4,5 millions à 3,9 millions (-15 %).

En 2022, les acheteurs d'ouvrages d'occasion du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts se répartissent principalement ainsi :

- Beaux-arts : 0,6 million d'acheteurs
- Dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue : 0,3 million d'acheteurs [chiffre 2019]

D-6.2 Les achats en volume

En 5 ans, le nombre d'ouvrages du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts achetés d'occasion est passé de 1,1 million à 2,0 millions (+77 %). Dans le même temps, le nombre d'ouvrages du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts achetés neufs passait de 8,9 millions à 8,6 millions (-4 %).

Les 2,0 millions d'exemplaires achetés en occasion en 2022 se répartissent principalement ainsi :

- Beaux-arts : 1,5 million d'exemplaires

- Dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue : 0,5 million d'exemplaires

On peut estimer, en 2022, que 1 exemplaire du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts sur 5 est acheté d'occasion :

- 1 ouvrage beaux-arts sur 5
- 1 ouvrage du secteur dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue sur 6

D-6.3 Les achats en valeur

En 5 ans, le marché des ouvrages d'occasion du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts est passé de 7 M€ à 17 M€ (+155 %). Dans le même temps, le marché des ouvrages neufs du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts passait de 135 M€ à 170 M€ (+26 %).

Les 16,9 M€ dépensés en 2022 en ouvrages d'occasion du segment dictionnaires, encyclopédies, méthodes de langue et beaux-arts se répartissent principalement ainsi :

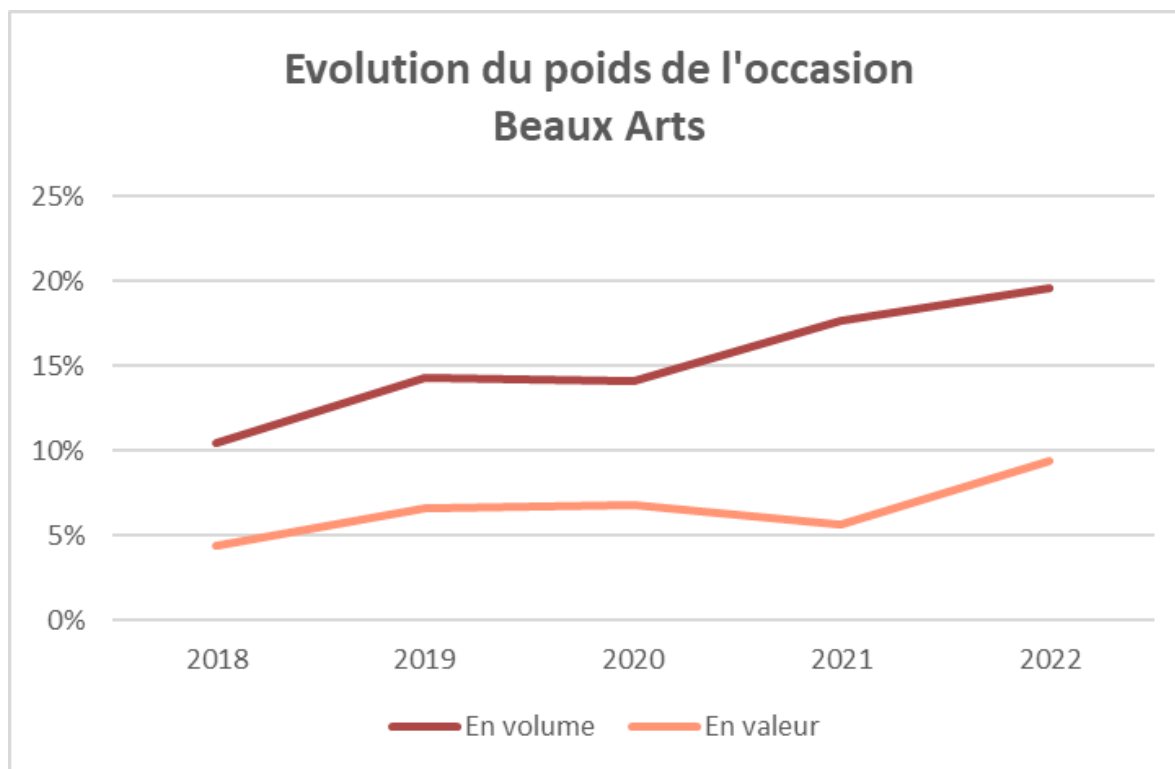
- Beaux-arts : 14,6 M€
- Dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue : 2,3 M€

D-6.4 Beaux-arts

Le segment beaux-arts a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +72 % d'acheteurs de livres d'occasion contre +9 % d'acheteurs de livres neufs
- +156 % d'exemplaires achetés d'occasion contre +22 % d'exemplaires neufs
- +236 % de dépenses en d'occasion contre +49 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 10 % des ouvrages beaux-arts achetés et 20 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 4 % à 9 %.



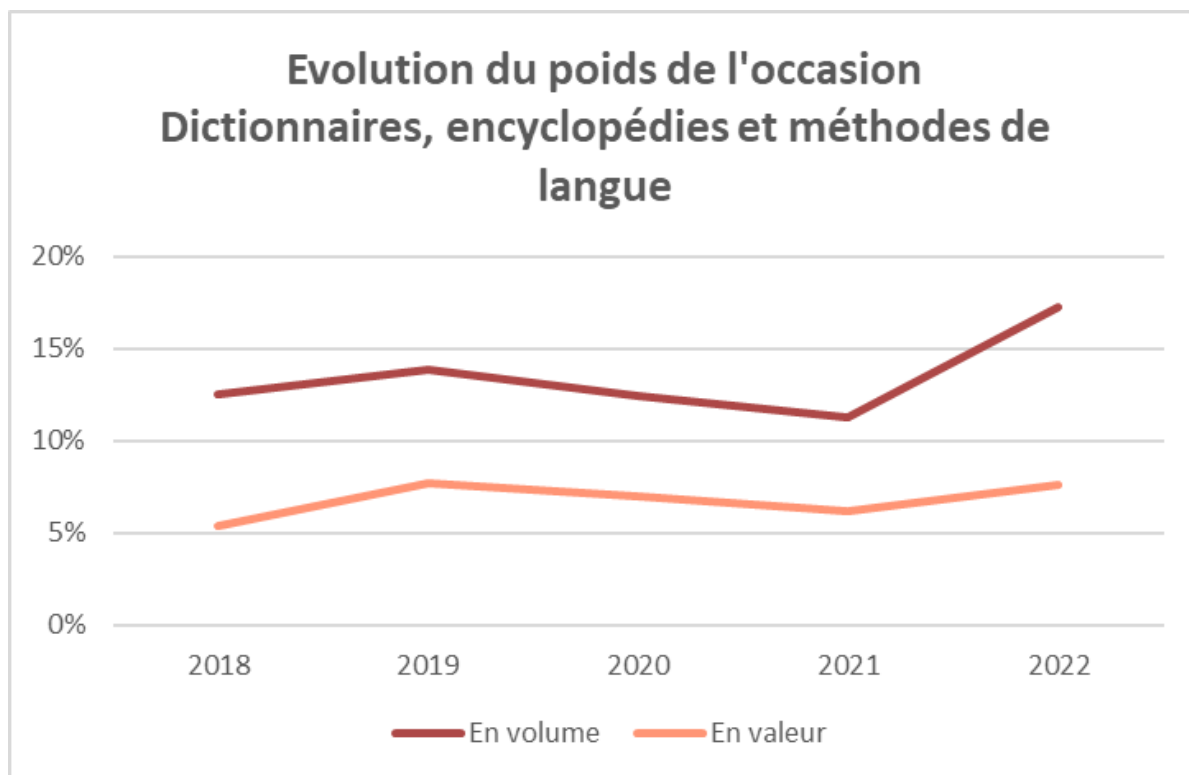
En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage beaux-arts a augmenté de +31 % en occasion et de +22 % en neuf.

D-6.5 Dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue

Le segment dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue a enregistré, sur les 5 dernières années :

- +11 % d'acheteurs de livres d'occasion [chiffre 2019] contre -45 % d'acheteurs de livres neufs
- -10 % d'exemplaires achetés d'occasion contre -38 % d'exemplaires neufs
- +2 % de dépenses en d'occasion contre -29 % en neuf

L'occasion représentait, en 2018, 13 % des ouvrages achetés du segment dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue et 17 % en 2022. Le poids de l'occasion en valeur est passé de 5 % à 8 %.



En 5 ans, le prix moyen d'achat d'un ouvrage du segment dictionnaires, encyclopédies et méthodes de langue a augmenté de +13 % en occasion et de +15 % en neuf.

Deuxième partie – Les modèles économiques multiples des circuits en ligne

Cette deuxième partie de l'étude analyse les modèles économiques des principaux acteurs de la vente en ligne de livres d'occasion. Elle se fonde sur une recherche documentaire et des entretiens. Elle met en évidence la diversité des modèles, entre détaillants, places de marché ou encore sites de mise en relation de particuliers. Concurrents ou partenaires commerciaux, les acteurs en ligne innovent pour tirer profit de l'essor de ce marché.

Introduction

La première partie de l'étude a mis en évidence la part prédominante des canaux de vente en ligne (cf [Canaux de vente](#)) dans les achats d'occasion. Ce constat justifie d'approfondir l'analyse des canaux en ligne, en portant l'attention sur deux types d'acteurs :

- les « **pure players** », dont l'activité est entièrement centrée sur un site internet ;
- les **enseignes culturelles** issues de réseaux de **magasins physiques** auxquels a été adjointe une activité de vente en ligne.

Sur les **19 sites** (liste ci-après) examinés pour radiographier les différents modèles économiques du marché des livres d'occasion sur internet¹⁹, il apparaîtra que c'est la **variété des modèles** qui prédomine sur l'apparence de similitudes que peut donner leur présence sur un même canal de vente.

Se différencieront ainsi **trois types d'acteurs** :

- ceux qui vendent directement sur leur propre site sous leur propre marque, et vendent aussi sur une place de marché exploitée par d'autres sites ;
- ceux qui exploitent une place de marché (sans effectuer de vente directe), selon un modèle soit principalement BtoC²⁰, soit principalement CtoC²¹ ;
- ceux qui vendent directement sur leur propre site sous leur propre marque, et exploitent également une place de marché.

L'usage de cette catégorisation permettra dans un premier temps de mieux identifier la position des différents acteurs à l'intérieur du marché de la vente en ligne des livres d'occasion. Elle montrera ensuite la **prédominance du modèle économique des places de marché** et leur « **survisibilité** ». Des indicateurs de suivi (données de performance) et la description d'**outils techniques** facilitant l'accessibilité aux offres sur les sites, seront examinés. De même, seront décrits la **multiplicité des circuits d'approvisionnement** (achats) et les **modes de présentation des prix** (neuf vs occasion), ainsi que **l'affichage de l'état des ouvrages**. Enfin, les différentes **sources de revenus** (marges commerciales et/ou facturation de commissions et prestations de services, etc.), constitutives de chaque modèle économique seront auscultées.

Les modèles décrits correspondent à un « arrêté photographique » des mois de novembre et décembre **2022**, et pour certains, actualisés en mars **2023**. Mais ils sont mouvants : tous les sites ayant propension à ajouter à leur modèle original des solutions identifiées chez leurs concurrents²².

¹⁹ Plus de 50 critères ont été choisis afin d'identifier les différents aspects constitutifs des modèles économiques de ces sites.

²⁰ « Business to Consumer ».

²¹ « Consumer to Consumer ».

²² Les sources utilisées, outre les enquêtes GfK déjà citées, sont issues de la consultation en ligne des sites concernés, d'articles de presse (Les Echos, LSA, Le journal du net...), des sites Société.com et SimilarWeb, de pages Wikipedia institutionnelles, de rapports d'activité publiés et bien sûr des conditions générales et particulières de vente des sites présentés. S'y ajoutent des entretiens effectués avec les directions des sites Recyclivre, Ammareal, Emmaüs, Cultura, Fnac, Gibert, Nosoli (Furet du Nord, Decitre, Chapitre.com).

A – Typologie des acteurs et différents modèles

A-1 Méthodologie

19 acteurs ont été sélectionnés. 13 sites avaient été indiqués comme lieux d'achat du livre dans l'enquête réalisée spécialement par GfK²³ en janvier 2023 (Amazon, Book Village, Cultura / Lili²⁴, eBay, Fnac, La Bourse aux Livres, Leboncoin, Livrenpoche²⁵, Momox, Rakuten, Recyclivre, Swapbook, Vinted)²⁶. 6 autres sites ont été ajoutés pour constituer une cartographie : AbeBooks, Ammareal, Cdiscount, Chapitre.com, Gibert, Label Emmaüs²⁷.

A-2 Modèle économique général

Ces deux diagrammes positionnent les sites examinés et en déterminent une typologie, selon le modèle général de leur présence en ligne, puis selon leur rapport spécifique au marché des livres d'occasion.

²³ Cf [Les pratiques et comportements de l'achat et de la revente d'occasion en 2023](#).

²⁴ Lili est le nom du site développé par Cultura pour la vente de livre d'occasion.

²⁵ Livrenpoche apparaît sur certains sites sous le nom de Book Hémisphères car c'est la marque de vente sur internet gérée par la Coopérative Book Hémisphères.

²⁶ Deux acteurs ont été écartés : idkids.fr par Oxybul qui ne vend pas de livre d'occasion en ligne, et Kiwibooks qui a cessé son activité en novembre 2022.

²⁷ Facebook Market place, qui n'est mentionnée dans aucune enquête sur le livre d'occasion, n'a pas été incluse dans l'étude. Créée en 2017, c'est une plateforme CtoC et BtoC intégrée à Facebook qui permet la mise en relation des vendeurs et acheteurs (sans solution de paiement ni d'envoi). Le service est gratuit et accessible à tous les utilisateurs de Facebook ayant un profil personnel.

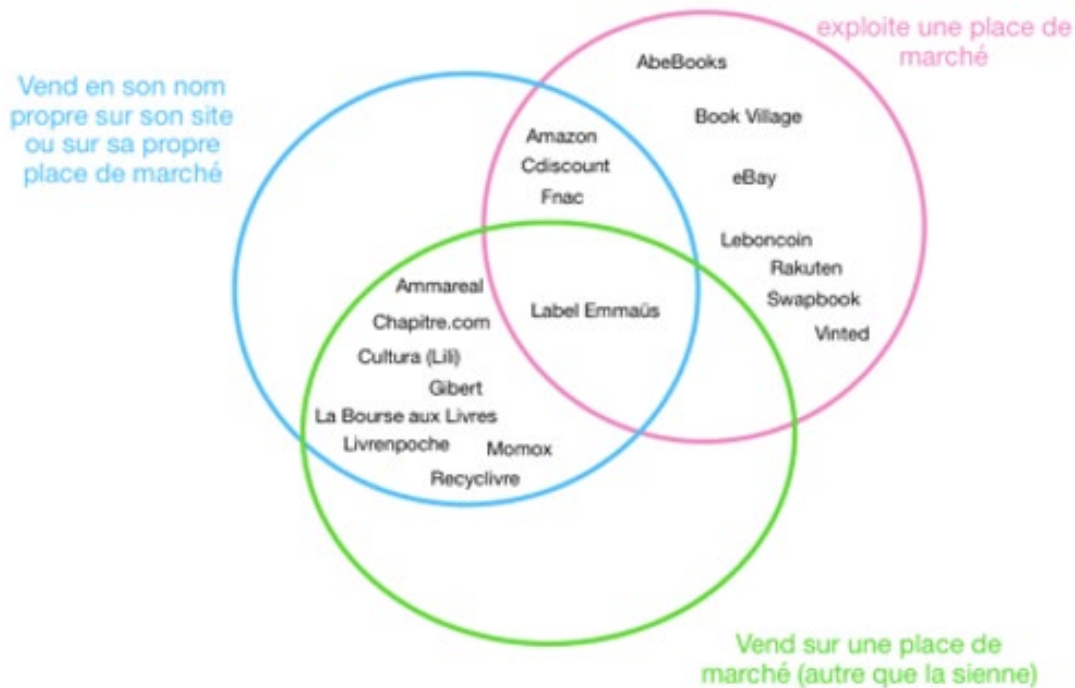


Figure 1 : Modèle économique général tous produits confondus

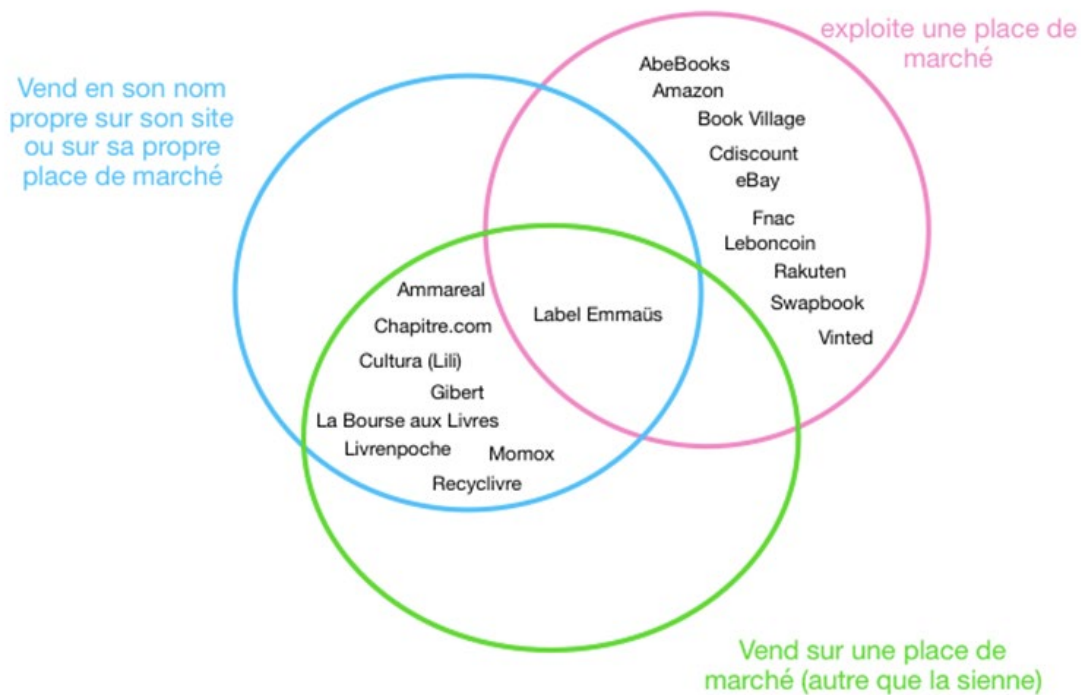


Figure 2 : Modèle économique général du marché des livres d'occasion

Les deux schémas montrent la diversité des modèles économiques des sites selon **3 modalités de vente** :

- la vente sur un site **sous sa marque** ;
- la vente sur une **place de marché** ;
- **l'exploitation d'une place de marché**.

Ici, deux modèles principaux et un modèle unique se détachent :

- **11 sites exploitent une place de marché.** Seuls trois d'entre eux (Amazon, Cdiscount, Fnac) vendent en direct des marchandises sur leur site (cf figure 1), mais ne vendent pas de livres d'occasion (cf figure 2) ;
- **8 sites vendent sur leur propre site et aussi sur d'autres places de marché, mais n'exploitent pas de place de marché eux-mêmes.** Aucun acteur ne vend uniquement sur son site propre : ils sont tous présents sur au moins une place de marché en plus de leur site. Dans [l'étude GfK sur les acheteurs d'occasion](#), les revendeurs cités ont toujours un site, même quand l'essentiel de leur CA ne se fait pas sur leur site de vente mais sur les places de marché.
- **Un cas particulier se détache : Label Emmaüs, qui présente les 3 modalités de vente :** Emmaüs exploite une place de marché à son nom, vend sur cette place de marché et aussi sur d'autres places de marché. Il est à noter que Label Emmaüs est la seule place de marché à réserver son accès à des entreprises remplissant des critères spécifiques validés par un comité d'éthique.

A-3 Distinction des modèles BtoC et CtoC

A la distinction entre les sites vendant sous leur propre marque et sur les places de marché, se superpose une **distinction entre modèles BtoC et CtoC**.



Figure 3 : Modèle par type de relation commerciale

Logiquement, tous les sites qui vendent sous leur propre marque sont BtoC, mais les places de marché présentent les trois types de modèles. Plus de la moitié des places de marché (7 sur 11) permettent les ventes CtoC, dont 2 exclusivement entre particuliers. Il est à souligner que ce sont les deux

structures les plus récentes et les plus modestes du panel. A part ces 2 acteurs, toutes les places de marché comportent des revendeurs professionnels²⁸.

De façon générale, les sites qui initialement proposaient des ventes uniquement entre particuliers (CtoC) comme eBay, Leboncoin ou Vinted, ont fait évoluer leur modèle en intégrant des vendeurs professionnels (BtoC). De même, les sites qui proposaient uniquement des ventes de professionnels (BtoC), comme Amazon, Rakuten se sont ouverts aux particuliers (CtoC).

A-4 Distinction du périmètre généraliste/spécialiste

Sur la majorité des sites, le livre d'occasion est **un produit parmi d'autres**, qui trouve place dans une offre généraliste comme sur Amazon, Cdiscount, eBay, Fnac, Label Emmaüs, Leboncoin, Rakuten, Vinted (gamme de produits initialement ciblée sur le vêtement, étendue à la maison et aux loisirs).

Quatre sites vendent du livre d'occasion parmi des produits spécifiquement culturels, avec une diversité des mix-produits limitée :

- AbeBooks : livres rares, anciens, affiches, journaux ;
- Livrenpoche : revues, CD, DVD, perles et fournitures de loisirs créatifs, jeux de société et jeux vidéo ;
- Gibert : CD, DVD, papeterie Beaux-arts, loisirs créatifs, jeux ;
- Momox : CD, DVD, jeux vidéo.

6 sites sont spécialisés dans la vente de livres uniquement : Ammareal, Book Village, Chapitre.com, Cultura (Lili), La Bourse aux Livres, Recyclivre, Swapbook. La présence d'un mix-produit livre neuf et occasion sera abordée *infra*.

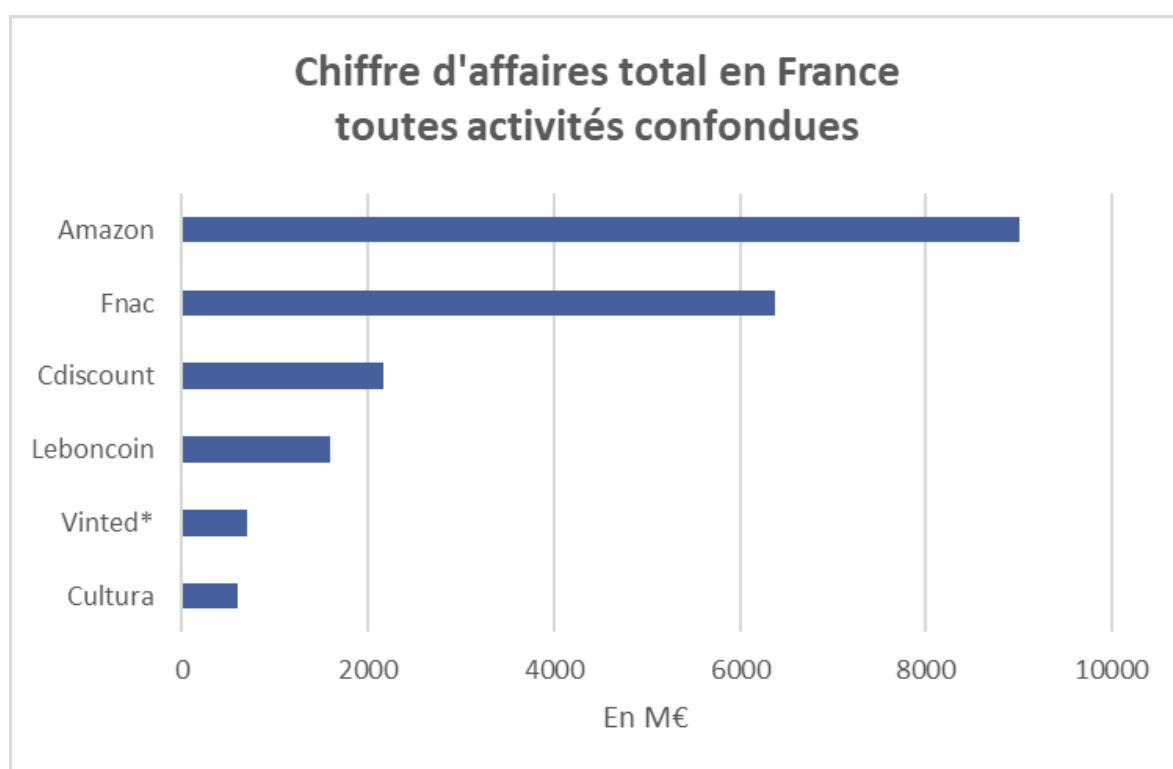
A-5 Distinction des volumes de chiffres d'affaires

Il n'est **pas possible de reconstituer le chiffre d'affaires du marché des livres d'occasion** sur les sites du panel qui ne sont pas mono-produits, car ces sites ne communiquent pas le détail de chiffre d'affaires réalisé par ligne de produits.

²⁸ La Bourse aux Livres relève du modèle BtoC : elle agit comme un intermédiaire, à la façon d'un dépôt-vente qui revend les livres en ligne pour le compte d'un tiers (fixation des prix, collecte des livres, stockage de la marchandise, mise en ligne de l'offre, vente au client final et reversement d'une quote-part).

Les chiffres d'affaires indiqués correspondent en outre au périmètre **France**. Il n'était pas pertinent de faire apparaître les sites dont les chiffres d'affaires connus concernent le périmètre Monde (AbeBooks, eBay, Rakuten). La grande majorité des chiffres d'affaires retenus relèvent des exercices 2020 et 2021 ; pour une minorité d'acteurs, seul un chiffre d'affaires antérieur était disponible. Les sources émanent rarement de rapports d'activité ou de bilans déposés sur infogreffe ou [société.com](https://www.societe.com), mais de données déclaratives reproduites dans la presse économique (LSA, Les Echos). Pour deux acteurs (Book Village et Swapbook), aucune donnée n'était disponible.

Selon les ordres de grandeur, trois graphiques se succèdent :



* Pour respecter les ordres de grandeur, il a été choisi pour Vinted d'indiquer le volume d'affaire (LSA 10/10/2019) et non son chiffre d'affaires proprement dit (Les Echos Start 21/03/23). Dans le cas de sociétés de prestation de service, un chiffre d'affaires résulte d'un volume d'affaire mais le volume d'affaire n'est pas le chiffre d'affaires.

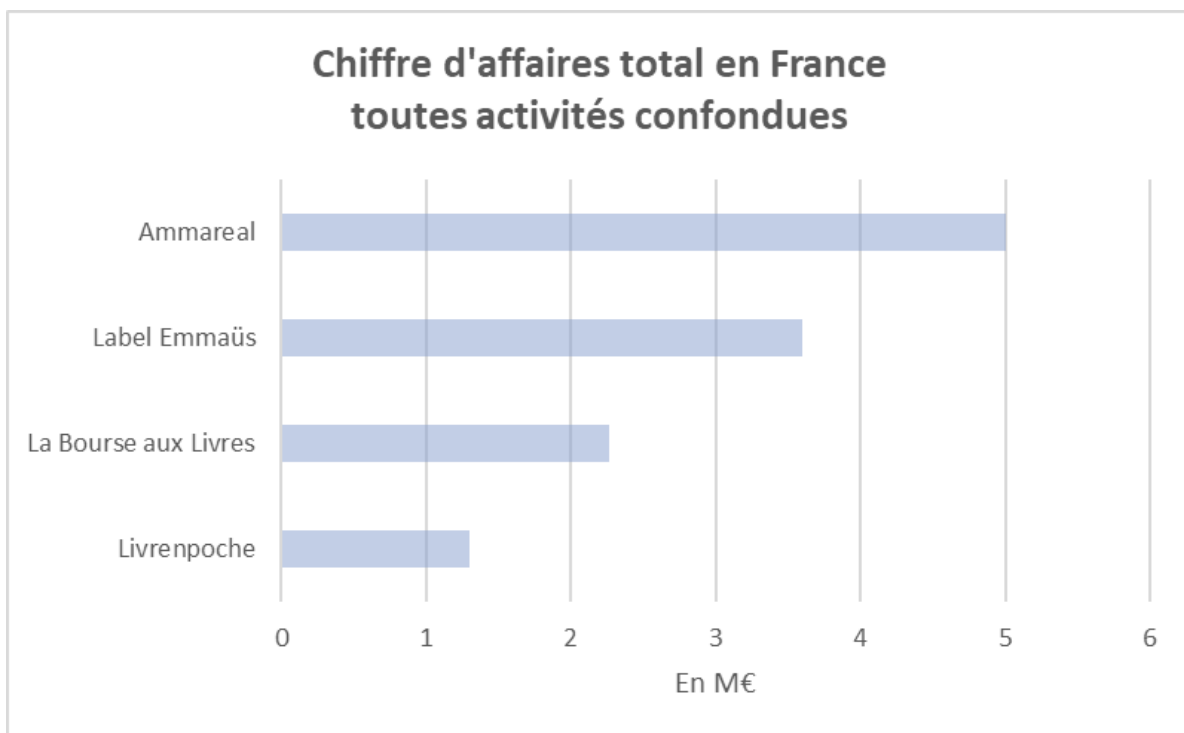
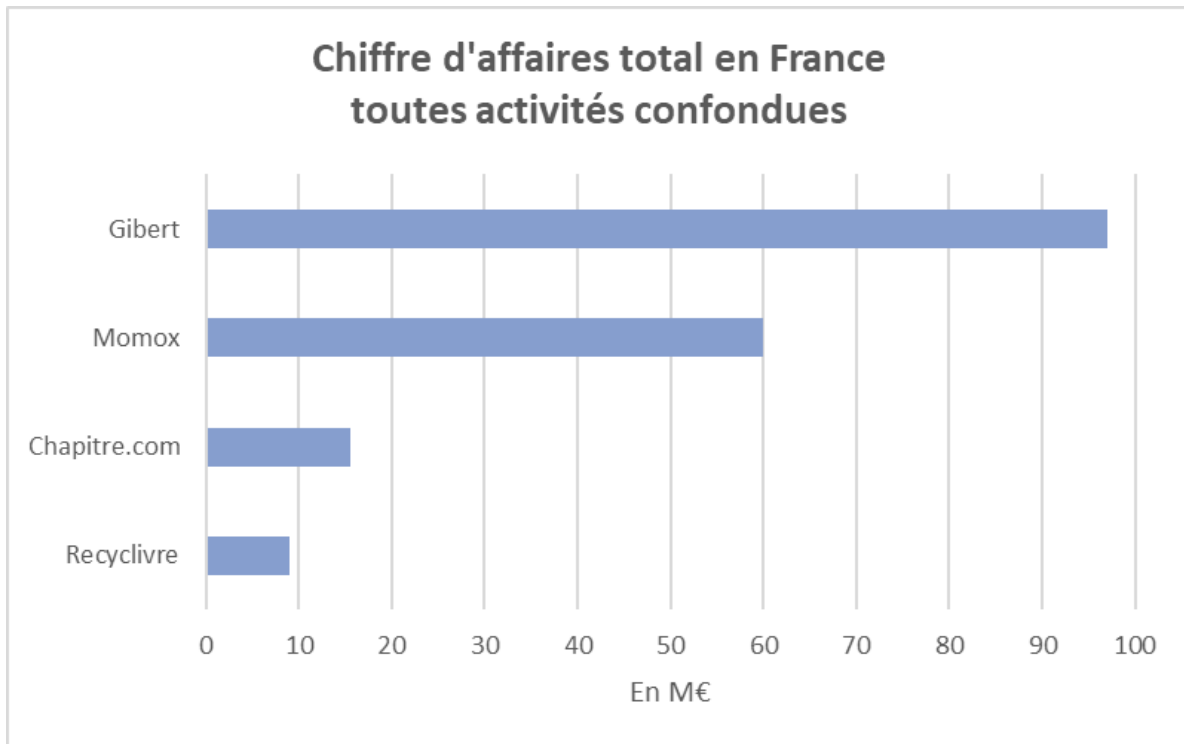


Figure 4 : Chiffres d'affaires des sites de vente

A-6 Données complémentaires

Formes juridiques

Si la majorité des sites sont enregistrés en tant que Sociétés Anonymes ou Sociétés par Actions Simplifiées, quatre acteurs ont l'agrément **ESUS (Entreprises Solidaires d'Utilité Sociale)** : Ammareal, Label Emmaüs, Livrenpoche, Recyclivre. Il semble que cet agrément **facilite la coopération avec les bibliothèques** municipales et les médiathèques et ouvre des **possibilités de soutien public selon les régions**²⁹.

Parmi eux, deux acteurs sont constitués en **SCIC** (société coopérative d'intérêt collectif) :

- Label Emmaüs est une coopérative et plateforme de vente en ligne rattachée au mouvement de l'association Emmaüs France, avec un agrément Entreprise d'insertion (EI) ;
- Livrenpoche est la marque de vente sur internet gérée par la coopérative Book Hémisphères qui est agréée entreprise d'insertion (EI) à but non lucratif, et spécialisée dans le réemploi.

Chronologie

Trois acteurs historiques de la vente de livres en magasin sont toujours en activité sur le marché du livre d'occasion :

- Gibert : fondé en 1886, a ouvert un site de vente de livres neufs et d'occasion en 2005 ;
- Emmaüs : créé en 1949, vend des produits d'occasion uniquement et parmi ceux-ci, des livres. La place de marché de vente en ligne Label Emmaüs a été lancée en 2016 ;
- FNAC-Darty : la Fnac a été fondée en 1954, le site internet en 1999 (livre neuf), et la place de marché a été lancée en 2009 avec des offres de livres d'occasion.

²⁹ Entretien du 02/11/2018 « ESS : comment Recyclivre a obtenu l'agrément Esus », site [Les Echos Entrepreneurs](#)

Ces trois acteurs exploitent à ce jour des **magasins physiques** et des **sites** de vente. A l inverse, aucune entreprise ayant commencé son activité par un site de vente n a créé de magasin physique de livres, et ce même quand le site gère des stocks de livres. Les entreprises créées d'abord comme sites de vente internet restent des entreprises du numérique uniquement.

Il y a une régularité dans la création des sites de vente de livre d occasion : depuis 1997, date de création du premier site de l'échantillon, un site est créé tous les 16 mois. Deux périodes se démarquent :

- de 1997 à 2002, période dense en termes de création de sites avec environ un site créé tous les 10 mois. Plus de la moitié des sites ont été fondés à l'international (Etats-Unis, Japon) ;
- de 2003 à 2021, 1 site est créé tous les 18 mois. La grande majorité des sites créés à cette période sont des créations françaises (10 sur 12). Les trois créations les plus récentes datent de 2020 et 2021 (Book Village, la Bourse aux livres, Lili par Cultura).

B – Prédominance des places de marché et « survisibilité »

La première partie de l'étude a montré que les clients plébiscitent de plus en plus les places de marché **CtoC** comme Leboncoin ou Vinted (cf [Canaux de vente](#)).

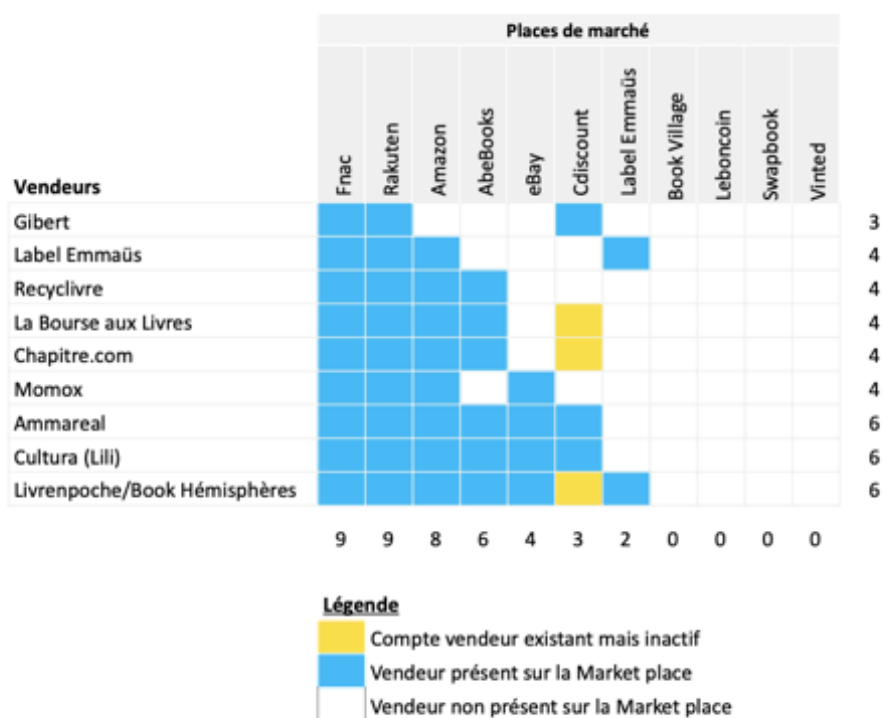


Figure 5 : Présence des vendeurs de livres d'occasion sur les places de marché

11 acteurs exploitent des places de marché et 9 sites vendent sur des places de marché. Or les 9 sites ne vendent jamais sur la totalité des places de marché.

Aucun des vendeurs du panel ne vend sur Vinted ni sur Leboncoin, alors que ces places de marché proposent aussi des offres de professionnels. Quant à Book Village et Swapbooks, ils n'acceptent que des offres de particuliers. Il reste donc 7 places de marché sur lesquelles se répartissent les offres des vendeurs.

Leboncoin ne dispose pas de base de données livres structurées, mais c'est aussi le cas pour eBay³⁰ (cf [Les outils](#)). Ce n'est donc pas un critère déterminant pour expliquer l'absence des vendeurs. Une hypothèse pourrait être que cette place de marché, initialement orientée CtoC, ne propose pas aux vendeurs d'outils d'intégration automatique de catalogue. Tous les vendeurs du panel sont présents sur Fnac et Rakuten. Seul Gibert est absent d'Amazon. Enfin, Label Emmaüs compte deux vendeurs sur sa place de marché (lui-même et

³⁰ Avec une base partiellement structurée, Vinted est un cas intermédiaire. Les EAN sont reconnus mais ne sont pas systématiquement associés à un titre et un auteur. Les dénominations d'auteur et de titre ne sont pas normées. Par ailleurs, les champs visibles sur une fiche ne sont pas tous exploités par le moteur de recherche (pas de recherche par EAN).

Livrenpoche), les conditions de référencement étant limitées à un profil d'entreprise spécifique.

Ainsi qu'il a déjà été souligné, **tous les sites qui vendent du livre d'occasion sous leur propre marque sont présents sur une ou plusieurs places de marché.** Ils vendent en moyenne sur 3 à 6 places de marché différentes, en plus de vendre sur leur propre site. Gibert est le revendeur présent sur le plus petit nombre de places de marché, et Ammareal, Cultura (Lili) et Livrenpoche sont les plus présents. La figure 5 fait apparaître que l'offre des vendeurs est visible en moyenne 4,6 fois sur Internet. Il faut cependant nuancer ce calcul en prenant en compte le fait que les vendeurs ne présentent pas toujours l'intégralité de leur catalogue de la même façon sur toutes les places de marché³¹. Même si cette pratique est difficilement mesurable, il n'en reste pas moins que **l'offre de livres d'occasion est démultipliée par sa présentation simultanée sur plusieurs places de marché.**

De plus, les mêmes exemplaires de seconde main peuvent revenir sur le marché et être vendus à nouveau de troisième main, quatrième, etc. Il en ressort que certains titres se retrouvent en surreprésentation permanente, dans une proportion qui n'est pas mesurable.

Ces démultiplications, par la « **survisibilité** » d'une même offre apportée par les multiples plateformes d'une part, et par le retour des mêmes exemplaires dans le flux d'autre part, peuvent troubler la perception de la volumétrie de l'offre en la faisant apparaître plus importante qu'elle ne l'est en réalité.

Enfin, dans la majorité des entretiens effectués pour cette présentation, des acteurs aussi différents que Cultura, Recyclivre et Label Emmaüs, ont confirmé que la vente sur les places de marché représentait entre 60 et 75 % de leur chiffre d'affaires de vente en ligne. Autrement dit, il n'y aurait pas de viabilité économique pour nombre d'acteurs vendeurs de livre d'occasion sans l'écoulement par les places de marché.

³¹ Par exemple, le moteur de recherche d'eBay indique que Ammareal a 1 087 626 « objets » en vente, tandis que celui de Cdiscount en dénombre 313 134. De façon plus générale, un vendeur peut pousser des catalogues différents selon les profils de consommateurs des sites, et/ou une volumétrie de son offre modulable selon les montants de commission prélevés sur les ventes, privilégiant logiquement la place de marché qui lui offre des conditions plus avantageuses.

C – Les indicateurs de suivi d’activité

Trois indicateurs permettent de mesurer et comparer l’activité des sites internet.

C-1 Trafic

Les données de visite, de taux de rebond³² et de nombre de pages par visite, sont les principaux marqueurs utilisés dans le marketing en ligne. Les informations ici recueillies proviennent de la consultation du site SimilarWeb au mois de novembre 2022. SimilarWeb est une des principales entreprises spécialisées dans le recueil de données de trafic sur internet. Elle constitue un outil de veille statistique et un comparateur d’activité.

Nom du site	Visites totales au mois de novembre 2022 (en millions)	Taux de rebond au mois de novembre 2022	Nombre de pages par visites au mois de novembre 2022
Amazon	201,9	31,36 %	10,09
Leboncoin	130,6	22,91 %	10,82
Rakuten	102,1	56,37 %	2,63
Cdiscount	47,0	37,76 %	5,34
Fnac	40,9	49,56 %	4,58
Vinted	33,8	22,73 %	14,20
eBay	31,4	33,61 %	7,27
Cultura	8,3	50,79 %	4,40
Momox	2,2	43,64 %	4,73
AbeBooks	0,93	63,15 %	2,76
Label Emmaüs	0,83	51,33 %	8,23
Gibert	0,63	26,93 %	8,20
Recyclivre	0,41	33,21 %	5,08
Ammareal	0,31	36,04 %	8,58
La Bourse aux Livres	0,30	60,45 %	5,74
Chapitre .com	0,18	71,88 %	2,44
Livrenpoche	0,1	62,75 %	3,86
Book Village			
Swapbook			

³² Le taux de rebond représente le pourcentage de visiteurs qui accèdent à un site puis le quittent après avoir visité une seule page. Plus le taux de rebond est élevé, moins les visiteurs auront passé du temps sur le site. Plus le taux de rebond est faible, plus le visiteur sera resté captif, « en rétention ».

Figure 6 : Volume de trafic des sites du panel (novembre 2022, source : SimilarWeb)³³

Dans le cadre limité de cette présentation sur le modèle économique des sites, les analyses marketing ne peuvent être développées. Il convient de s'en tenir à des remarques générales liées au modèle commercial.

Le volume du trafic n'est pas directement proportionnel au montant de chiffre d'affaires.

Le trafic élevé n'est pas le critère prépondérant dans les choix des vendeurs du panel d'être présents sur une place de marché : par exemple Cdiscount, classé devant Fnac en termes de trafic, mais moins sélectionné par les vendeurs. La marque Fnac ayant une position reconnue sur le segment de la vente de livres, sa place de marché sera donc favorisée par les vendeurs, d'autant qu'elle propose un taux de commission plus avantageux (cf [Les sources de revenus](#)).

C-2 Nombre de ventes, nombre d'avis

La pertinence de ces données de suivi d'activité des vendeurs sur les places de marché est reconnue³⁴.

Vendeurs	Places de marché						
	AbeBooks (pas de données)	Amazon (évaluations sur 12 mois - en milliers)	Cdiscount (nombre de ventes 12 derniers mois - en milliers)	Ebay (nombre de ventes 12 derniers mois - en milliers)	Fnac (nombre de ventes depuis année de création - en milliers)	Label Emmaüs (pas de données)	Rakuten (nombre d'évaluations depuis la création du compte - en milliers)
Ammareal		7,4	1,6	11	153 depuis 2014		188 depuis 2014
Chapitre .com		1,8	1,4		21 depuis 2021		354 depuis 2011
Cultura (Lili)		2,6	1	0,01	9 depuis 2022		12 depuis 2021
Gibert			24,3		450 depuis 2014		3259 depuis 2013
La Bourse aux Livres		9,6			186 depuis 2020		169 depuis 2020
Label Emmaüs		5,6			19 depuis 2019		3,3 depuis 2019
Livreempoche/BookH.		1,8		7,65	25 depuis 2012		12 depuis 2018
Momox		83		66	2153 depuis 2013		3809 depuis 2014
Recyclivre		19			609 depuis 2009		1376 depuis 2008

³³ Attention : Concernant Cultura, les données ne concernent pas Lili, leur site dédié aux livres d'occasion, mais il reste néanmoins pertinent d'afficher, à titre d'information, les performances de cultura.com. D'autre part, les données relatives à chapitre.com récupérées à cette date ne sont pas significatives, le site étant alors en phase de reprise par Nosoli (Furet du Nord - Decitre) suite à sa cession par Actissia.

³⁴ Vincent Chabault, « Le livre d'occasion, Sociologie d'un commerce en transition », Presses Universitaires de Lyon, 2022, p.93.

Figure 7 : Nombre de ventes et d'avis sur les places de marché (novembre 2022)³⁵

L'information affichée pour noter le vendeur s'exprime de deux façons différentes selon les places de marché et sur deux types de périodes.

Il apparaît que les chiffres d'activité comparables peuvent être très différents d'une place de marché à l'autre. D'une part, chaque place de marché a sa propre performance d'efficacité commerciale. D'autre part, les entretiens effectués avec certains des vendeurs ont fait apparaître que tous ne « poussaient » pas la même offre selon les différentes places de marché. Il peut s'agir d'un ciblage en fonction du type de clientèle captée par la place de marché, mais les vendeurs prennent aussi en compte, dans leur stratégie commerciale, le montant des frais de commission sur les ventes, variables selon les places de marché (cf [Les sources de revenus](#)).

D – Les outils : bases de données, algorithmes de fixation des prix d'achat et de vente, applications d'achat

Sans la mise en place successive de trois outils dans l'exploitation des sites de vente en ligne (bases de données informatisées en 1989, algorithmes de fixation des prix vers 2011, et applications de rachat à partir de 2013), la vente de livres d'occasion n'aurait pas atteint son niveau industriel actuel de commercialisation.

D-1 Bases de données

³⁵ Les données relatives à chapitre.com récupérées à cette date ne sont pas significatives, le site étant en phase de reprise par Nosoli (Furet du Nord Decitre) suite à sa cession par Actissia.

Le préalable aura été l'**ISBN (*International standard book number*)**, créé en 1970, mention légale obligatoire pour la commercialisation d'un livre, identifiant chaque titre de façon unique, et imprimé sur la couverture.

Il est rappelé que les **bases de données** sont les fichiers informatiques structurés contenant les éléments descriptifs d'un livre (métadonnées) dans un format normé. Outre l'ISBN, les fichiers contiennent des informations bibliographiques (titre, nom de l'auteur, éditeur, collection, thème etc.), commerciales (prix, date de parution, couverture, distributeur, etc.) et logistiques (disponibilité, format, poids...). Toutes les bases de données du marché sont structurées pour faciliter la vente de livres neufs.

Plusieurs acteurs commercialisent des bases de données pour le livre en France à destination principalement des vendeurs de livres neufs et de leurs sites Internet, des bibliothèques et des éditeurs. Ces acteurs utilisent les mêmes formats informatiques dont les bases diffèrent dans la qualité et le nombre des métadonnées descriptives du livre. La première base de données interprofessionnelle, EDILECTRE, a été créée en janvier 1989 dans l'objectif de faciliter les commandes des libraires de livres neufs et leur traitement par les distributeurs.

Ainsi, la systématisation du recours à l'ISBN dans le circuit du livre neuf et la standardisation qu'elle permet (chaque exemplaire d'un même ISBN est identique à l'autre) font du livre un objet pleinement adapté à un traitement informatique et logistique.

Toutes les bases propriétaires sont enrichies par le **Fichier Exhaustif du Livre (FEL)** opéré par Dilicom pour le compte du Comité de Liaison Interprofessionnelle du Livre (CLIL). Ce fichier permet à tous les vendeurs de livres de bénéficier d'une base de données de livres neufs à des tarifs adaptés à l'économie de la filière, selon une volonté interprofessionnelle de facilitation. Les bases structurées dont l'opérateur n'a pas été identifié peuvent être également construites par enrichissement du FEL.

Seuls 3 sites sur 19 n'utilisent pas de base de données structurée (eBay, Leboncoin, Vinted). C'est aussi en partie le cas pour Cdiscount. Sur ces sites, chaque exemplaire a sa fiche unique même s'il s'agit du même titre dans le

même état, et le vendeur indique lui-même tous les éléments de la fiche descriptive du livre. Ce sont logiquement des places de marché.

Deux de ces trois places de marché sont les plus citées par [l'étude GfK relative aux lieux d'achat des livres d'occasion](#) : Leboncoin et Vinted dont l'activité est principalement construite sur le modèle CtoC. A l'inverse, les deux applications CtoC Book Village et Swapbook utilisent, elles, une base structurée. Dans leur cas, le recours à la base structurée permet à leurs applications de reconnaître un livre par lecture d'ISBN et de faciliter le parcours utilisateur en proposant un pré-référencement lors de la mise en vente.

Les prestataires des bases commerciales utilisées ont pu être identifiés pour la majorité des sites, et il est apparu que ces bases de données étaient toutes des bases commercialisées initialement à destination des revendeurs de livres neufs. Ces bases de données sont pratiquement toutes raccordées au FEL (Dilicom). Les vendeurs d'occasion commercialisent aussi des livres absents de ces bases. Dans ce cas, toutes les places de marché permettent au vendeur de créer lui-même ses fiches article. Comme pour les bases de données de livres neufs, l'enrichissement des bases peut se faire aussi grâce à des informations issues des éditeurs (exemple : Bibliopoche de Livrenpoche).

On constate donc que ce sont les outils mis à disposition pour la vente du livre neuf qui facilitent la commercialisation d'une grande partie des livres d'occasion. Par conséquent, les sites vendeurs de livres d'occasion participent, par leurs abonnements, à l'économie des fournisseurs de bases de données du livre neuf.

Nom du site	Bases de données
AbeBooks	Homebase
Amazon	Propriétaire
Ammareal	Decitre
Book Village	Base structurée
Cdiscount	Base structurée et fiches des vendeurs
Chapitre .com	Praxiel
Cultura (Lili)	Praxiel
eBay	Fiches des vendeurs
FNAC	Propriétaire
Gibert	Propriétaire
Label Emmaüs	Decitre
La Bourse aux Livres	Base structuré
Leboncoin	Fiches des vendeurs
Livrenpoche	Bibliopoche
Momox	Amazon
Rakuten	Decitre
Recyclivre	Electre
Swapbook	Amazon
Vinted	Fiches des vendeurs

Figure 8 : Bases de données utilisées par les sites de vente³⁶

D-2 Algorithmes de fixation des prix d'achat et de vente

Dans sa publication « [Algorithmes et concurrence](#) » (2019), l'Autorité de la concurrence observe : « Les vendeurs en ligne utilisent des outils de fixation ou révision des prix pour surveiller les prix fixés par d'autres vendeurs et adapter les leurs en fonction de certaines règles préétablies. » (p.16).

De façon générale, des algorithmes relevant de la technique de l'« **algorithmic pricing** » mettent donc en œuvre un processus d'automatisation d'affichage

³⁶ Homebase est une base dont Amazon est propriétaire comme il l'est d'Abebooks.

des ajustements de prix au travers de l'analyse de la concurrence. Dans le cas des livres d'occasion, sont concernées aussi bien les cotes d'achat que les cotes de vente dans le relevé des prix du marché.

Quatre modes de fixation des prix d'achat et de vente peuvent être mis en œuvre:

- l'ajustement automatique au prix du marché par algorithme ;
- l'ajustement automatique au prix du marché par algorithme pondéré par des critères de gestion ;
- la définition des prix d'achat et de vente sans algorithme, mais évalués par référence au prix neuf, à la rotation, la rareté et autres critères de gestion ;
- la fixation du prix par le particulier vendeur (dans le modèle CtoC)

Si la fixation des prix par le particulier concerne évidemment les places de marché à dominante CtoC, d'autres acteurs peuvent **combinaison certains des modes** :

- sur Amazon, le vendeur peut choisir de fixer son prix ou laisser l'algorithme d'Amazon ajuster le prix de vente ;
- Momox prend en compte dans ses algorithmes d'ajustement l'offre et la demande, les coûts de gestion, le niveau de stock dans l'entrepôt, avec une mise à jour toutes les demi-heures³⁷ ;
- Gibert ne prend en compte que sa cote interne appuyée entre autres sur l'état du stock et des données de rotation du livre neuf et d'occasion, sans rapport avec l'évolution des prix sur les places de marché ;
- La Bourse aux Livres ajuste ses prix à ceux du marché, mais aussi à d'autres critères : la demande, l'offre de livres similaires sur l'application et le prix du livre neuf. Plus la demande est forte, plus le prix sera élevé³⁸.

Il est constaté une évolution dans la façon dont les prix sont fixés : alors que les acteurs traditionnels établissaient des cotes de vente assises sur la rotation des titres, **les nouveaux acteurs recourent à des algorithmes d'ajustement rapides et automatisés des prix par rapport au marché**. Ainsi, dès que Dilicom envoie un message de mise à jour informatique d'indisponibilité du livre neuf à la commande, le prix d'occasion est automatiquement relevé.

³⁷ <https://www.momox.fr/comment-momox-calcule-t-il-les-prix/>

³⁸ <https://www.maddyness.com/2020/03/03/app-bourse-aux-livres/>

Ce qui vaut pour la fixation du prix de vente vaut également pour la **détermination du prix d'achat**. Il est intéressant à ce titre de citer la chasse-aux-livres.com, qui est d'abord un site comparateur de prix, référencant 27 sites de vente de livres neufs et d'occasion, mais qui permet aussi de relever les prix d'achat sur 10 sites de livres d'occasion³⁹.

D-3 Applications d'achat

Les applications d'achat délivrent une **estimation de la valeur de rachat d'un livre ou d'une liste de livres**, et permettent la gestion de l'envoi au site et le suivi de l'état du règlement de la collecte. Une fonction en particulier permet à ces applications de faciliter la collecte des livres : la **reconnaissance d'un ISBN via la fonction photographie du téléphone portable**. Cette reconnaissance permet d'identifier un article automatiquement sans saisie. L'application propose immédiatement un prix d'achat et pré-remplit automatiquement la fiche de l'article à vendre. A noter que cette facilitation est associée à celle de l'expédition de petits colis grâce aux accords passés avec les points de dépôt (points relais), eux-mêmes démultipliés récemment par le commerce en ligne.

6 sites proposent une application de rachat : Ammareal, Gibert, La Bourse aux Livres⁴⁰, Momox, Rakuten, Recyclivre.

E – Les sources et les circuits d'approvisionnement

E-1 Achat, collecte et mise en vente directe

Le volume de l'offre de vente de livres d'occasion disponibles sur le marché provient de **trois sources distinctes** :

³⁹ Le modèle économique de chasse-aux-livres.com fonctionne sur une monétisation de redirection vers les sites affiliés.

⁴⁰ La Bourse aux Livres propose un modèle différent des autres car il agit en intermédiaire de la vente à un prix qu'il fixe, et non en achat de stock.

- L'achat (1), en tant qu'opération monétisée, à des particuliers se séparant de leurs livres auprès de vendeurs professionnels, mais aussi à des établissements publics (bibliothèques) revendant partie de leurs fonds auprès de vendeurs agréés (modèle CtoB) ;
- La collecte (2), débarras ou récupération de dons des particuliers par des vendeurs spécialisés ou des associations (modèle CtoB) ;
- La mise en vente directe (3) (sans l'intermédiaire d'un vendeur professionnel) de particulier à particulier (modèle CtoC).

La seconde source pourra à son tour venir approvisionner la première lorsque le bénéficiaire d'une collecte se sépare d'une partie de celle-ci en la revendant à un autre professionnel ou à une autre association.

E-1.1 L'achat

L'achat dans les librairies

Il existe bien encore des lieux physiques pour effectuer la reprise de livres d'occasion aux particuliers, achats qui alimenteront l'offre des sites internet. Achats par quelques unités, dizaines d'unités ou par lots pour lesquels quelques pièces justifieront un prix d'achat global, quitte à céder auprès d'autres vendeurs des titres ne correspondant pas à l'assortiment intéressant le premier acquéreur. Il se constitue ainsi en quelque sorte une chaîne de valeur descendante des montants unitaires d'acquisition.

On s'intéresse aux enseignes initialement présentes dans le monde physique et qui ont greffé plus tardivement à leurs magasins un site de vente.

Ainsi, le groupe **Gibert**, fort de sa présence dans 12 métropoles et villes en France, dispose d'autant de comptoirs d'achat pour la reprise de livres d'occasion aux particuliers, payables comptant en espèces (ou par chèque à partir d'un certain montant), ou bien incrémentant une tire-lire sur une carte de fidélité avec un bonus de « surestimation » de l'achat. Depuis le lancement d'un service d'achats directement proposé en ligne dès la création du site de vente (2005, une moindre fréquentation des comptoirs d'achat a été constatée : plutôt que de se déplacer vers un magasin avec des sacs de livres (dont certains ne seront pas repris) le particulier préfère effectuer l'estimation de sa

vente sur l'application d'achat « Je vends » et remettre un colis à La Poste qui sera acheminé au centre logistique du groupe à Vitry-sur-Seine. C'est après réception et validation de son expédition que le particulier est crédité de sa vente par virement. L'application récolte quotidiennement 10 000 produits culturels⁴¹. Les deux canaux d'approvisionnement (physique et numérique) consolident un achat estimé de 7 millions de livres⁴².

Avec la création de lili.fr en 2021, les livres d'occasion achetés par **Cultura** dans ses magasins pour valoriser l'économie circulaire auprès de ses clients, et qui alimentaient des bacs à livres d'occasion séparés des rayons de livres neufs, fournissent essentiellement le site de vente en ligne lili.fr. Il est à noter que Cultura réalisant un chiffre d'affaires en livres neufs d'environ 300 millions d'euros, le poids de l'occasion en magasin est peu significatif tandis que Lili est en phase de lancement.

C'est le 30 septembre 2022 que le groupe **Nosoli** (Le Furet du Nord et Decitre, 160 millions d'euros de chiffre d'affaires dont 15 % en ligne) a pris le contrôle de l'acteur historique Chapitre.com. L'exploitation de l'offre de livres d'occasion dans son réseau de magasins relève d'un modèle similaire à celui de Cultura : présence d'une offre à petits prix en magasin et transfert des marchandises achetées en magasin vers Chapitre.com, appelé à retrouver son ancien niveau d'activité à hauteur de 15,6 millions d'euros.

La **Fnac** développe quant à elle une approche différente. Ne commercialisant pas d'occasion dans ses magasins mais voulant s'inscrire dans l'économie circulaire, elle fait la promotion du rachat de livres d'occasion à sa clientèle au travers de la reprise par un site partenaire et nouvel entrant sur le marché du livre d'occasion : REDIV, ex Patatam, initialement spécialiste du vêtement de seconde main. Ce dispositif est complété une fois par an par une vaste opération de collecte de livres en magasin, en association avec Bibliothèques sans frontières.

[L'achat en ligne](#)

L'arrivée de **Momox** en France en 2011, surtout avec la mise à disposition de son application de vente, a bouleversé le marché dans le sens d'une plus grande

⁴¹ Source : Le Figaro « Gibert prépare son avenir, entre boutiques hybrides et e-commerce » 12/09/2021

⁴² Source : Les Echos « Les six sites incontournables pour revendre vos livres » 23/04/2021

facilitation de l'estimation de reprise des marchandises. En quelques années, Momox a pris une part de marché décisive sur l'ensemble des acteurs existants, multipliant par deux les performances d'achat par rapport au leader de l'époque, Gibert, et réalisant un chiffre d'affaires de 60 millions d'euros en vente directe sur son site. Il est devenu un acteur de premier plan de la vente de livres d'occasion sur les places de marché, s'imposant en conséquence devant Amazon.

Dans le panorama des sites de vente spécialisés dans les livres d'occasion, se détachent trois sites se présentant comme des **acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) ou de l'éco-responsabilité** :

- **Ammareal**, qui s'est d'abord développé en privilégiant des acquisitions en bibliothèques⁴³ pour constituer son offre de vente ;
- **Recyclivre**, qui associe un service de débarras auprès des particuliers dans plusieurs villes en France avec une offre classique d'achat depuis son site ;
- La **Bourse aux Livres**, sur un principe de dépôt-vente.

E-1.2 La collecte

La collecte est constituée de la **récupération des débarras de particuliers** (lors de successions, déménagements, etc.) et de dépôt de **dons**. Elle associe des revendeurs spécialisés tels Recyclivre et des associations à but non lucratif.

Dans le monde associatif, **Emmaüs** et ses différentes associations régionales (167 boutiques) se fédèrent autour du site Label Emmaüs qui effectue ses acquisitions auprès d'autres recycleries, mais est aussi de places de marché d'associations éponymes ou étrangères à la galaxie Emmaüs. Label Emmaüs commercialise des dons déposés dans les centres de collecte d'associations, mais réceptionne également des lots provenant de recycleries. Ces lots (achetés autour de 40 € pour 1 000 livres) font l'objet d'un tri. La partie conservée et commercialisable concerne 30 % des lots, le rebut est envoyé en recyclage.

Il importe de mentionner le partenariat entre Fnac et **Bibliothèques Sans Frontières** (une fois par an, une campagne de communication est organisée

⁴³ La loi Robert du 31/12/2021 dont l'article 13 encadre la pratique des dons de documents désherbés, et de la cession « à titre onéreux », a formalisé la pratique du don et de la vente de ces collections aux entreprises de l'ESS.

auprès des clients de la Fnac pour les inciter à déposer des dons en magasin). Dans son rapport d'activité pour l'exercice 2021, Fnac Darty annonce ainsi avoir donné plus de 400 000 ouvrages, dont 283 000 à Bibliothèques Sans Frontières. Bibliothèques Sans Frontières revend toutefois une partie des ouvrages collectés pour financer son association. Ainsi, la collecte de dons vient alimenter les circuits de vente.

E-1.3 La mise en vente directe (CtoC)

Dans ce modèle, c'est la bibliothèque de chaque particulier qui devient potentiellement une source d'approvisionnement pour la vente des livres d'occasion.

E-2 L'approvisionnement : un circuit d'échanges entre des vendeurs interdépendants

Il convient de préciser deux points clefs relatifs aux sources d'approvisionnement et qui constituent un paradoxe :

- Le marché d'acquisition est souvent un circuit d'échange de lots de marchandises entre professionnels. Suite à l'acquisition de marchandises en lots, les acteurs peuvent souhaiter n'en conserver qu'une partie. Les critères de non-conservation des livres peuvent être l'état physique des livres, les capacités de stockage et de logistique de préparation, la maîtrise d'une trésorerie disponible, voire une spécialisation de l'assortiment proposé ou une logique de référencement en rapport avec l'offre en livre neuf (Gibert). Ces critères déterminent la constitution de nouveaux lots qui seront revendus dans d'autres circuits entre professionnels ;
- Le **marché d'acquisition par les vendeurs professionnels et les associations est un marché tendu**. Alors que l'offre en ligne (en nombre de titres et nombre de volumes) semble pléthorique (cf [L'offre en ligne de livres d'occasion](#)), la grande majorité des acteurs professionnels interrogés lors des entretiens réalisés (Gibert, Cultura, Recyclivre, Emmaüs, etc.) a émis des **inquiétudes quant à de possibles raréfactions des approvisionnements, quantitativement et qualitativement**. C'est là un effet de la remise en question du rôle du vendeur professionnel par rapport à la préférence sociétale de la mise en relation que propose la

vente de particulier à particulier (phénomène général, comparable à la valorisation des avis postés par des particuliers sur tous les sites de vente au détriment des conseils ou recommandations de professionnels).

Une possible conséquence de ce paradoxe est que la tension de l'approvisionnement favorise l'interdépendance entre les vendeurs professionnels, chacun d'entre eux étant prêt à acheter un lot sachant qu'il trouvera toujours un confrère qui aura besoin de la partie qu'il ne pourra pas conserver.

F – La présentation de l’offre

F-1 Neuf vs occasion

Vend des livres neuf	Ne vend pas de livre neuf
AbeBooks	Ammareal
Amazon	Book Village
Cdiscount	Cultura (Lili)
Chapitre .com	eBay
Fnac	Label Emmaüs
Gibert	La Bourse aux Livres
Rakuten	Leboncoin
	Livrenpoche
	Momox
	Recyclivre
	Swapbook
	Vinted

Figure 9 : Vente de livre neuf et occasion par site⁴⁴

Le fait que certains sites vendent à la fois du livre neuf et du livre d’occasion appelle une observation des **modes d’affichage des prix**. Les places de marché de modèle BtoC ont tendance à proposer une offre de livres neufs, tandis que les sites dans leur grande majorité, ne proposent que des livres d’occasion. Les trois places de marché référençant le plus grand nombre de vendeurs du panel font se côtoyer l’offre de livres neufs avec l’offre de livres d’occasion sur une même fiche article, présentant l’offre de livres d’occasion comme une gamme de format parmi d’autres, ce qui pose des questions en termes de respect de la loi sur le prix du livre (cf *infra*).

F-2 Les opérations promotionnelles

⁴⁴ AbeBooks : le site vend une offre peu importante de livres neufs mélangés à des livres d’occasion état neuf.
Cultura (Lili) : Le site Lili ne vend que des livres d’occasion et ne renvoie pas au site Cultura, qui vend uniquement des livres neufs

La majorité des sites font de fréquentes opérations promotionnelles, avec des **baisses ponctuelles de prix** : de type « soldes » (jusqu'à -70 %), code promotionnel (par exemple, 10 € offerts sur le montant de la commande à partir d'un montant minimum d'achat) ou encore de *cashback* qui va alimenter un porte-monnaie virtuel à dépenser sur le site (club R Rakuten). De Rakuten à La Bourse aux livres, ces mêmes pratiques se retrouvent, faisant l'objet d'infolettres informant les clients des promotions en cours.

S'appuyant sur l'hypothèse que le chiffre d'affaires se fait sur la partie la plus attractive de l'offre, les vendeurs utilisent les promotions pour écouler les stocks « d'invendus ». La visibilité en ligne apportée par une offre large stimule le chiffre d'affaires, mais celui-ci n'est pas réparti sur la totalité de l'offre. Ainsi peut s'expliquer la fréquence d'opérations promotionnelles de soldes et déstockages tout au long de l'année.

F-3 L'état du livre

L'état du livre d'occasion pouvant être qualifié de « neuf » ou « comme neuf »⁴⁵, il sera important d'observer l'affichage des prix de vente d'occasion en rapport avec la manière dont les offres de livres neufs apparaissent au regard de la Charte « Prix du livre » signée le 27 juin 2017 sous l'égide du Médiateur du Livre. Cette Charte définit les bonnes pratiques ayant pour objectif « d'éviter les risques de confusion tenant à la promiscuité entre offres de livres neufs soumis au régime de prix fixe et offres de livres d'occasion dont les prix sont libres. »⁴⁶

⁴⁵ La loi Darcos et le décret du 22 juin 2023 obligent les vendeurs à distinguer clairement le prix des offres de livres neufs et de livres d'occasion.

⁴⁶ [Lien](#) vers la Charte « Prix du livre »

Sites	Mentions qualifiant l'état	nombre d'états utilisés
AbeBooks	Comme neuf/ Parfait/Très bon/Bon/Assez bon/ Correct/ Satisfaisant/Acceptable/ Moyen	9
Amazon	Neuf/Occasion comme neuf/ D'occasion très bon/ D'occasion bon/D'occasion acceptable	5
Ammareal	Comme neuf/Très bon/ Bon/ Passable	4
Book Village	Quasi neuf/Bon/Moyen/Usé	4
Cdiscount	Excellent état/Très bon état/Correct	3
Chapitre .com	Livre d'occasion en bon état.	1
Cultura (Lili)	Comme neuf/Très bon état/Bon état	3
eBay	Neuf/comme neuf/très bon état/Bon état/Etat correct	5
Fnac	Parfait/Très bon/Bon/Correct	4
Gibert	Occasion comme à l'état neuf	1
Label Emmaüs	Neuf/Comme neuf/Très bon état/Bon état/ Etat correct	5
La Bourse aux Livres	Très bon/Bon/Correct	3
Leboncoin	Etat neuf/très bon état/Bon état/Etat satisfaisant	4
Livrenpoche	Très bon état/ Bon état/Etat correct/Acceptable	4
Momox	Comme neuf/Très bon état/D'occasion bon état/ D'occasion acceptable	4
Rakuten	Comme neuf/très bon état/Bon état/ Etat correct	4
Recyclivre	Comme neuf/Très bon/Bon/Etat correct, acceptable	4
Swapbook	Excellent/Bon/Moyen/ Fatigué	4
Vinted	Neuf/Très bon état/Bon état/	3

Figure 10 : Mentions qualifiant l'état des livres d'occasion sur les sites

Il n'y a pas aujourd'hui d'homogénéité dans l'évaluation de l'état des livres d'occasion : les grilles d'évaluation vont de 1 à 9 types d'états. Un même adjectif peut désigner un état différent selon les revendeurs. Par exemple, « très bon » arrive en 3^e niveau d'état chez Emmaüs ou Amazon, en 2^e chez Cdiscount ou Lili, et en 1^{er} niveau chez Livrenpoche et La Bourse aux Livres. Ces états peuvent être précisés dans la fiche article. Certains revendeurs comme Gibert ou Chapitre.com n'ont qu'un type d'état. Gibert est le seul à avoir une charte qualité ⁴⁷.

D'autre part, les différentes manières de qualifier le meilleur état d'un livre en utilisant la mention « neuf » sont les suivantes :

- « Neuf » est utilisé sur les fiches de livre d'occasion par 5 sites ;
- « Occasion comme neuf » est utilisée sur 2 sites ;
- « Comme neuf » ou « Quasi neuf » est utilisé sur 9 sites ;

Diverses mentions d'état optimal ne comportant pas le mot « neuf » se rencontrent également : « Parfait » (2 sites), « Excellent » (2 sites), « très bon » (2 sites).

⁴⁷ <https://www.gibert.com/l-occasion-a-l-etat-neuf>

Sites	type d'affichage	
Ammareal Cultura (Lil) Livrenpoche Rakuten Recyclivre Swapbook	pas de mention du prix neuf	
Cdiscount Ebay Label Emmaüs Leboncoin Vinted	dépend de la description de chaque vendeur (ou de chaque fiche)	
AbeBooks	affichage du prix occasion plus grand	le prix occasion est mis en valeur par rapport au prix neuf
Book Village	affichage du pourcentage de réduction, affichage du montant de remise	
Chapitre.com	comparaison avec le prix neuf barré, affichage du pourcentage de réduction	
Gibert	affichage du prix d'occasion de couleur contrastante, comparaison avec le prix neuf barré, affichage du pourcentage de réduction	
La Bourse aux Livres	comparaison avec le prix neuf barré, affichage du pourcentage de réduction	
Momox	comparaison avec le prix neuf barré, affichage du pourcentage de réduction, affichage du montant de remise	
Amazon Fnac	le prix neuf est mis en valeur par rapport au prix occasion	

Figure 11 : Présentation des prix : affichage du prix occasion par rapport au prix neuf

G – Les sources de revenus

Le modèle économique des sites des vendeurs de livres d'occasion **sous leur propre marque** s'appuie sur :

- une marge commerciale réalisée directement sur leurs propres sites ;
- une marge commerciale minorée des commissions et autres frais facturés par les places de marché.

Le modèle économique des **places de marché** qui mettent en vente une offre de livres d'occasion s'appuie :

- sur la facturation de commissions prélevées sur la vente et de services liés au référencement du vendeur et de son offre ;

- sur la facturation de services additionnels : marketing, logistique, ainsi que sur des produits financiers.

La figure 12 et le tableau qui le suit (figure 13) décrivent ces modèles.

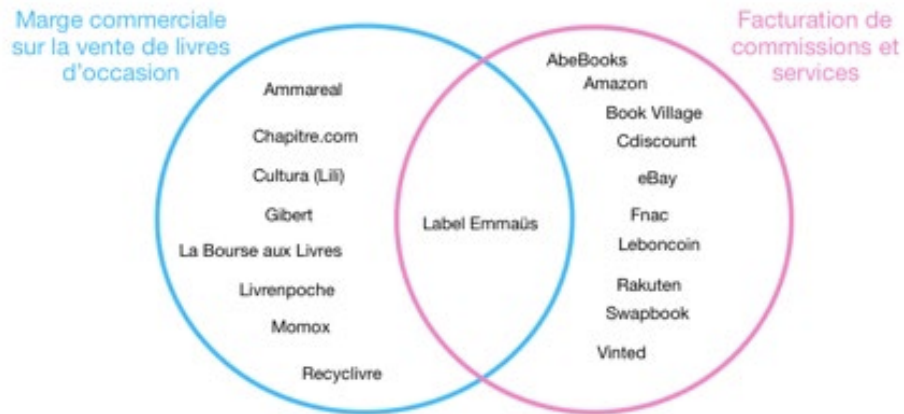


Figure 12 : Types de revenus

G-1 La marge commerciale

La **marge commerciale** est traditionnellement réalisée par le produit de la vente minoré du coût d'achat des marchandises. Elle peut s'entendre en pourcentage et en valeur absolue. De façon générale, un article à petit prix de vente aura été acheté à prix très bas produisant une marge importante en pourcentage mais faible en valeur absolue (livres de poche, mangas). Inversement, un article vendu à un prix de vente élevé aura été acheté à un prix plus important : il pourra générer une marge plus faible en pourcentage mais plus conséquente en valeur absolue. La part proportionnelle de chacun de ces deux cas dans l'ensemble des ventes déterminera, par un effet de marge compensée, la marge finale.

Cette explication tente d'éclairer le fait que si une marchandise rare peut se vendre chère, **l'importance des ventes à petit prix, dont la prédominance est observée dans l'offre en ligne, implique de réaliser une grosse volumétrie de vente d'articles pour générer une marge capable d'absorber des charges d'exploitation.** En effet celles-ci peuvent être grevées par un traitement logistique rétif à une économie de massification : des produits achetés en faible

quantité à de nombreux particuliers ou par lots, qui seront triés, stockés, vendus unité par unité, et qui doivent pourtant assurer une rentabilité.

Même si la marge commerciale des vendeurs de livres d'occasion peut prendre en compte des articles collectés (marge 100 %), il est fréquent que la marge moyenne oscille entre 50 (*a minima*⁴⁸) et 60 %⁴⁹.

Un double constat peut donc être fait :

- de grands acteurs du marché, tels qu'Amazon (qui a très vite arrêté son expérimentation « Amazon rachète » 2012-2015) ou la Fnac (qui a pu tester par le passé certaines expériences de reprise à l'achat de produits culturels), ont préféré renoncer à se lancer dans l'achat direct. Ils ont considéré que la meilleure façon de proposer à leur clientèle une offre d'occasion passait par l'exploitation d'une place de marché ;
- la place de marché (et plus encore en CtoC) est bien, dans son principe d'intermédiation digitale, le modèle le moins risqué et le mieux disant.

Les **sites de place de marché** tirent leurs revenus, dans un premier temps, de la **facturation de prestations de mise en vente** (abonnement et référencement article) et principalement du prélèvement d'une **commission** sur les transactions réalisées (sous forme de forfait et de taux) :

Place de marché	Professionnels				Particuliers			
	Abonnement HT	Référencement article	Forfait transaction	Taux de commission (%)	Abonnement	Référencement article	Forfait transaction	Taux de commission (%)
AbeBooks		de 15€ à 450€/mois selon le nombre de références		8%+3,5% de frais bancaires	X	X	X	X
Amazon	39€/mois			15,46 %		0,99€/article		15,45 %
Book Village	X	X	X	X				0,99€/livre
Cdiscount	39,99€/mois			17 %	X	X	X	X
eBay		0,35€/article		9 %			0,35€/commande	10 %
Fnac	49,99€/mois			15 %	X	X	X	X
Label Emmaüs	100€/mois			10 %	X	X	X	X
Leboncoin		2,50€ par article		de 8 à 10%				4 % (facturé à l'acheteur)
Rakuten	39€/mois	de 0,15€ à 0,50€/article selon le nombre de références		11 %		0,05 à 0,40€ par article		de 10 à 27%
Swapbook	X	X	X	X				10 %
Vinted - Facturé à l'acheteur			0,70€/article	5 %			0,70€/article	5 %

Figure 13 : Revenus de référencement et vente des places de marché

⁴⁸ « La cote internet contre le savoir-faire : la formation des prix sur le marché du livre d'occasion » Vincent Chabault, revue Sociologie 2019.

⁴⁹ Hors TVA calculée sur la marge entre le prix de rachat et celui de revente.

Des différences de pratiques de facturation apparaissent d'un acteur à l'autre. Le vendeur sur les places de marché devra prendre en compte le fait que celles qui offrent un taux de commission plus bas et apparemment plus attractif, peuvent aussi lui facturer des forfaits de référencement plus élevés. Son intérêt commercial sera alors d'adapter son offre à chaque place de marché afin d'optimiser la rentabilité.

G-2 Les facturations de services marketing et publicitaires

Les places de marché peuvent également proposer différents services marketing et publicitaires aux vendeurs tiers :

- l'offre faite au vendeur d'adhérer au programme de l'algorithme automatique de fixation des prix ;
- la mise en avant de ses produits (comme la mise en avant prioritaire d'un article en réponse à une recherche du client) ;
- l'aide à la réalisation d'opérations promotionnelles (envoi d'infolettres ciblées) ;
- la création d'une boutique dédiée pour valoriser la marque du vendeur, similaire au modèle du « shop in shop » (stands de marque dans les grands magasins) ;
- les programmes d'affiliation et les partenariats avec d'autres marques ou enseignes (ex : partenariat Amazon Prime et Monoprix⁵⁰, carte Fnac pass partenaire, Club R Rakuten) ;
- les espaces publicitaires, comme sur eBay, Vinted, Leboncoin (mais on notera qu'ils n'existent pas sur la majorité des sites).

⁵⁰ Source : [Capital](#)

G-3 La négociation auprès des transporteurs et la refacturation des frais de port

Certaines places de marché, en raison du nombre de vendeurs qui leur confient l'achat du transport, sont en mesure de proposer des **tarifs d'expédition** par Colissimo, Chronopost, Mondial Relay (points de retrait) particulièrement avantageux par rapport aux tarifs normaux. Quand, sur la fiche article, le vendeur affiche un tarif d'expédition à domicile de 2,99 €, alors que l'expédition par ses soins impliquerait de facturer de 4,95 à 6,70 € selon le poids (ou 4,45 € en point-relais), c'est qu'il bénéficie d'un tarif résultant d'une négociation menée par la place de marché sur la base de flux massifs. Cette dernière ne rétrocède toutefois qu'une partie des conditions consenties par les transporteurs et, en refacturant le transport aux vendeurs, elle réalise une marge significative.

C'est par exemple la proposition « Expédié par Amazon », couplée avec des offres de stockage et de préparation de commande relevant d'une facturation de service logistique.

G-4 Les revenus de produits financiers

Sur les places de marché à dominante BtoC, les conditions générales de vente indiquent que le reversement du montant des ventes aux vendeurs tiers s'effectue en moyenne à 60 jours fin de mois, soit une possibilité de placement financier d'une durée variant entre 60 et 90 jours. Dans le cas de Vinted, il existe également un différé entre la date de paiement du client et la date de règlement du vendeur.

G-5 Les modes de paiement du client

Comme dans nombre d'autres champs du commerce en ligne, les **modes de paiement** contribuent au financement de l'activité, ainsi :

- la proposition de paiement 4 fois sans frais, en association avec un établissement bancaire, qui facture au titre de frais de dossier un montant apparenté à un taux appliqué sur un crédit à la consommation ;
- les cartes de crédit bancaire : Fnac Mastercard, Cdiscount et FLOA Bank ;

- les solutions de paiement interne (porte-monnaie Vinted avec Mangopay).

Enfin, une inconnue demeure sur la possible **revente des données de fichier clients** dans un cadre pourtant réglementé par le Règlement général sur la protection des données (RGPD).

Troisième partie – L'offre d'occasion

Cette troisième partie de l'étude analyse l'offre de livres d'occasion de quelques grands acteurs en ligne du marché, détaillants, places de marché ou sites de mise en relation de particuliers. Elle se fonde sur la collecte d'annonces publiées sur ces sites. Elle met en évidence la volumétrie de l'offre en ligne, sa diversité, l'ancienneté des titres par rapport à leur parution ou encore les prix des livres proposés à la vente. Cette partie dresse aussi un état des lieux des pratiques, expérimentations et perspectives des libraires en matière d'occasion.

Introduction

L'étude de l'offre d'occasion en ligne présente un certain nombre de difficultés.

Cette offre est non seulement mouvante, mais elle est aussi massive et structurée de manière variable d'une plateforme à l'autre. En effet, certaines plateformes font de l'EAN un critère *sine qua non* d'intégration des livres dans leur offre ; au contraire, d'autres n'y ont pas recours. Dans le premier cas, ce lien entre l'offre et l'EAN permet des analyses en profondeur en utilisant les métadonnées rattachées à l'EAN (année de parution, prix d'origine, catégories éditoriales...). Il n'en est pas de même dans le second cas, qui n'offre que des possibilités d'analyse limitées au volume global des offres.

Cette offre est en outre le fait d'acteurs nombreux et de tailles très diverses. Rendre compte de sa globalité est une gageure, mais il est possible de penser que, en raison même de l'importance de quelques-uns de ces acteurs, l'examen de leur offre suffira à saisir une réalité, certes incomplète sur le plan quantitatif, mais néanmoins instructive.

Une collecte inédite d'annonces sur Internet de livres d'occasion a été réalisée entre septembre 2022 et mai 2023 pour tenter d'appréhender l'offre en ligne. Elle constitue la source des analyses ci-dessous. Quatre premières plateformes ont été retenues dans le périmètre de collecte, compte tenu de leur poids économique sur le marché de l'occasion et de la possibilité de connaître les caractéristiques des ouvrages à travers l'EAN.

Il s'agit des sites suivants : **Amazon, FNAC, Momox et Vinted**.

Deux autres plateformes ont été prises en compte, **Leboncoin et Ebay** en raison de leur poids et de leur caractère très généraliste. Elles ne permettent cependant qu'une analyse succincte de leur offre puisqu'il est impossible d'organiser celle-ci en fonction de catégories éditoriales reconnues.

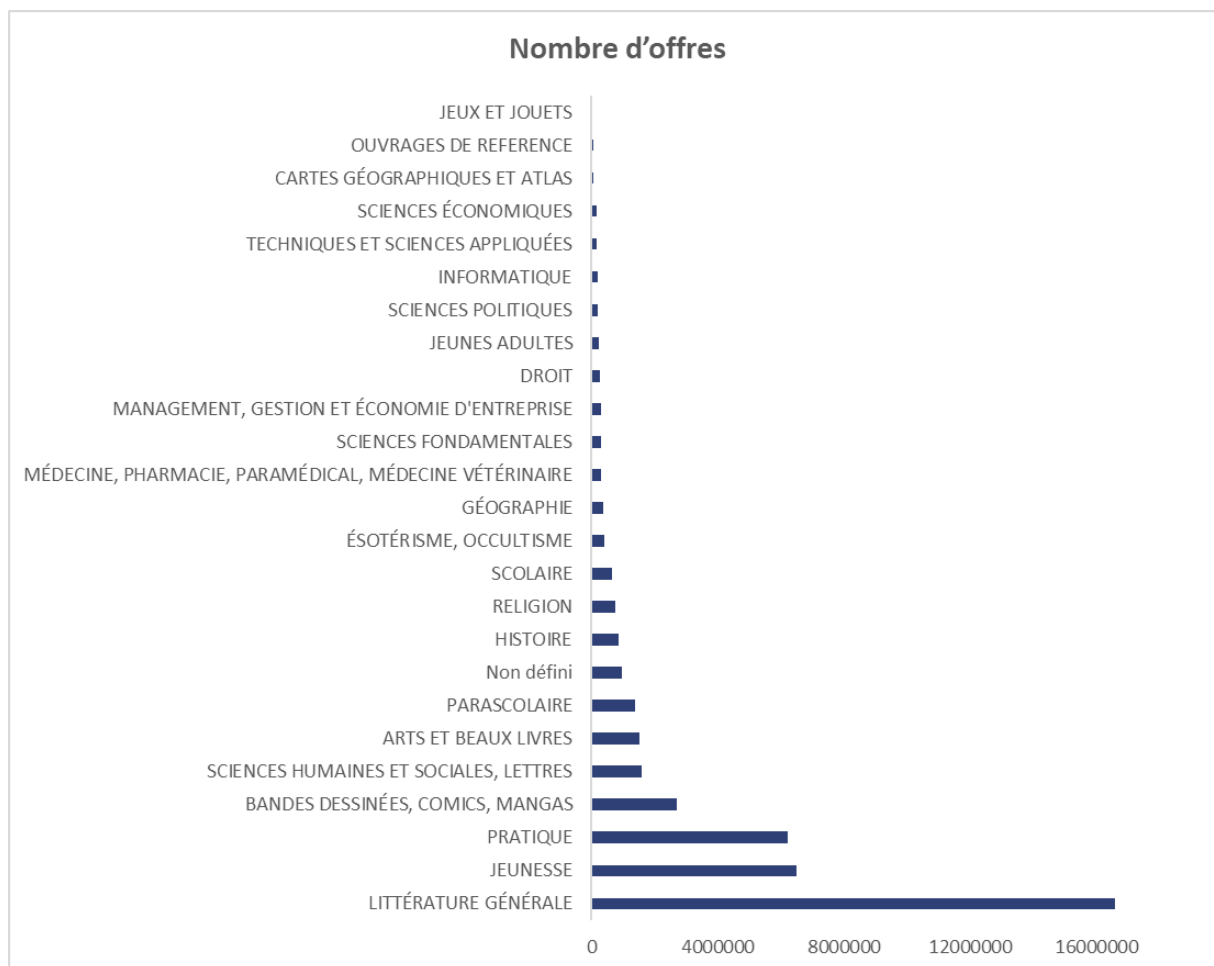
On exploitera donc les données recueillies de deux manières, l'une qui s'appliquera à un ensemble de catégories éditoriales, fondée sur les données des quatre premières plateformes, l'autre qui consistera à élargir le champ, chaque fois que cela sera possible, en utilisant à un niveau plus général les données des deux dernières plateformes.

Dans les deux cas, les données des plateformes seront fusionnées puisqu'il ne s'agit pas ici de rendre compte de l'activité de tel ou tel acteur du livre d'occasion. Dans tous les cas, ces données correspondent à une vision à un instant donné, une fois par mois, de l'offre en ligne sur ces sites ; elles ne nous renseignent pas sur les ventes correspondant à ces annonces.

A – L'offre d'occasion en ligne

A-1 Le nombre d'offres

Les 6 acteurs considérés totalisent près de 50 millions d'offres collectées sur la période. L'offre des 4 plateformes (Amazon, FNAC, Momox et Vinted) peut être répartie selon un ensemble de catégories éditoriales comme suit.



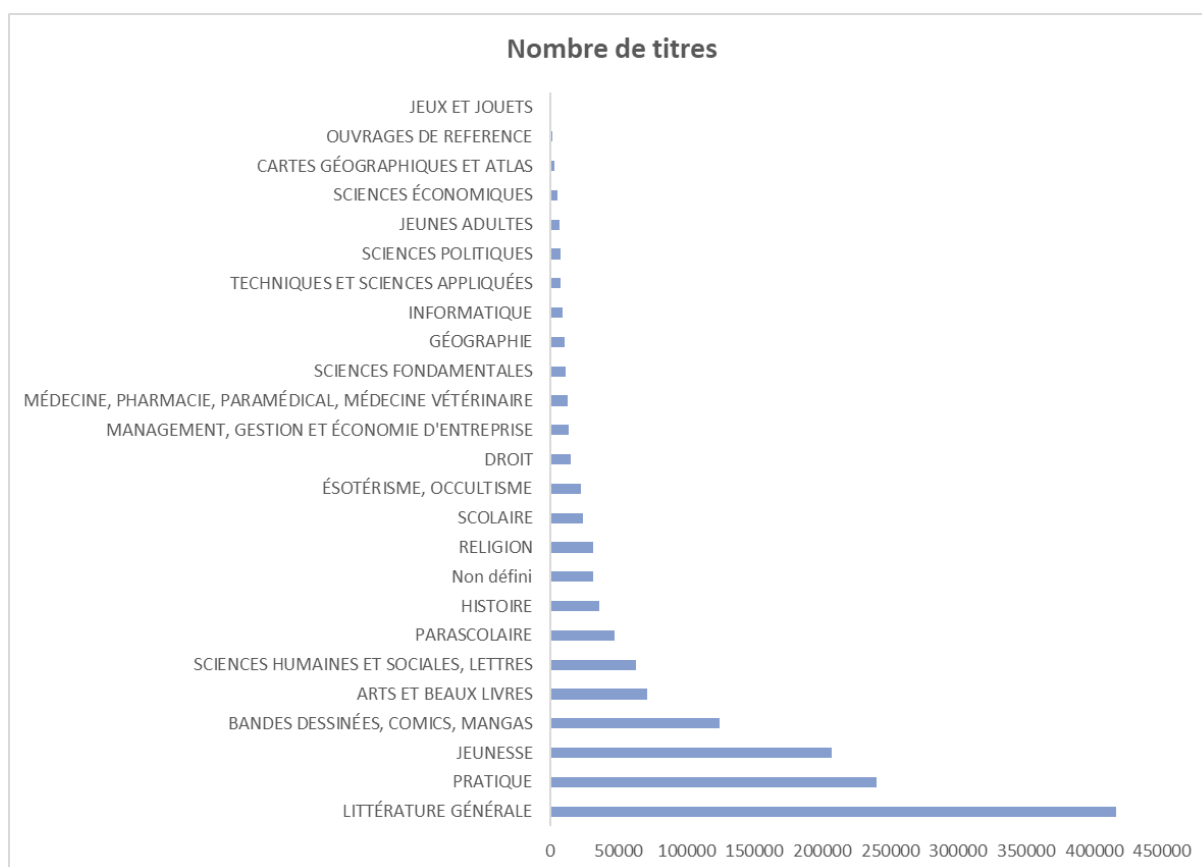
Il ressort de ces données que les **5 catégories** pour lesquelles les offres sont les plus nombreuses sont, en ordre décroissant, **la littérature, la jeunesse, le pratique, les bandes dessinées et les sciences humaines**. L'écart est toutefois très important (de 1 à 10) entre la première et la dernière de ces catégories, confirmant ainsi la place prédominante de la littérature générale dans l'offre d'occasion.

A-2 Le nombre de titres différents

Le calcul du nombre de titres différents ne peut être effectué que dans la mesure où il a été possible de **faire le lien entre une offre et un ISBN**. Cette contrainte fait que cet indicateur ne peut être renseigné que pour **le groupe des 4 premières plateformes**.

Ces dernières totalisent 1,4 million de titres différents, soit environ 1,7 fois le nombre de titres disponibles sur le marché du livre neuf en France.

Cet indicateur permet de **saisir le degré de diversité de l'offre d'occasion en fonction des catégories éditoriales**. La liste des 5 catégories dans lesquelles cette diversité est la plus importante recoupe en partie seulement la liste précédente portant sur le nombre d'offres : la littérature s'y trouve également au premier rang, avec près de 420 000 titres différents, suivie par la pratique, la jeunesse, les bandes dessinées et les beaux livres. Là aussi, les écarts entre les 5 premières catégories sont importants (de 1 à 6), mais au-delà de cette observation, un constat s'impose : pour chacune des catégories, le nombre de titres différents disponibles en occasion est bien plus élevé que le nombre de titres disponibles en neuf, que ce soit en grand format ou en poche quand il existe. Ces données donnent la mesure d'une **fonction des circuits de l'occasion**, quels qu'ils soient, qui réside dans le **maintien à disposition du public d'un choix considérable dans tous les champs de la production éditoriale, notamment grâce à l'accès à des titres qui ne sont plus édités**.



A-3 Le prix moyen

Les données recueillies permettent de renseigner précisément cet aspect par un **calcul du prix moyen d'occasion**⁵¹. Il n'est toutefois pas possible de calculer ce prix moyen en agglomérant les données des différents acteurs sans introduire de biais statistique important. Nous donnons donc ici, pour chaque catégorie éditoriale, la **fourchette** des prix moyen d'occasion⁵², en procédant de même avec les prix moyens en neuf pour les livres disponibles. Ces éléments permettent de dégager un **rapport entre prix d'occasion et prix moyen neuf** (calculé en retenant pour l'un comme pour l'autre les valeurs supérieures de la fourchette).

Deux enseignements peuvent être tirés de ces données.

Pour la **majorité des catégories éditoriales (15/24)**, le **prix d'occasion est inférieur ou proche de la moitié du prix en neuf**. Ce constat tend à renforcer le positionnement de l'occasion comme mode à part entière d'accès à l'offre éditoriale, aux côtés des différents formats d'exploitation habituels (grand format, poche, semi-poche, numérique, audio...). Il pose en conséquence la question de la concurrence avec ces formats, tout particulièrement par le fait que, si les éditeurs en maîtrisent la chronologie (délais de parution en poche par rapport au grand format, ou en semi-poche...), l'entrée sur le marché de l'occasion leur échappe, situation qui souligne à la fois toute l'importance de ce rapport entre prix neuf et prix d'occasion, celle du laps de temps entre parution d'une nouveauté et sa disponibilité sur le marché de l'occasion et celle des critères de description de l'état physique des ouvrages. Sur ce dernier point, relevons que si les systèmes descriptifs varient d'une plate-forme à l'autre, il est néanmoins possible de considérer que 40 à 50 % des offres portent sur des livres dits « En très bon état » et auxquels s'ajoutent jusqu'à 20 % d'offres de livres présentés « Comme neufs ». On rapprochera ces données de celles qui mettent en évidence la part importante de la préméditation et de l'attente d'offres d'occasion dans les pratiques d'achat en retenant qu'un acheteur de livres d'occasion peut disposer, en moyenne, à 50 % du prix neuf et en très bon état, de la moitié des ouvrages parus depuis moins d'un an. Une des questions posées à l'origine de cette étude, celle de la substituabilité entre

⁵¹ Il s'agit ici d'une étude des prix des livres mis en vente, à la différence de [l'étude réalisée en première partie](#) qui portait sur les prix des livres effectivement achetés.

⁵² Cette fourchette a été établie en retenant, parmi les 4 plateformes et pour chaque catégorie, le prix moyen le plus bas et le prix moyen le plus élevé. Il a été fait de même pour le neuf.

neuf et occasion, trouve ici des éléments de réponse pour ce qui concerne les achats sur ces sites.

Mais ces données révèlent aussi que **certaines catégories éditoriales**, à l'image de la bande dessinée, des livres-jeux et de la jeunesse **échappent plus ou moins fortement à la logique dégressive du prix de l'occasion**. Si ce point ne manque pas de surprendre de prime abord, il s'explique en partie par le fait qu'une part des transactions relève d'une logique de collectionneurs, tout particulièrement dans le cas de la BD où l'engouement pour les dédicaces est parfois lié à des pratiques de revente sur le marché de l'occasion à des prix qui peuvent être très nettement supérieurs aux prix neufs. L'indisponibilité de certains titres ayant pris un caractère patrimonial constitue un second facteur permettant de comprendre qu'une part de l'occasion échappe à la logique dégressive ; on a vu, à cet égard, la capacité des algorithmes de fixation des prix à réagir en temps réel à une situation où une rupture de stock d'un titre en neuf fait croître la demande du même titre en occasion (cf [Fixation des prix](#)).

Il reste cependant que, pour une part de cette offre à prix peu réduit voire supérieur au neuf, nulle explication rationnelle ne peut être avancée. Il semble donc que la fixation des prix de ces offres, sur les plateformes qui, fonctionnant en CtoC, ne fixent pas elles-mêmes les prix de vente mais permettent aux vendeurs de le faire, relève d'une croyance souvent illusoire, de la part de ces derniers, en la possibilité de réaliser de bonnes affaires. On peut voir là un élément de compréhension de l'état du stock, et comprendre que l'offre globale de livres d'occasion comporte une part inerte (entre 25 et 35 %) composée de livres aux prix surévalués par les vendeurs.

Catégories	Prix d'occasion moyen (fourchette)		Prix neuf moyen (fourchette)		Prix occasion / Prix neuf
ARTS ET BEAUX LIVRES	11,95	13,04	23,2	24,99	0,52
BANDES DESSINÉES, COMICS, MANGAS	8,12	12,49	11,17	12,59	0,99
CARTES GÉOGRAPHIQUES ET ATLAS	6,68	11,12	14,36	21,17	0,53
DROIT	11,24	12,46	29,13	31,95	0,39
ÉSOTÉRISME, OCCULTISME	12,54	13,46	15,93	19,87	0,68
GÉOGRAPHIE	6,51	10,22	18,68	20,51	0,50
HISTOIRE	7,64	11,99	18,75	19,23	0,62
INFORMATIQUE	9,35	12,77	22,83	24,8	0,51
JEUNES ADULTES	8,18	8,85	14,38	15,59	0,57
JEUNESSE	4,83	8,7	9,27	9,93	0,88
JEUX ET JOUETS	7,03	14,59	12,88	14,47	1,01
LITTÉRATURE GÉNÉRALE	4,73	8,43	12,14	14,21	0,59
MANAGEMENT, GESTION ET ÉCONOMIE D'ENTREPRISE	10,4	12,56	23,35	24,85	0,51
MÉDECINE, PHARMACIE, PARAMÉDICAL, MÉDECINE VÉTÉRINAIRE	10,28	12,88	23,02	23,98	0,54
OUVRAGES DE REFERENCE	5,39	10,47	17,09	23,95	0,44
PARASCOLAIRE	3,96	9,55	10,54	12,65	0,75
PRATIQUE	7,07	10,76	14,57	15,8	0,68
RELIGION	9,64	10,62	14,42	15,04	0,71
SCIENCES ÉCONOMIQUES	8,2	11,22	18,53	20,69	0,54
SCIENCES FONDAMENTALES	8,7	12,32	19,99	21,9	0,56
SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES	6,63	11,29	15,86	17,63	0,64
SCIENCES POLITIQUES	7,34	11,28	17,34	19,32	0,58
SCOLAIRE	8,69	11,09	16,46	21,34	0,52
TECHNIQUES ET SCIENCES APPLIQUÉES	9,9	13,01	26,07	27,44	0,47
Non défini	6,76	10,31	16,12	19,22	

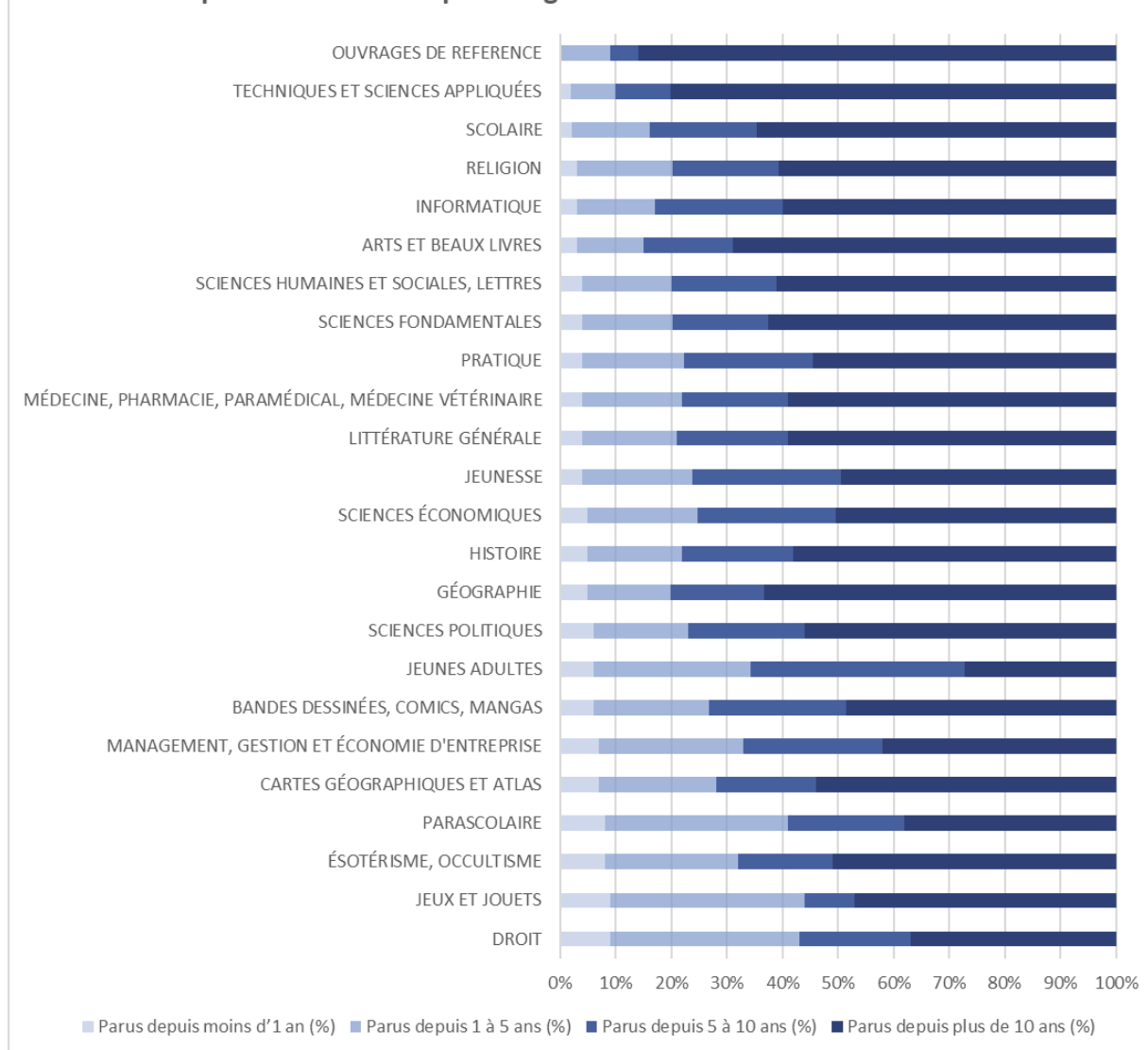
A-4 Le nombre d'offres par année de publication

Une clé complémentaire d'analyse de l'offre de livres d'occasion sur les plateformes est fournie par l'étude de « **l'âge** » des titres proposés. Cet examen a pu être réalisé en distinguant 4 tranches d'âge pour chaque catégorie éditoriale : les titres parus depuis moins d'un an, ceux parus depuis 1 à 5 ans, ceux parus depuis 5 à 10 ans et ceux parus depuis plus de 10 ans.

Il en ressort que l'offre de toutes les catégories, à l'exception de « Jeunes adultes », est d'abord composée de **titres de plus de 10 ans** ; selon les catégories, la part de ces derniers varie entre 37 % (Droit) et 86 % (Ouvrages de référence). Pour la catégorie « Jeunes Adultes », les livres de plus de 10 ans ne représentent que 27 % de l'offre tandis que les titres parus depuis 5 à 10 ans constituent 38 % de celle-ci.

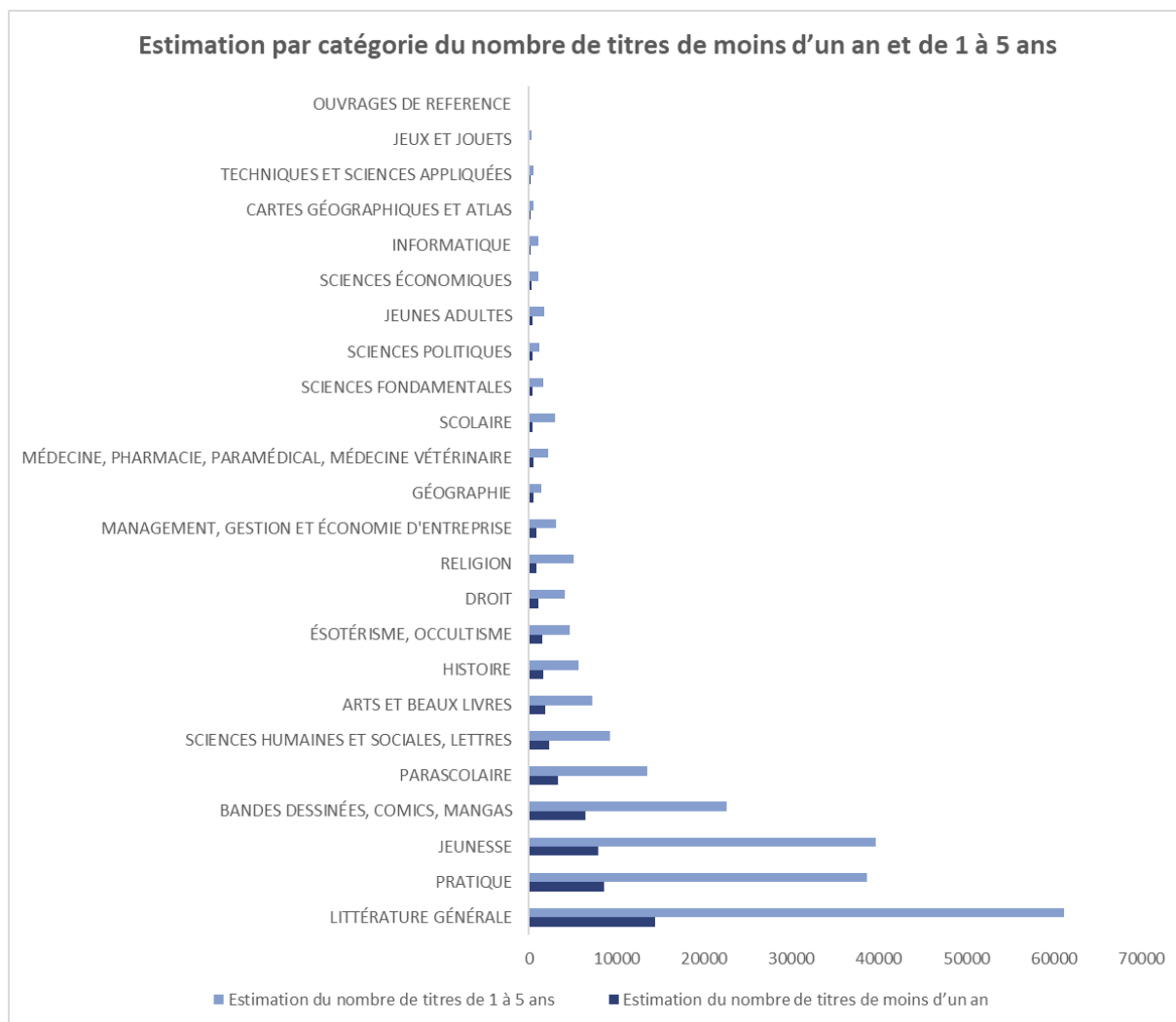
Les titres très récents (moins d'un an) représentent au plus 9 % de l'offre d'une catégorie éditoriale, et le plus souvent entre 3 et 6 %.

Répartition des titres par catégorie en fonction de leur ancienneté



Il est par ailleurs possible de dégager une **estimation du nombre de titres très récents ou relativement récents disponibles** par catégorie sur le marché de l'occasion. **Quatre catégories** se démarquent tout particulièrement (**Littérature générale, Pratique, Jeunesse et BD**) qui, du fait qu'elles **sont les plus productives en nouveautés et réimpressions, sont aussi celles qui fournissent le plus largement le marché de l'occasion**. Un rapprochement du nombre de nouveautés et de réimpressions avec le nombre de titres disponibles⁵³ en occasion conduit à estimer que la quasi-totalité des nouveautés et réimpressions sont très rapidement disponibles sur le marché de l'occasion.

⁵³ Cette estimation a été effectuée en regroupant comme « non disponibles » tous les titres absents du marché neuf quelles que soient les raisons de cette absence (arrêt définitif de commercialisation, réimpression en cours, manquant sans date...). Pour le nombre de nouveautés et réimpressions retenu, nous nous référons aux statistiques annuelles du SNE.



Nous ne disposons pas d'historique sur ce point pour affirmer que l'arrivée des nouveautés sur le marché de la seconde main tend ou non à s'accélérer avec l'industrialisation numérique du circuit de vente du livre d'occasion. Nous ne pouvons donc qu'émettre des hypothèses dans ce sens, en observant, au-delà des données qui précèdent, que le prix de vente moyen proposé décroît au fur et à mesure qu'augmente l'ancienneté des titres. Le fait que le prix moyen proposé pour les titres de plus de 10 ans soit 2 fois plus faible que celui des titres de moins d'un an est évidemment une incitation à ne pas attendre pour revendre les livres les plus récemment parus et ceci d'autant plus que, au-delà de la première année, un effet d'accumulation - facteur de baisse des prix et de gonflement de la partie inerte de l'offre -, se produit pendant les 4 ou 5 ans qui suivent.

Ainsi, le marché de l'occasion en ligne est soutenu par une offre massive, comportant certes une part inerte, mais la dimension de l'offre est telle que, pour sa part composée d'ouvrages également disponibles en neuf, récents, en

très bon état et à prix d'occasion très inférieur au neuf, il constitue une importante voie alternative d'accès à l'offre éditoriale.

B – Librairies et livre d'occasion

La [première partie de l'étude](#) a mis en évidence la part du marché de l'occasion des librairies autour de 10 %, mais cela ne signifie pas que toutes les librairies en France, c'est-à-dire les commerces physiques spécialisés dans la vente de livres neufs, s'investissent sur le marché de l'occasion. Une enquête a donc été conduite pour mieux connaître la propension des libraires à se développer sur ce marché.

B-1 Une attention au sujet

L'enquête menée au début de l'année **2023** avec le Syndicat de la Librairie Française auprès de ses 700 adhérents fait d'abord apparaître une relative attention portée par les libraires au sujet, si l'on en juge par le taux de réponse (25 %). Mais, sur la base de **175 réponses reçues**, le constat va de pair avec l'observation de pratiques encore peu répandues et très exploratoires. **80 % des libraires** ayant répondu (soit 140) **ne pratiquent pas la vente de livres d'occasion**. Les 20 % qui déclarent une activité dans ce domaine représentent un ensemble de **35 points de vente, base relativement modeste** qui incite à considérer les résultats ci-dessous avec précaution.

B-2 Une pratique occasionnelle...

Parmi ces 35 librairies, 22 vendent régulièrement de l'occasion, 9 le font à certains moments précis de l'année (par exemple à la rentrée scolaire), et 4 y recourent de temps en temps.

Cette pratique est inscrite dans l'activité des librairies depuis plus de 3 ans pour 20 d'entre elles, depuis 1 à 3 ans pour 10 autres librairies et depuis moins d'un an pour les 4 dernières.

... à la demande des clients

Interrogées sur les raisons qui les ont amenées à ouvrir leur activité au livre d'occasion, 24 des librairies concernées mettent d'abord en avant le fait de **répondre à une demande de leur clientèle**, cette demande pouvant porter sur la possibilité d'acheter des livres d'occasion ou d'en revendre. On trouve ici un écho à la thématique environnementale et au souhait de cette part de la clientèle de valoriser des ouvrages qu'elle ne tient pas à conserver. De même peut-on voir dans cette attente une manifestation de la typologie des acheteurs de livres d'occasion, telle qu'esquissée par les libraires qui décrivent un public de « gros lecteurs », proche de leur clientèle principale. Ces motifs se conjuguent et viennent appuyer les données portant sur les motivations des acheteurs et revendeurs de livres d'occasion.

... pour attirer un public spécifique

La deuxième raison pour laquelle ces librairies ont intégré le livre d'occasion dans leur activité est le fait de chercher à **faire venir une clientèle différente de leur public habituel**. Mentionnée par 18 librairies, cette explication croise la précédente, mais s'en différencie cependant en prenant en compte une préoccupation liée à l'âge moyen de leur clientèle. Pour certains libraires préoccupés par cette donnée, le livre d'occasion pourrait être un moyen d'attirer dans leurs points de vente un public plus jeune, peu habitué à fréquenter les librairies, sensible à la possibilité de payer moins cher des livres, et réceptif également au discours sur la protection de l'environnement. Cette préoccupation quant à l'âge moyen de la clientèle s'est accrue au cours de la période récente en relation avec l'évolution du marché des manuels scolaires, dont la numérisation, mais plus encore, le fait qu'ils soient de plus en plus souvent fournis par les collectivités, a distendu le lien entre les points de vente et le public en âge scolaire.

... pour se positionner comme acteur éco-responsable

Un troisième facteur tient à une stratégie d'image du point de vente. Pour 16 librairies, donner place aux livres d'occasion (à la vente ou à la reprise), c'est se positionner comme acteur **éco-responsable**. Dans un contexte général où le discours sur la protection de l'environnement et le recyclage tendent à occuper une place croissante, cette dimension de l'image de la librairie est identifiée comme un des éléments auquel une part du public est sensible. Ce faisant, ces libraires ne traduisent qu'une des motivations rencontrées chez les acheteurs / revendeurs de livres d'occasion, dont on verra qu'elle n'occupe qu'une place relative parmi les comportements d'achat et de revente (cf [Pratiques et comportements de l'achat et de la revente de livres d'occasion](#)).

... ou pour d'autres raisons

Au-delà de ces trois raisons principales, plusieurs facteurs de moindre importance peuvent être mentionnés.

Ainsi, pour certaines librairies, il s'agit de **fidéliser une clientèle**. Si les trois éléments précédents peuvent se retrouver ici, ils se concrétisent par des dispositifs commerciaux qui, par exemple, associent à l'achat de livres neufs dans un point de vente déterminé la possibilité pour le client de le revendre dans le même point de vente à un prix d'occasion ; cette possibilité peut être assortie de restrictions sur la nature des ouvrages repris, de limites dans le temps, de modalités de rémunération des ouvrages revendus (paiement ou avoir lié à une carte de fidélité). On notera que, pour une part, ces pratiques s'apparentent à celles mises en place par les plateformes de type Momox ou Recyclivre, qui sélectionnent les titres qu'elles reprennent.

Proches de l'idée de fidélisation de la clientèle, peuvent être mentionnées diverses pratiques de vente de livres d'occasion décrites par des libraires comme des **services**. Il s'agit pour l'essentiel de répondre à des demandes de clients portant sur des livres épuisés ou en réimpression sans date, en recherchant pour leur compte des exemplaires d'occasion.

L'occasion est également mentionnée, au même rang, comme la recherche d'un **moyen d'accroître le chiffre d'affaires et les marges**. Sur ce point, il semble toutefois que les expériences mentionnées soient encore peu concluantes : pour 20 des 35 libraires ayant déclaré avoir une activité dans le livre d'occasion, celle-ci représente moins de 1 % de leur chiffre d'affaires ; pour 8 autres, entre 1 et 5 % et plus de 5 % pour les 7 derniers. Tout laisse penser que le développement du chiffre d'affaires et de la marge par l'occasion suppose que cette activité occupe une place significative et que cette place ne lui soit pas consacrée au détriment du livre neuf. La compatibilité des deux activités, d'un point de vue économique, apparaît incertaine et triplement contrainte par une marge absolue minorée par rapport à celle du livre neuf d'une part, par l'absence de droit de retour d'autre part, et par les enjeux de trésorerie chaque fois que la reprise implique un paiement immédiat par le libraire, enfin. A cet égard, les arbitrages entre stratégie d'image et objectifs économiques apparaissent donc particulièrement délicats. C'est sans doute à ce climat incertain qu'il faut rattacher la dernière raison qui conduit les libraires à expérimenter le livre d'occasion : exister sur ce marché. Il s'agit là non plus d'objectifs immédiats fondés sur l'hypothèse d'une viabilité de l'occasion en librairie, mais à la fois de tester cette hypothèse, de se construire une expérience, et de se mettre en position de procéder à l'avenir à un réel engagement si l'évolution du contexte l'appelait.

B-3 Des modalités à l'essai

L'occasion en librairie, à l'exception des quelques acteurs historiques, est manifestement en phase expérimentale. Trois aspects peuvent être considérés :

- Sur **l'assortiment**, si la quasi-totalité des répondants à l'enquête du SLF disent reprendre des livres quel que soit le lieu d'origine de l'achat, des pratiques plus restrictives existent, telle que celle mentionnée précédemment qui conditionne la reprise d'un ouvrage par une librairie au fait qu'il ait été acheté neuf dans cette librairie. Mais surtout, il apparaît que la reprise de livres d'occasion par ces libraires est déterminée, en termes d'assortiment, par des choix assez affirmés quant aux types d'ouvrages, près de 2/3 des points de vente ne reprenant que « certains types d'ouvrages » ;

- Sur les **prix de reprise et de revente**, les écarts manifestent tout autant le caractère expérimental des pratiques. A la reprise, celles-ci varient entre 5 % et 60 % du prix neuf, et entre 10 % et 90 % à la revente. Les éléments recueillis sur cet aspect des pratiques des libraires sont fragiles et nécessiteraient d'être mis en relation avec des critères liés à l'état physique des livres qui constituent cette activité d'occasion en librairie ; en dépit de ces limites, ils laissent apparaître, au croisement des politiques d'assortiment et de prix, une gamme de stratégies qui va de l'offre peu sélective à faible prix jusqu'à une offre restreinte, limitée du point de vue des types d'ouvrages proposés en occasion et proches du neuf quant à leur état ;
- Sur la **présentation de l'offre d'occasion dans ces points de vente**, la constitution d'un rayon dédié et la mise en place d'un bac à livres sont les solutions retenues par 26 librairies sur 35 ; le choix alternatif de l'interclassement avec étiquettes spécifiques est donc largement minoritaire. Des pratiques isolées dans le groupe des répondants renforcent encore ce constat du traitement « à part » de l'offre d'occasion, comme celle qui consiste à limiter cette vente dans la durée, le temps d'une offre spéciale de 48 heures, ou le fait de ne faire de l'occasion que sur commande (dans le cas de livres indisponibles en neuf).

B-4 Perspectives

La question de savoir si les libraires interrogés prévoient de développer l'activité de livres d'occasion peut être abordée de deux manières.

Parmi le groupe (35) qui a déjà une pratique en ce domaine, 20 déclarent ne pas avoir l'intention de la développer et 14 affirment vouloir le faire. Il semble donc que, pour les librairies qui ont déjà une expérience de l'occasion, celle-ci n'apparaisse pas comme une perspective claire et/ou souhaitable.

Sur l'ensemble des 140 libraires qui ne font pas de vente de livres d'occasion dans leur magasin, des pratiques associées à cette activité sont néanmoins à signaler. Quelques-uns (10) offrent, par exemple, la possibilité à leurs clients de reprendre leurs livres, les exemplaires en question étant ensuite cédés à des opérateurs spécialisés tels que Nusséo ou Ammaréal. Cette solution résout le problème d'encombrement des locaux que ne manque pas de soulever tout

autre mode d'engagement dans le marché de l'occasion. Et si les 130 autres n'ont pas encore mis en place cette possibilité, 29 envisagent de le faire. Cette pratique apparaît davantage comme un service offert à la clientèle, que comme une activité économique à part entière, conception qui conduit les deux tiers de ce groupe de libraires à ne pas prévoir de proposer de livres d'occasion à la vente.

Au-delà des chiffres ci-dessus, les **incertitudes** qui marquent les perspectives du livre d'occasion en librairie se traduisent aussi dans les commentaires des répondants. Certains de ces commentaires pointent la nécessité de « ne pas sous-estimer la difficulté : libraire de neuf et libraire d'occasion sont deux métiers différents » ; d'autres associent l'occasion à un impératif écologique et aux exigences de l'économie circulaire. On pourrait ainsi dire que l'organisation de l'occasion en librairie fluctue entre un pôle militant et un pôle marchand.

Au premier se rattachent l'idée que « ça ne contribue pas à faire vivre le commerce, mais ça permet de faire vivre et revivre des titres », ainsi que la conviction que l'occasion permet de prendre quelques libertés avec le système des nouveautés et la surproduction éditoriale. Ce pôle est enfin marqué par l'idée que le client « redevient acteur, s'approprie la découverte, au lieu d'être un consommateur qui achète ce qu'on le conditionne à acheter ».

Le second pôle est celui où se rencontrent des expériences visant à tester les potentialités du livre d'occasion en librairie, notamment en termes de fidélisation, de service au client et de renouvellement du public.

Le discours sur le caractère « vertueux » du commerce de livres d'occasion circule d'un pôle à l'autre, et les réalités qui l'accompagnent appellent assurément un examen nuancé.

Quatrième partie – Pratiques et comportements de l’achat et de la revente d’occasion en 2023

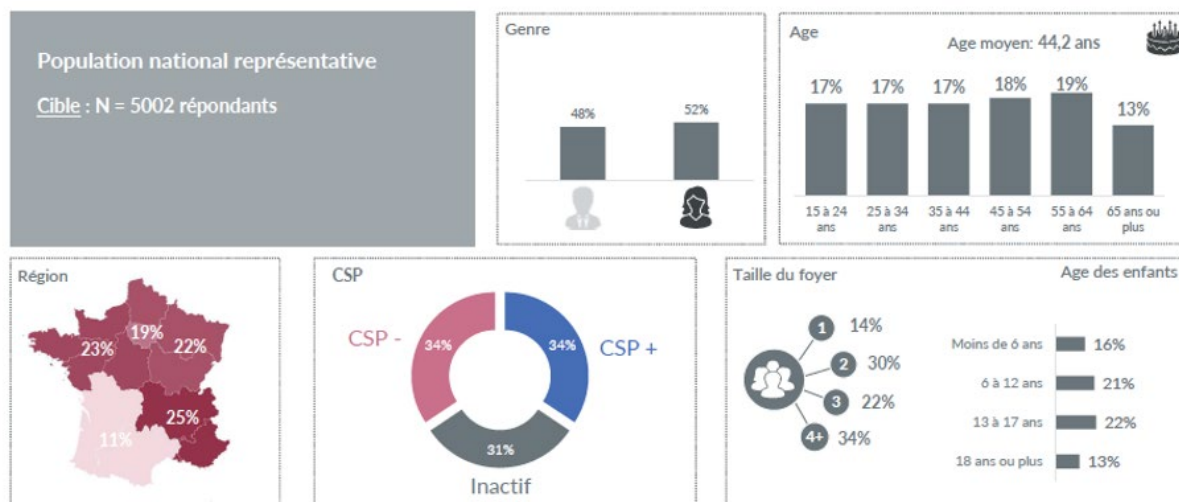
Cette quatrième partie de l’étude analyse les pratiques et comportements des acheteurs de livres d’occasion ainsi que des revendeurs. Elle se fonde sur une enquête réalisée début 2023 par GfK. Outre le profil sociodémographique des acheteurs d’occasion, reflétant dans l’ensemble la société française, en cohérence avec les résultats observés depuis plusieurs années (cf Première partie), sont notamment mises en évidence les motivations de l’achat et de la revente de livres d’occasion, mais aussi les freins persistants à l’achat d’occasion.

Introduction et méthodologie

Dans le prolongement de l’analyse de l’offre de livres d’occasion, ce dernier volet de l’étude vise à **approfondir la connaissance des acheteurs et des revendeurs** ainsi que celle de **leurs attentes, pratiques et motivations**. L’identification des facteurs déterminant l’achat et la revente de livres d’occasion, comme ceux qui tendent à limiter ou empêcher ces pratiques,

constitue un enjeu particulièrement fort, notamment d'un point de vue prospectif.

Dans ce but, a été conçue une **enquête en ligne conduite par GfK** en janvier **2023**. Elle porte sur 5002 individus de 15 ans et plus⁵⁴. 68 % des individus de cet échantillon sont acheteurs de livres papier (neuf ou occasion) et/ou revendeurs. Le reste de l'échantillon (32 %), est composé de non-acheteurs de livres papier (neuf ou occasion) et non revendeurs.



Sur la base de l'échantillon présenté ci-dessus, trois principaux éléments de contexte peuvent être dégagés.

S'il apparaît tout d'abord que 92 % des Français lisent des livres, trois sous-ensembles peuvent être constitués qui différencient les lecteurs occasionnels (38 % qui lisent de 1 à 5 livres par an), les lecteurs moyens (28 % qui lisent entre 6 et 10 livres par an) et les gros lecteurs (35 % qui lisent plus de 10 livres par an). Dans le même temps, l'enquête met en évidence le fait que l'achat de livres est une pratique moins largement partagée que la lecture ; elle ne concerne que 59 % des Français (acheteurs de livres quel que soit le support), le reste de l'échantillon (41 %) n'achetant pas de livres. Le livre demeure cependant le bien culturel acheté par le plus grand nombre de Français, suivi par les jeux et consoles de jeux vidéo, puis par les films et séries TV (achats physiques ou en ligne) et par la musique.

⁵⁴ Echantillon représentatif de la population : quota sur le genre, l'âge, la région, la catégorie socioprofessionnelle et la taille du foyer.

Toutefois, dans le cadre de cette étude sur le livre d'occasion, il est aussi pertinent de souligner que, parmi les **non-acheteurs de livres**, seul un tiers déclarent ne pas souhaiter lire davantage. Ces trois groupes d'importance comparable peuvent plus précisément être caractérisés comme suit : un groupe (14 % des Français) de passionnés par la lecture (10,7 livres / an), se fournissant majoritairement en bibliothèque ; un groupe (14 % des Français) de lecteurs « par phases » (5,2 livres / an) ; un groupe (13 % des Français) de faibles lecteurs, à majorité masculine (59 %), ne souhaitant pas lire davantage.

A – Des acheteurs ordinaires

La répartition Hommes / Femmes révèle pour l'occasion comme pour le neuf une **légère majorité de femmes** : les acheteurs de livres neufs se répartissent en 46 % d'hommes et 54 % de femmes ; ceux de livres d'occasion sont à 43 % des hommes et 57 % des femmes. Le fait que cette majorité de femmes soit un peu plus marquée dans le second cas vient ici en écho à la place dominante des femmes dans les pratiques de lecture.

En termes d'âge, les **écarts** entre acheteurs de neuf et acheteurs d'occasion ne sont **pas significatifs**. Si l'on observe, pour les uns comme pour les autres, que la principale tranche d'âge est celle des 35 à 44 ans, la part respective de chacune des autres tranches d'âge ne varie guère ; seule peut être mentionnée la part légèrement moindre des 65 ans ou plus chez les acheteurs de livres d'occasion (9 %) par rapport aux acheteurs de neuf (11 %).

La part des acheteurs **CSP** dites « supérieures » est légèrement supérieure dans le cas de l'occasion (44 %) par rapport au neuf (42 %). Cet écart, également peu significatif, se retrouve, inversé, chez les CSP dites « inférieures », la part des inactifs restant identique (26 %).

Signe de l'intégration avancée des pratiques d'achat d'occasion, le profil des acheteurs de seconde main ne se distingue pas de manière significative de celui des acheteurs exclusifs de livres neufs. Ces acheteurs de livres d'occasion sont aussi **adeptes de l'achat d'autres produits de seconde main**, notamment de vêtements, téléphones portables, jouets, meubles et électroménager. Ces résultats paraissent globalement cohérents avec ceux analysés en première

partie de l'étude, qui retraçaient [l'évolution du profil sociodémographique des acheteurs](#) à partir des données de Kantar.

B – L'occasion : une motivation essentiellement économique

L'analyse des motivations à l'achat de livres d'occasion fait très nettement ressortir la **préoccupation économique**. Celle-ci est mentionnée par 76 % des acheteurs de livres d'occasion tandis que les raisons d'ordre écologique ne sont données que par 33 % d'entre eux. On notera toutefois que la motivation environnementale est 2 fois plus présente chez les moins de 45 ans (39 %) que chez les plus de 65 ans (19 %).

Beaucoup plus rarement, d'autres motivations sont indiquées telles que la rareté ou l'indisponibilité du livre en neuf, ou le fait de n'en avoir qu'un besoin très éphémère, ne justifiant pas, de ce fait, un achat au prix neuf.

En relation avec l'importance de la motivation économique, deux éléments des pratiques d'achats peuvent être soulignés.

Il s'agit du fait que, lorsqu'ils recherchent un livre précis, **56 % des acheteurs « mixeurs » commencent par regarder s'il est disponible en occasion**, montrant ainsi que, loin d'être une pratique exceptionnelle motivée par des circonstances particulières, l'achat d'occasion est ancré dans les habitudes de consommation. On rapprochera ce point du fait que 64 % des acheteurs disent procéder fréquemment à une recherche pour comparer les prix proposés ; de même peut-on rapprocher de cette motivation économique, de cet ancrage et de ces démarches de comparaison de prix une donnée d'intérêt prospectif qui laisse penser que l'attention au livre d'occasion va aller croissante. En effet, parmi les acheteurs « mixeurs », 50 % disent avoir acheté plus de livres en 2022 qu'en 2021 et 51 % disent avoir l'intention d'en acheter davantage à l'avenir.

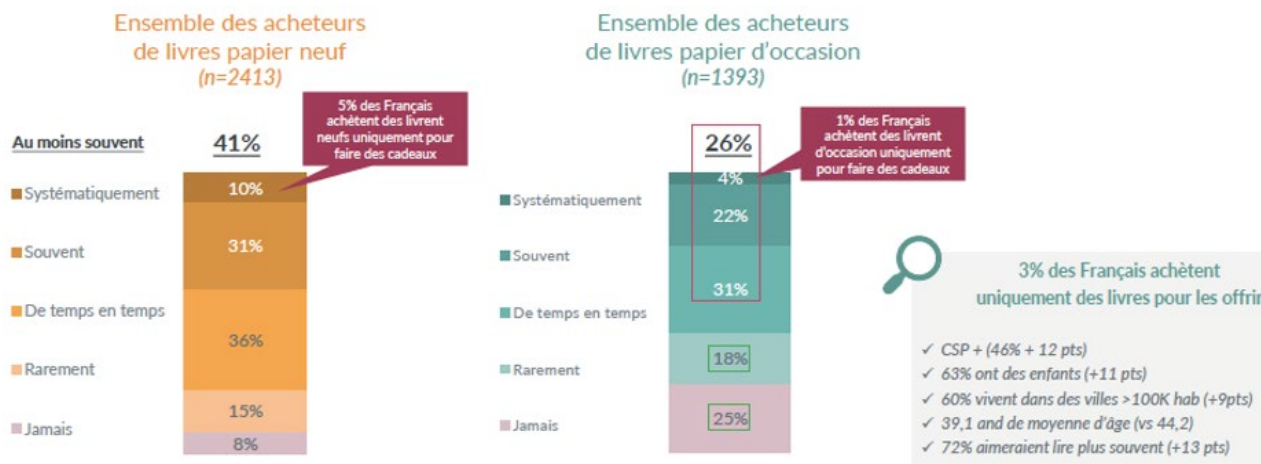
C – La question de l'état des livres d'occasion

En contrepoint de la principale motivation, d'ordre économique, à acheter des livres d'occasion, la question de **l'état physique de ces livres est celle qui freine le plus cet achat**. Pour 26 % de ceux qui n'achètent pas de livres d'occasion mais achètent des livres neufs, elle traduit, d'une part, la peur que l'état du livre d'occasion ne soit pas satisfaisant et, d'autre part, l'idée que l'occasion prive du plaisir du neuf (l'odeur du livre, le fait d'être le premier à l'ouvrir sont souvent mentionnés pour expliquer une préférence pour le neuf).

L'enjeu de la description de l'état des livres tel qu'il apparaît sur les différents sites et plateformes de vente se manifeste derrière ces constats. Avec ces dispositifs, qui varient partiellement selon les vendeurs, se définit une forme d'indice de confiance dans la qualité physique de l'offre, laquelle, couplée à la question du prix, détermine le degré de substituabilité entre les deux types d'offres.

D – Un cadeau d'occasion ?

Ce frein à l'achat d'occasion se ressent tout particulièrement quand il s'agit d'**acheter pour offrir**. Un quart des acheteurs de livres d'occasion n'achètent jamais ces livres pour faire des cadeaux (alors que la part des acheteurs de livres neufs qui achètent exclusivement pour eux-mêmes n'est que de 8 %). Entre acheteurs de neuf et acheteurs d'occasion, un écart encore plus marqué est observable si l'on considère la part de ceux qui n'achètent jamais ou rarement pour faire des cadeaux, soit 23 % pour les premiers et 43 % pour les seconds.



O21. Vous arrive-t-il d'acheter ces livres d'occasion dans le but de les offrir ? / N21. Vous arrive-t-il d'acheter ces livres neufs dans le but de les offrir ?

Proportion d'achats pour offrir

Pour chaque catégorie éditoriale, la part des acheteurs de neuf ayant déjà acheté pour offrir est supérieure à celle des acheteurs d'occasion ayant déjà acheté dans le même but (cf tableau).

Il s'ensuit que la substituabilité de l'occasion au neuf est modulée en fonction de l'usage prévu, pour soi-même ou pour autrui.

Offrir un livre d'occasion n'est pas encore une pratique très développée, mais elle existe, comme cela avait été quantifié dans la première partie de l'étude concernant le [destinataire des achats](#)⁵⁵; sans que l'on puisse savoir dans quelle mesure il s'agit là d'un effet d'âge ou de génération, le fait qu'elle suscite moins de réticences chez les acheteurs les plus jeunes peut laisser penser qu'elle va progresser.

⁵⁵ Toutefois, dans la première partie de l'étude, les volumes achetés étaient ventilés entre des achats pour soi et achats pour autrui, ce qui peut inclure en l'espèce les enfants du foyer; cela ne correspond pas nécessairement à des « cadeaux » au sens de l'étude conduite par GfK analysée dans cette partie. La partie suivante portera notamment sur ces [achats pour les enfants du foyer](#).

Catégorie de livres	% des acheteurs en neuf pour offrir	% des acheteurs en occasion pour offrir
Romans	69%	49%
BD, Comics, mangas	77%	64%
Jeunesse	66%	52%
Livres pratiques	55%	42%
Scolaire, parascolaire et universitaire	30%	25%
Documents, biographies, religion	48%	30%
Dictionnaires, encyclopédies, Beaux Livres	55%	40%

Lecture : 69 % des acheteurs de romans en ont déjà acheté en neuf pour offrir ; c'est 20 points de plus que la proportion des acheteurs de romans en ayant déjà acheté d'occasion pour offrir.

E – L'occasion : des achats d'abord pour soi-même et pour les enfants

De manière générale, qu'il soit neuf ou d'occasion, le livre est avant tout acheté à l'usage du foyer, que ce soit pour soi-même ou pour les enfants. Mais ce constat s'affirme un peu plus nettement pour l'occasion que pour le neuf ; ainsi, si 60 % des acheteurs de livres neufs déclarent avoir acheté pour eux et 27 % pour leurs enfants, s'agissant des acheteurs de livres d'occasion, ces chiffres s'élèvent à 64 % et 29 %.

Le rôle de la présence d'enfants au foyer comme facteur favorisant le recours au livre d'occasion se manifeste plus nettement quand on interroge les acheteurs exclusifs de livres neufs sur l'éventualité qu'ils puissent en venir à l'occasion. Par rapport aux acheteurs de livres neufs qui excluent de passer à l'occasion, les 20 % de ces acheteurs exclusifs de neuf qui se disent ouverts à cette idée sont plus jeunes (41 ans / 46 ans) et plus nombreux à avoir des enfants (74 % / 61 %).

Quant aux acheteurs de livres neufs et d'occasion, 65 % d'entre eux sont ouverts à l'idée d'acheter en occasion au moment où ils recherchent un ou des

livres, et ils sont aussi plus nombreux que les acheteurs exclusifs de neuf à acquérir majoritairement des livres d'occasion pour leurs enfants (32 % / 27 %).

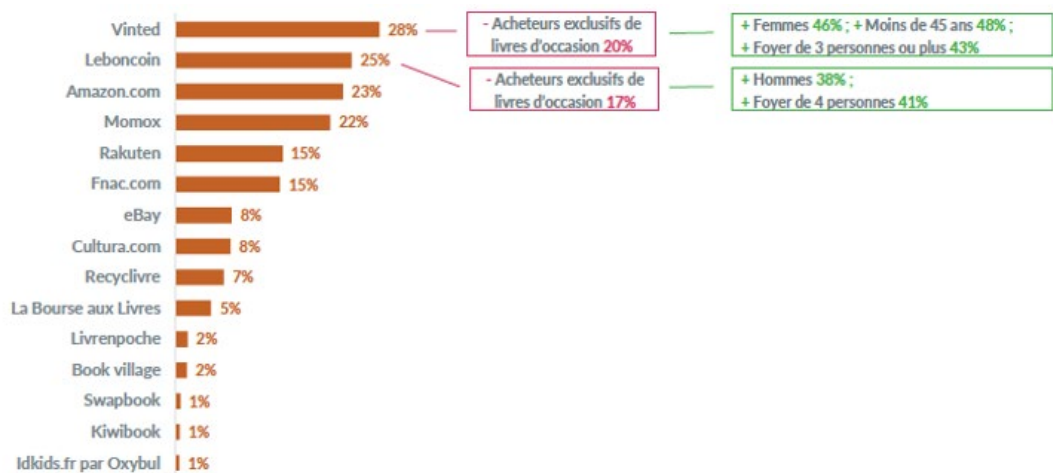
L'usage familial du livre d'occasion et les indices des liens entre son niveau d'intégration dans les pratiques d'achat, les motivations économiques, l'âge des acheteurs et la présence d'enfants au foyer pourraient suggérer une dynamique de développement de la place de l'occasion dans les différents modes d'accès au livre. Les conditions très concrètes de recherche et d'information sur l'offre d'occasion sont assurément centrales dans cette dynamique.

F – Quels lieux d'achat pour l'occasion ?

Les sources d'approvisionnement du neuf et de l'occasion se distinguent clairement, mais il ne s'agit pas ici d'une quantification des parts de marché, à la différence de l'analyse figurant en première partie (cf [Canaux de vente](#)). Tandis que 60 % des acheteurs de livres d'occasion déclarent se fournir principalement *via Internet* (sites dédiés aux produits de seconde main, sites internet d'entreprises spécialisées dans la vente de biens culturels, sites dédiés à la vente de livres d'occasion), les achats de livres neufs restent majoritairement réalisés en magasin (grandes surfaces spécialisées dans les biens culturels et librairies). Les librairies ne sont citées que par 6 % des acheteurs comme lieu d'approvisionnement pour les livres d'occasion. Il reste toutefois difficile de dire dans quelle mesure cette réalité s'explique par le fait que l'occasion reste très peu présente en magasin (cf [Les librairies et le livre d'occasion](#)), sauf quelques points de vente tels que les magasins Gibert, ou par une tendance selon laquelle l'occasion éloignerait les acheteurs des points de vente au profit d'Internet.

Les braderies, marchés, brocantes et bouquinistes, lieux et acteurs traditionnels de l'occasion, demeurent relativement présents dans les pratiques d'achat (cités par 18 % des acheteurs d'occasion).

Un classement des enseignes les plus citées par les acheteurs de livres d'occasion peut par ailleurs être établi ; il montre notamment que 4 sites semblent particulièrement présents dans les pratiques (Vinted, Leboncoin, Amazon.com et Momox), utilisés par environ un quart des acheteurs. A titre de comparaison, pour les achats de livres neufs, ce sont 5 enseignes qui sont citées par au moins un quart des acheteurs, à savoir Amazon, Fnac, Cultura, Espaces culturels Leclerc, Fnac.com.



O13A. Où avez-vous acheté ces livres d'occasion au cours des 12 derniers mois ? / O13 Bis. Où achetez-vous le plus souvent ces livres d'occasion ? / O13B. Dans quelles enseignes avez-vous acheté des livres d'occasion au cours des 12 derniers mois ?

Sites les plus cités pour les achats d'occasion

G – Quel degré de préméditation dans l'achat d'occasion ?

Près de la moitié (48 %) des acheteurs de livres d'occasion achètent souvent en seconde main alors qu'ils pensaient initialement acheter en neuf. Ce basculement s'opère :

- soit pour des raisons d'opportunité, après avoir rencontré une offre d'occasion au cours d'une recherche ;
- soit par nécessité lorsque le livre n'est pas disponible en neuf.

La première de ces causes de transformation d'une intention d'achat en neuf en un acte d'achat en occasion retient tout particulièrement l'attention car elle exprime une forte volatilité de l'attachement au neuf. Un peu à l'image de

l'interclassement entre poche et grand format dans les rayons des points de vente, la juxtaposition des offres de livres neufs et de livres d'occasion sur certaines plateformes expose très directement les acheteurs à des propositions très différentes par leur prix mais identiques, ou quasiment, en qualité. La fiabilité des indicateurs de l'état physique des livres et la visibilité de la distinction neuf / occasion sur les sites de vente qui proposent l'un et l'autre jouent ici un rôle déterminant.

La fréquence de ce basculement du neuf vers l'occasion est variable selon les catégories de livres. Par rapport à une moyenne de 40 % des acheteurs qui, ayant prévu d'acheter du neuf ont « basculé » vers l'occasion par opportunité, et par rapport à une moyenne de 24 % des acheteurs qui ont basculé vers l'occasion à cause de l'indisponibilité du livre recherché, les pratiques se mesurent comme indiqué dans ce tableau :

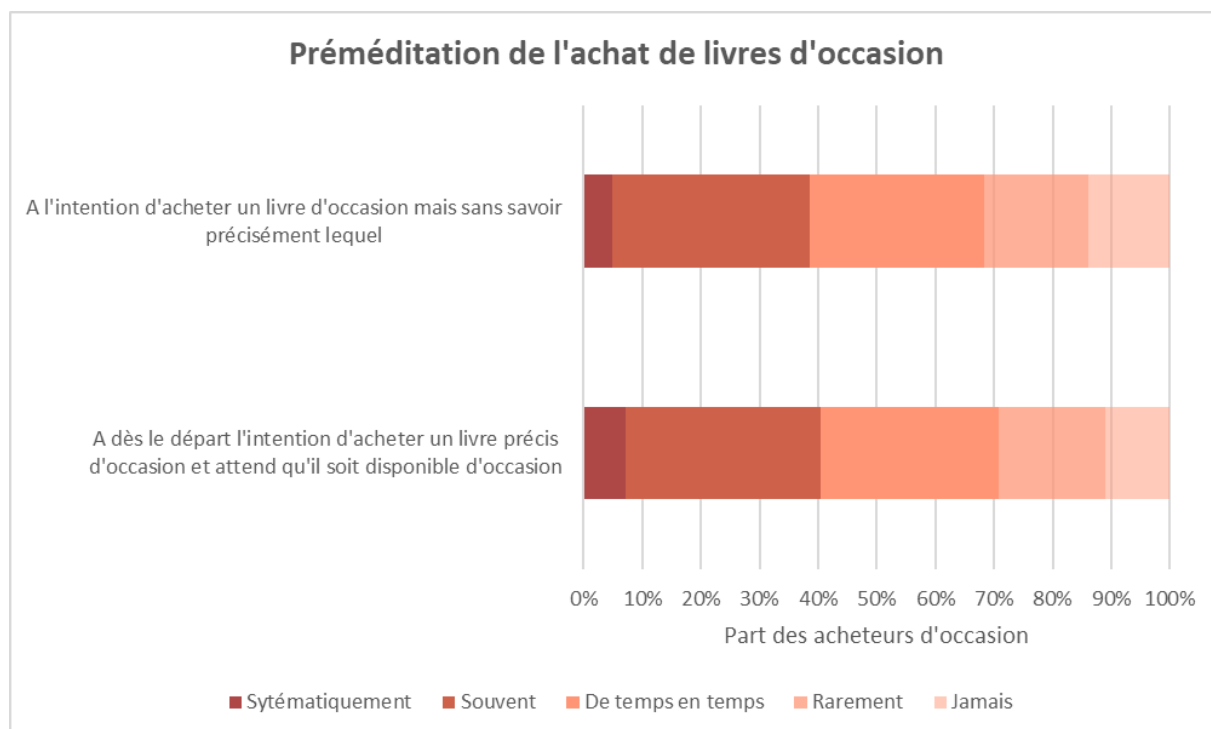
	Part des acheteurs ayant basculé du neuf à l'occasion par opportunité	Part des acheteurs ayant basculé du neuf à l'occasion par indisponibilité du neuf
Romans contemporains	34%	/ ⁵⁶
Littérature classique	34%	29%
Science-fiction	/	33%
Romans sentimentaux	48%	31%
Universitaire	56%	/
Bandes dessinées	33%	/
Mangas	51%	31%
Littérature <i>young adults</i>	66%	31%
Romans enfance et jeunesse	33%	/
Livres pratiques	23%	/
Santé	47%	39%
Beaux-Livres	49%	44%
Dictionnaires	30%	35%
Documents, actualité	/	38%
Religion et ésotérisme	/	34%

Lecture : 48 % des acheteurs de romans sentimentaux en ont déjà acheté d'occasion plutôt que neufs par opportunité ; 31 % des acheteurs de romans sentimentaux en ont déjà acheté d'occasion en raison de l'indisponibilité du titre en neuf.

Ces données soulignent l'exposition particulièrement forte de certaines catégories éditoriales à l'effet d'opportunité ; il s'agit essentiellement de la littérature *young adults* et des livres universitaires, et dans une moindre mesure, des mangas, 3 catégories pour le public desquelles la contrainte économique est sans doute centrale dans ce glissement d'une offre à l'autre.

⁵⁶ / : Donnée non calculée en raison d'une base trop faible

Mais si ces données mesurent des basculements non prémédités vers l'occasion, les intentions d'achats prémédités concernent aussi une part importante des pratiques.



Ce sont ainsi 40 % des acheteurs d'occasion qui, souhaitant acheter un livre précis, déclarent attendre « systématiquement » ou « souvent » sa disponibilité en occasion, et 38 % qui, ayant l'intention d'acheter un livre sans savoir lequel, pensent « systématiquement » ou « souvent » à faire cet achat en occasion.

Les pratiques d'achat dans leur globalité et la question de la préméditation plus spécifiquement sont très majoritairement accompagnées par des **dispositifs de veille** qui informent les acheteurs en cas de disponibilité des livres qu'ils recherchent. 70 % des acheteurs de livres d'occasion ont recours à ce type d'outils. Nombreux sont aussi ceux qui utilisent des **comparateurs de prix**, ce qui conduit à faire le constat d'une professionnalisation des pratiques d'achat.

H – L'occasion : quel potentiel ?

L'examen de l'intérêt pour le livre d'occasion selon les catégories de livres laisse apparaître des différences marquantes.

A la question « **Quels types de livres préférez-vous acheter neufs à l'avenir plutôt que d'occasion ?** », les acheteurs qui mêlent les deux types d'achats sont très nettement plus nombreux à préférer le neuf pour les Beaux livres et livres d'art (61 %) ainsi que les Bandes-dessinées, comics et mangas (58 %). Dans une moindre mesure, une légère préférence pour le neuf concerne aussi les livres pratiques (52 %) ainsi que le scolaire et parascolaire (51 %). Il semble bien que, pour les livres dont la matérialité et la composante graphique sont les plus élaborées, il y ait plus de réticences à opter pour l'occasion plutôt que pour le neuf. La question de savoir dans quelle mesure l'occasion se substitue au neuf se poserait donc avec moins de prégnance à propos de ces catégories éditoriales.

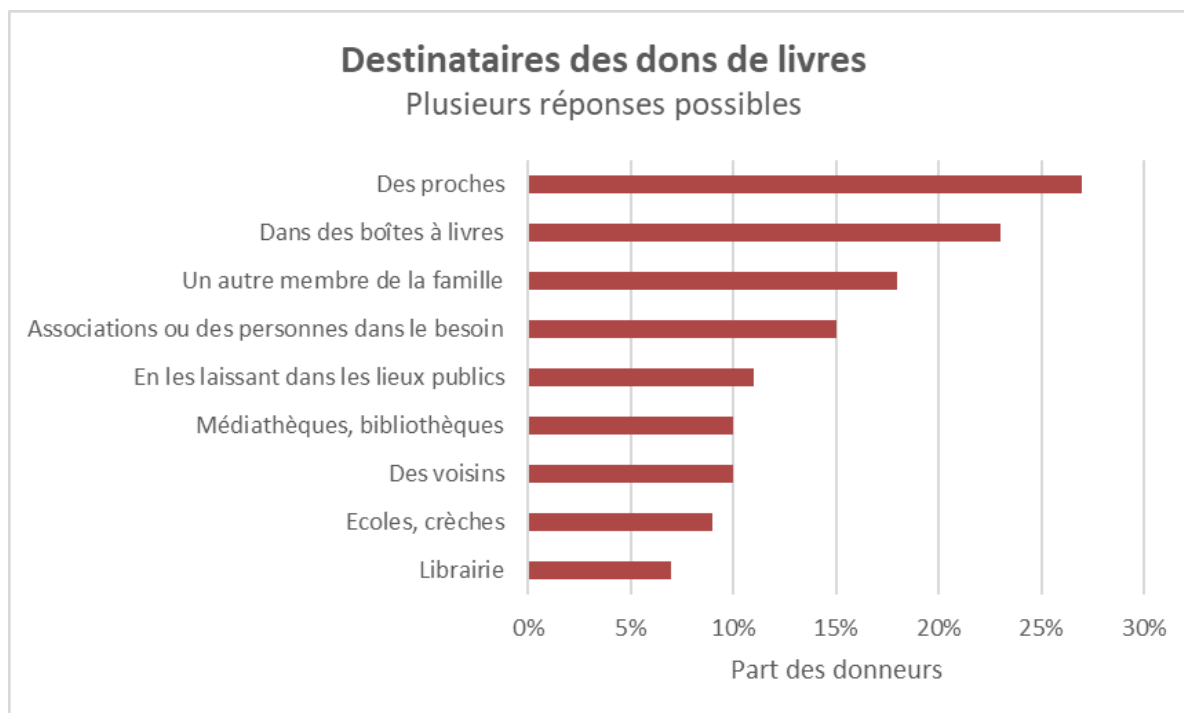
En revanche, à la question « **Quels types de livres préférez-vous à l'avenir acheter d'occasion plutôt que neufs ?** », c'est la **littérature** (tous genres confondus) qui est le plus largement mentionnée (par 54 % des acheteurs qui pratiquent l'achat d'occasion et de neuf). Mais le fait que 59 % de ces mêmes acheteurs se disent disposés à acheter tous types de livres en occasion laisse penser que les effets d'opportunité aussi bien que l'indisponibilité en neuf sont de nature à surmonter la plupart des réticences liées à certaines catégories éditoriales pour passer, pour une partie de leurs achats, du neuf vers l'occasion.

I – Les revendeurs

I-1 Dons et revente : une pratique courante

Un premier constat souligne **l'importance et la diversité des pratiques de dons de livres**. Quelle qu'en soit la modalité, le don est pratiqué par 68 % des Français, principalement au profit de leurs proches.

42 % des donateurs remettent des livres à d'autres personnes, 30 % en déposent dans des lieux publics ou des boîtes à livres (le développement de ces dernières doit être noté, un quart des Français y ayant recours pour donner des livres). Enfin, 27 % des Français donnent des livres aux écoles, associations, médiathèques ou librairies.



Quant aux **pratiques de vente de livres**, elles sont le fait de **40 % des Français** :

- 9 % des Français sont à la fois des revendeurs et des acheteurs exclusifs de livres neufs ;
- 16 % des Français sont à la fois des revendeurs et des acheteurs de livres d'occasion ;
- À ces revendeurs acheteurs de neuf ou d'occasion s'ajoutent 15 % de Français qui vendent des livres mais n'en achètent pas ; il s'agit là de livres reçus en cadeau, pris dans des dispositifs de don comme les boîtes à livres, ou hérités lors de successions familiales.

Plus précisément, il apparaît que **les pratiques de revente par les particuliers sont clairement corrélées aux pratiques d'achat** : 65 % des acheteurs exclusifs de livres d'occasion revendent des livres, comme 57 % de ceux qui achètent en neuf et en occasion, mais, avec 34 %, cette part est beaucoup plus faible chez ceux qui achètent exclusivement en neuf. Un acheteur d'occasion revend donc davantage ses livres (achetés neufs ou d'occasion) qu'un acheteur de neuf.

I-2 Des profils plus jeunes

La première partie de l'étude a comparé la structuration de la population des revendeurs à celle de la population française, et a mis en évidence la surreprésentation des femmes (cf [Les revendeurs](#)).

On compare ici le profil des revendeurs avec celui des acheteurs d'occasion, en notant quelques différences.

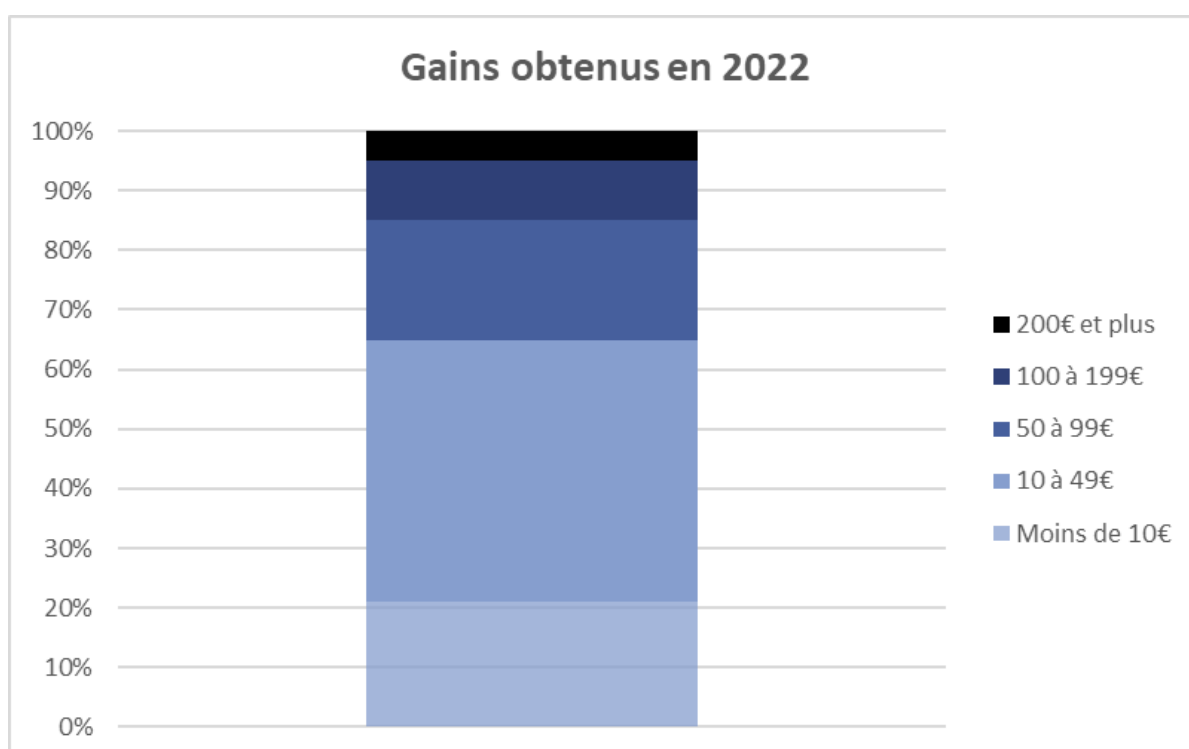
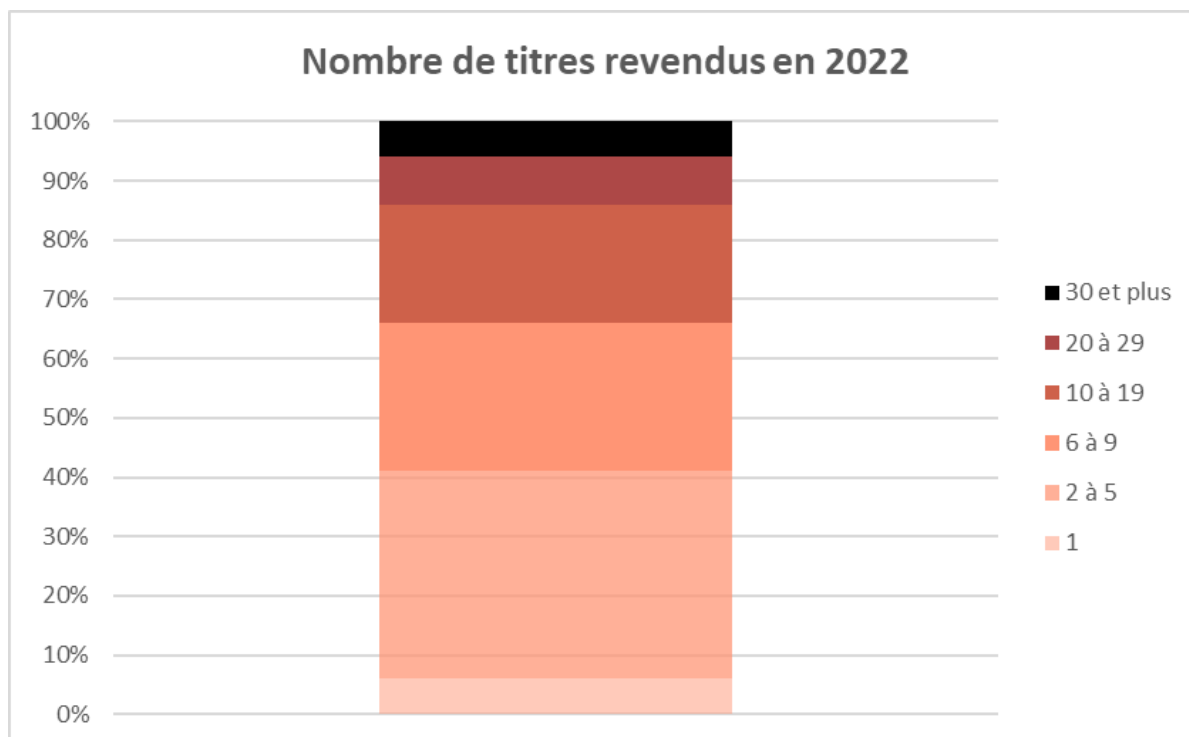
Les revendeurs se distinguent par l'âge tout d'abord puisque les 25 – 34 ans constituent la principale tranche d'âge (25 %) de ces revendeurs, suivis par les 15 – 24 ans (22 %) ; inversement, les revendeurs de 55 ans et plus ne représentent que 17 % des effectifs. L'âge moyen des revendeurs est de 38 ans alors qu'il est de 43 ans pour les acheteurs d'occasion. La revente de livres a donc une dimension générationnelle.

Ils se différencient aussi par le fait qu'ils sont plus nombreux à appartenir aux catégories « CSP – » (37 % contre 30 % des acheteurs d'occasion).

La motivation économique rencontrée au sujet des acheteurs d'occasion se retrouve ici à propos des revendeurs : le fait de « **gagner un peu d'argent** » (ou des bons d'achat) est mentionné par 39 % d'entre eux. En moyenne plus jeunes que les acheteurs d'occasion et avec un plus faible pouvoir d'achat, ils intègrent plus largement la revente de livres dans leurs comportements. Cependant, un autre facteur contribue à expliquer cette différence d'âge moyen, à savoir le moindre intérêt que les personnes plus âgées manifestent pour la revente. D'abord soucieux de « **gagner de la place** », les séniors sont plus enclins à donner les livres (29 % des plus de 65 ans pratiquent le don contre 8 % des moins de 35 ans). S'il apparaît bien que l'attachement aux livres diminue avec l'âge, ceci ne se traduit pas par une pratique accrue de la revente dans les tranches d'âge les plus élevées ; pour celles-ci, outre le don, l'intention de relire certains livres et le souhait de transmettre une bibliothèque aux enfants constituent des freins actifs plus puissants que les motivations économiques.

I-3 Les pratiques de revente : volume et valeur

Pour cerner l'activité des revendeurs de livres, on retiendra d'abord que **2/3 d'entre eux vendent moins de 10 livres par an pour un gain inférieur à 50 €.**



Mais au-delà de ces données, il faut s'intéresser à la dynamique. D'une part, en 2022, 30 % des revendeurs disent avoir vendu plus de livres que l'année précédente. Cette part s'élève à 50 % chez les revendeurs de moins de 35 ans, confirmant ainsi un lien entre l'âge et l'intensité des pratiques de revente. Par ailleurs, 36 % des revendeurs disent en avoir vendu autant en 2022 qu'en 2021. D'autre part, interrogés sur leurs intentions d'accroître leurs offres de revente de livres à l'avenir, 35 % des revendeurs disent prévoir de le faire (43 % chez les

moins de 35 ans) et 45 % disent prévoir de maintenir le même niveau. Dans les deux cas, la part de ceux qui ont vendu moins de livres lors de la dernière année ou qui pensent en vendre moins à l'avenir est très inférieure (15 %).

D'un point de vue prospectif, **ces éléments permettent de penser que la revente de livres d'occasion par les particuliers est dans une réelle dynamique de développement.**

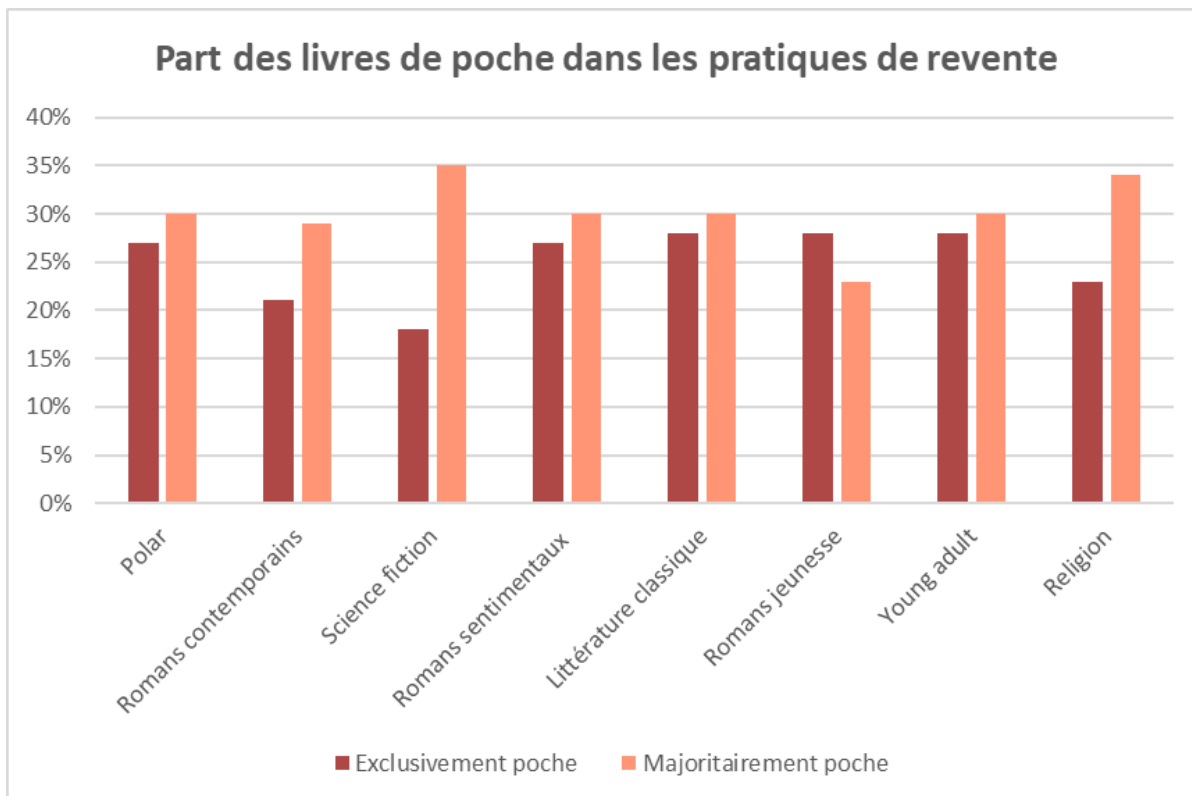
I-4 Quels livres à la revente ?

Trois constats peuvent être établis pour saisir la nature des livres revendus.

Le premier signale le fait que **certaines catégories d'ouvrages sont moins revendues qu'achetées** : il en va ainsi des polars et romans contemporains, des bandes dessinées et mangas et des livres pratiques. Quel que soit le mode d'achat auquel ils ont recours (neuf ou occasion), les acheteurs de ces catégories de livres ont plus tendance à les garder qu'à les revendre.

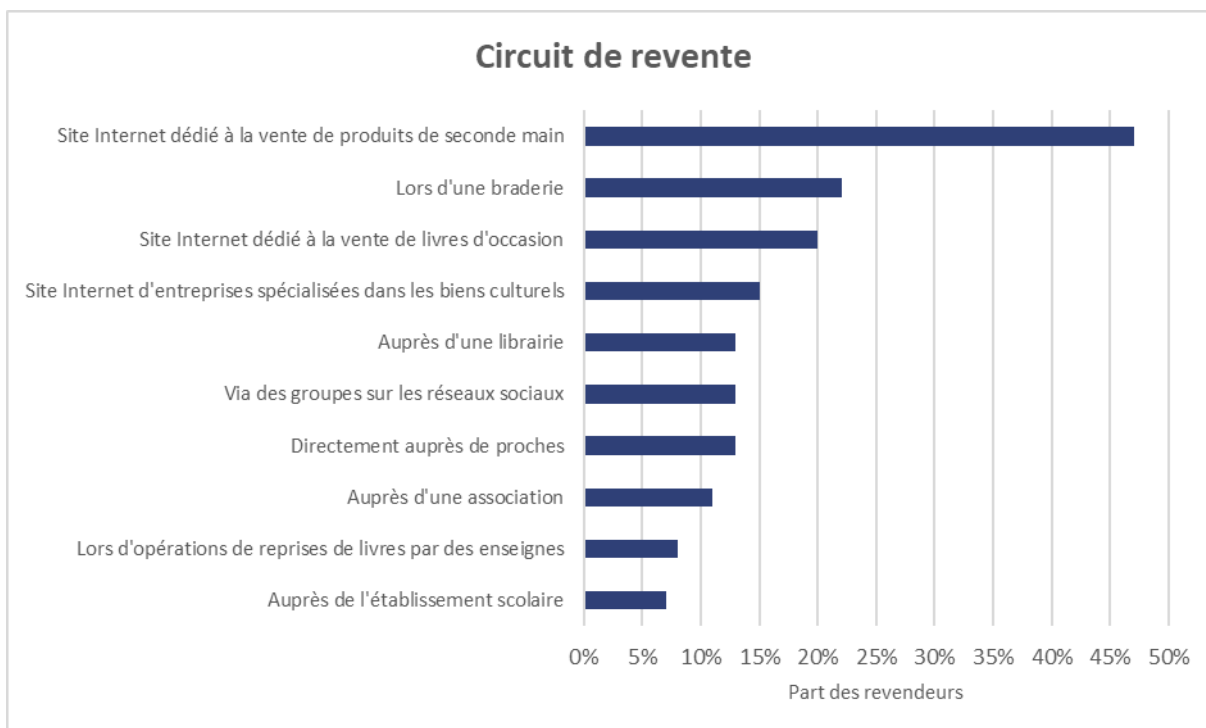
Le deuxième constat porte sur le fait que la majorité des revendeurs déclare que les livres qu'ils revendent avaient été achetés neufs, mais il signale aussi le fait que 42 % des acheteurs d'occasion revendent une part des livres déjà achetés d'occasion. C'est là une manifestation significative du fait que **la seconde main n'est pas nécessairement la dernière étape commerciale** du parcours des livres et que certains font l'objet de reventes successives.

Le dernier constat porte sur le fait que le marché de **la revente se nourrit principalement de livres de poche**. Pour les catégories éditoriales mentionnées dans le graphique ci-dessous, le format de poche apparaît comme un objet que l'on revend après lecture plus volontiers qu'on ne le fait avec le grand format.

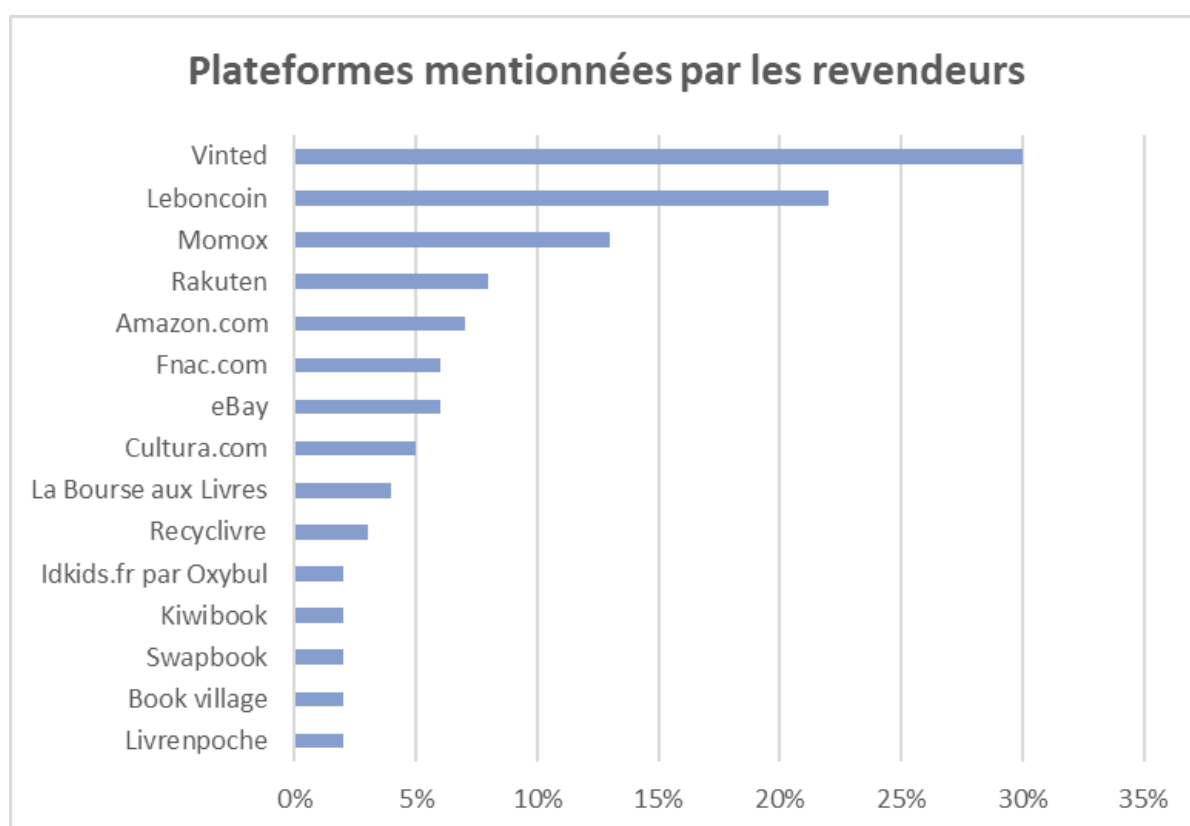


I-5 Les circuits de revente

En écho aux observations faites au sujet des pratiques et circuits d'achat de livres d'occasion, la **moitié des revendeurs a recours à Internet**.



Parmi les sites de seconde main, si, comme pour les pratiques d'achat, Vinted et Leboncoin sont les plus fréquemment cités, ce sont également Momox puis Rakuten et Amazon qui complètent le groupe des 5 sites principalement utilisés. À la suite de ce groupe de tête, une dizaine de sites sont mentionnés, dont plusieurs sont spécialisés dans le livre ou dans les produits culturels. Il semble bien, à cet égard, que le caractère généraliste de sites comme Leboncoin, Rakuten, Amazon et Vinted leur ait permis, du fait de leur audience « tous produits », de s'imposer aussi dans le commerce du livre d'occasion. Le cas de Momox, spécialisé dans les biens culturels et vidéoludiques, est différent puisque, malgré une arrivée en France plus tardive (2011), cette plateforme s'est imposée sur le marché du livre d'occasion non pas grâce à une notoriété préalablement acquise dans le commerce d'autres produits, mais par une application facilitant considérablement l'identification des titres, la fixation de leur prix d'achat ou de revente et le processus d'expédition.



Associée à l'identification et au classement des plateformes utilisées, une dernière observation souligne le fait que les revendeurs de livres sont aussi, à hauteur de 80 %, des **revendeurs d'autres objets**. On observe en outre que les pratiques de revente, portant sur plusieurs catégories d'objets (principalement des jouets et des vêtements) sont plus diversifiées chez les revendeurs de livres

que pour l'ensemble de la population française, laissant ainsi penser que la revente de livres est, pour beaucoup, une pratique de seconde main parmi d'autres et surtout, qu'elle est sujette aux mêmes dynamiques que l'ensemble du marché de l'occasion portant sur des produits de consommation courante tels que, outre ceux déjà mentionnés, le mobilier, l'électroménager, le bricolage ou le matériel informatique et téléphonique.

Perspectives générales sur le suivi du livre d'occasion

Cette étude ayant pour vocation de dresser un état des lieux du marché actuel du livre d'occasion en France, il ne nous appartient pas de nous substituer aux acteurs de ce marché et du secteur du livre au sens large pour en imaginer les suites. Gageons simplement que, sans répondre à toutes les questions, elle aura *a minima* apporté des réponses aux principales attentes et incertitudes qui pouvaient encore exister sur ce sujet.

Les résultats de ses différents volets sont en effet nombreux. Ils rendent d'abord compte, sur presque une décennie, de l'évolution du marché de l'occasion. Ils apportent des éclairages très fournis sur le fonctionnement des plateformes actives dans le commerce du livre d'occasion et sur le positionnement des librairies. Ils livrent aussi des données originales sur les flux et la nature des offres des principales plateformes. Ils dressent un état des lieux, sur une période très récente, des pratiques d'achat et de revente des particuliers.

La lecture combinée de ces différents volets fait apparaître de profondes transformations du marché de l'occasion par rapport au livre neuf : au-delà de la volumétrie et du poids qu'il représente désormais sur le marché du livre, c'est aussi la nature de l'offre et de la demande qui s'est renouvelée en une décennie, à la faveur d'évolutions technologiques et dans un contexte plus général de progression des biens d'occasion dans l'économie française.

Bien évidemment, cette étude n'épuise pas le sujet du livre d'occasion, ne serait-ce qu'en raison du caractère très instable des circuits et des modèles commerciaux mis en place. A l'instar de l'ensemble du commerce en ligne,

l'évolution des dispositifs techniques et des pratiques commerciales, commandée par la concurrence entre acteurs, est quasi permanente.

Plusieurs points peuvent d'ores et déjà être identifiés comme susceptibles d'approfondissements.

Ainsi, l'analyse de l'offre demanderait-elle à être affinée. Au sujet de sa teneur elle-même, une précision accrue permettrait d'aller au plus près des catégories et sous-catégories éditoriales, concernées par le développement de l'occasion à des degrés assez divers. De même, la temporalité en vertu de laquelle les nouveautés atteignent le marché de l'occasion nécessiterait-elle une analyse plus précise puisque, plus le délai entre la parution d'un titre et sa disponibilité en occasion s'amenuise, plus se renforce la possibilité de substituer l'occasion au neuf, et plus les stratégies d'attente et le recours aux outils de veille par les clients gagnent en pertinence.

Une comparaison entre neuf et occasion, menée sur certains titres, pourrait également être riche d'enseignements sur la manière dont certains mécanismes du champ éditorial (*best-sellers / long sellers...*, ou des phénomènes comme la longue traîne...) se prolongent ou non dans le marché de l'occasion.

Tout autant, l'analyse de la répartition de la valeur du marché de l'occasion entre les différents acteurs, qu'ils appartiennent ou non au secteur du livre, constitue un élément-clé dans la compréhension et le suivi de ce marché dans la durée ; il en va de même de l'évolution des prix des livres d'occasion par rapport au format neuf.

Le lien entre occasion et écologie mérite aussi une attention particulière permettant d'interroger la réalité du principe de décarbonation des échanges commerciaux.

Enfin, alors qu'il n'existe pas d'étude significative sur le sujet dans d'autres pays, l'observation de la situation à l'étranger apporterait pourtant des éclairages pertinents sur la situation de ce marché en France.

Ces éléments pourraient notamment justifier la mise en place d'un suivi plus régulier du livre d'occasion sur une sélection d'indicateurs clés.