

L'Observatoire  
Société &  
Consommation



Syndicat de la Librairie Française

# Les Français face aux librairies indépendantes

Comprendre les profils des acheteurs des librairies et les leviers de fréquentation

---

Mai 2026

Avec le soutien de



**dilicom**  
LE RÉSEAU DU LIVRE



# Sommaire

---

#1	<u>Attitudes générales</u>	P8
	<u>Pratiques de consommation : l'appétence pour les petits commerces</u>	p9
#2	<u>L'évolution des pratiques de la lecture</u>	P23
	<u>Evolution du temps consacré à la lecture</u>	p28
	<u>Évolution du nombre et du genre des livres lus</u>	p34
	<u>Fréquentation des médiathèques</u>	p45
	<u>Lecture aux enfants</u>	p49
#3	<u>L'état des livres possédés</u>	P51
#4	<u>Les achats de livres</u>	P55
	<u>Les achats pour soi ou pour offrir</u>	p56
	<u>La dynamique déclarée</u>	p67
	<u>Les recommandations d'achat</u>	p72
#5	<u>La fréquentation des circuits de distribution</u>	P77
	<u>Les achats réalisés sur internet</u>	p81
	<u>Les achats réalisés en librairies indépendantes</u>	p91
	<u>Les achats d'occasion</u>	p95

# Sommaire

---

#6	<u>Les avantages comparatifs de la librairie indépendantes</u>	<i>P101</i>
	<u>L'appréciation des formats</u>	<i>p102</i>
	<u>Les représentations associées aux différents canaux</u>	<i>p111</i>
	<u>L'expérience client</u>	<i>p118</i>
	<u>Indépendance et engagement politique</u>	<i>p120</i>
#7	<u>Reconstitution du dernier achat de livres</u>	<i>P130</i>
	<u>Les circuits visités</u>	<i>p131</i>
	<u>Les achats prévus</u>	<i>p138</i>
	<u>Les achats imprévus</u>	<i>p141</i>
	<u>Expérience d'achat</u>	<i>p144</i>
#8	<u>La librairie principale</u>	<i>P152</i>
	<u>Fréquentation de la librairie principale</u>	<i>p153</i>
	<u>La satisfaction à l'égard de sa librairie</u>	<i>p163</i>
	<u>Le recours aux conseils du libraire</u>	<i>p170</i>
	<u>L'ouverture le dimanche</u>	<i>p176</i>
	<u>Vente à distance et présence sur internet</u>	<i>p180</i>
	<u>Événementiel</u>	<i>p192</i>
	<u>Le marché de l'occasion</u>	<i>p199</i>
	<u>Les offres et services complémentaires</u>	<i>p212</i>

# Sommaire

---

#9

## La fidélisation

P220

La remise de 5%

p 221

Carte de fidélité et formule « client privilégié »

p 225

Attachement et critères de fidélité

p 234

#10

## Les raisons de la non-fréquentation des librairies indépendantes

P246

L'historique de la relation

p 248

L'accessibilité

p 253

Raisons de non-achat

p 258

# Méthodologie

---

Les données quantitatives présentées dans ce rapport sont issues d'une enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo du 20 avril au 12 mai 2026.

Cette enquête a été conduite dans le cadre de la quatrième édition de l'étude de la clientèle des librairies indépendantes réalisée par l'ObSoCo pour le Syndicat de la Librairie Française avec le soutien de Dilicom. Cette édition, au-delà du suivi de l'évolution de la perception et des comportements d'achats au sein des librairies indépendantes, vise à comprendre comment créer des nouveaux leviers d'attraction vers les librairies indépendantes – notamment auprès des « non-clients », des personnes qui n'ont pas l'habitude de les fréquenter.

L'enquête a été conduite sur la base d'un échantillon total de près de 4000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 ans à 75 ans, dont 1104 clients des librairies indépendantes et 1691 acheteurs de livres non-clients (les clients étant ici définis comme l'ensemble des personnes ayant réalisé des achats en librairie indépendante au cours des 12 mois ayant précédé l'enquête, que ce soit pour eux-mêmes ou pour offrir).

Alors que les vagues précédentes de l'enquête étaient focalisées sur les clients des librairies indépendantes (avec un questionnaire très court pour les non-clients), cette édition étend le questionnement des non-clients, et offre une comparaison entre clients et non-clients (notamment sur les thématiques de la perception des librairies indépendantes et de leur offre). Via une partie dédiée, elle étudie également les attentes et leviers d'attraction pour les non-clients.

La représentativité de l'échantillon a été établie par la méthode des quotas sur les critères suivants : âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence, niveau du diplôme le plus élevé. Les données ont été redressées sur l'ensemble des variables « quotas » afin de pallier les écarts résiduels entre la structure de l'échantillon et celle de l'ensemble de la population.

Comme pour l'ensemble des enquêtes que nous réalisons, une série de contrôles de cohérence a été mise en place afin de garantir la qualité des données recueillies (contrôle du temps de passation, exclusion des « straightliners », questions piège, etc.).



# LA STRUCTURE DÉMOGRAPHIQUE DE L'ÉCHANTILLON

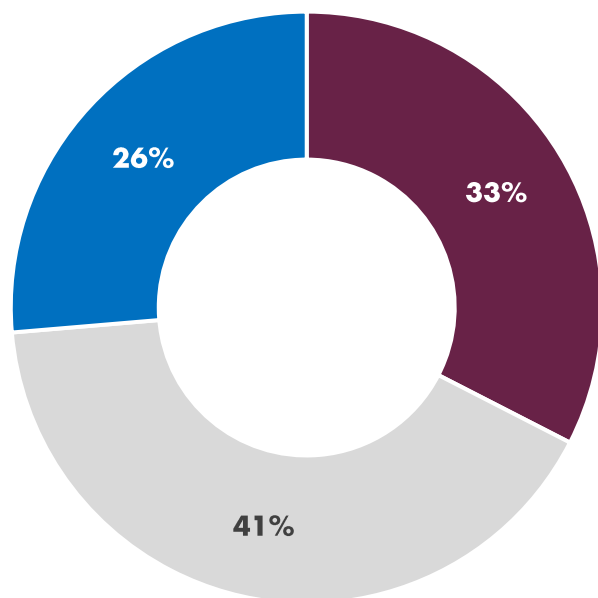


## ÉCHANTILLON DE FRANÇAIS (N=3995)

GENRE	
Hommes	49%
Femmes	51%
AGE	
18-24 ans	12%
25-34 ans	17%
35-44 ans	18%
45-54 ans	19%
55-64 ans	18%
65ans et plus	16%
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	
CSP+	14%
CSP intermédiaires	14%
CSP-	28%
Inactifs	44%

TAILLE DE L'AGGLOMERATION DE RESIDENCE	
Moins de 10 000 habitants	35%
De 10 000 à 50 000 habitants	11%
De 50 000 à 200 000 habitants	11%
De 200 000 à 2 millions d'habitants	26%
Agglomération parisienne	17%
NIVEAU DE DIPLÔME	
Sans diplôme, CEP, brevet des collèges	22%
CAP, BEP	25%
Baccalauréat	18%
Bac +2 à +3	22%
Bac + 4 à +5	13%

## Segmentation de l'échantillon



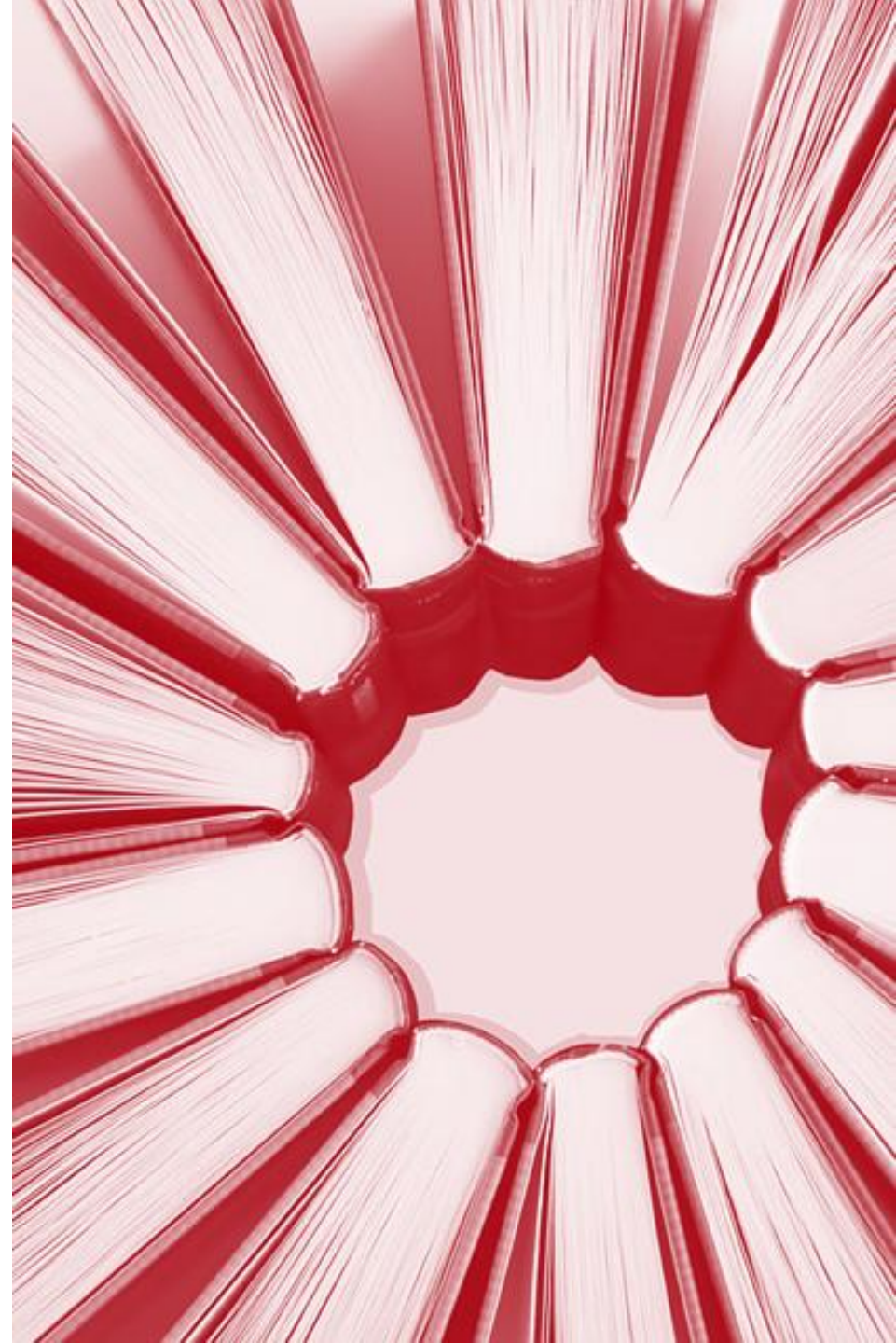
- Non acheteurs
- Acheteurs non-clients des librairies indépendantes
- Clients des librairies indépendantes



**Les « non-acheteurs » de livres (ici définis comme ceux qui n'en achètent pas plus d'un par an, que ce soit pour eux ou pour offrir) représentent un tiers de la population. Ils se sont accrus de manière significative au cours des dernières années – ils ne représentaient que 22% de la population en 2019, soit une progression de 11 points (et de 50% de leur nombre) en 7 ans.**

# Attitudes générales

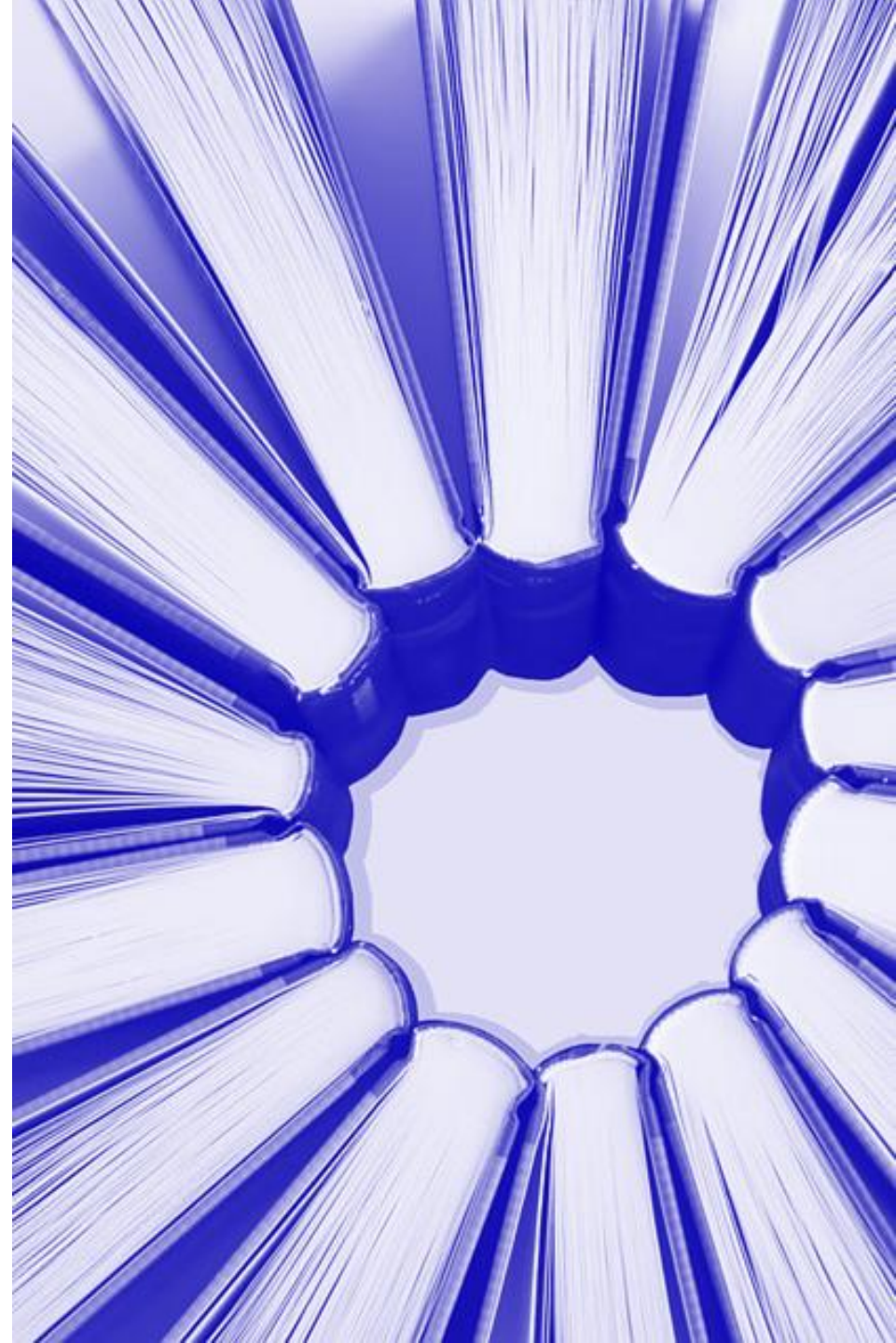
---



# Attitudes générales

---

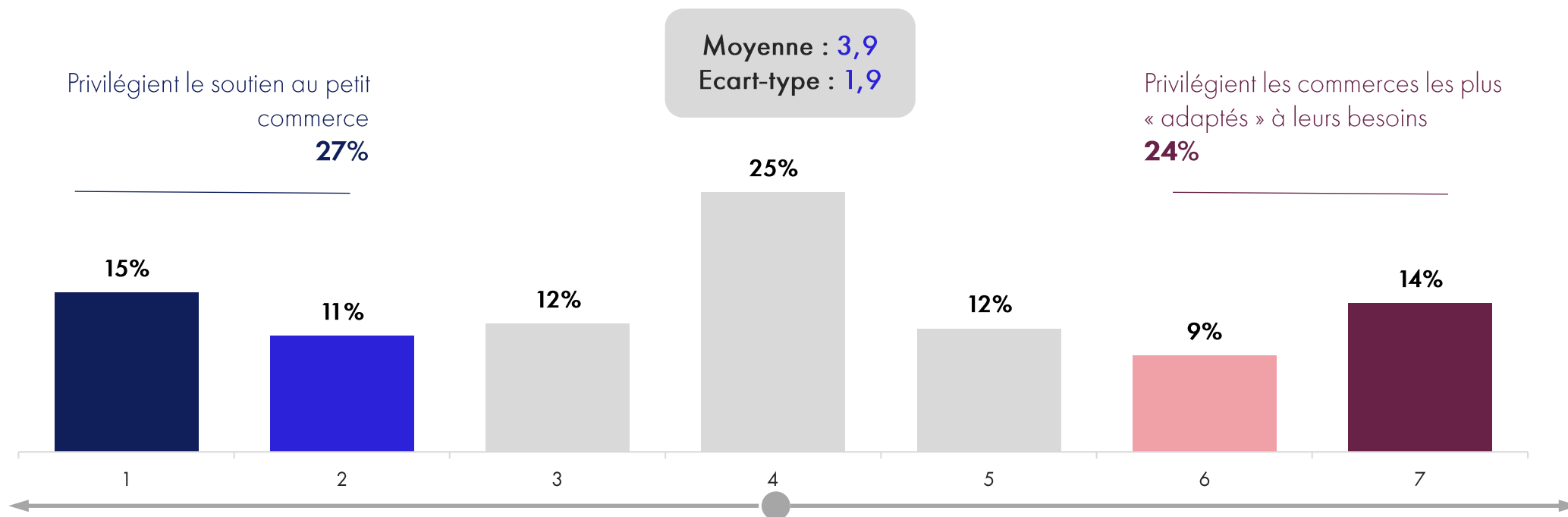
Pratiques de consommation :  
l'appétence pour les petits  
commerces



# Les consommateurs, partagés entre l'idée de soutenir le petit commerce et celle de favoriser les commerces les plus adaptés à leurs besoins

Laquelle des 2 propositions suivantes correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Base totale, n = 3995



En tant que consommateur, il est important de soutenir les petits commerces, même s'ils ne sont pas toujours aussi pratiques ou aussi compétitifs que les grandes surfaces.

Les consommateurs devraient aller dans les commerces qu'ils jugent les plus adaptés à leurs besoins. Les commerces qui doivent continuer d'exister sont ceux qui savent répondre aux attentes des consommateurs.

# Les clients des librairies indépendantes sont significativement plus sensibles à l'idée de soutenir le petit commerce

Laquelle des 2 propositions suivantes correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Base totale, n = 3995

**Privilégient le soutien au petit commerce**

Clients des librairies indépendantes **38%**

Acheteurs non-clients **26%**

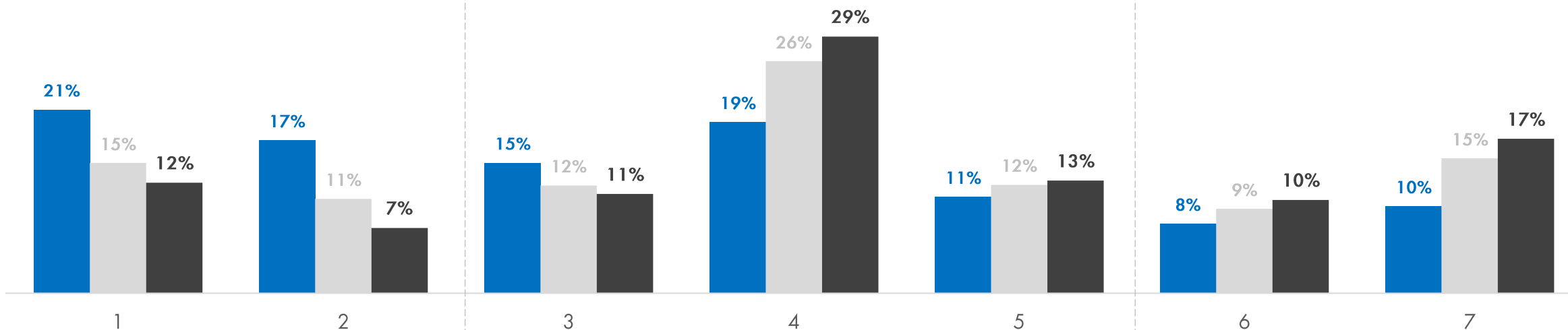
Non-acheteurs **19%**

**Privilégient les commerces les plus adaptés à leurs besoins**

Clients des librairies indépendantes **18%**

Acheteurs non-clients **24%**

Non-acheteurs **27%**



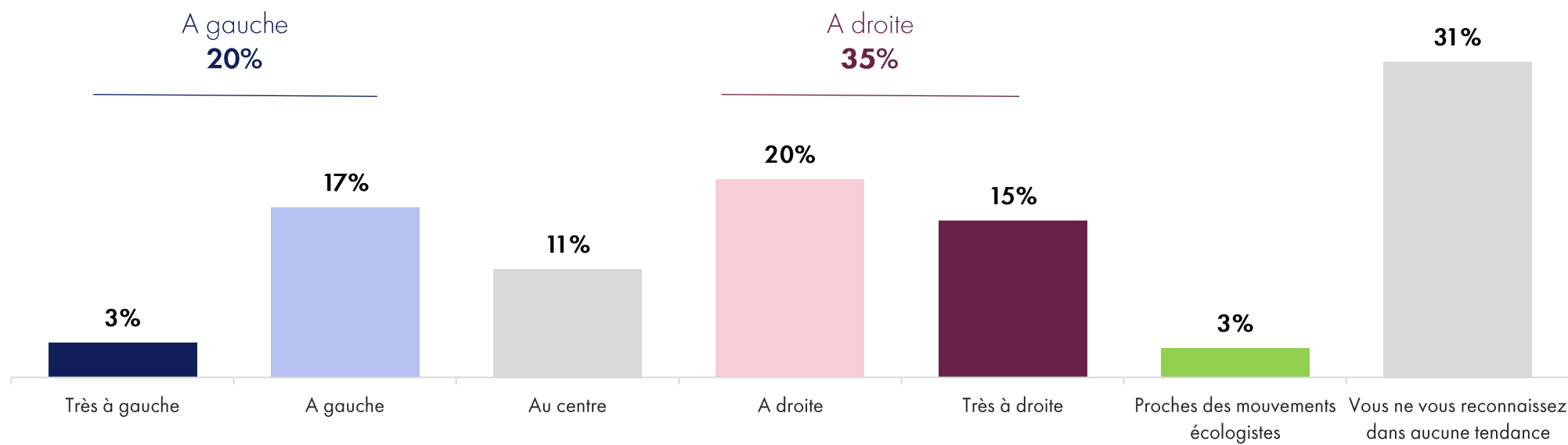
En tant que consommateur, il est important de soutenir les petits commerces, même s'ils ne sont pas toujours aussi pratiques ou aussi compétitifs que les grandes surfaces.

Les consommateurs devraient aller dans les commerces qu'ils jugent les plus adaptés à leurs besoins. Les commerces qui doivent continuer d'exister sont ceux qui savent répondre aux attentes des consommateurs.

## La sensibilité politique auto-évaluée des Français

Politiquement, diriez-vous que vous vous situez... ?

Base totale, n = 3995 – NSP exclus



# Les clients des librairies indépendantes, plus politisés (et plus à gauche) que le reste de la population

## Sensibilité politique

Base totale, n = 3995 – NSP exclus

### A gauche

Clients des librairies indépendantes **31%**

Non-clients **19%**

Non-acheteurs **13%**

### A droite

Clients des librairies indépendantes **29%**

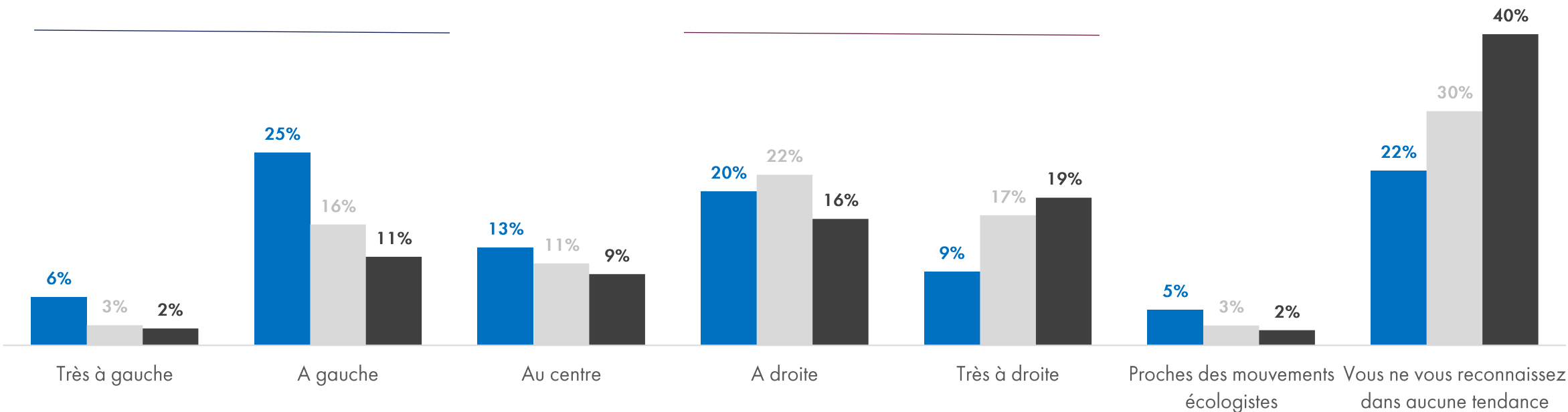
Non-clients **39%**

Non-acheteurs **35%**

■ Clients des librairies indépendantes

■ Acheteurs non-clients

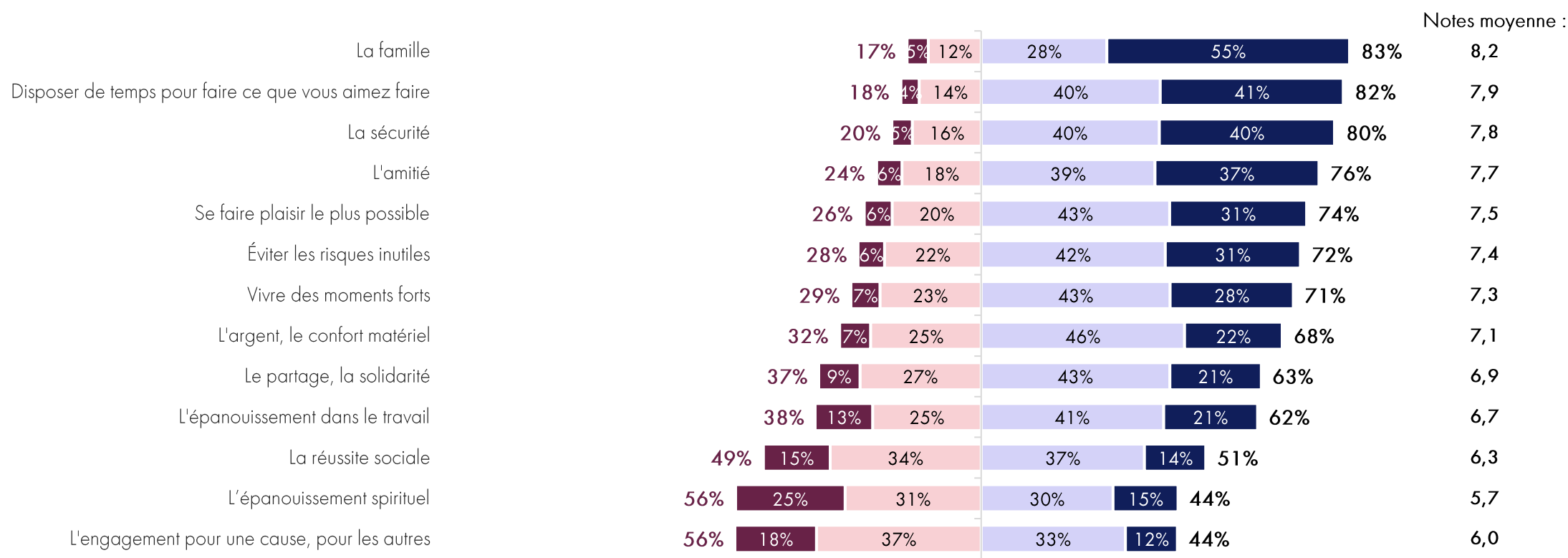
■ Non-acheteurs



# Les valeurs

**Veillez attribuer à chacune des valeurs suivant une note de 0 à 10 selon l'importance que vous lui accordez dans la manière dont vous menez votre vie.**

Base totale, n = 3995

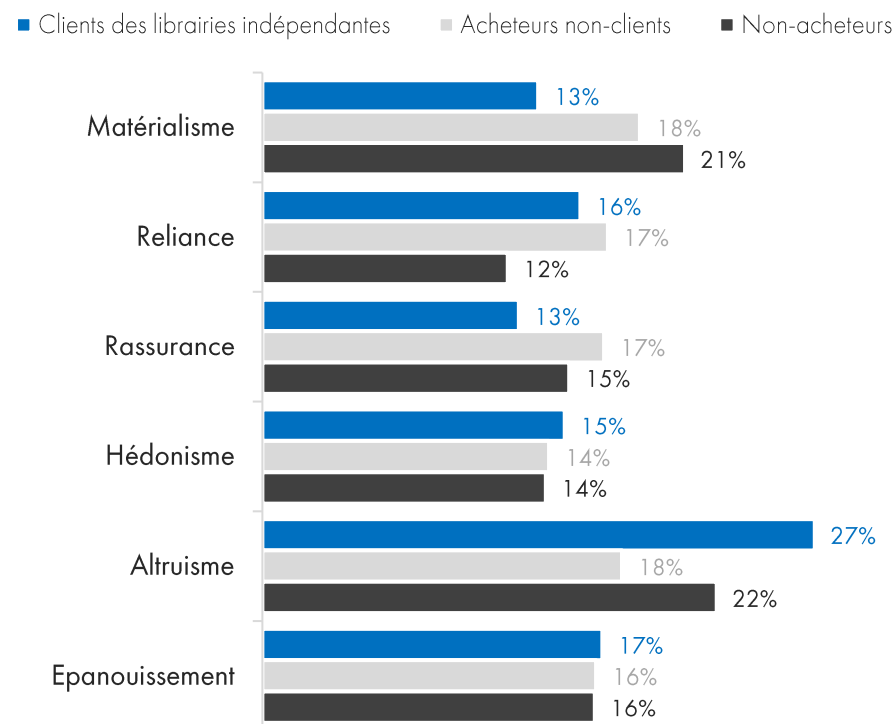
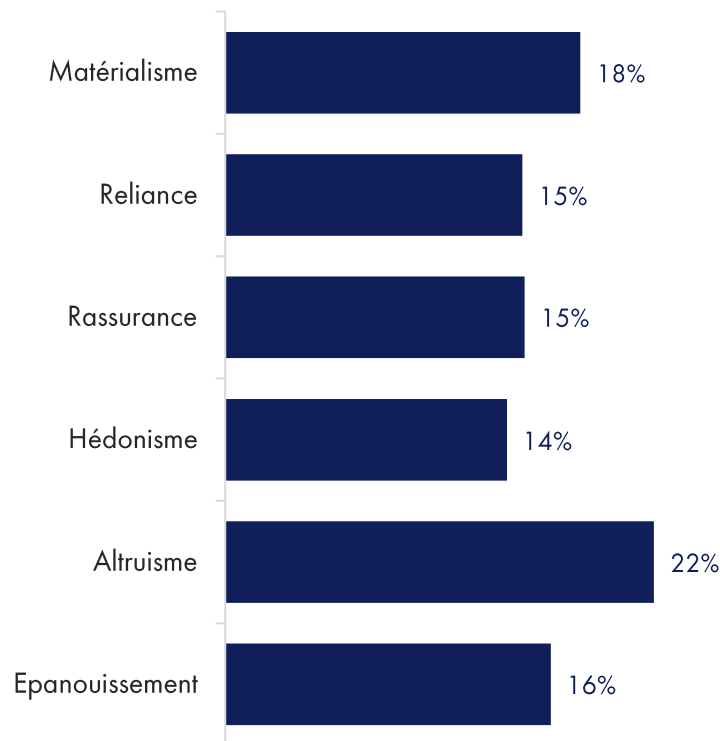


# Une sensibilité plus forte aux valeurs altruistes parmi les clients des librairies indépendantes, aux valeurs matérialistes pour les autres

Veillez attribuer à chacune des valeurs suivant une note de 0 à 10 selon l'importance que vous lui accordez dans la manière dont vous menez votre vie.

Base totale, n = 3995

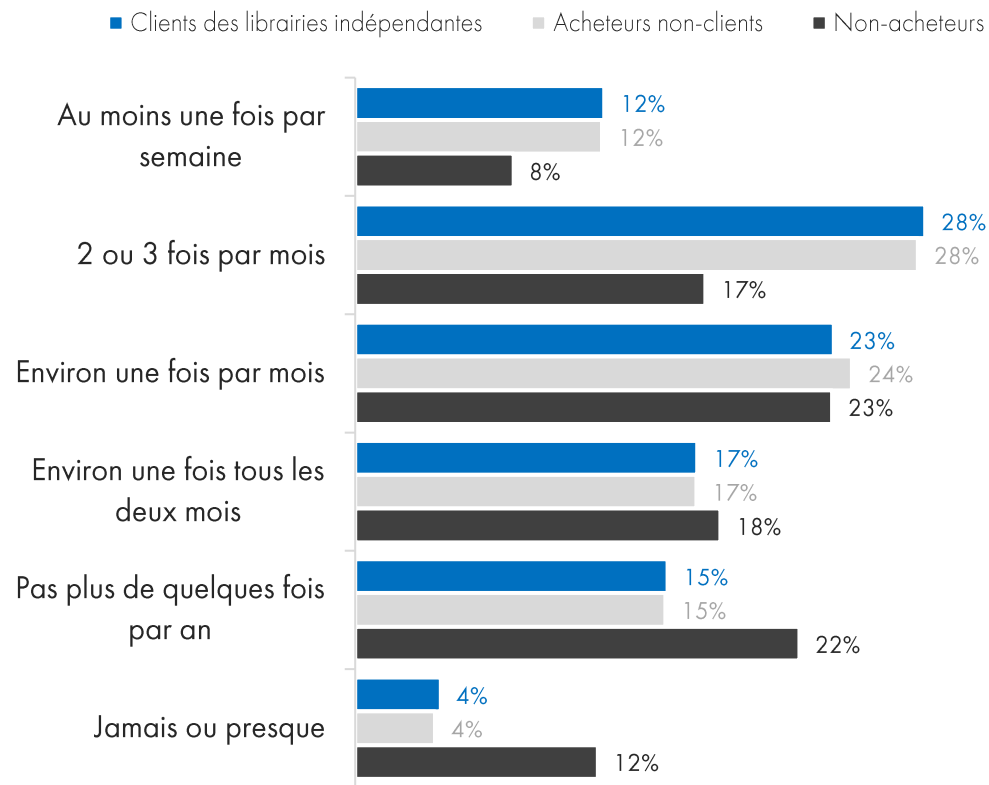
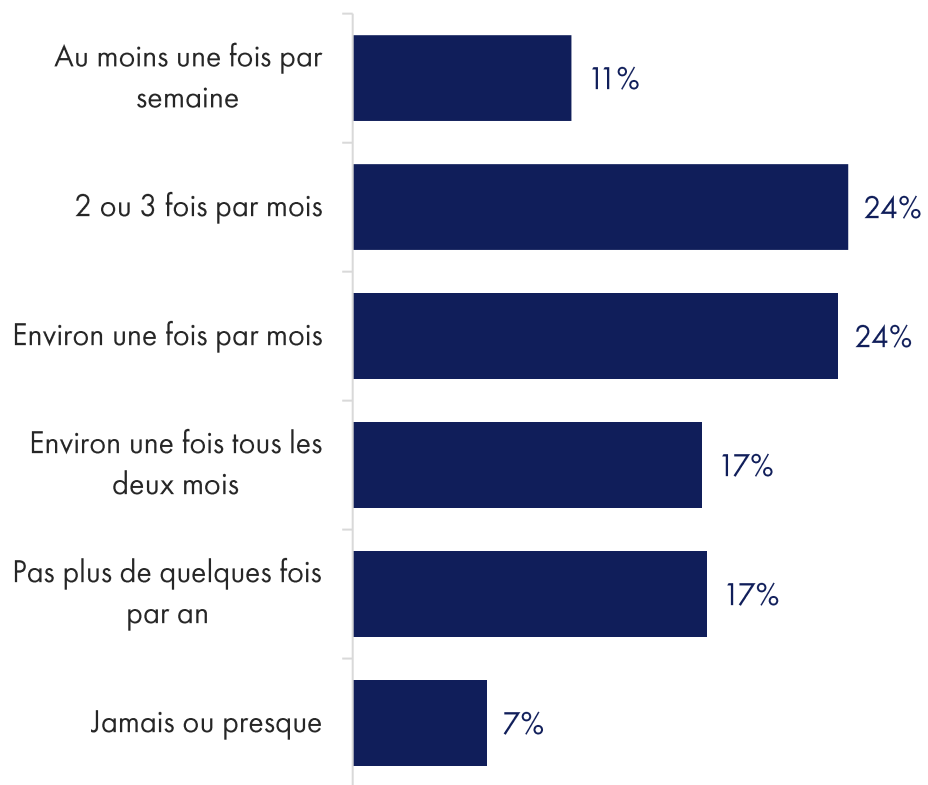
Registre de valeurs dominant (celui sur lequel les répondants se distinguent le plus de la moyenne)



# Les acheteurs de livres sont des adeptes de l'achat en ligne

## A quelle fréquence réalisez-vous des achats sur Internet ?

Base totale, n = 3995

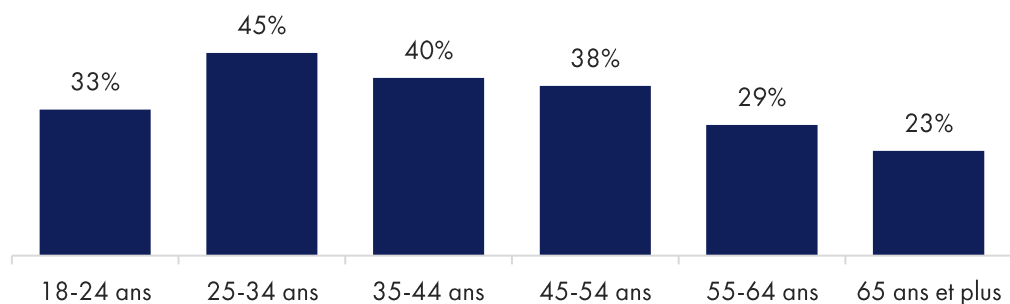


# Profils des adeptes de l'achat sur internet : plutôt d'âge moyen, diplômés, aisés et urbains

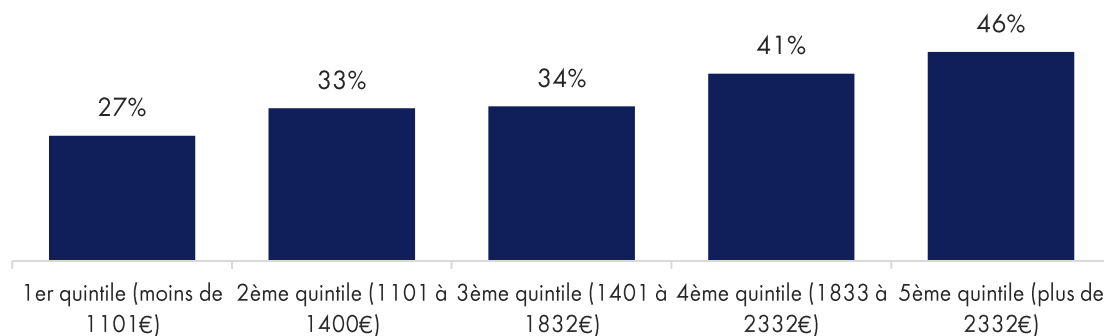
## A quelle fréquence réalisez-vous des achats sur Internet ?

Base totale, n = 3995

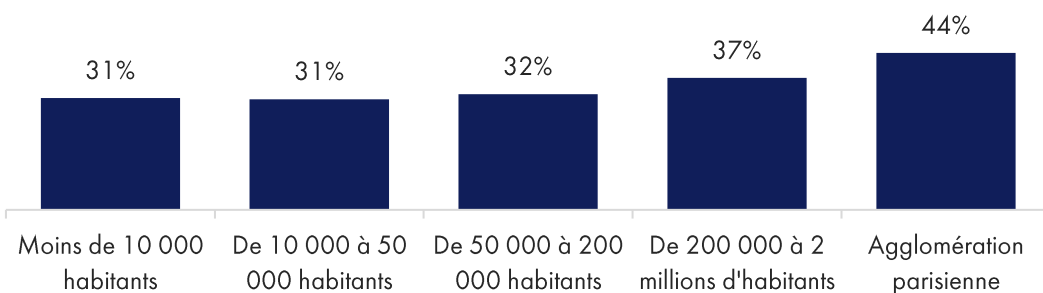
Achètent plusieurs fois par mois sur internet en fonction de l'âge



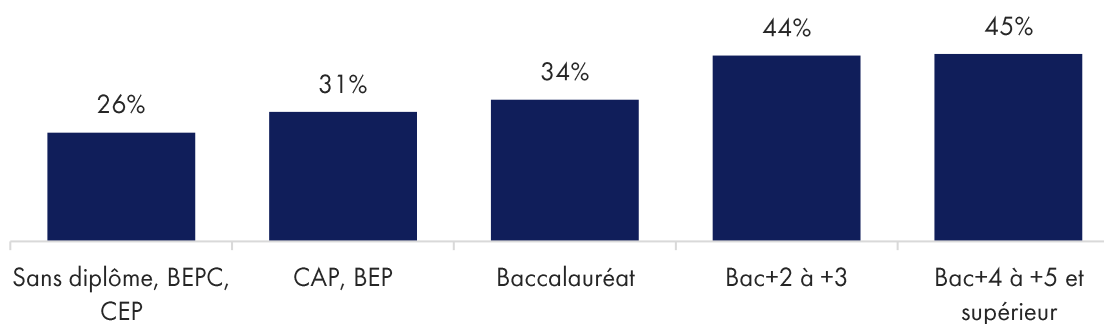
Achètent plusieurs fois par mois sur internet en fonction du niveau de vie du foyer



Achètent plusieurs fois par mois sur internet en fonction de la taille de l'agglomération de résidence



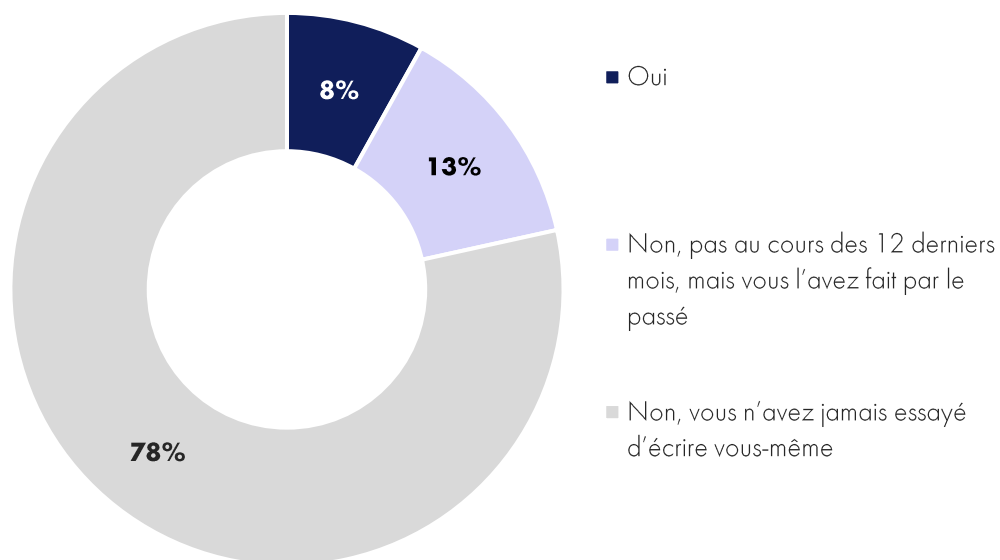
Achètent plusieurs fois par mois sur internet en fonction du niveau de diplôme



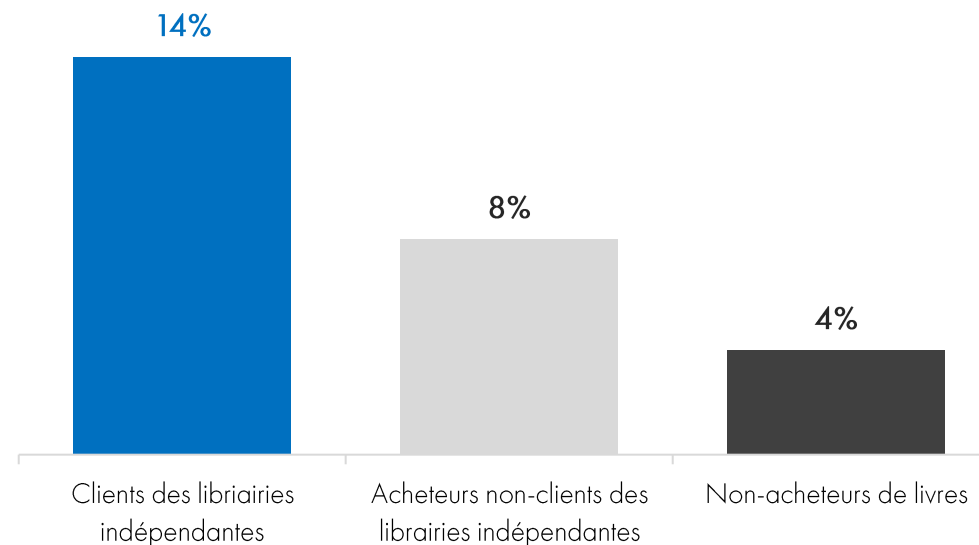
# 22% des Français ont pratiqué l'écriture au cours de leur vie, dont 8% au cours des 12 mois ayant précédé l'enquête

Au cours des 12 derniers mois, vous-même, vous est-il arrivé d'écrire (de la fiction, des nouvelles, un roman, de la poésie, des histoires pour enfants...) ?

Base totale, n = 3995



% ayant pratiqué l'écriture au cours des 12 derniers mois selon la fréquentation des librairies indépendantes

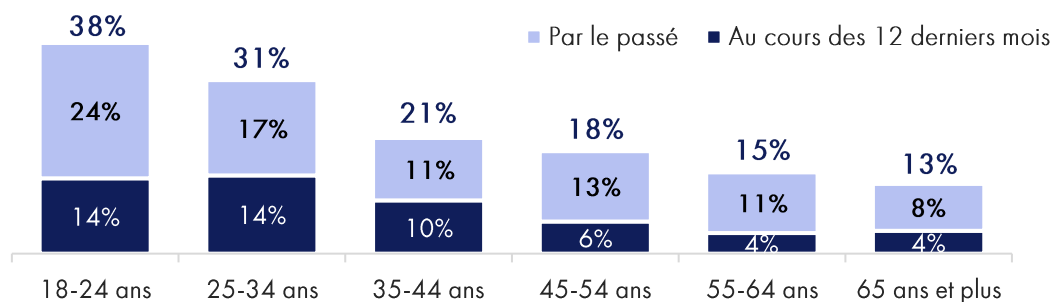


# La pratique de l'écriture, particulièrement répandue chez les jeunes, les catégories les plus aisées et les plus diplômées de la population

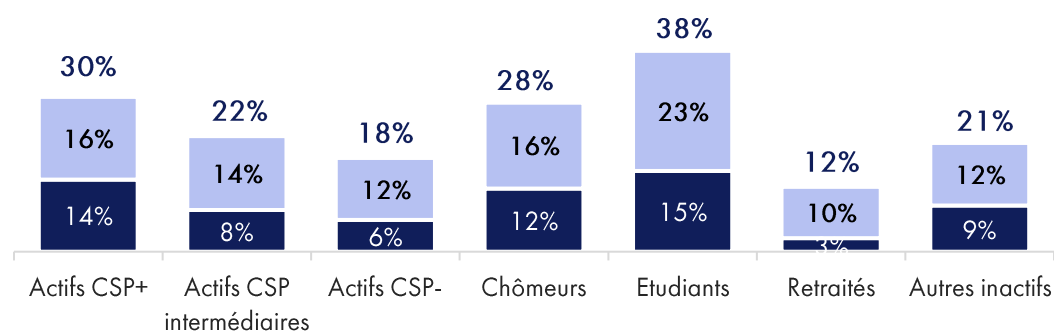
## Profil des « auteurs »

Base totale, n = 3995

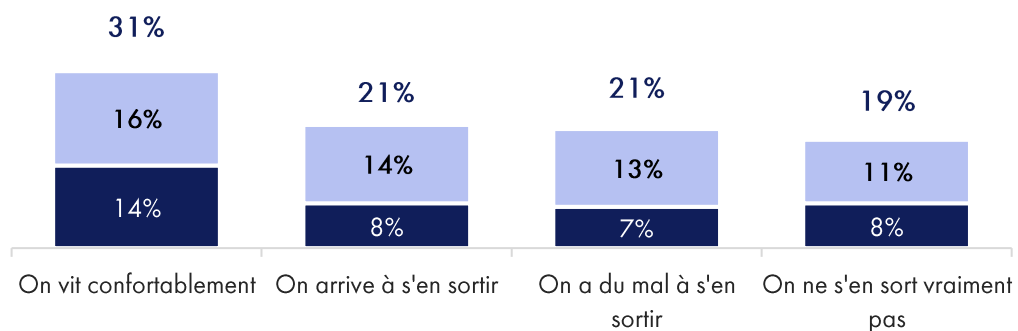
Ont pratiqué l'écriture en fonction de l'âge



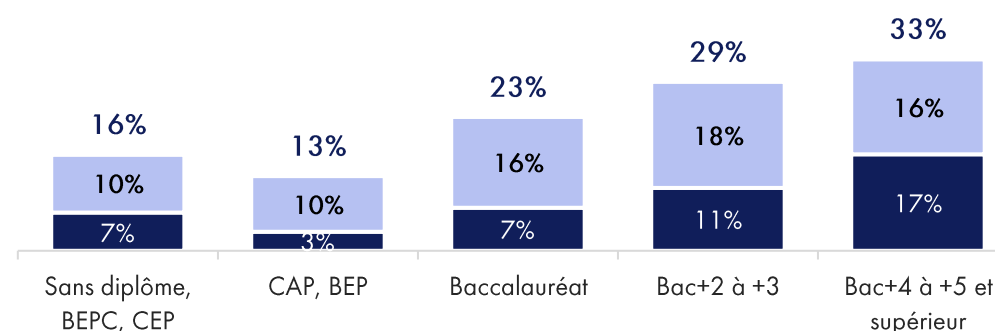
Ont pratiqué l'écriture en fonction de la catégorie socio-professionnelle



Ont pratiqué l'écriture en fonction de la contrainte budgétaire



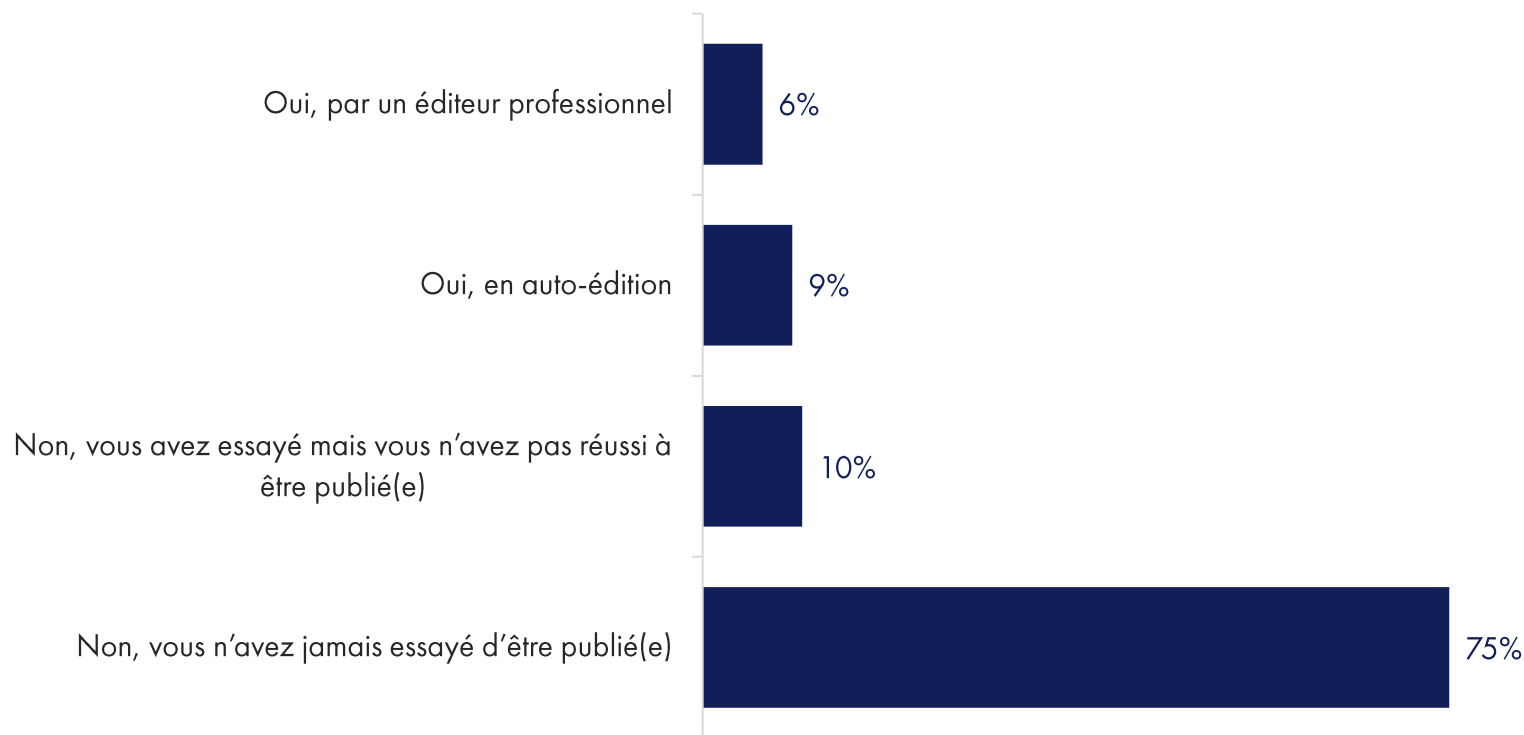
Ont pratiqué l'écriture en fonction du niveau de diplôme



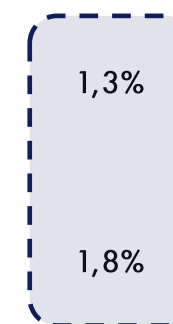
# 15% des personnes qui pratiquent (ou ont pratiqué) l'écriture ont été publiées, soit ~3% de l'ensemble de la population, dont 2 % en autoédition

## Avez-vous déjà été publié(e) ?

Base : individus pratiquant l'écriture, n=864



### En % de l'ensemble de la population

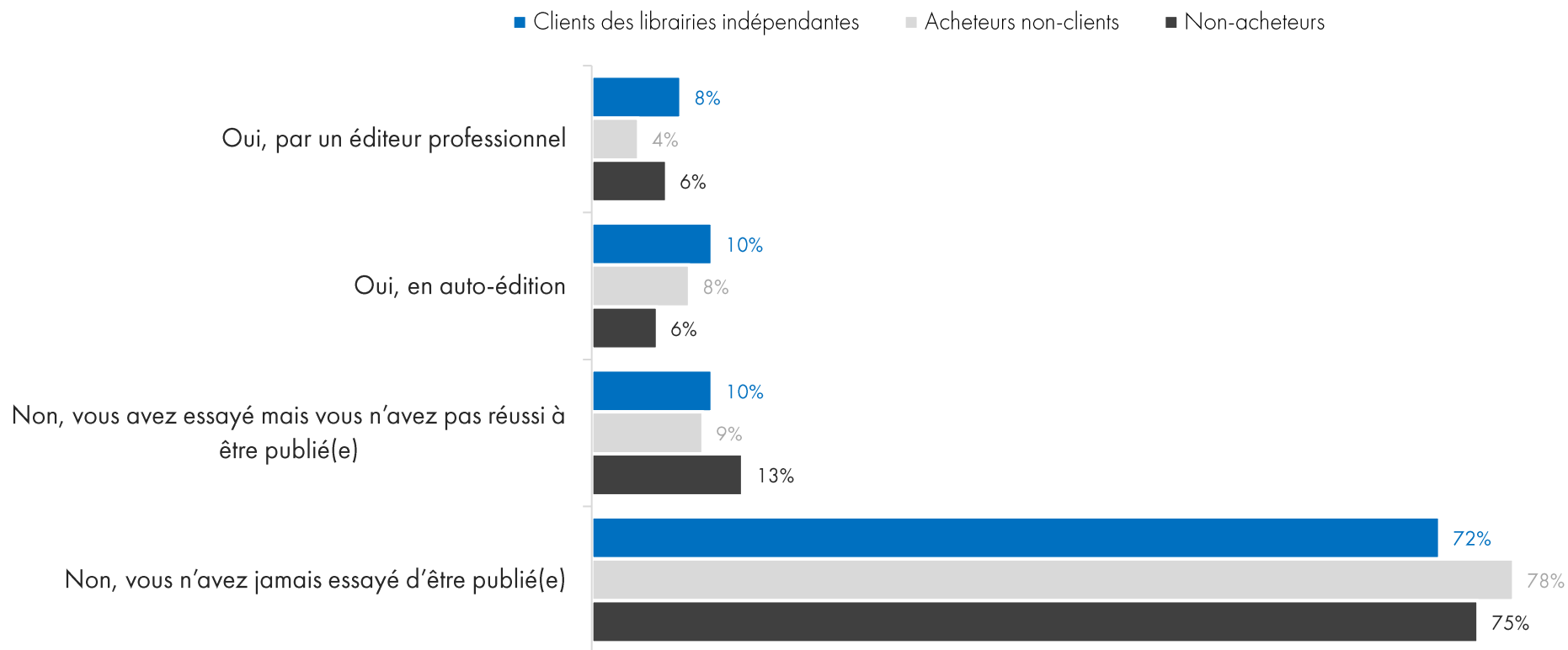


Environ 3% des Français ont déjà été publiés ; 1% par un éditeur professionnel, un peu moins de 2% en auto-édition (soit approximativement 800 000 personnes en France qui auraient eu recours à l'auto-édition au moins une fois au cours de leur vie).

# Davantage d'auteurs édités parmi les clients de la librairie indépendante

Avez-vous déjà été publié(e) ?

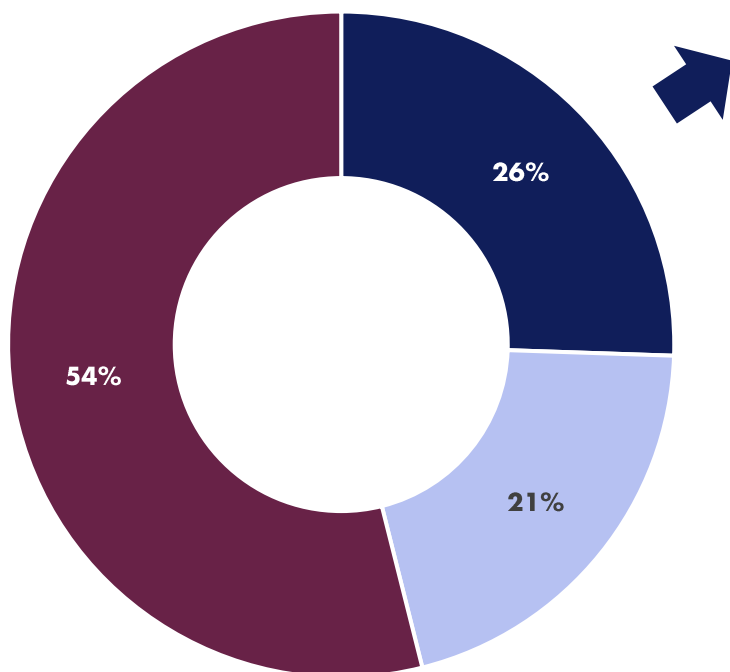
Base : individus pratiquant l'écriture, n=864



## Dans près d'un cas sur deux, les personnes qui n'ont jamais été publiées disent qu'elles aimeraient l'être

Aimeriez-vous un jour être publié(e) ?

Base : individus pratiquant l'écriture mais n'ayant jamais été publié, n=740

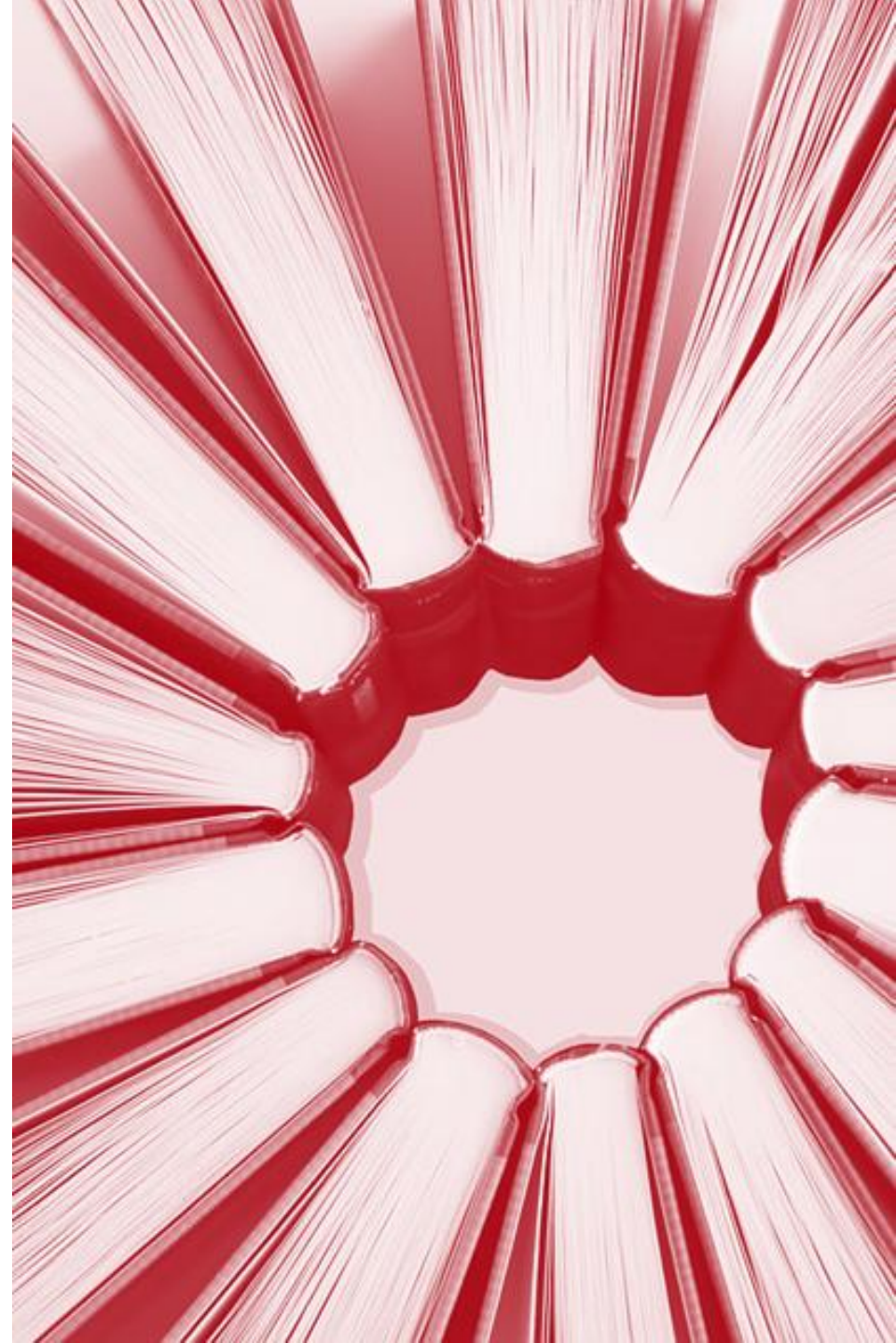


Dans un cas sur deux (47%), les personnes qui n'ont jamais été publiées disent qu'elles aimeraient l'être. Rapportés à l'ensemble de la population, ce chiffre de 47% représente un peu moins de 9% des Français qui aimeraient être publiés.

- Oui, par un éditeur professionnel
- Oui, en auto-édition
- Non

# L'évolution de la pratique de la lecture

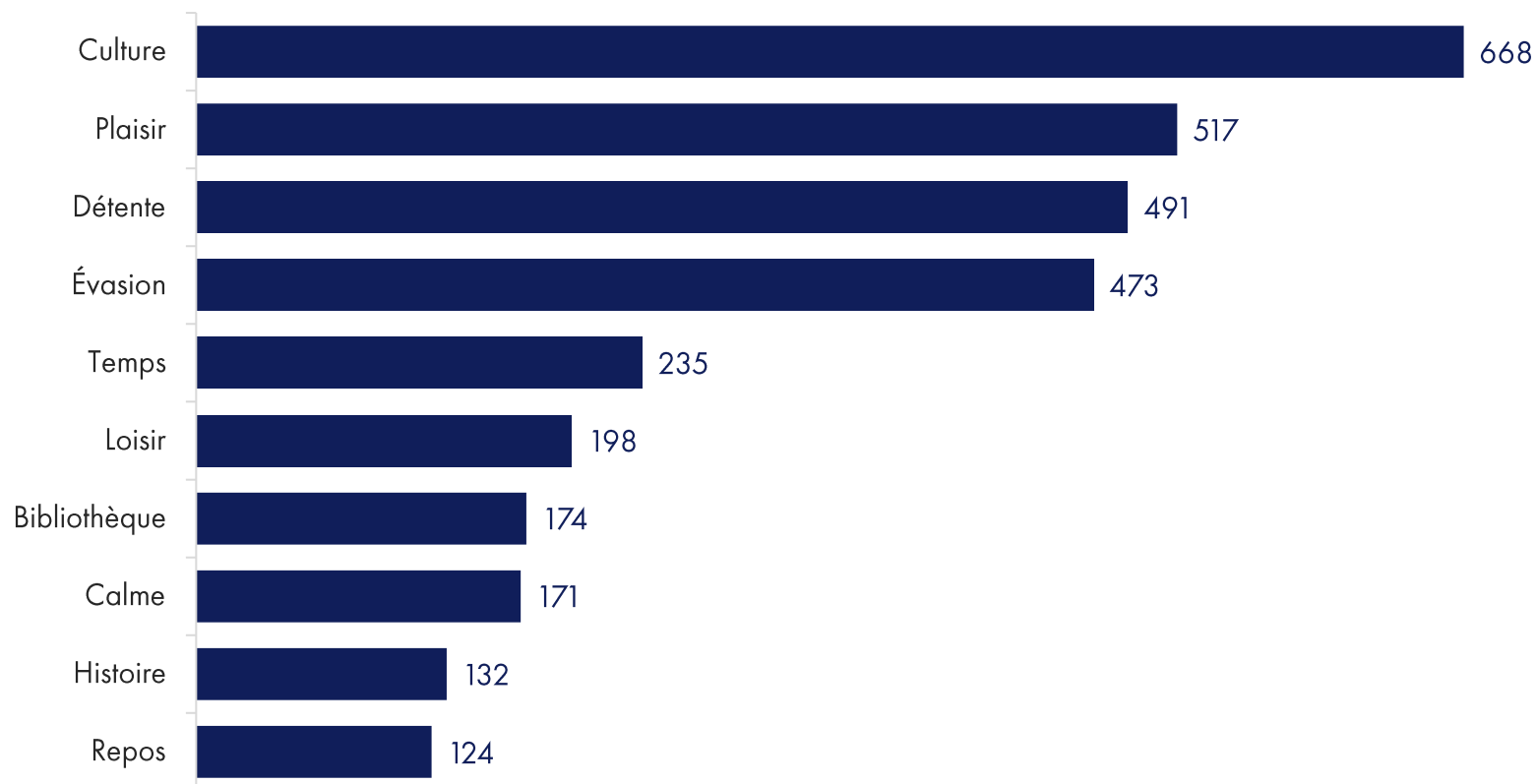
---



## Le champ lexical de la lecture : d'abord l'évocation d'affects positifs

Quels sont les mots et expressions qui vous viennent à l'esprit quand vous entendez les termes « lecture », « livres » ? – Top 10 des occurrences – Recodage des évocations données librement par les répondants

Base totale, n = 3995

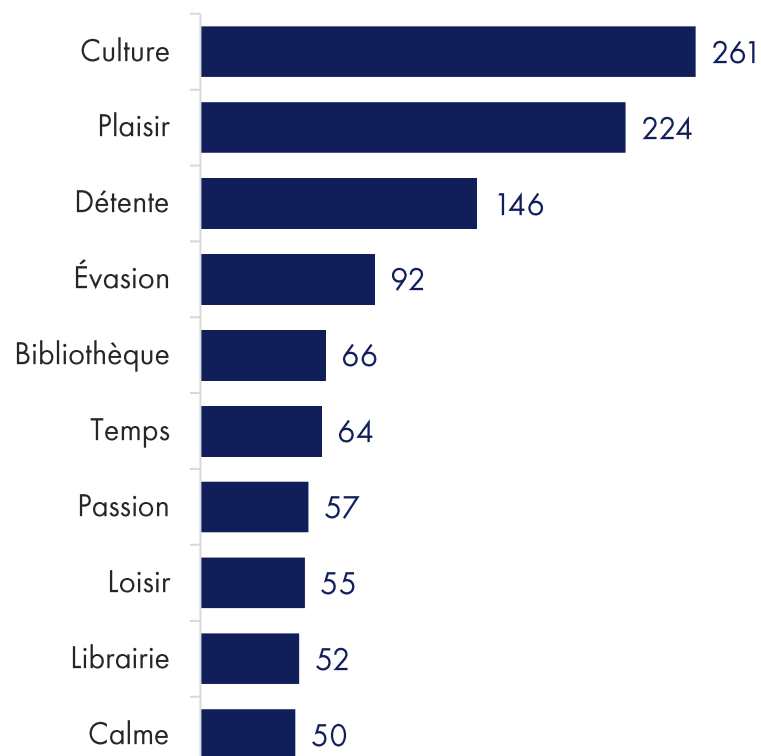


# Un imaginaire de la lecture qui diffère peu selon l'achat de livres et la fréquentation des librairies

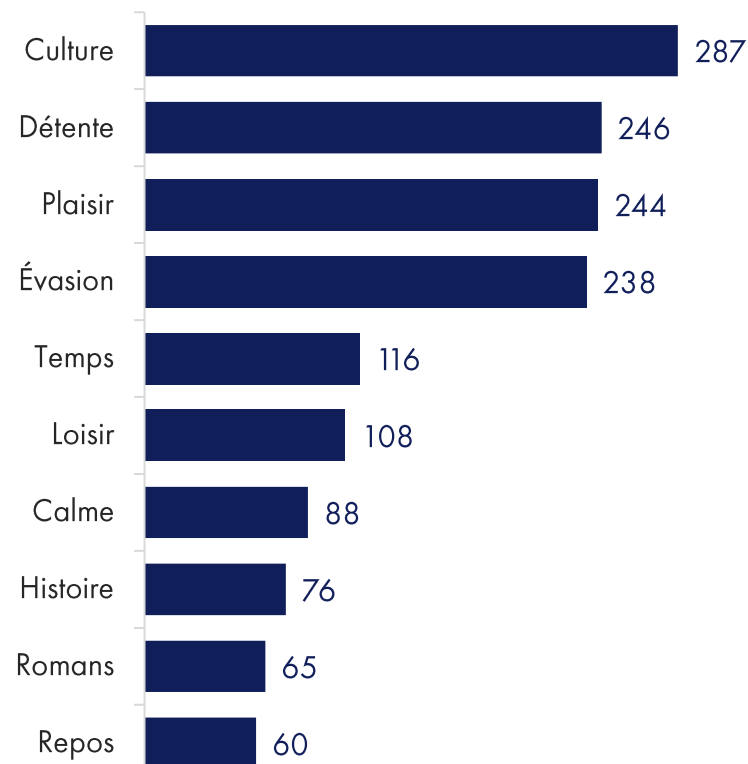
Quels sont les mots et expressions qui vous viennent à l'esprit quand vous entendez les termes « lecture », « livres » ? – Top 10 des occurrences selon la fréquentation des librairies indépendantes

Bases : clients des librairies indépendantes, n=1104 / Acheteurs non-clients des librairies indépendantes, n = 1691 / Non-acheteurs de livres, n = 1200

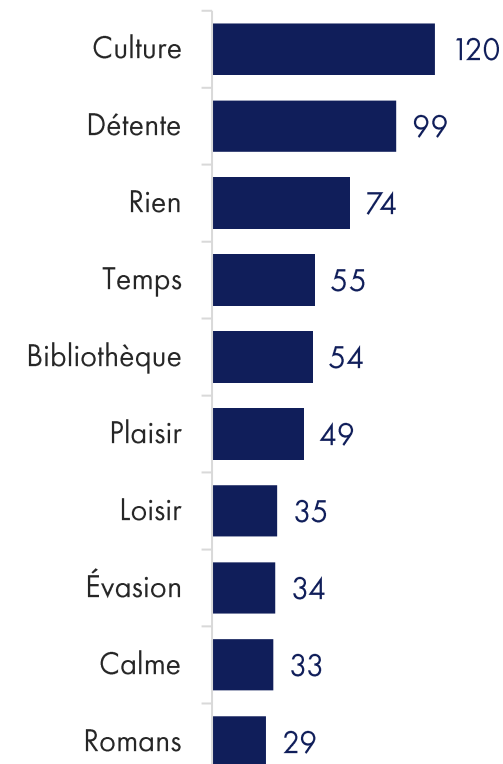
Clients des librairies indépendantes



Acheteurs non-clients



Non-acheteurs de livres

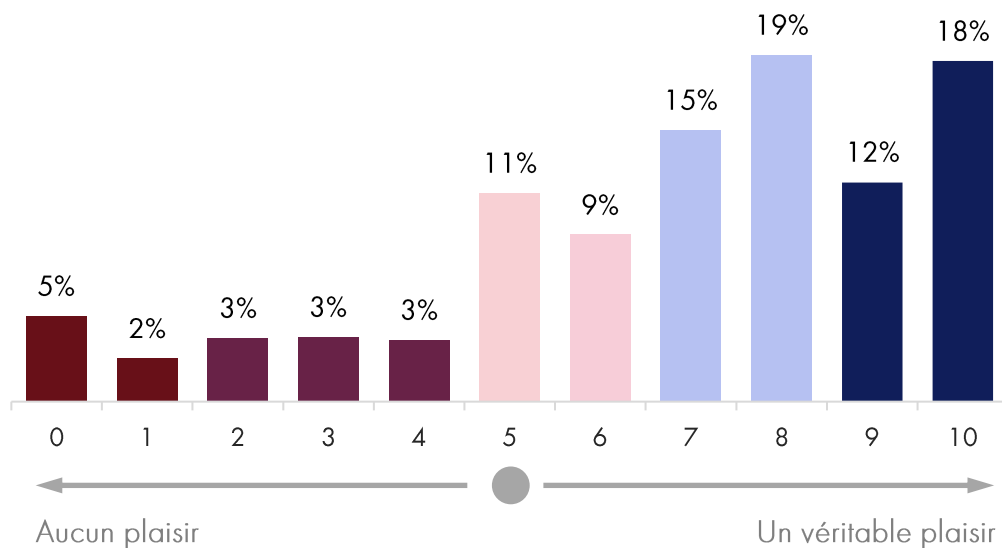


# Les Français évaluent en moyenne à 6,8 sur 10 le plaisir qu'ils associent à la pratique de la lecture

Sur une échelle de 0 à 10, à combien évalueriez-vous le plaisir que vous procure la lecture de livres ?

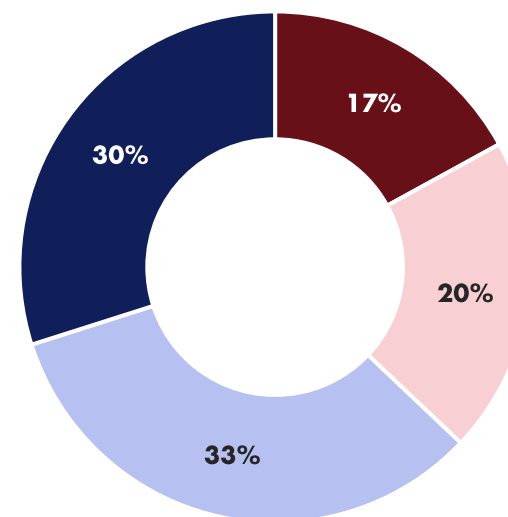
Base totale, n = 3995

Moyenne : 6,8  
Ecart-type : 2,7



Plaisir : 63%

Peu ou pas de plaisir : 37%



- Très peu de plaisir [0 à 4]
- Peu de plaisir [5 à 6]
- Plaisir assez intense [7 à 8]
- Plaisir très intense [9 à 10]

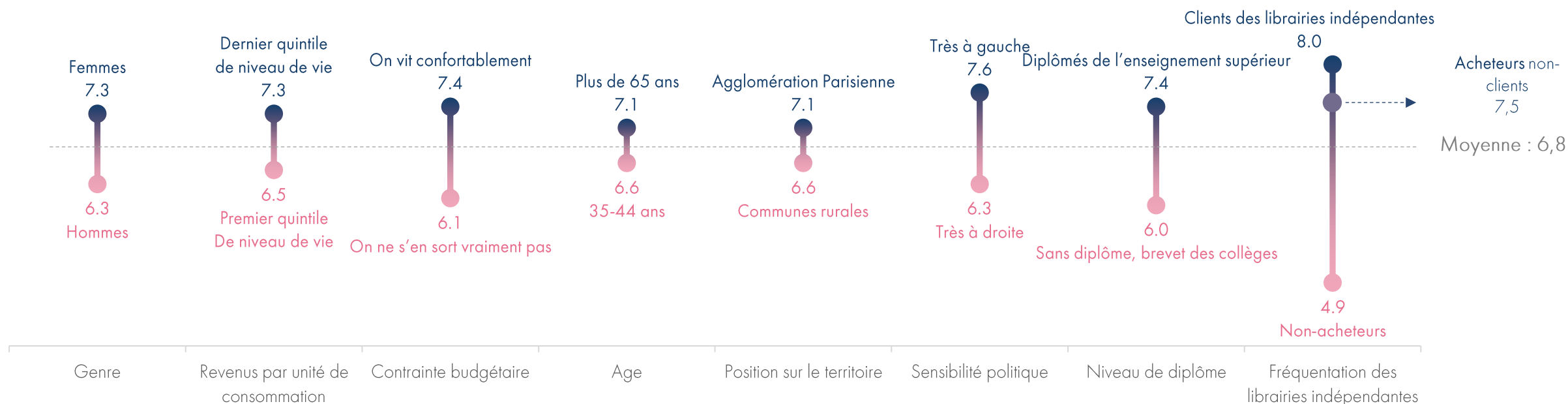
# Le plaisir associé à la lecture varie de manière significative selon les caractéristiques sociodémographiques des répondants

Sur une échelle de 0 à 10, à combien évalueriez-vous le plaisir que vous procure la lecture de livres ?

Base totale, n = 3995

## Plaisir associé à la lecture en fonction des caractéristiques des répondants

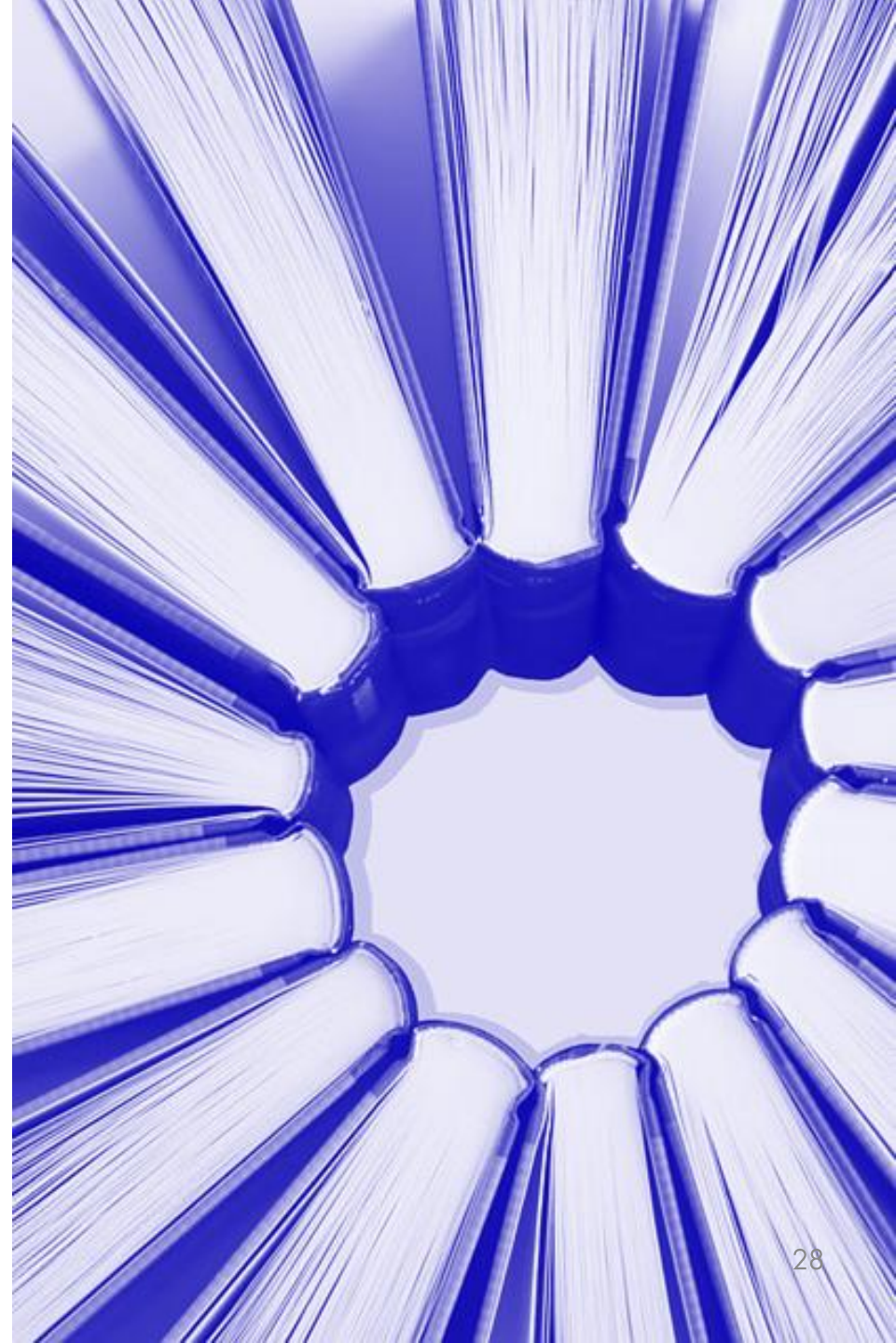
- Note moyenne / 10



# L'évolution de la pratique de la lecture

---

Evolution du temps consacré à  
la lecture



# Une tendance (légère) à la diminution du temps consacré à la lecture

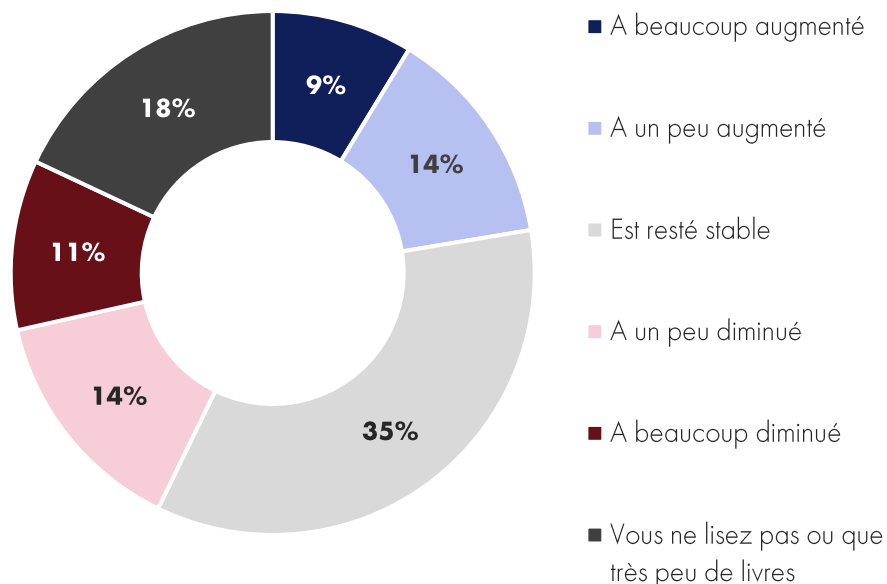
Au cours des dernières années, diriez-vous que le temps que vous avez consacré à la lecture de livres... ?

Base totale, n = 3995 / Base : lecteurs, n = 3357

Parmi l'ensemble de la population

**A diminué : 25%**

**A augmenté : 22%**

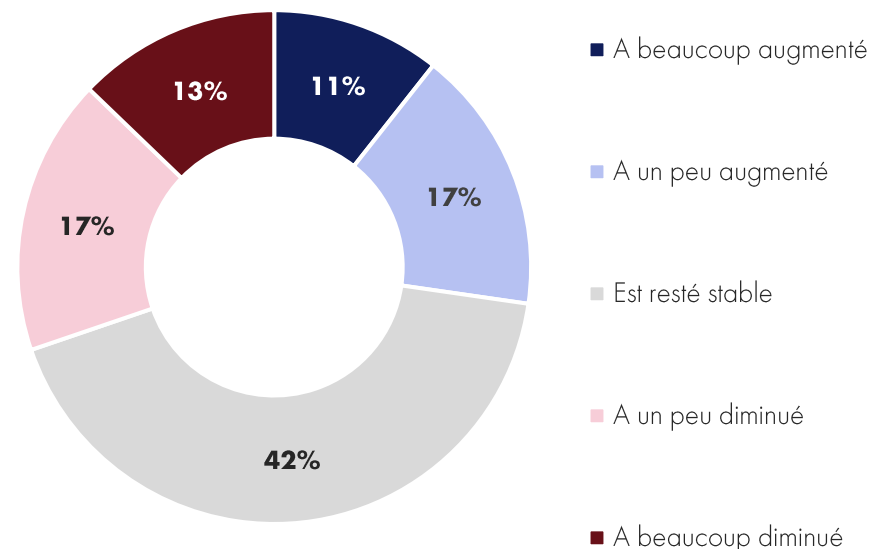


**Solde d'évolution : -3**

Parmi les lecteurs

**A diminué : 30%**

**A augmenté : 27%**



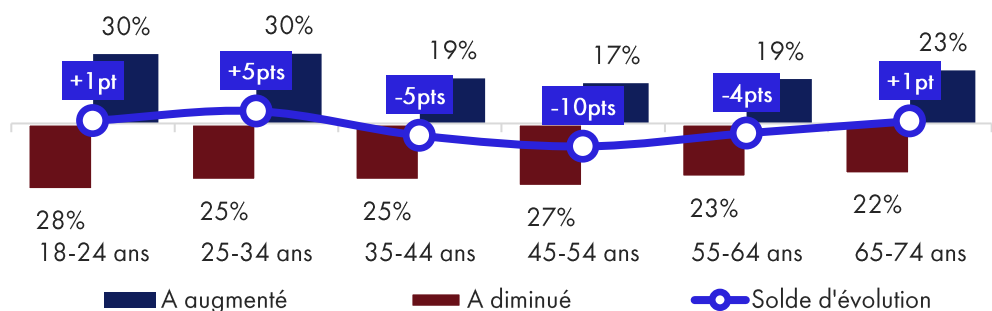
**Solde d'évolution : -3**

# Une diminution de la lecture plus répandue entre 35 et 54 ans. Les essais et romans épargnés

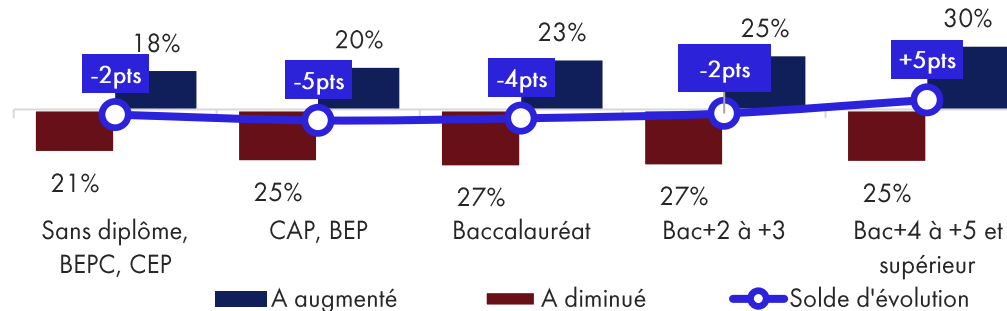
Au cours des dernières années, diriez-vous que le temps que vous avez consacré à la lecture de livres... ?

Base totale, n = 3995

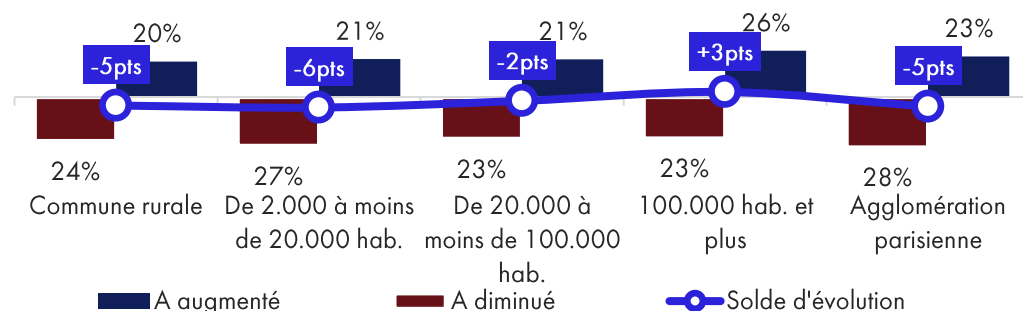
Evolution du temps consacré à la lecture en fonction de l'âge



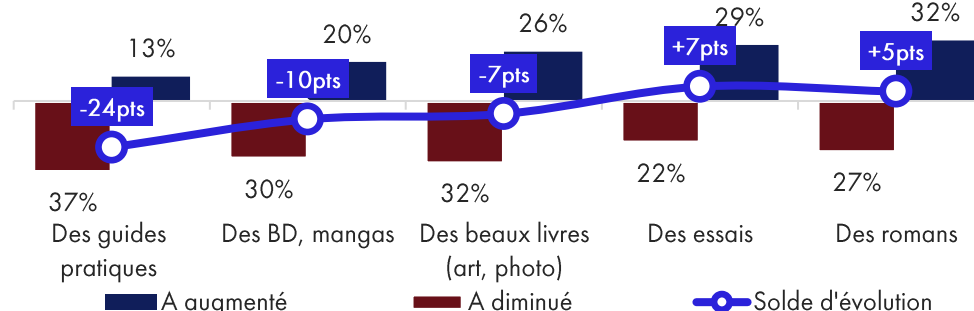
Evolution du temps consacré à la lecture en fonction du niveau de diplôme



Evolution du temps consacré à la lecture en fonction de la taille de l'agglomération



Evolution du temps consacré à la lecture en fonction du type de livres le plus lu



# La pratique de la lecture s'accroît parmi les clients mais tend à baisser parmi le reste des lecteurs

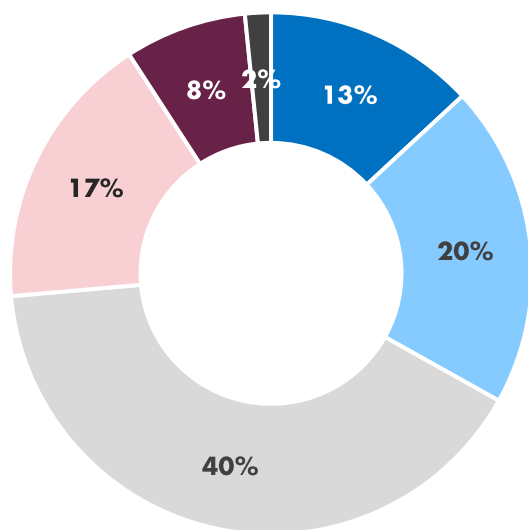
Au cours des dernières années, diriez-vous que le temps que vous avez consacré à la lecture de livres... ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104 / non-clients n = 2891

Clients des librairies indépendantes

**A diminué : 25%**

**A augmenté : 33%**



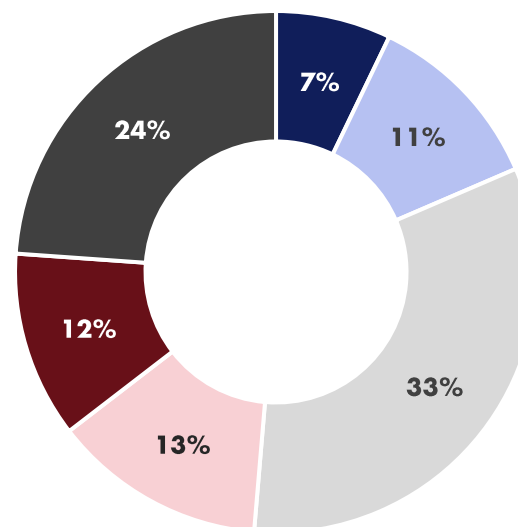
- A beaucoup augmenté
- A un peu augmenté
- Est resté stable
- A un peu diminué
- A beaucoup diminué
- Ne lisent pas ou que très peu de livres

**Solde d'évolution : +8**

Non-clients des librairies indépendantes

**A diminué : 25%**

**A augmenté : 19%**



- A beaucoup augmenté
- A un peu augmenté
- Est resté stable
- A un peu diminué
- A beaucoup diminué
- Ne lisent pas ou que très peu de livres

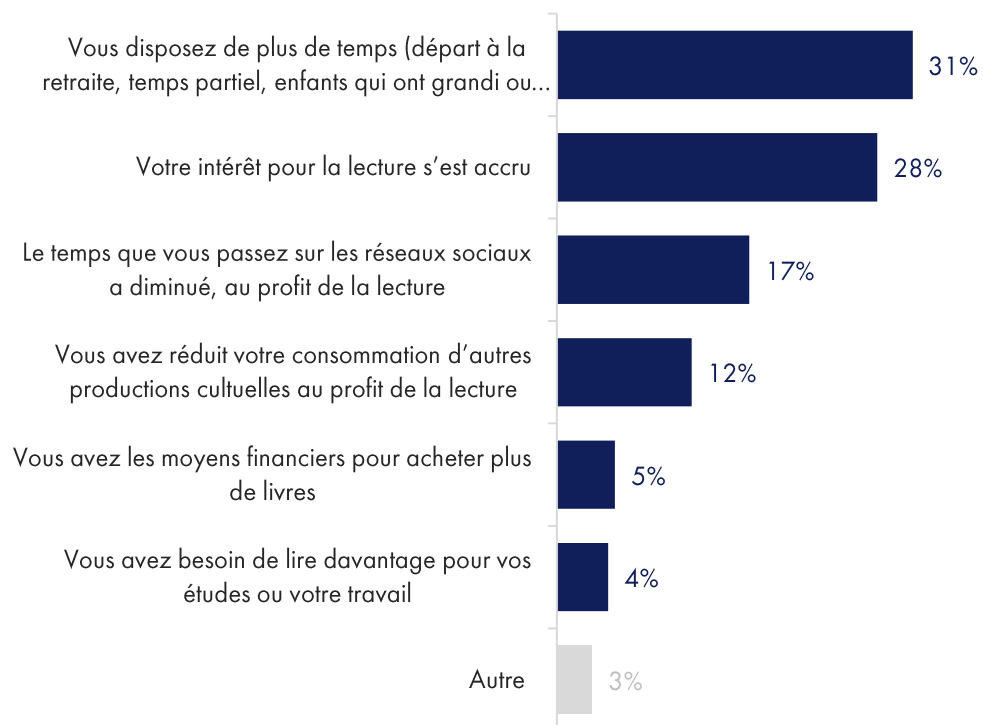
**Solde d'évolution : -6**

# Les changements dans le mode de vie sont la 1<sup>ère</sup> justification déclarée de l'évolution du temps consacré à la lecture. La lecture est en concurrence pour l'occupation du temps libre

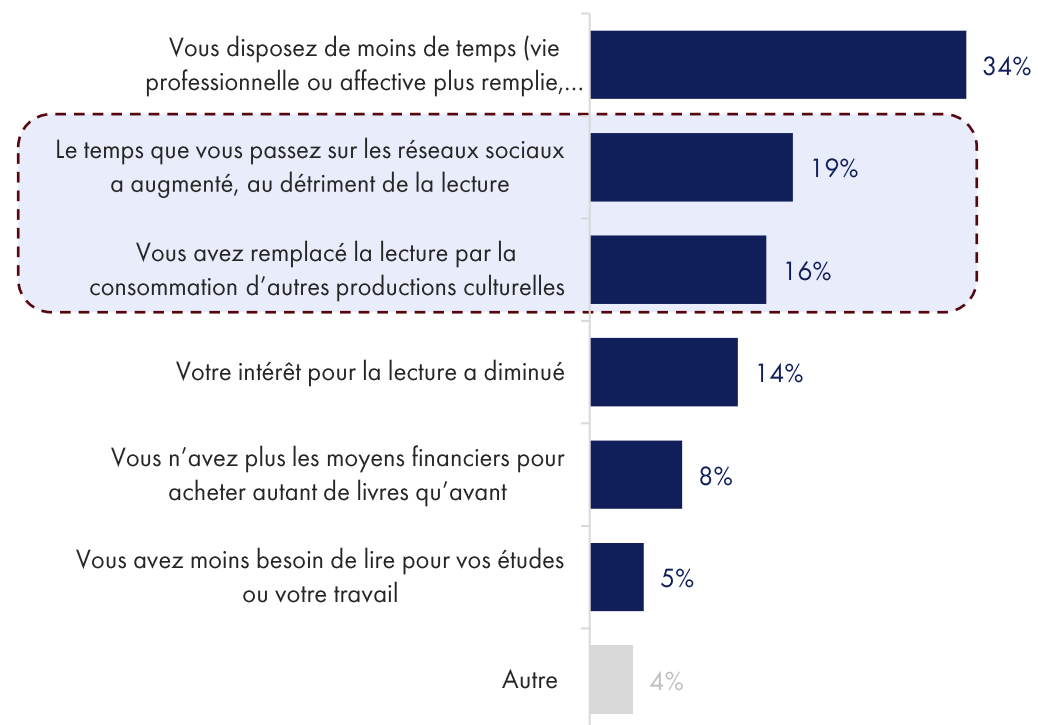
Quelle est la raison principale pour laquelle le temps que vous consacrez à la lecture de livres a augmenté / diminué au cours des dernières années ?

Base : individus ayant augmenté leur temps de lecture, n = 1003 / individus ayant diminué leur temps de lecture, n = 912

## Raisons de l'augmentation du temps consacré à la lecture



## Raisons de la diminution du temps consacré à la lecture

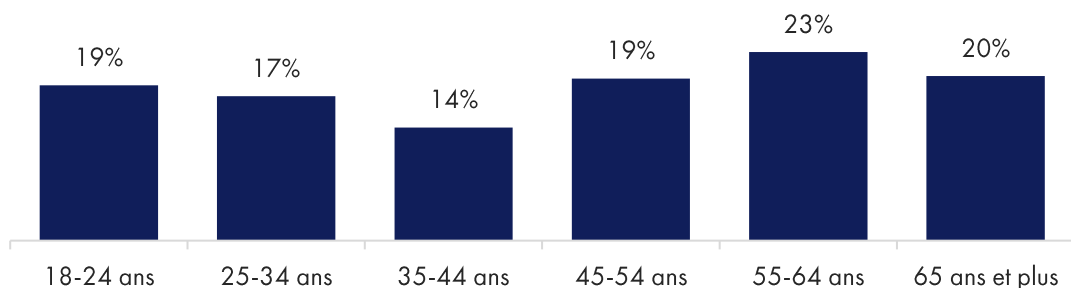


# Le recul du temps de lecture au profit des réseaux est plus fréquent parmi les catégories aisées à faible capital culturel

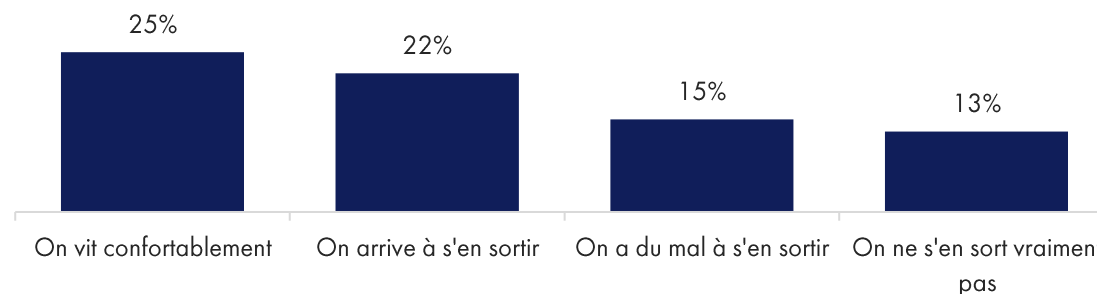
## Profil des individus ayant diminué leur temps de lecture au profit des réseaux sociaux

Base : individus ayant diminué leur temps de lecture, n = 912

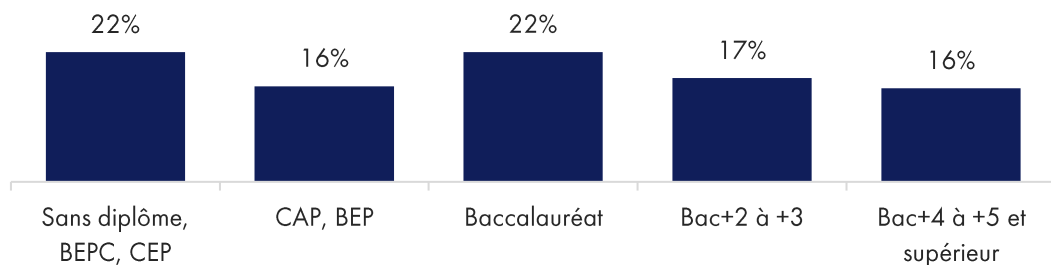
Passent plus de temps sur les réseaux sociaux et moins à lire en fonction de l'âge



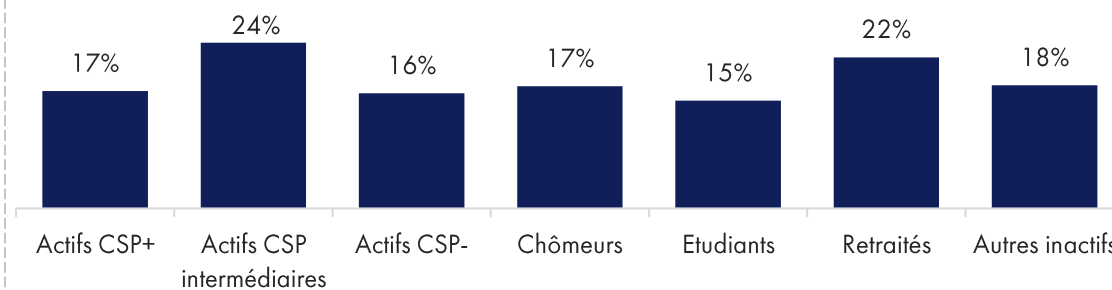
Passent plus de temps sur les réseaux sociaux et moins à lire en fonction de la contrainte budgétaire



Passent plus de temps sur les réseaux sociaux et moins à lire en fonction du niveau de diplôme



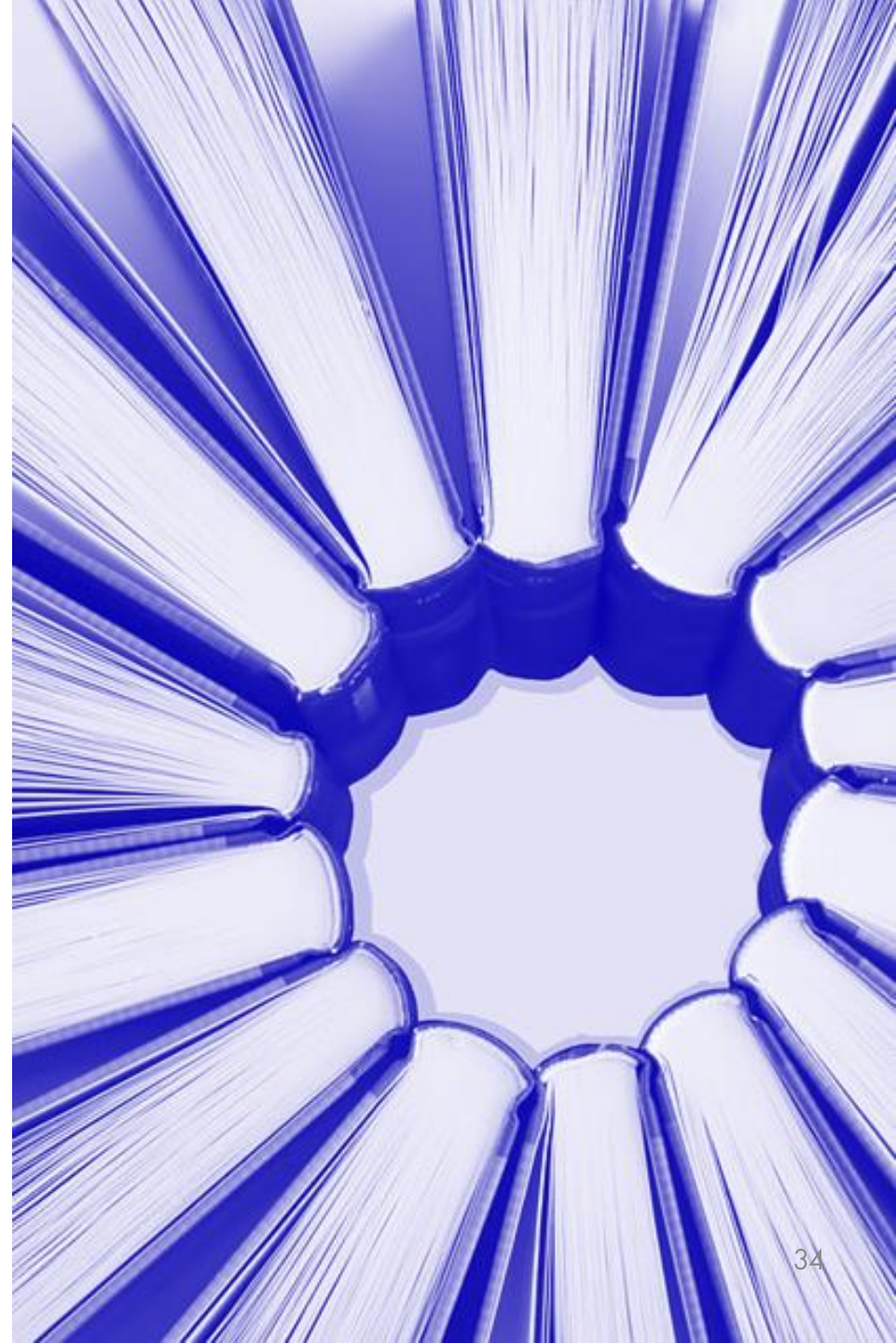
Passent plus de temps sur les réseaux sociaux et moins à lire en fonction du niveau de diplôme



# L'évolution de la pratique de la lecture en France

---

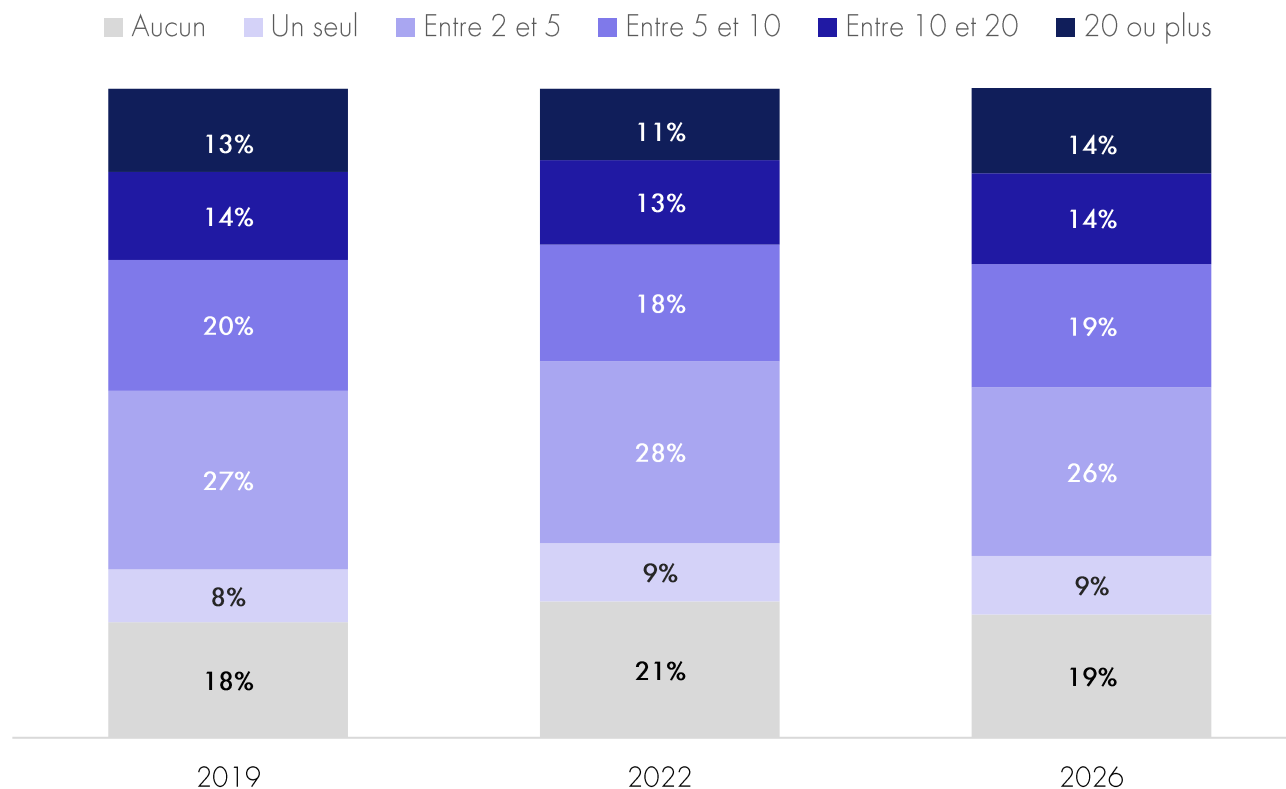
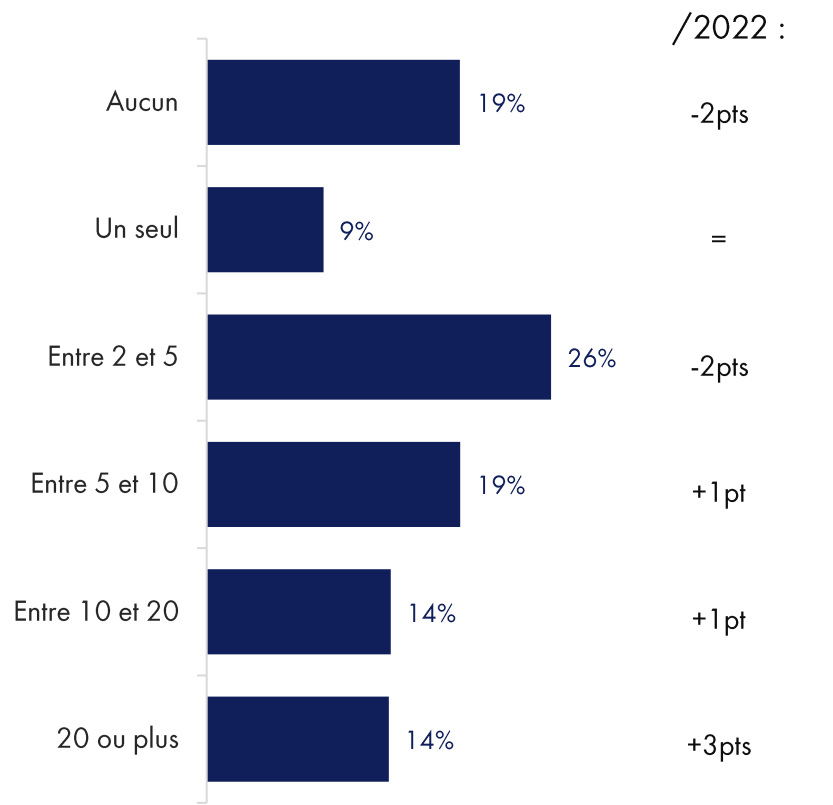
Évolution du nombre et du genre  
des livres lus



# Une relative stabilité du nombre de livres lus chaque année

Combien de livres, approximativement, lisez-vous par an (y compris e-books et livres audio) ?

Base totale, n = 3995

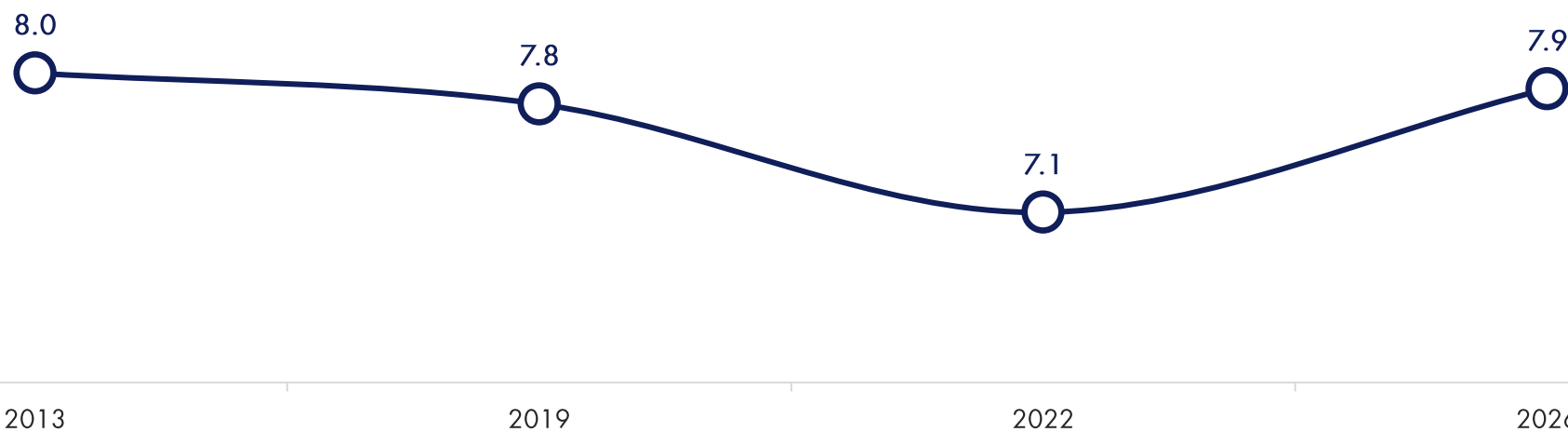


# Le nombre moyen de livres lus se stabilise à un peu moins de 8 par an

Combien de livres, approximativement, lisez-vous par an (y compris e-books et livres audio) ?

Base totale, n = 3995

Evolution du nombre moyen de livres lus chaque année par Français

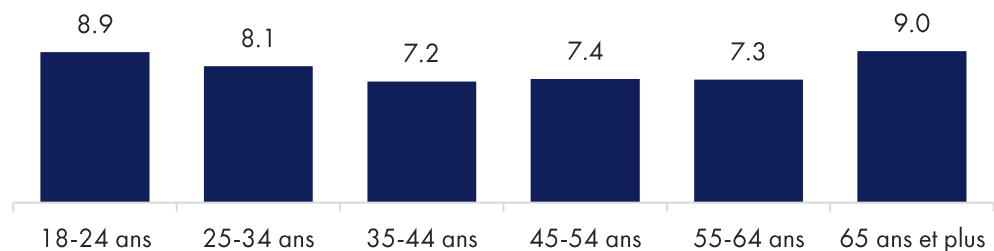


## Les jeunes, les urbains et les diplômés de l'enseignement supérieur constituent les plus gros lecteurs. L'influence très forte du niveau de diplôme sur le nombre de livres lus.

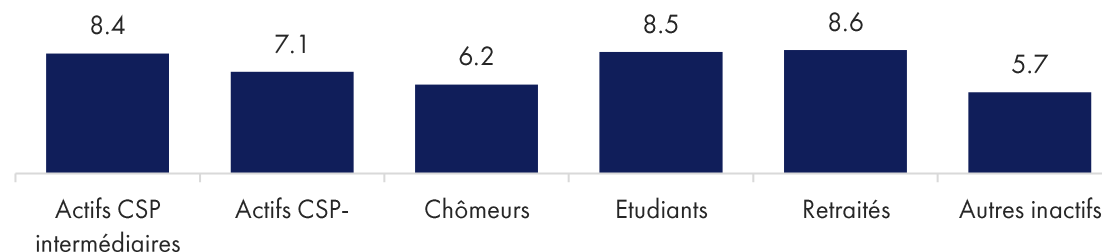
Combien de livres, approximativement, lisez-vous par an (y compris e-books et livres audio) ?

Base totale, n = 3995

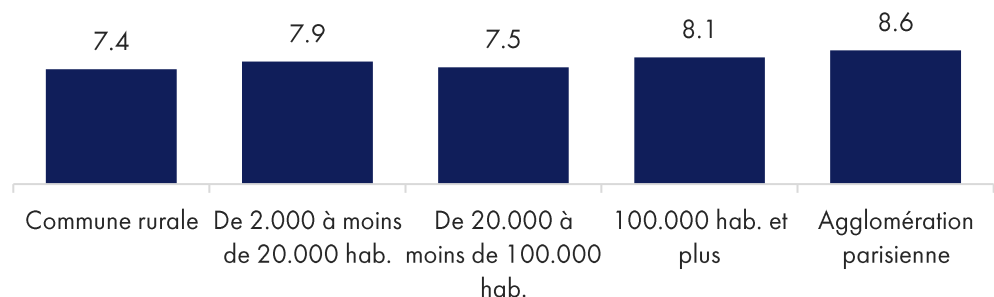
Nombre moyen de livres lus par an en fonction de l'âge



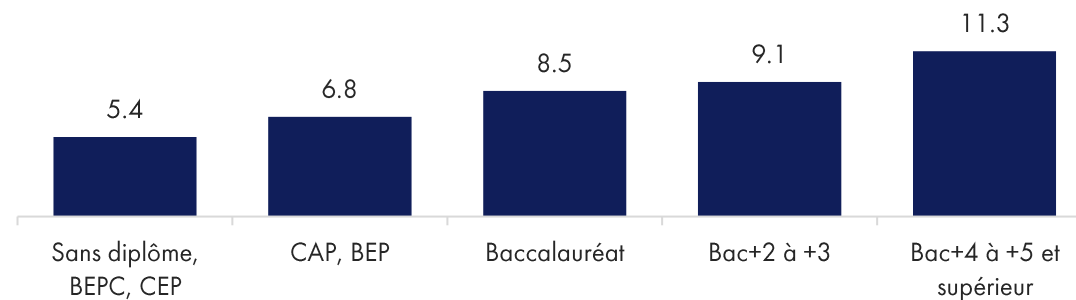
Nombre moyen de livres lus par an en fonction de la CSP des actifs occupés



Nombre moyen de livres lus par an en fonction de l'aire urbaine de résidence



Nombre moyen de livres lus par an en fonction du niveau de diplôme

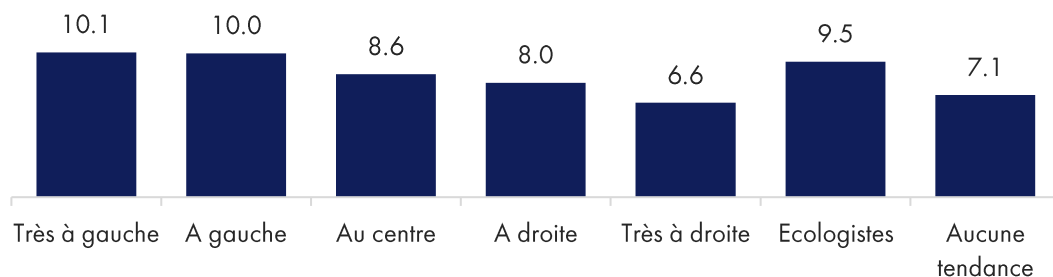


# Les clients de librairies situées dans des centres commerciaux et les non-clients consomment également une quantité non négligeable de livres

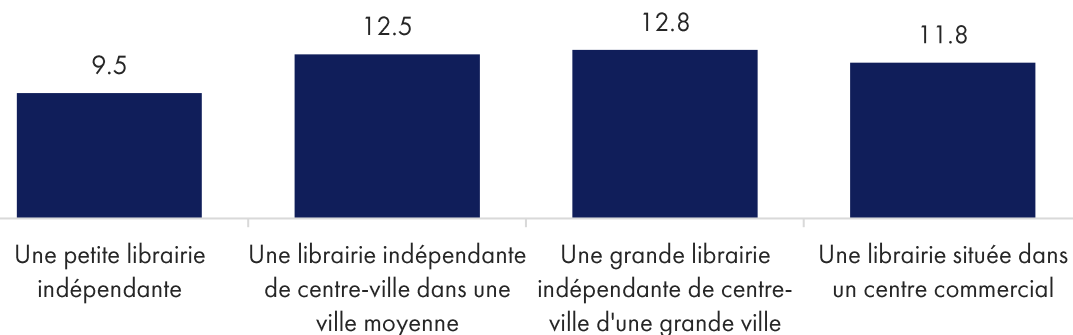
Combien de livres, approximativement, lisez-vous par an (y compris e-books et livres audio) ?

Base totale, n = 3995

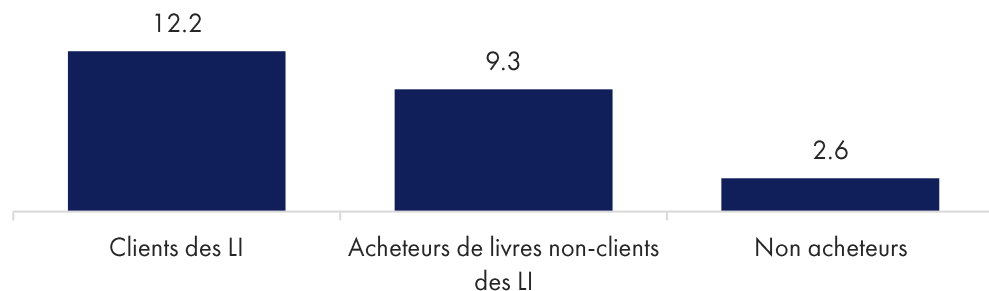
Nombre moyen de livres lus par an en fonction de la sensibilité politique



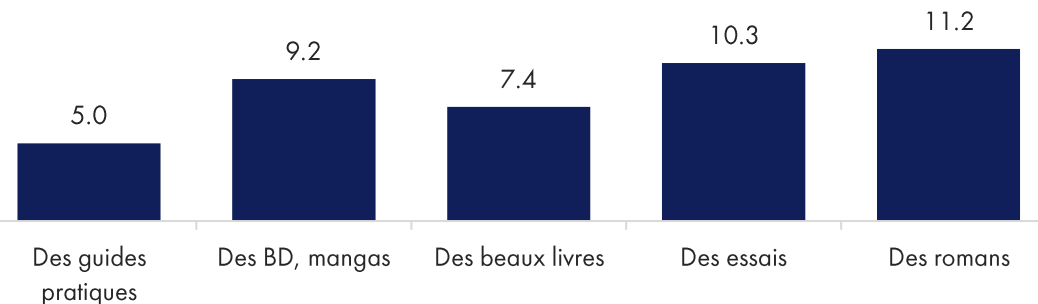
Nombre moyen de livres lus par an en fonction du type de librairie fréquentée



Nombre moyen de livres lus par an en fonction de la fréquentation des librairies indépendantes



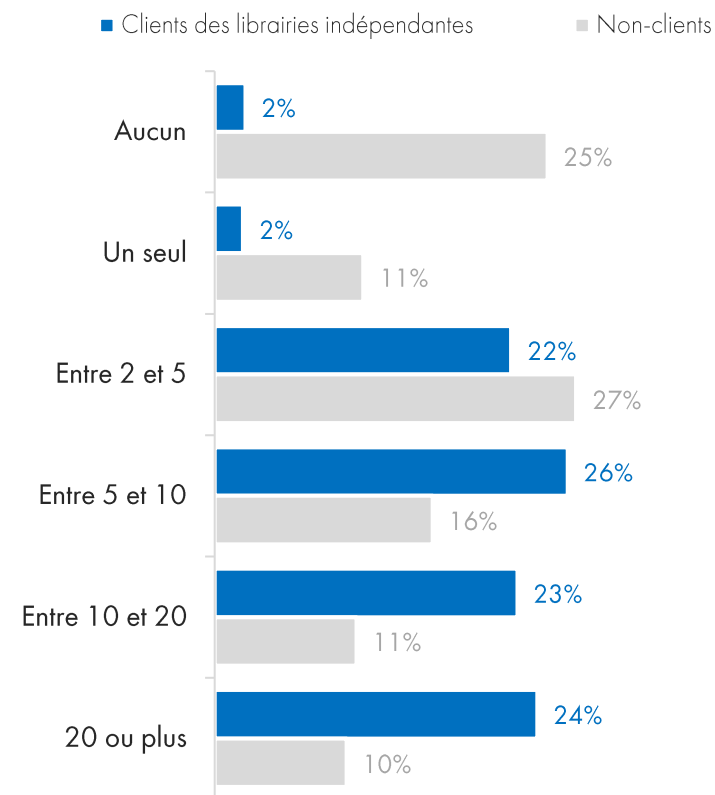
Nombre moyen de livres lus par an en fonction du type de livres lus principalement



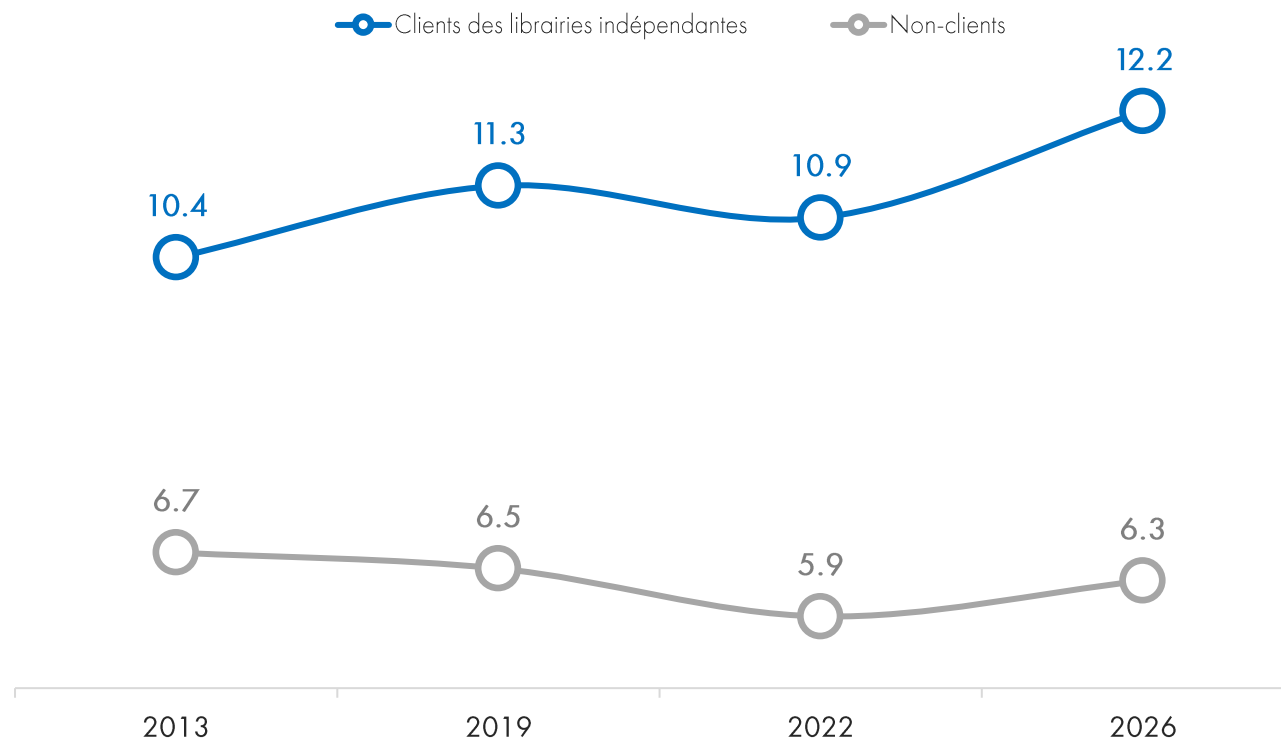
# La quantité de livres lus par les clients des librairies indépendantes tend encore à s'accroître

Combien de livres, approximativement, lisez-vous par an (y compris e-books et livres audio) ?

Bases clients (n = 1004) et non-clients (n = 2891)



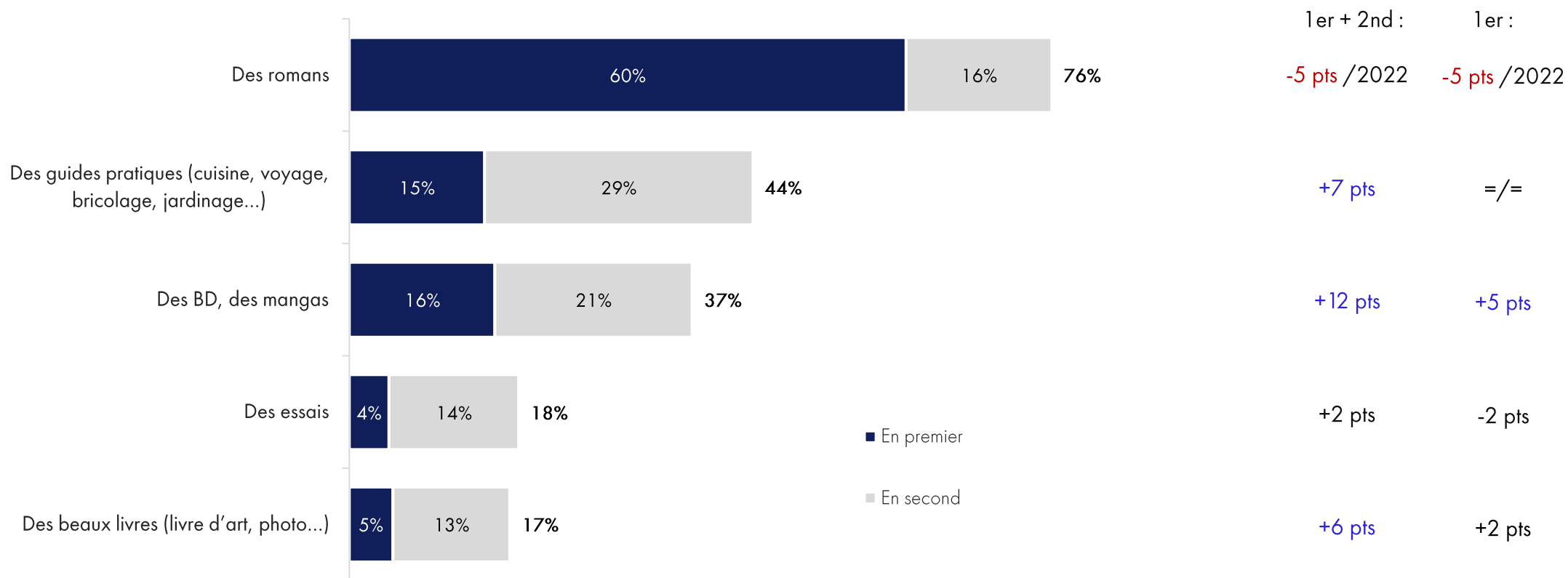
Evolution du nombre moyen de livres lus chaque année par Français



# Les romans en légère perte de vitesse au profit des BD, des guides pratiques et des beaux livres

Quel est le genre de livre que vous lisez principalement ?

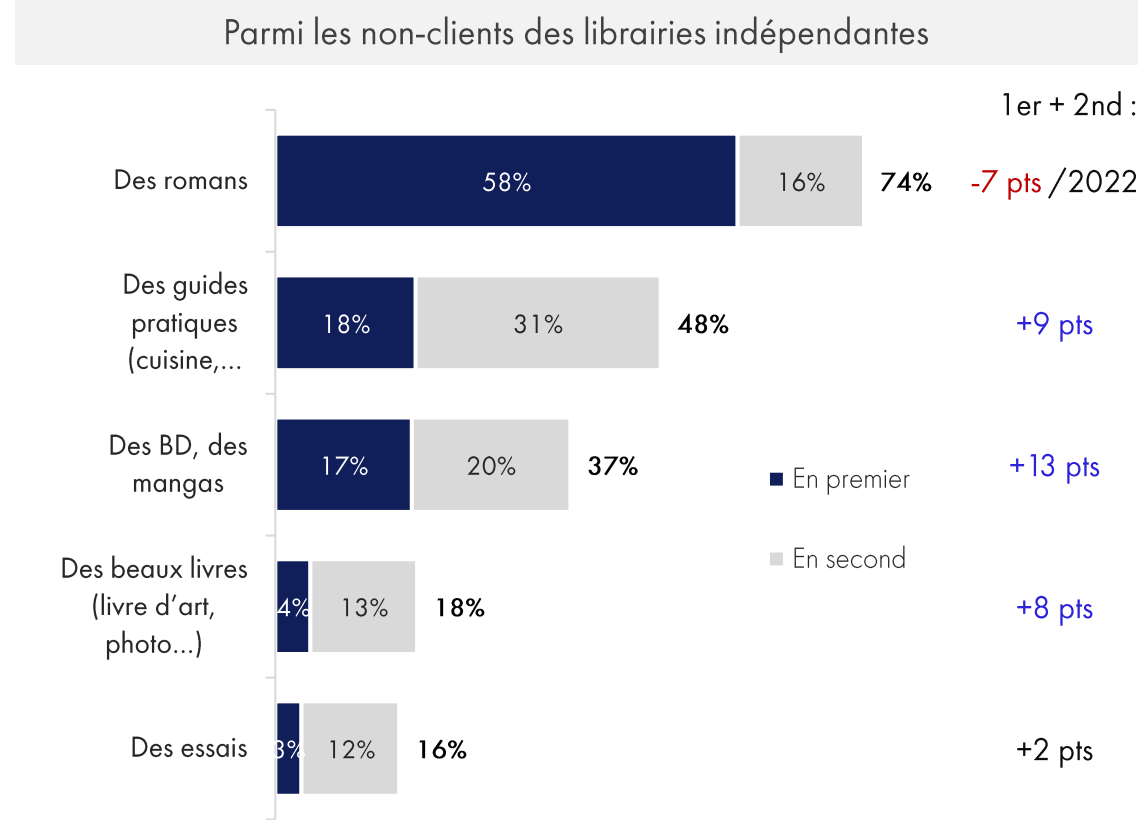
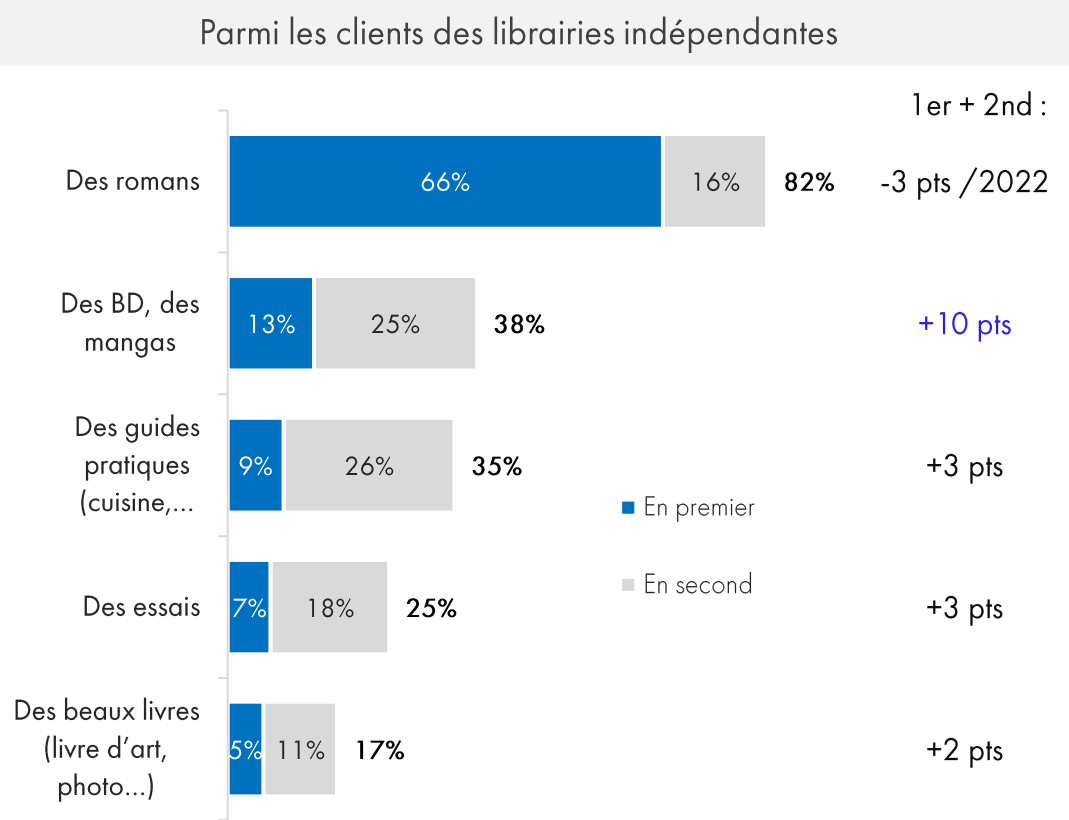
Base : individus lisant au moins un livre par an, n = 3312



# Les romans et les essais, surreprésentés parmi les clients de la librairie indépendante

Quel est le genre de livre que vous lisez principalement ?

Base : individus lisant au moins un livre par an, client des librairies indépendantes n = 1599 et non-clients n=632

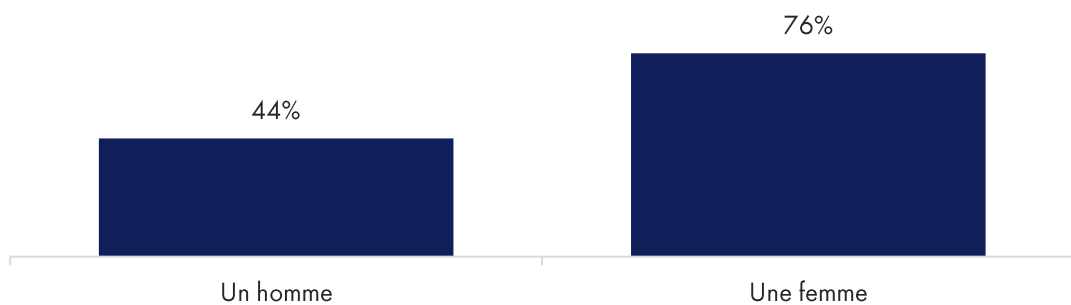


# Les femmes, les personnes âgées, diplômées et votant à gauche ont une pratique de la lecture davantage centrée sur le roman

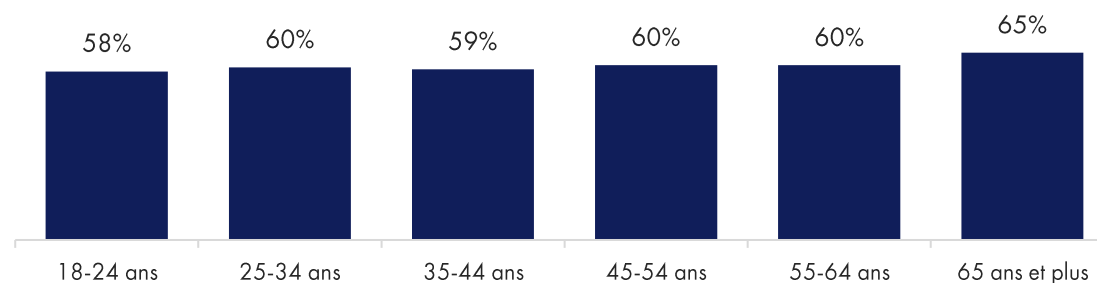
## Profil des lecteurs des différentes catégories de livres principalement lus – Les romans

Base : individus lisant au moins un livre par an, n = 3312 - Livres lus « En premier »

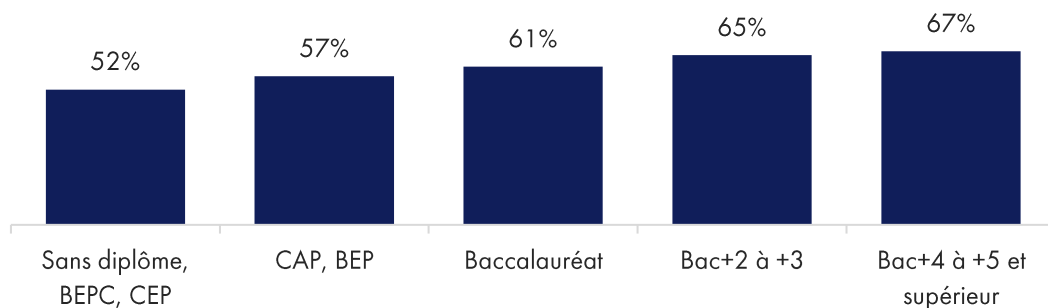
Lisent principalement des romans en fonction du genre



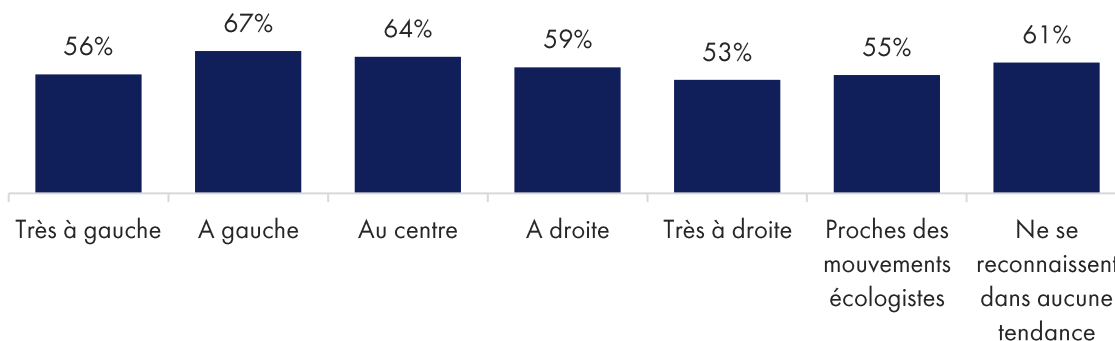
Lisent principalement des romans en fonction de l'âge



Lisent principalement des romans en fonction du niveau de diplôme



Lisent principalement des romans en fonction de la sensibilité politique

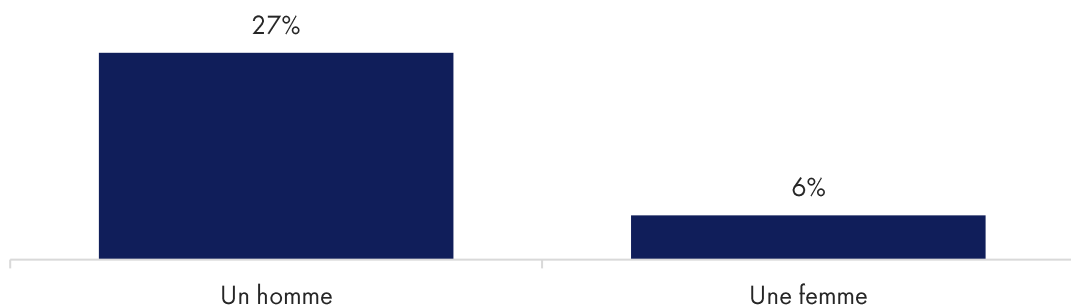


# Les hommes, jeunes, peu diplômés et très à gauche davantage portés sur les BDs/mangas

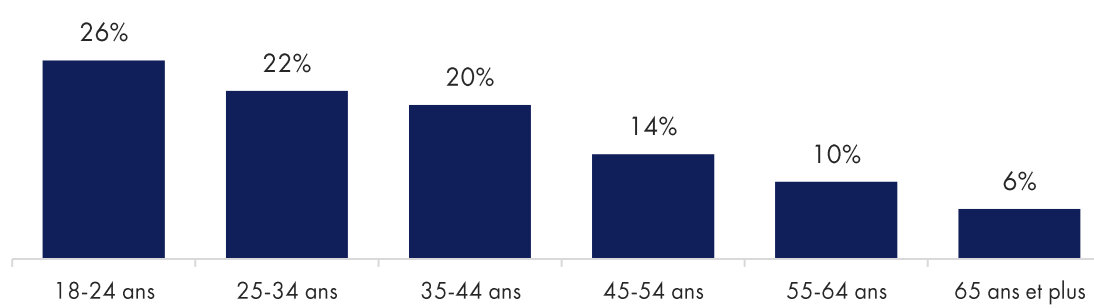
## Profil des lecteurs des différentes catégories de livres principalement lus – Les BD et mangas

Base : individus lisant au moins un livre par an, n = 3312 - Livres lus « En premier »

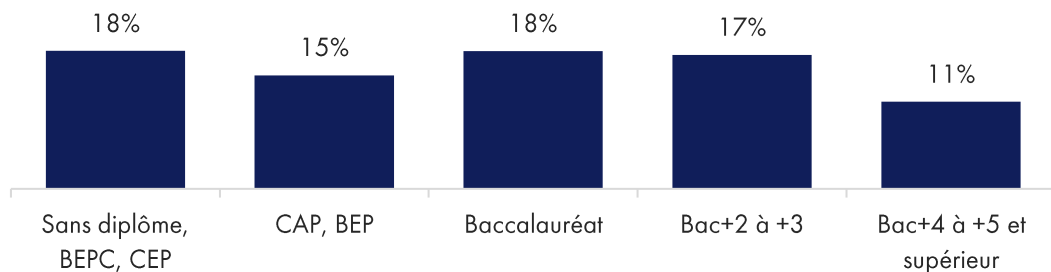
Lisent principalement des BDs et/ou mangas en fonction du genre



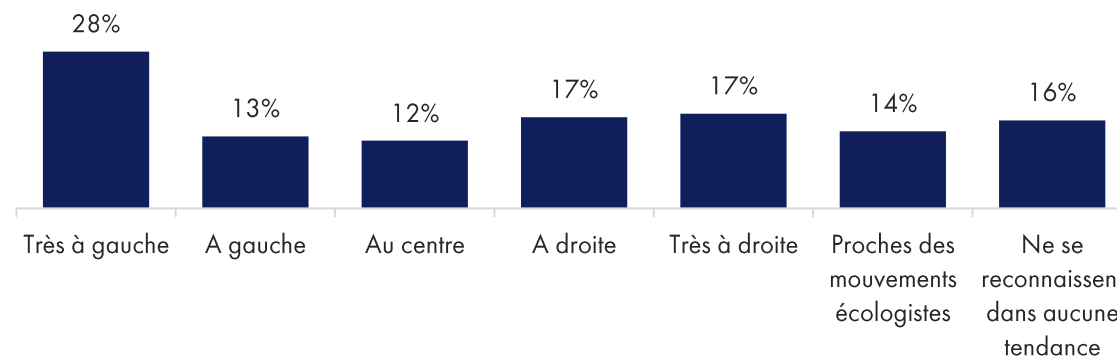
Lisent principalement des BDs et/ou mangas en fonction de l'âge



Lisent principalement des BDs et/ou mangas en fonction du niveau de diplôme



Lisent principalement des BDs et/ou mangas en fonction de la sensibilité politique

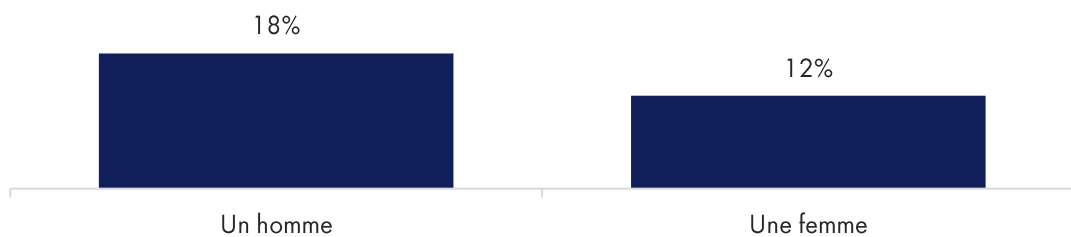


# Les hommes, âgés, peu diplômés et proches des mouvements écologistes sont davantage enclins à lire d'abord des guides pratiques

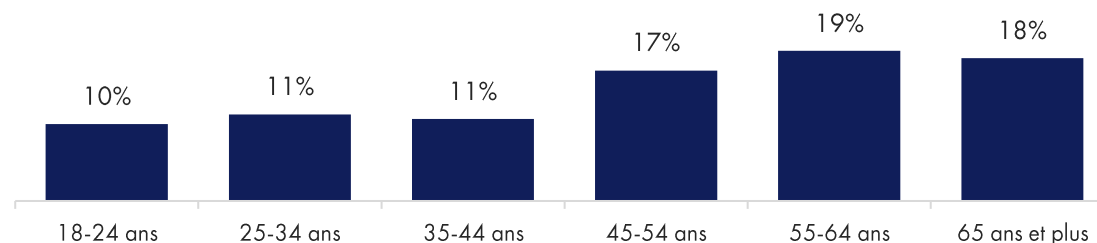
## Profil des lecteurs des différentes catégories de livres principalement lus – Les guides pratiques

Base : individus lisant au moins un livre par an, n = 3312 - Livres lus « En premier »

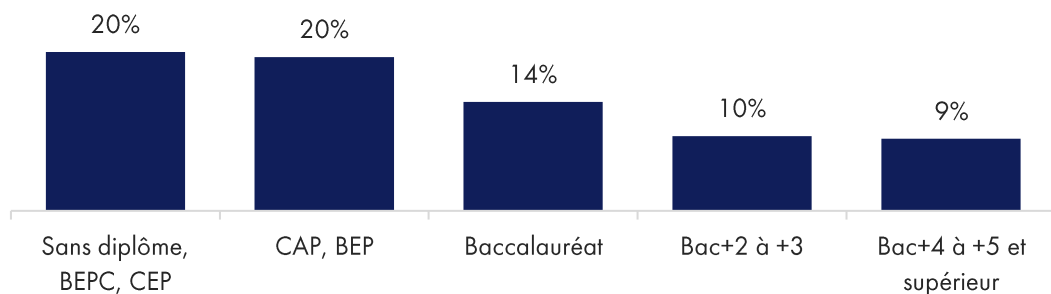
Lisent principalement des guides pratiques en fonction du genre



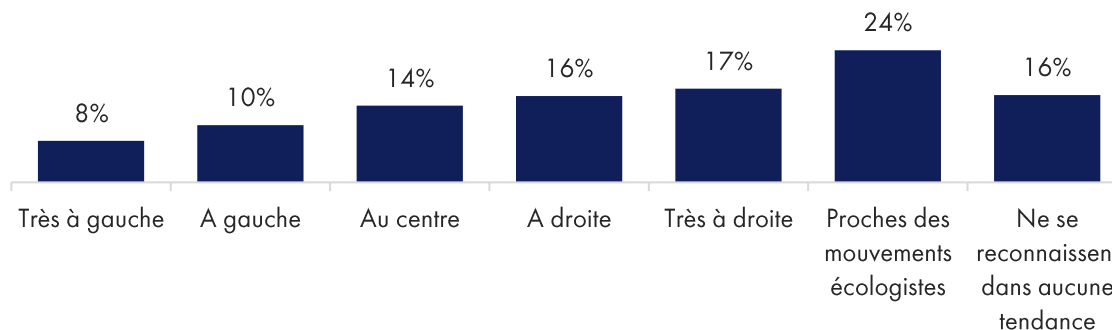
Lisent principalement des guides pratiques en fonction de l'âge



Lisent principalement des guides pratiques en fonction du niveau de diplôme



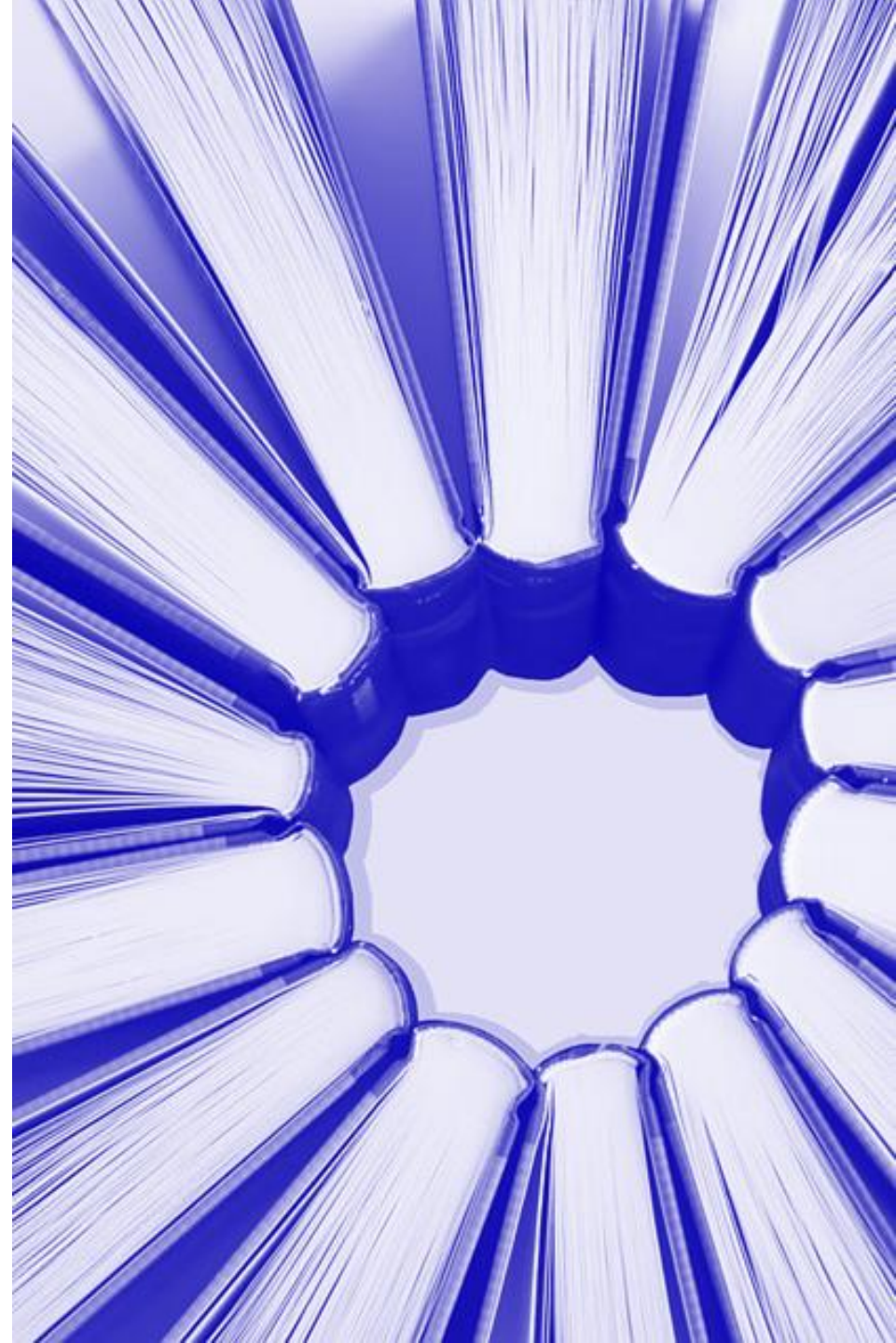
Lisent principalement des guides pratiques en fonction de la sensibilité politique



# L'évolution de la pratique de la lecture

---

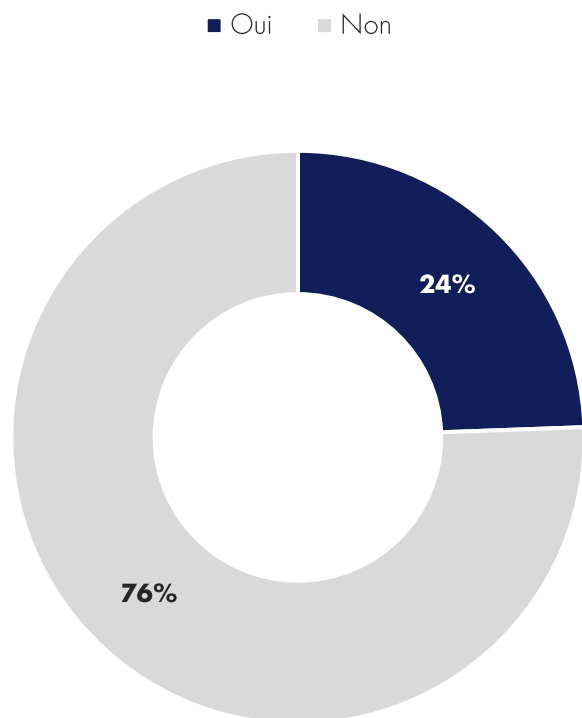
Fréquentation des  
médiathèques



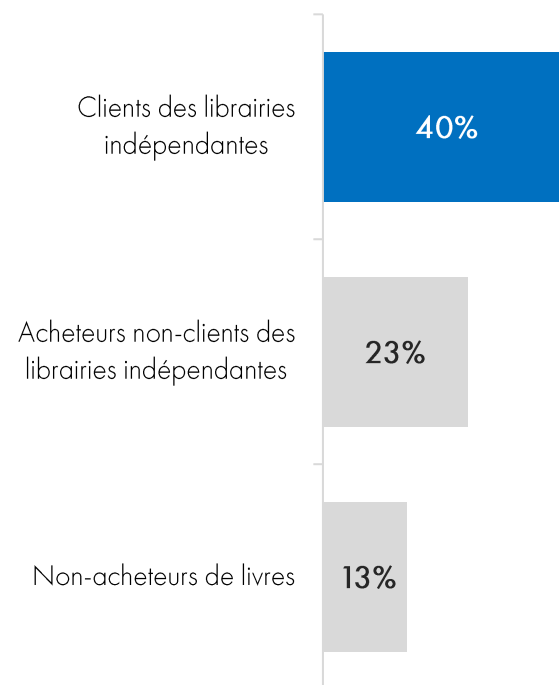
## 24% des Français sont inscrits dans une bibliothèque / médiathèque. Les clients de la librairie indépendante en pointe.

Êtes-vous personnellement inscrit(e) ou abonné(e) à une bibliothèque ou une médiathèque dans laquelle vous pouvez emprunter des livres ?

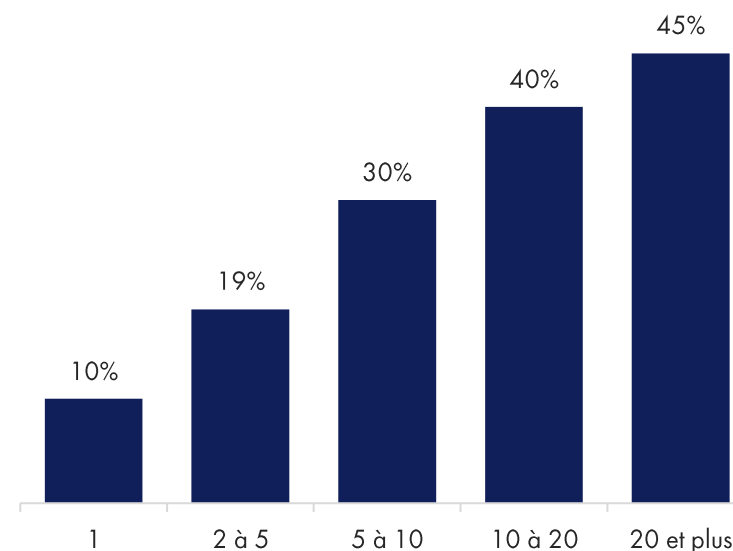
Base totale, n = 3995



% inscrits dans une bibliothèque / médiathèque



Abonnés ou inscrits à une bibliothèque/ médiathèque selon le nombre de livres lus par an

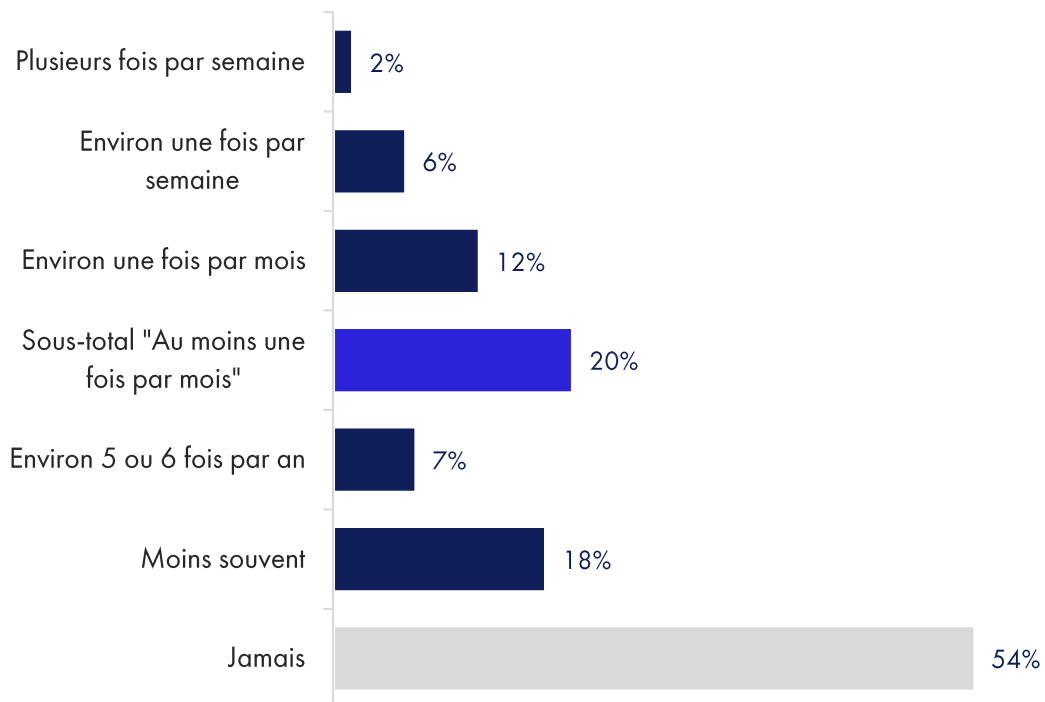


# Un Français sur cinq se rend en bibliothèque / médiathèque au moins une fois par mois

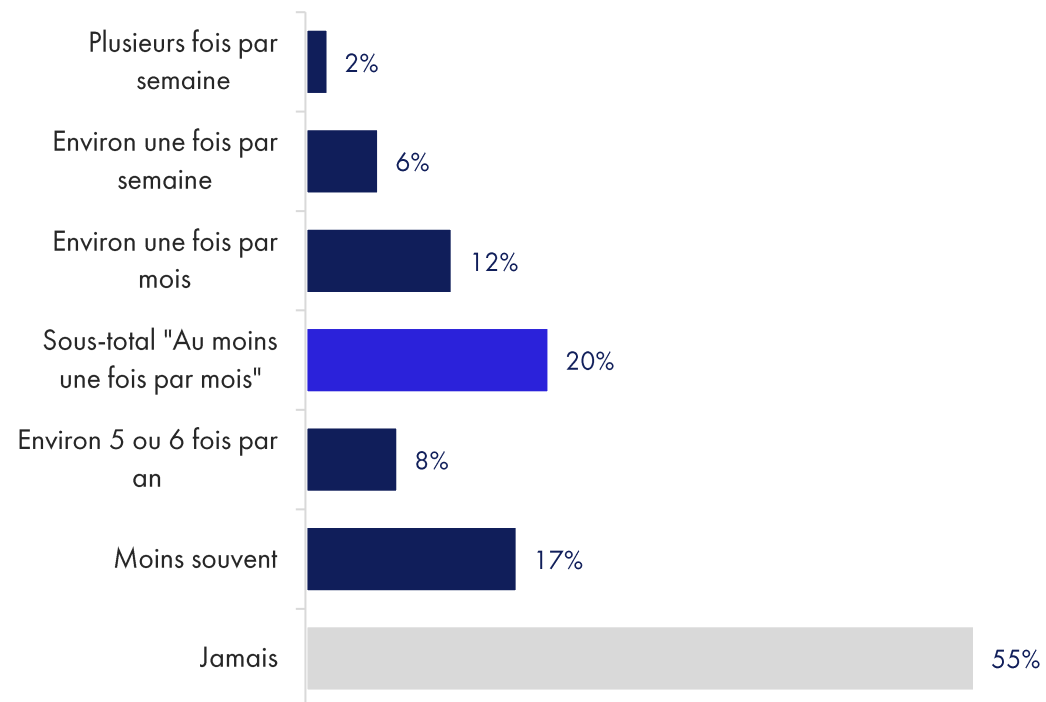
A quelle fréquence vous rendez-vous dans une bibliothèque ou une médiathèque pour consulter ou emprunter des livres ?

Base totale, n = 3995 / personnes avec enfant(s) ou petit(s) enfant(s), n = 2876

Pour consulter ou emprunter des livres pour vous



Pour consulter ou emprunter des livres pour vos enfants ou vos petits-enfants

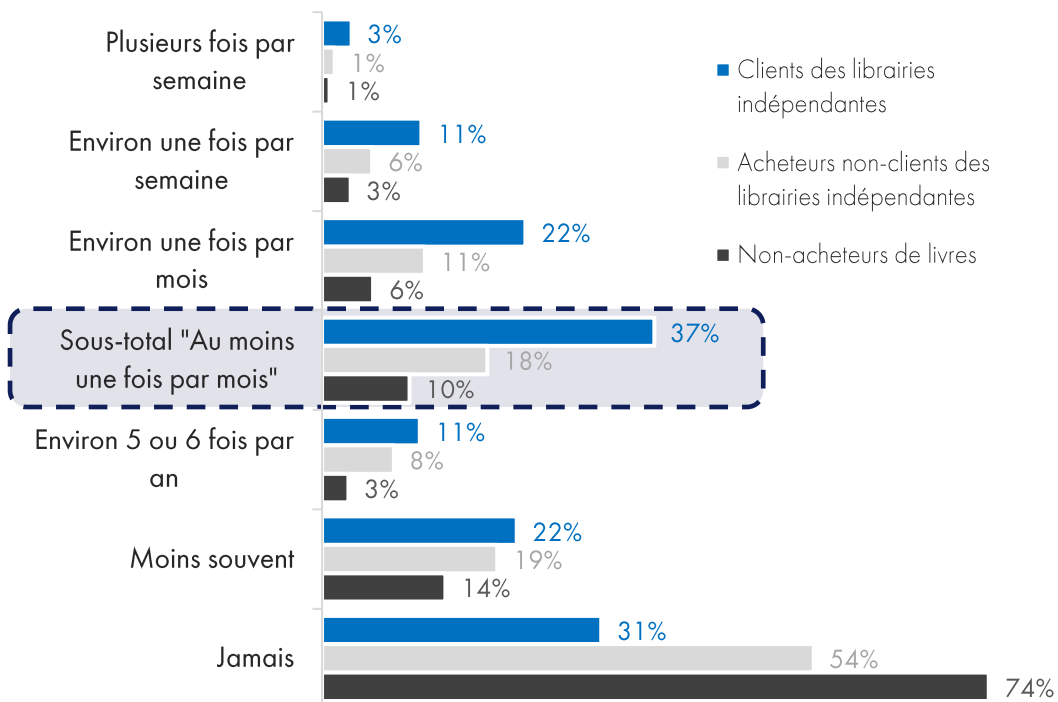


# Une fréquence de visite des bibliothèques significativement supérieure parmi les clients des librairies indépendantes

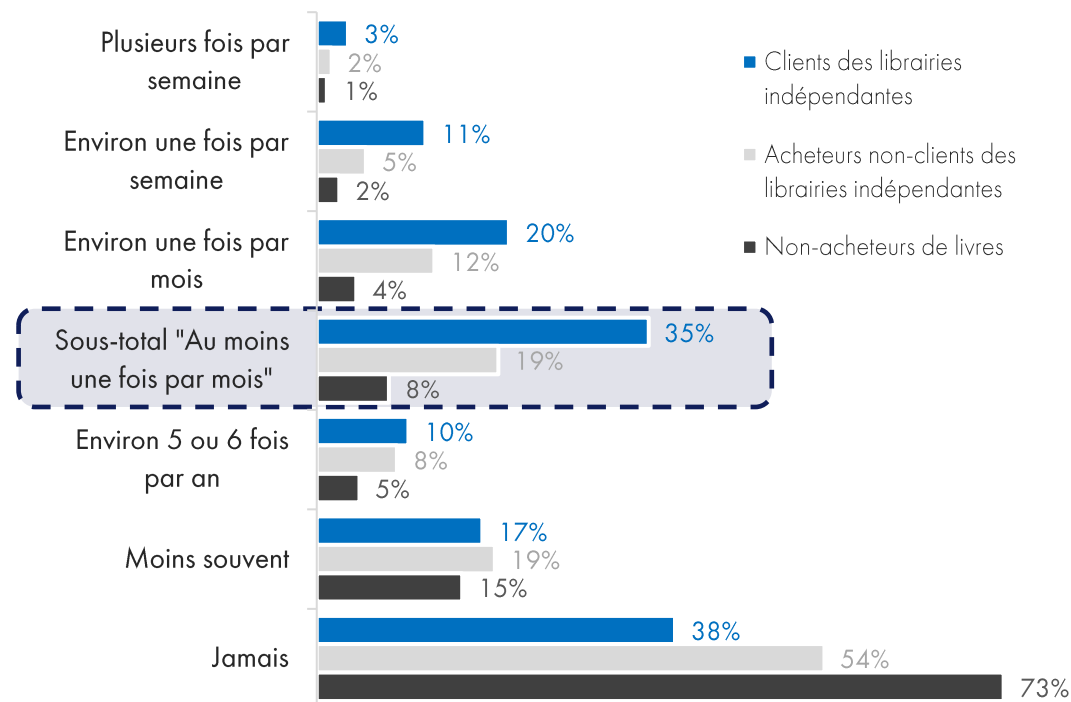
A quelle fréquence vous rendez-vous dans une bibliothèque ou une médiathèque pour consulter ou emprunter des livres ?

Base totale, n = 3995 / personnes avec enfant(s) ou petit(s) enfant(s), n = 2876

Pour consulter ou emprunter des livres pour vous



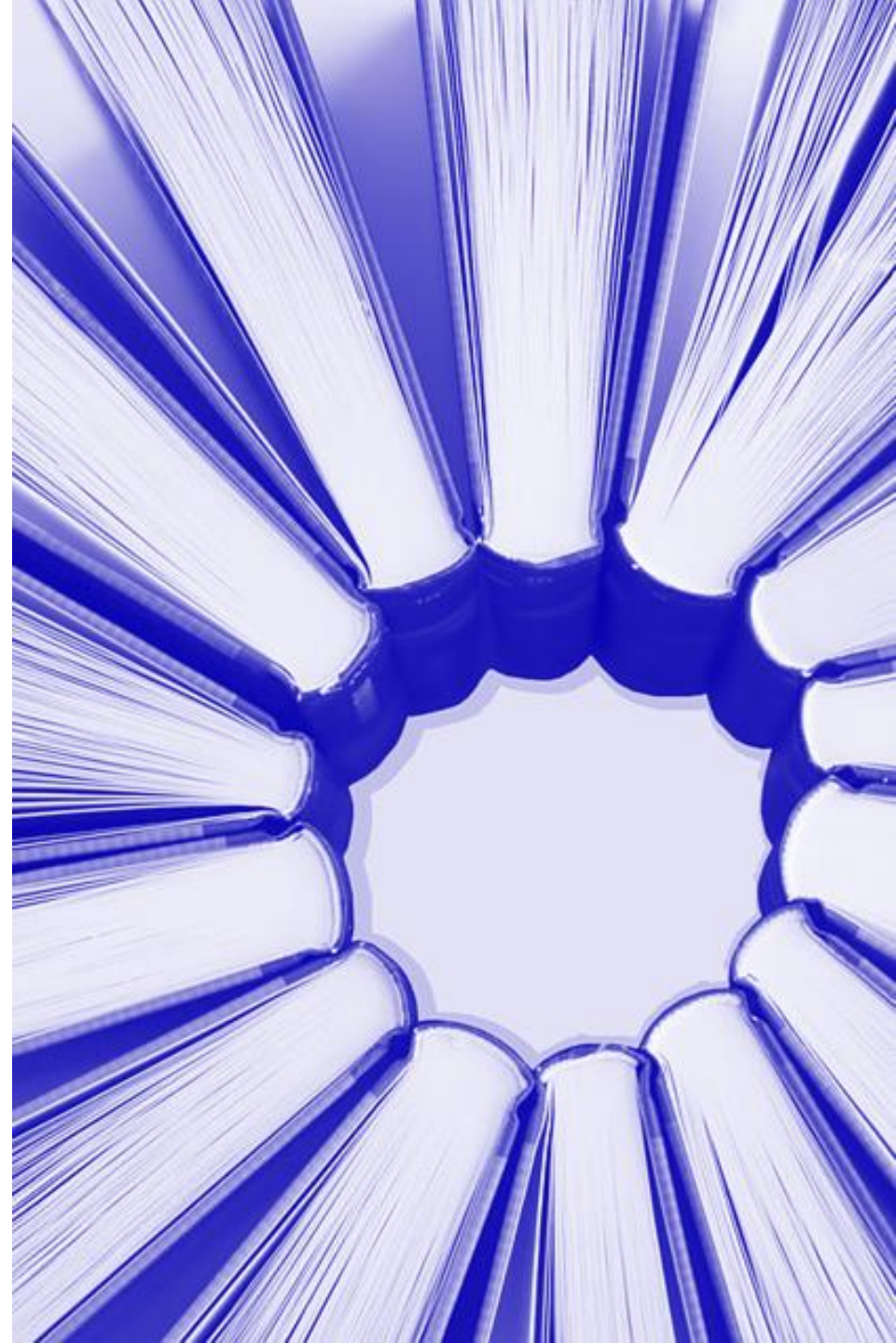
Pour consulter ou emprunter des livres pour vos enfants ou vos petits-enfants



# L'évolution de la pratique de la lecture

---

## Lecture aux enfants

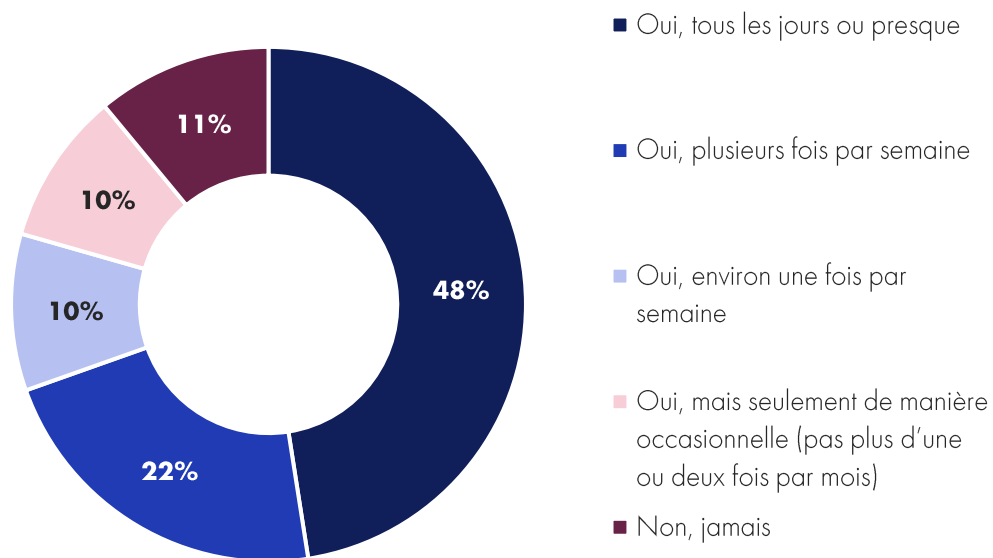


# Une très nette majorité de parents de jeunes enfants ont une pratique régulière de la lecture aux enfants. Les non-acheteurs de livres sont en net retrait

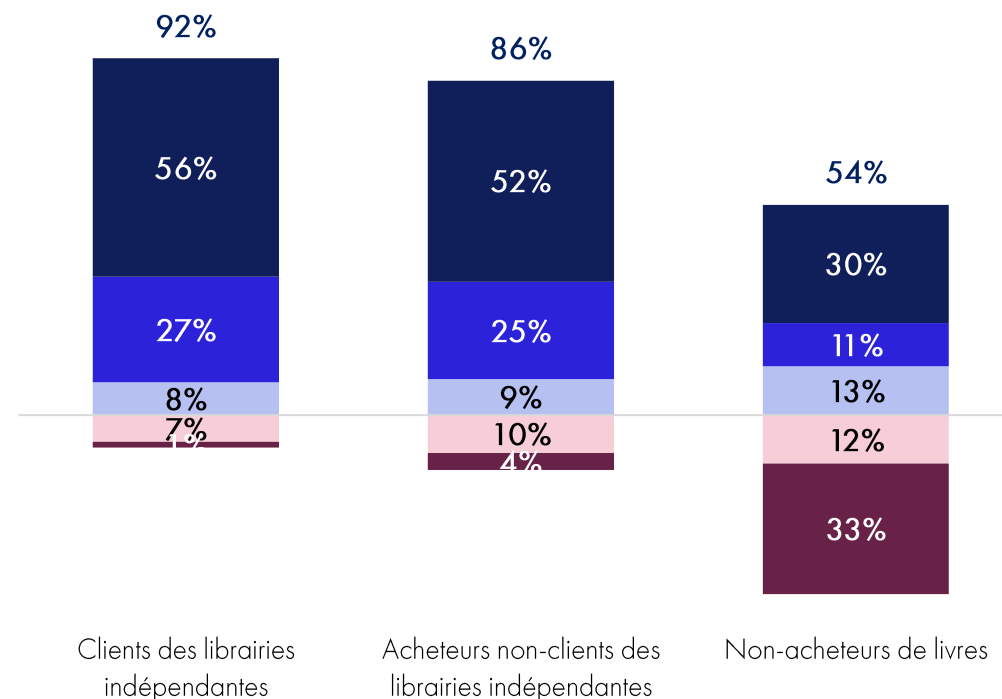
**Vous avez déclaré vivre avec au moins un enfant de moins de 7 ans. Vous arrive-t-il de lui (ou leur) lire des histoires (livres pour enfants, BD...) ?**

Base : individus vivant avec un enfant de moins de 7 ans, n = 439

**Chaque semaine : 79%**

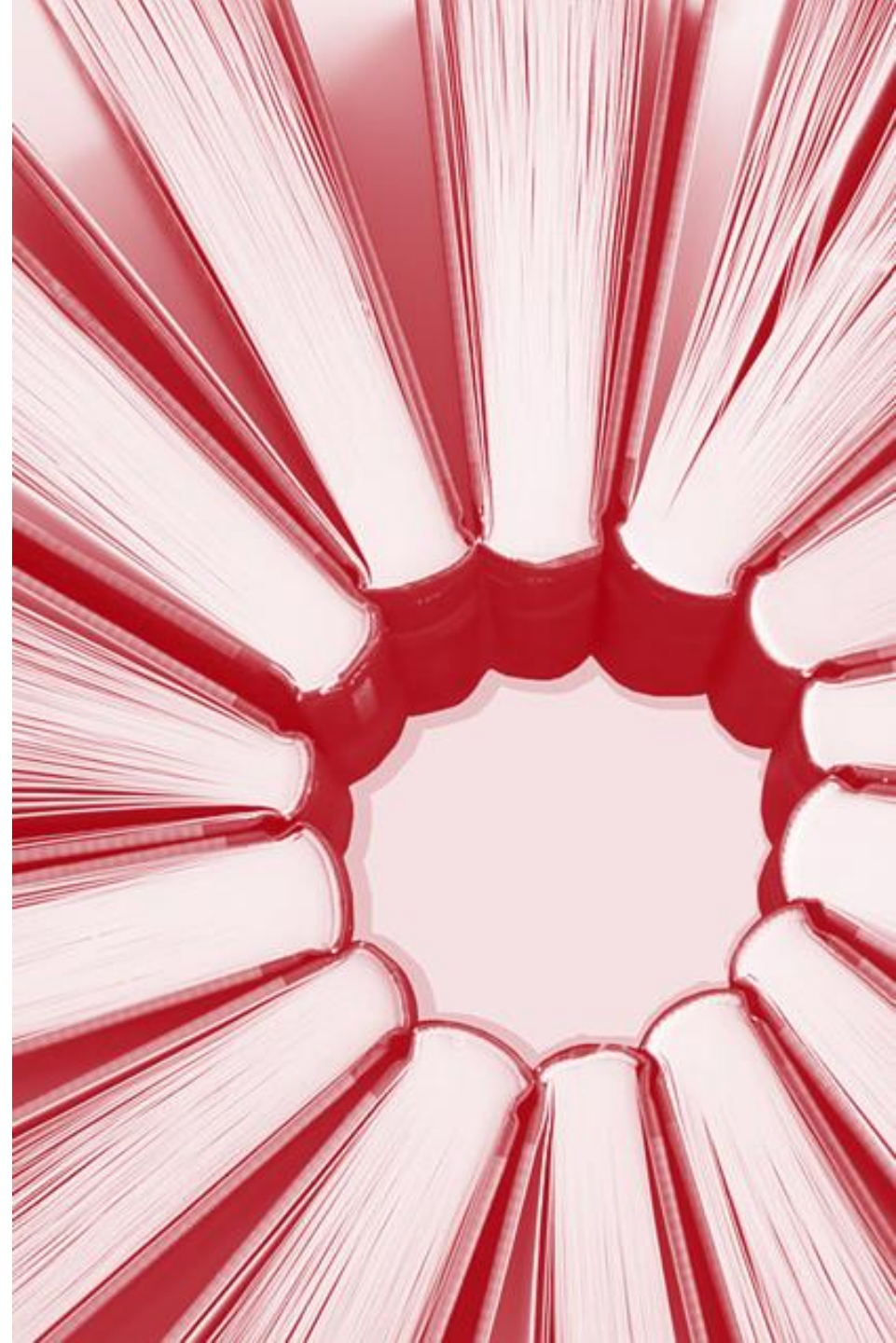


Selon la fréquentation des librairies indépendantes



# L'état des livres possédés

---



# Les Français possèdent chez eux en moyenne 85 livres papier

Combien de livres des catégories suivantes possédez-vous (approximativement) chez vous en version papier (hors e-books et livres audio) ?

Base totale, n = 3995

	Romans	Essais	BD, Mangas	Beaux livres	Guides pratiques	Livres pour enfants, livres jeunesse	Estimation nombre total de livres possédés
Aucun	24%	66%	40%	45%	30%	46%	13%
Moins d'une dizaine	21%	19%	20%	31%	40%	18%	4%
Entre 10 et 20	15%	7%	12%	12%	16%	11%	9%
Entre 20 et 30	10%	3%	7%	5%	7%	8%	8%
Entre 30 et 40	7%	2%	5%	2%	3%	6%	7%
Entre 40 et 50	5%	1%	5%	2%	2%	4%	6%
Entre 50 et 75	5%	1%	3%	1%	1%	3%	13%
Entre 75 et 100	4%	1%	2%	1%	1%	1%	9%
Plus de 100	10%	1%	6%	1%	1%	3%	31%
Nombre moyen	28	6	18	9	10	14	85

Nombre moyen de livres pour enfants possédés : 29 parmi les parents d'enfants de moins de 14 ans ; 32 parmi les parents d'enfants de moins de 7 ans

\*Guide de lecture : 24% des Français ne possèdent chez eux aucun roman papier ; 21% en ont moins d'une dizaine ; le nombre moyen de romans papier possédés par les Français à leur domicile est de 28.

## Le nombre de livres possédés est peu dépendant de l'âge des répondants

Nombre moyen de livres possédés selon la catégorie par tranche d'âge

Base totale, n = 3995

	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Ensemble
Romans	28	24	24	28	30	32	28
Essais	6	6	6	6	6	7	6
BD et mangas	20	19	18	21	17	15	18
Beaux livres	7	7	8	9	9	11	9
Guides pratiques	7	8	9	11	11	13	10
Livres pour enfants, livres jeunesse	11	16	19	15	10	12	14
Estimation nombre total de livres possédés	78	80	84	91	84	90	85

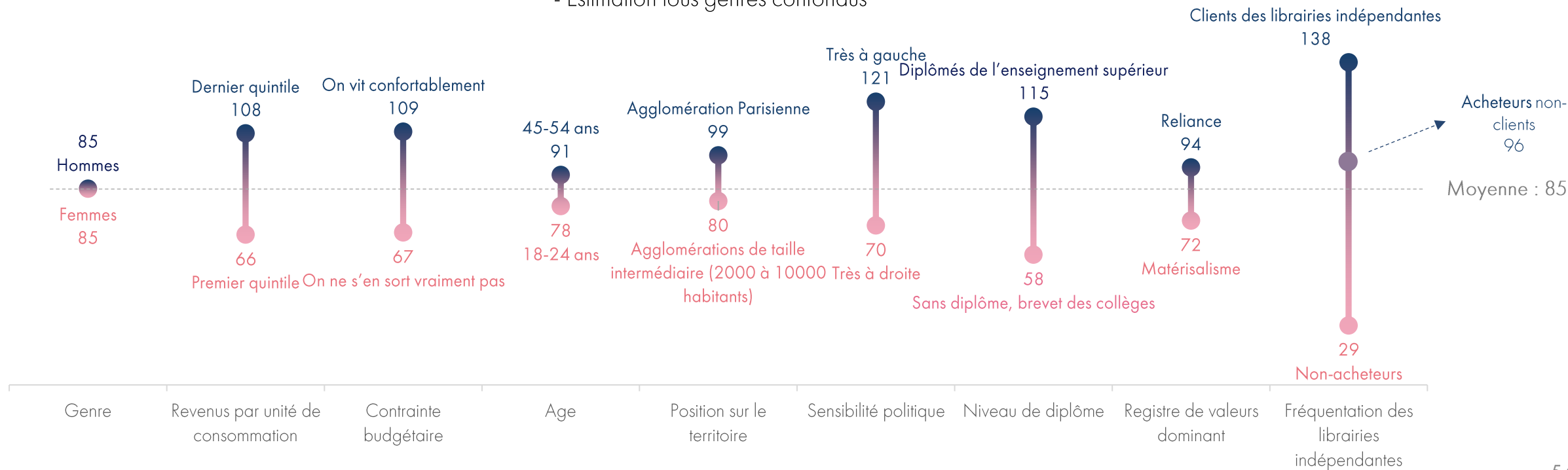
# Le nombre de livres possédés corrélé au niveau d'aisance financière, à celui du diplôme, ainsi qu'à la sensibilité politique

Estimation du nombre moyen de livres possédés (tous genres confondus) en fonction des caractéristiques sociodémographiques des répondants

Base totale, n = 3995

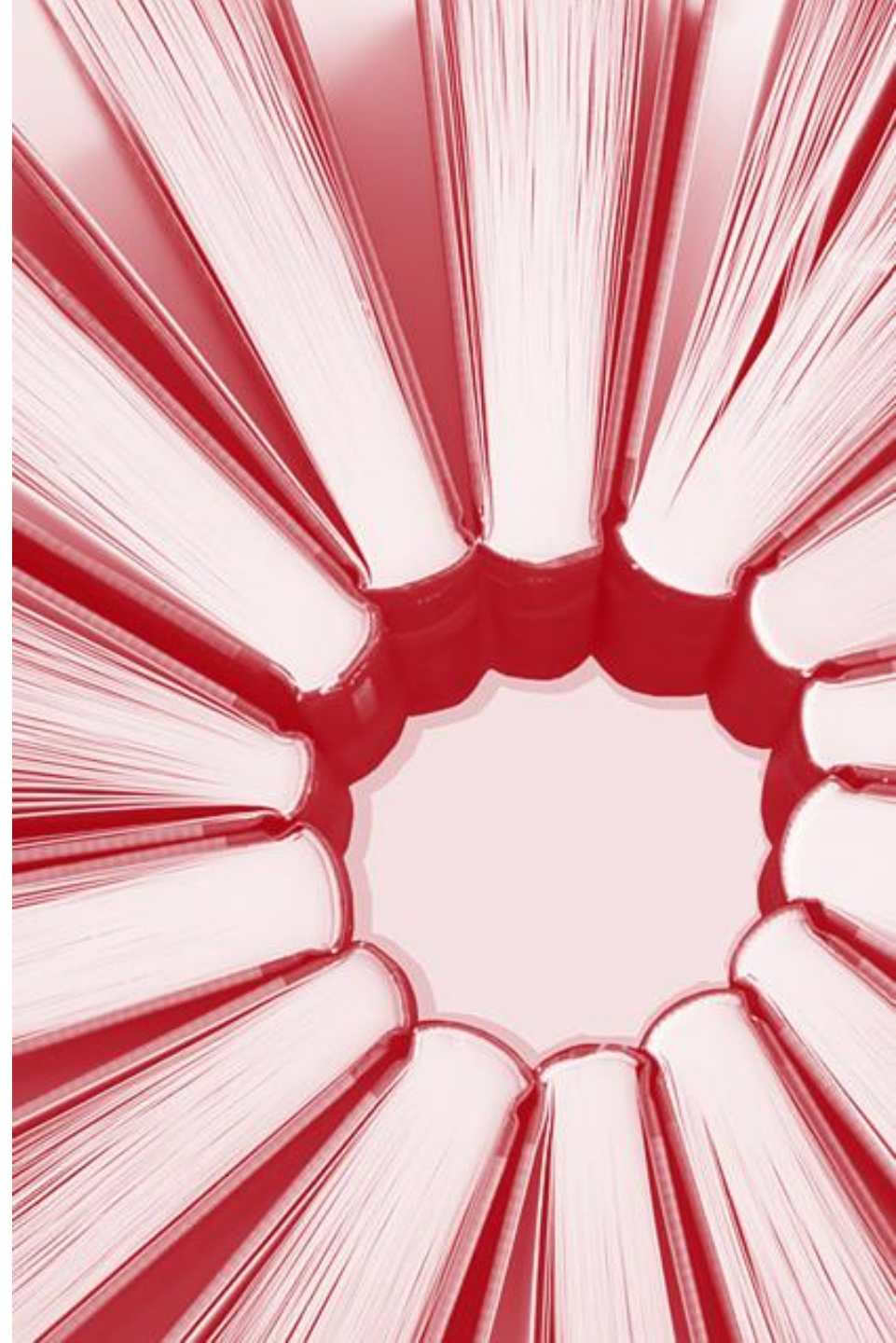
## Nombre moyen de livres possédés au domicile

- Estimation tous genres confondus



# Les achats de livres

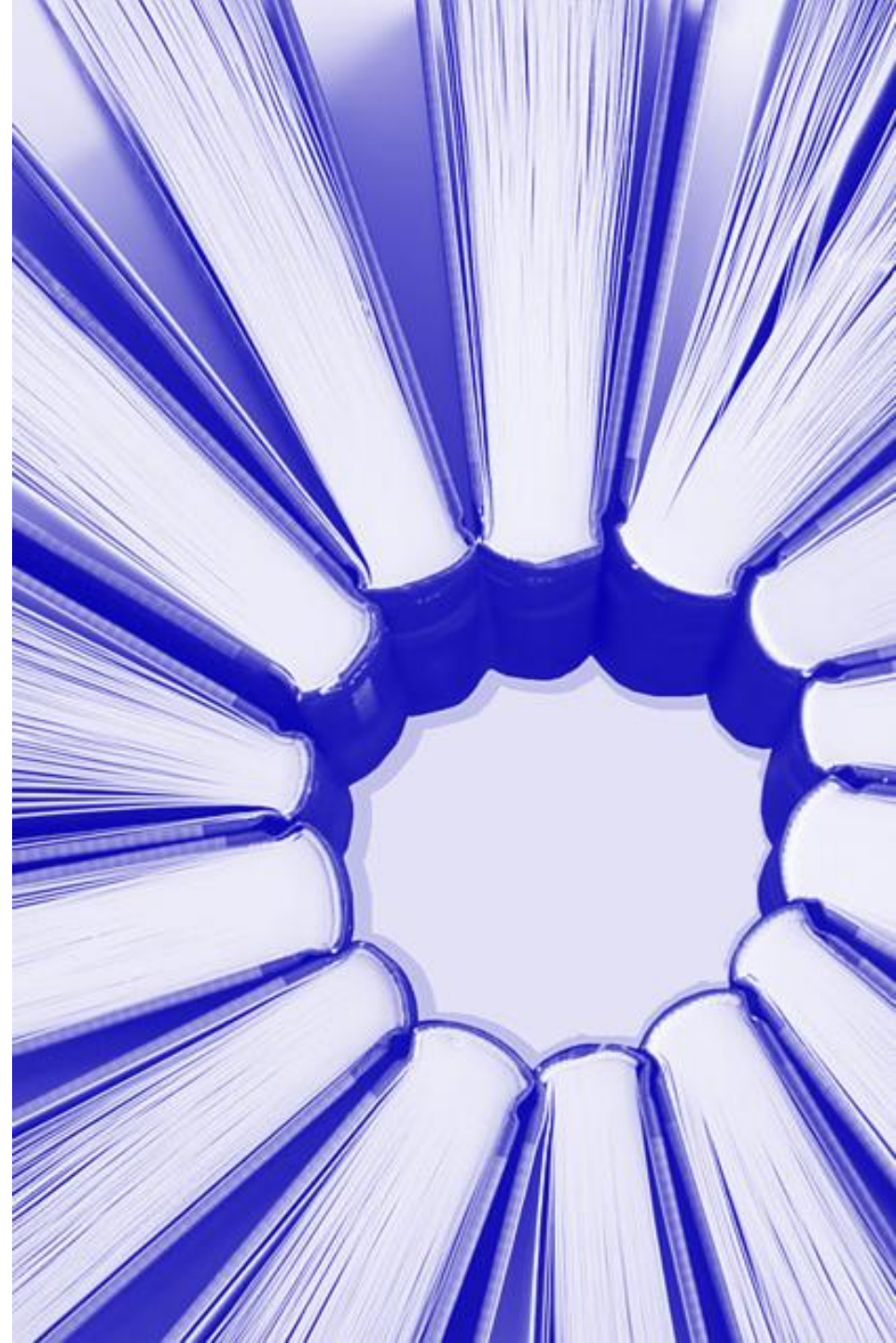
---



# Les achats de livres

---

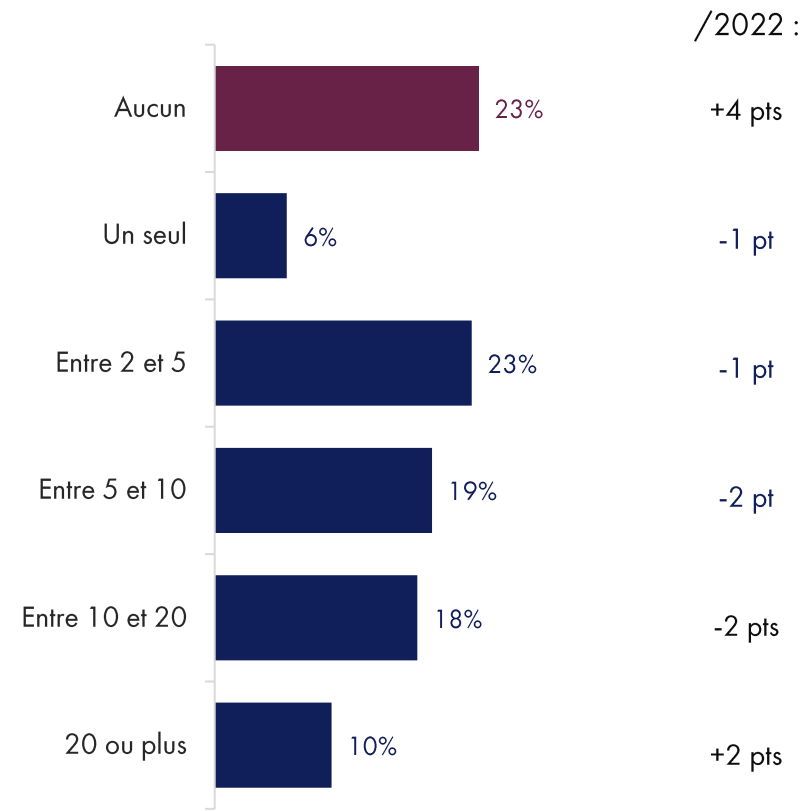
Les achats pour soi ou pour offrir



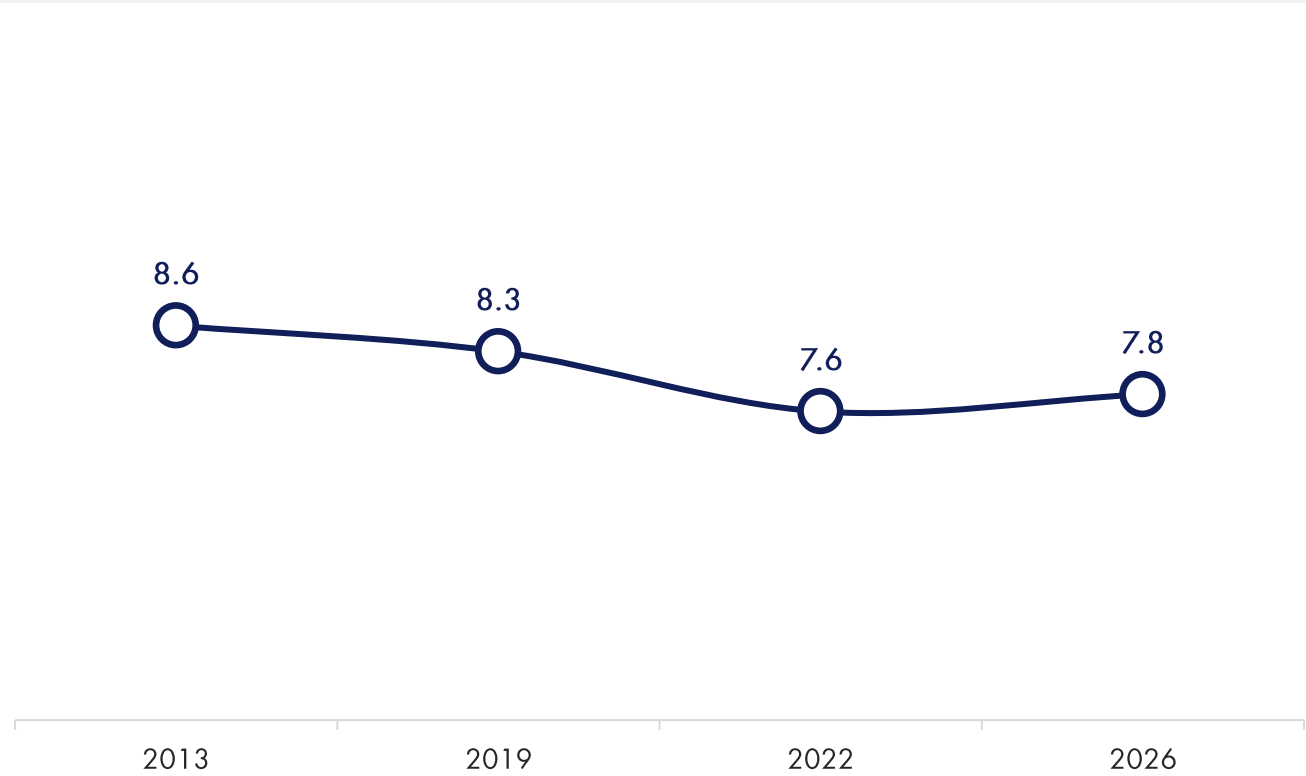
# Une tendance de long terme à la diminution (légère) des achats de livres

Nombre de livres achetés par an (pour soi + pour offrir)

Base totale, n = 3995



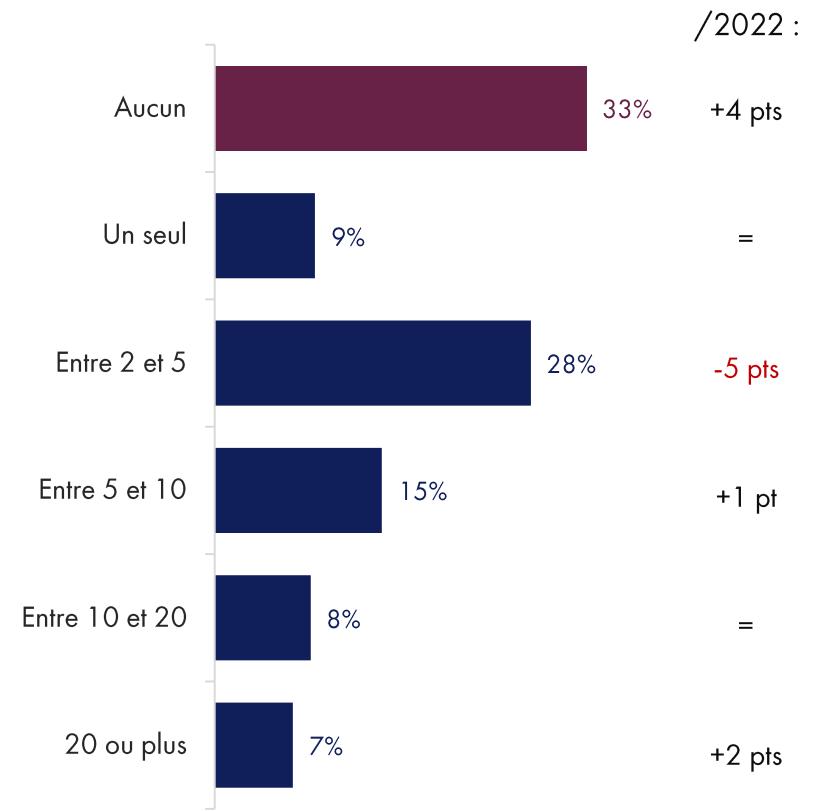
Evolution du nombre moyen de livres achetés chaque année par les Français



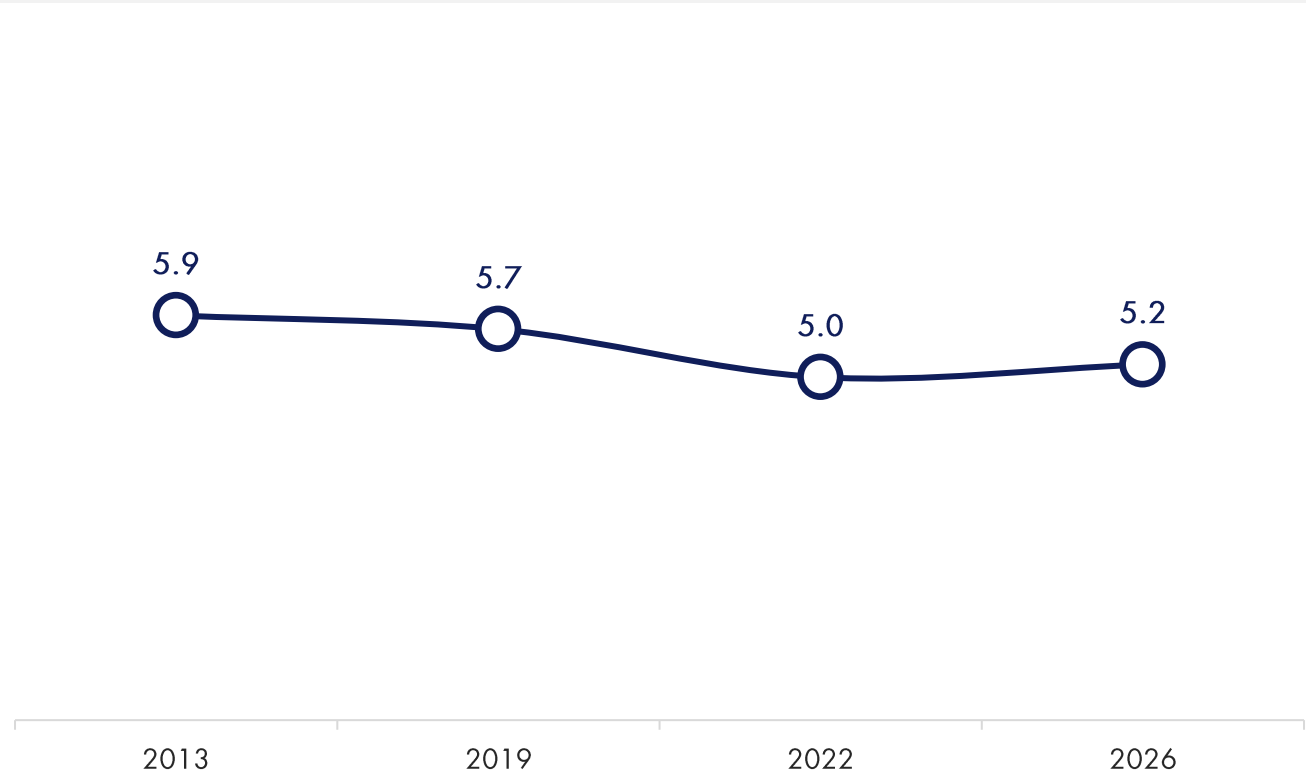
# Environ 5 livres achetés pour soi en moyenne chaque année

En général, combien de livres achetez-vous, pour vous, par an (y compris livres électroniques et livres audio) ?

Base totale, n = 3995



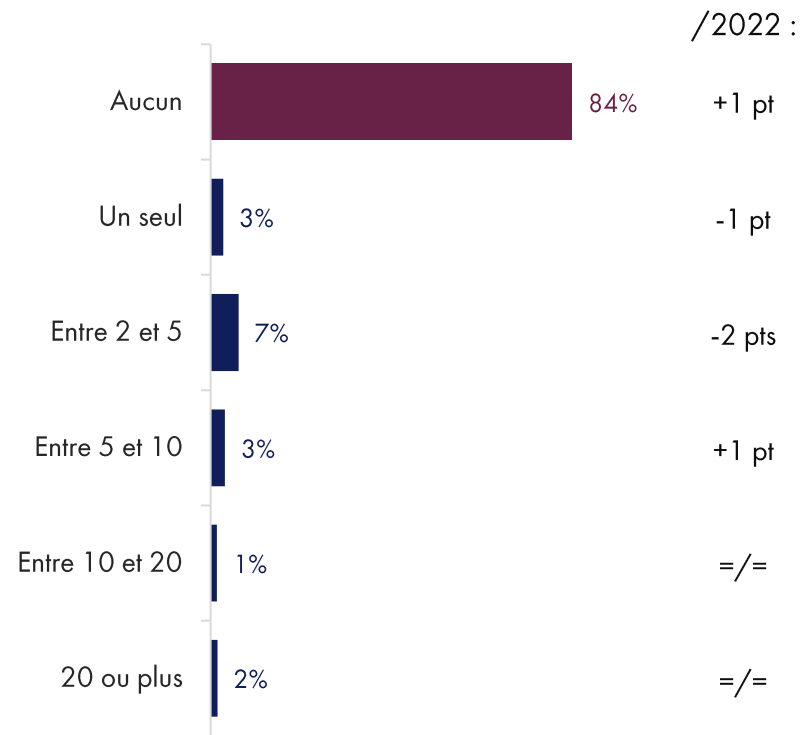
Evolution du nombre moyen de livres achetés pour soi chaque année par les Français



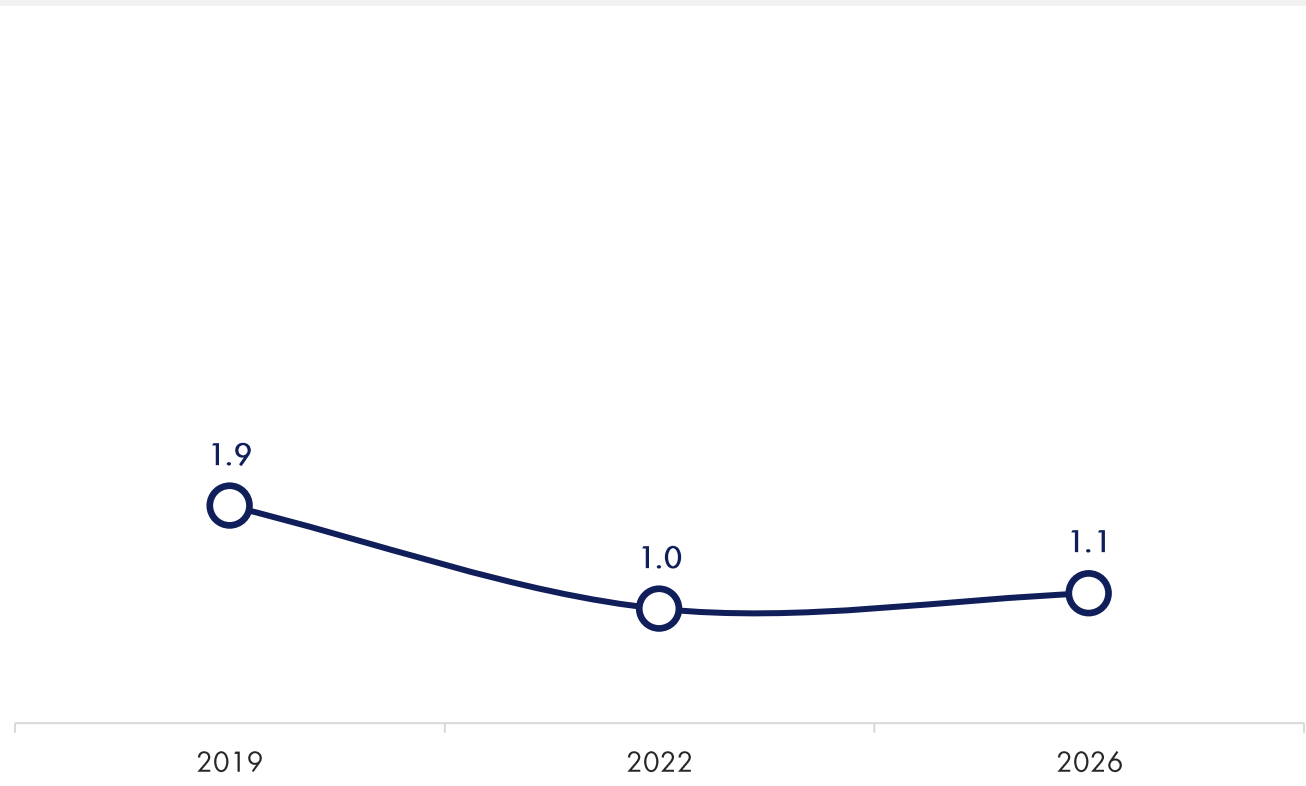
# Près de 1 livre électronique par Français, 7 parmi ceux qui en achètent. Le taux de pénétration du ebook n'a pas progressé depuis 2022.

Combien de livres électroniques (qu'il est possible de lire sur smartphone, tablette ou liseuse) achetez-vous, pour vous, par an ?

Base totale, n = 3995



Evolution du nombre moyen de livres électroniques achetés chaque année par les Français

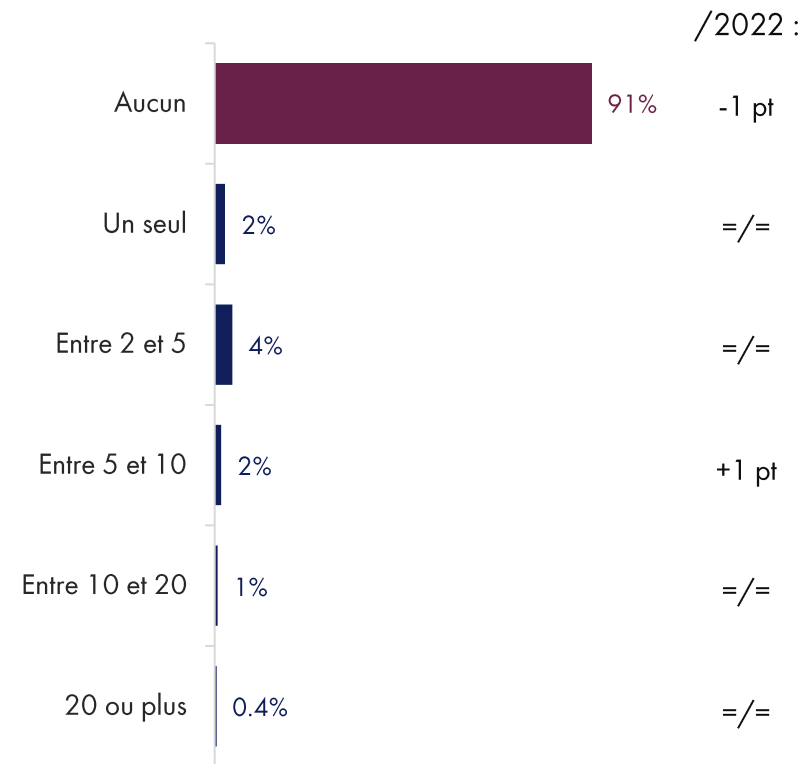


**Moyenne parmi ceux qui en achètent : 7 par an**

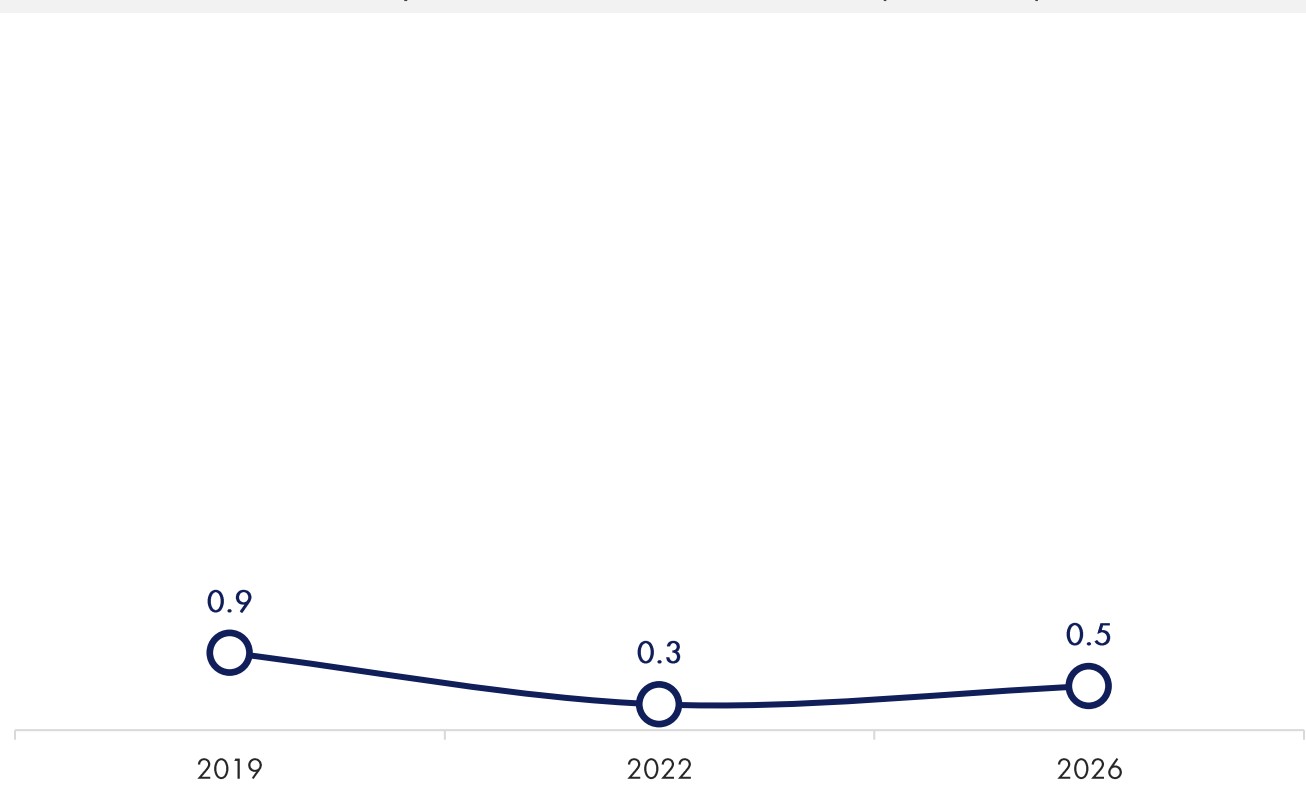
# Les livres audio suivent la même trajectoire que les livres électroniques (avec un léger regain par rapport à 2022 mais un niveau encore nettement inférieur à 2019)

Combien de livres audio achetez-vous, pour vous, par an ?

Base totale, n = 3995



Evolution du nombre moyen de livres audios achetés chaque année par les Français

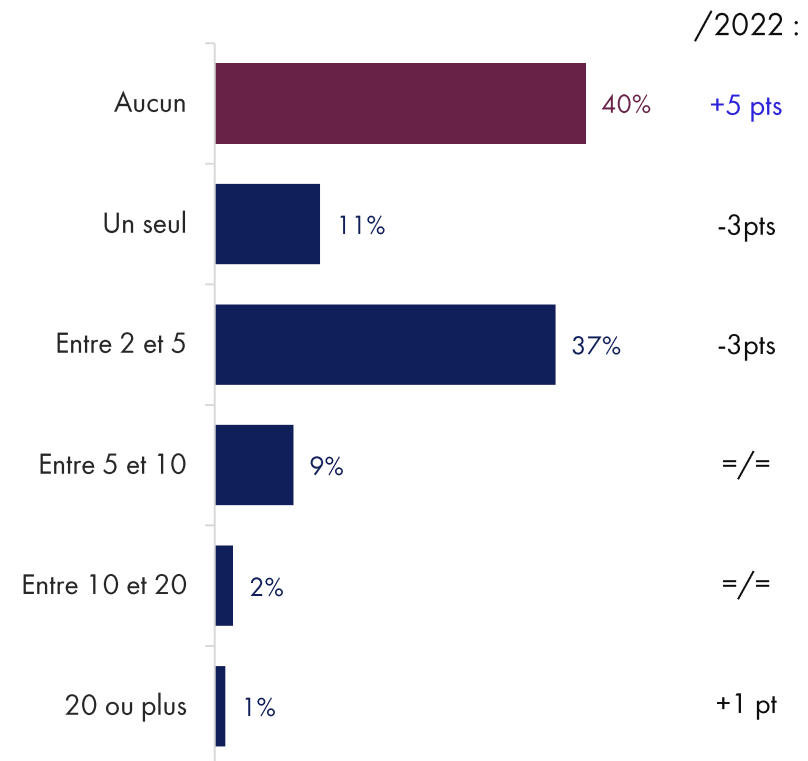


**Moyenne parmi ceux qui en achètent : 5 par an**

Stabilité du nombre moyen de livres achetés pour offrir (environ 2,5 ; 4 parmi les « offreurs »). Légère hausse de la part des Français n'ayant offert aucun livre.

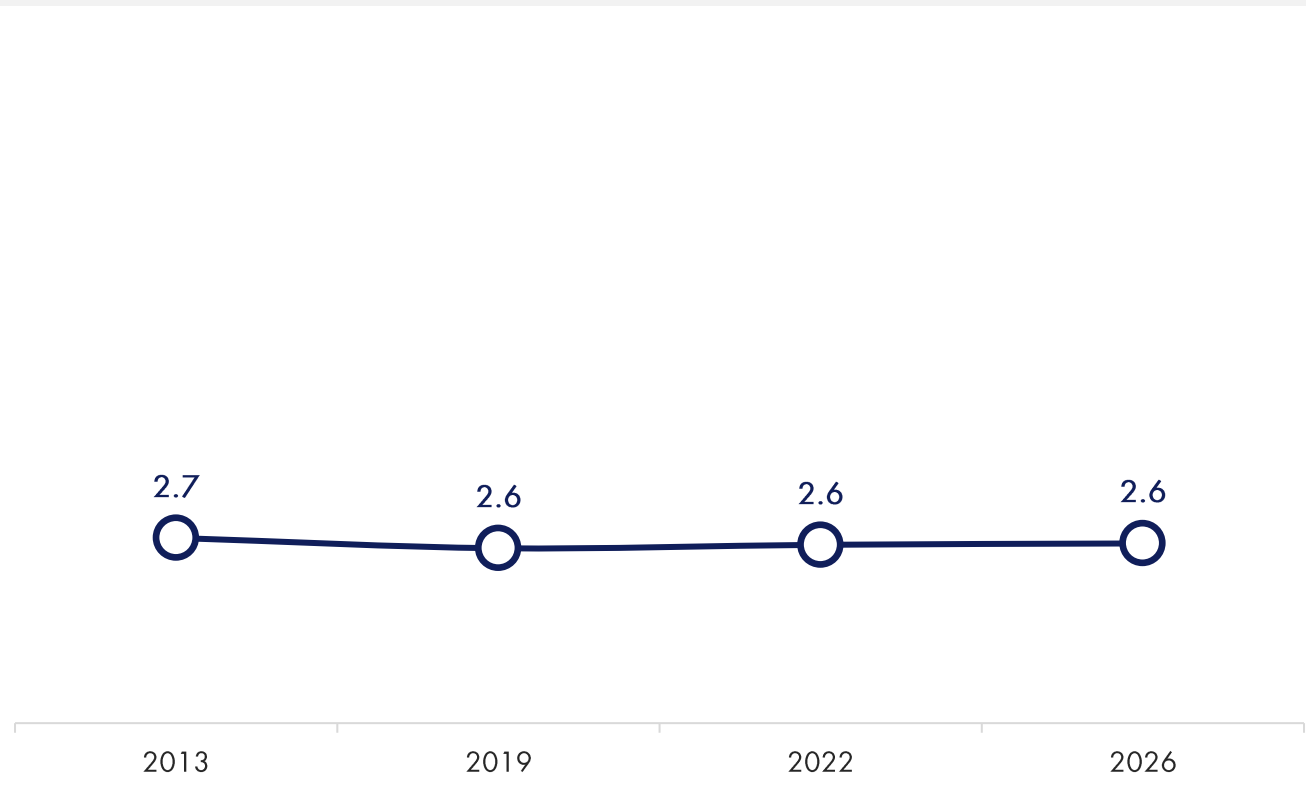
En général, combien de livres achetez-vous par an pour offrir ?

Base totale, n = 3995



**Moyenne parmi les « offreurs » : 4 par an**

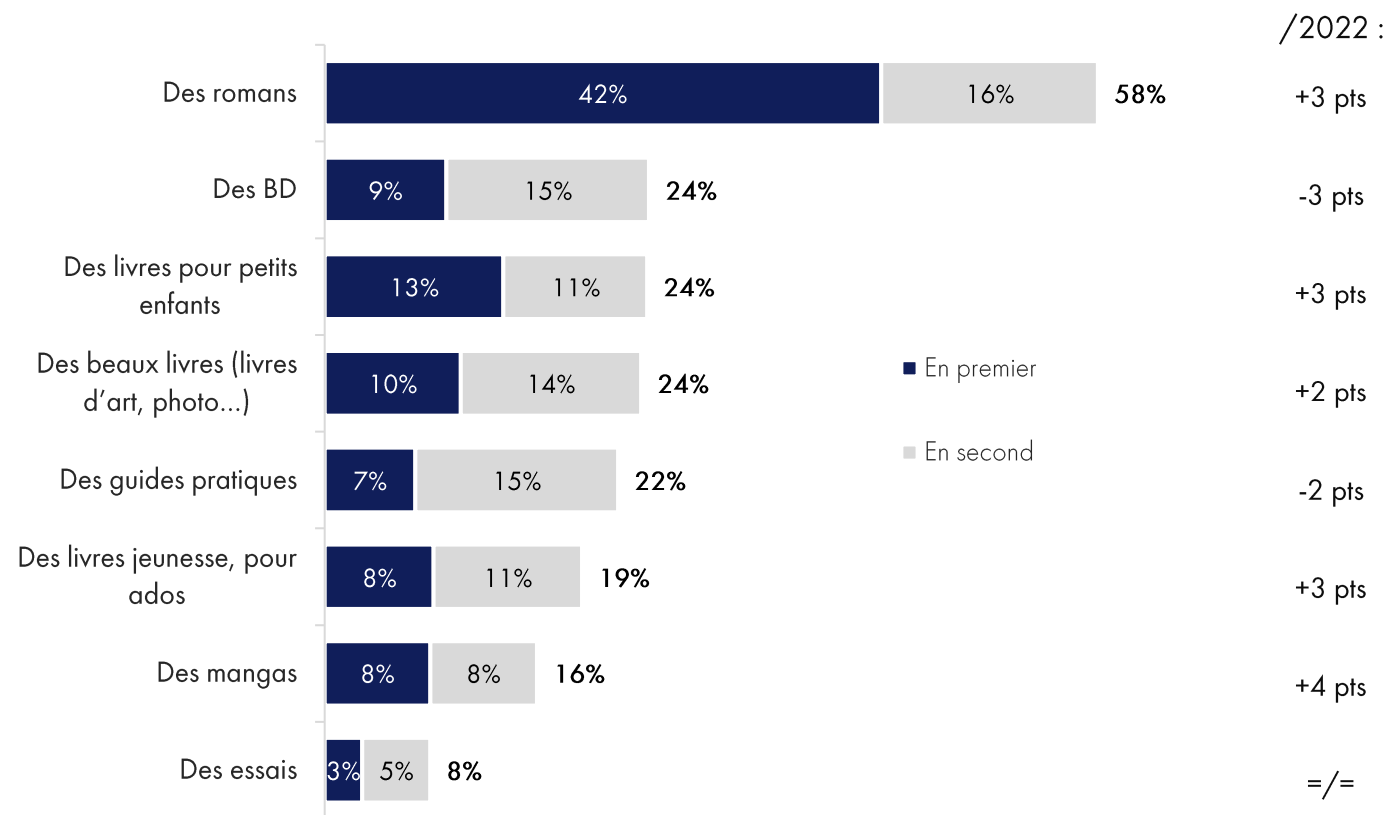
Evolution du nombre moyen de livres offerts chaque année par Français



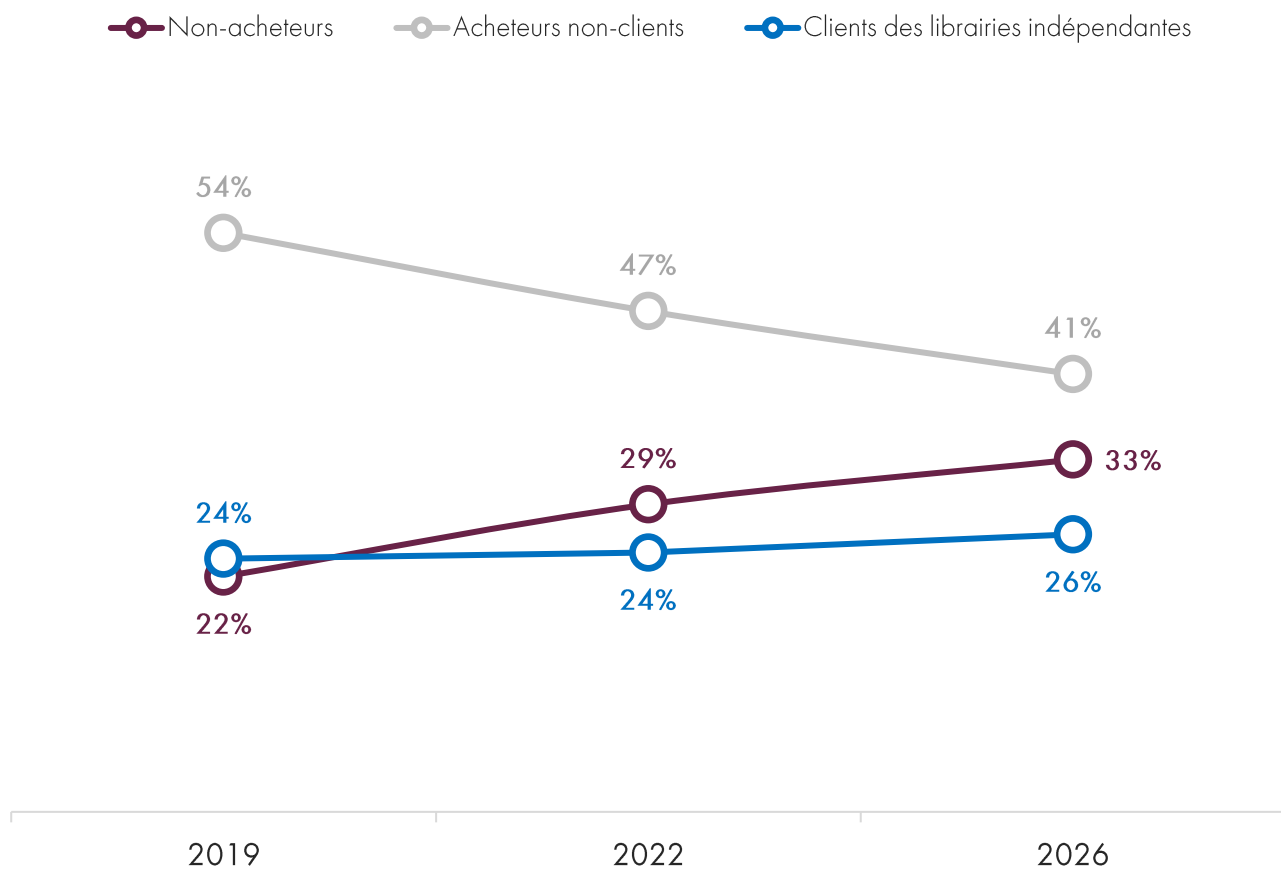
# Peu d'évolutions dans les genres de livres offerts : le roman demeure largement en tête.

## Quel genre de livre offrez-vous principalement ?

Base : individus ayant réalisé au moins un achat de livre « pour offrir », n = 2492



# La structure de la population selon notre typologie se déforme sous l'effet d'un transfert de non-clients vers les non-acheteurs



# Poussée des achats pour offrir parmi les clients de la librairie indépendante

## Nombre de livres achetés au total par an

Base totale, n = 3995

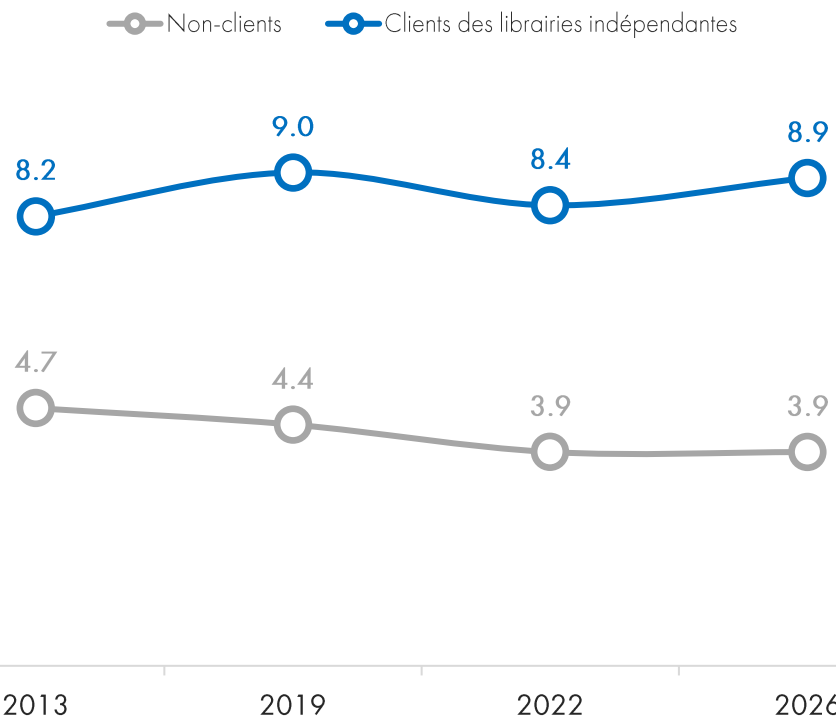
	Nombre total de livres achetés pour soi			Ebooks			Livres audio			Livres offerts		
	Ensemble population	Acheteurs non-clients des librairies indépendantes	Clients des librairies indépendantes	Ensemble population	Non-clients des librairies indépendantes	Clients des librairies indépendantes	Ensemble population	Non-clients des librairies indépendantes	Clients des librairies indépendantes	Ensemble population	Non-clients des librairies indépendantes	Clients des librairies indépendantes
Aucun	33%	12%	6%	84%	80%	74%	91%	89%	83%	40%	24%	13%
Un seul	9%	5%	3%	3%	3%	4%	2%	2%	3%	11%	9%	7%
Entre 2 et 5	28%	44%	37%	7%	9%	11%	4%	5%	8%	37%	54%	56%
Entre 5 et 10	15%	20%	25%	3%	4%	7%	2%	2%	3%	9%	10%	17%
Entre 10 et 20	8%	11%	16%	1%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	2%	4%
Plus de 20	7%	8%	13%	2%	2%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	3%
Moyenne 2026	5,2	6,8	8,9	1,1	1,5	1,9	0,5	0,6	1,0	2,6	3,3	4,6
Moyenne 2022	5,0	6,2	8,4	1,0	1,5	1,3	0,3	0,4	0,6	2,6	3,1	4,2
Moyenne 2019	5,7	-	9,0	1,9	-	2,2	0,9	-	1,2	2,6	-	4,0
Moyenne 2013	5,9	-	8,2	-	-	-	-	-	-	2,7	-	3,8

# Une évolution des quantités de livres achetés plus favorable chez les clients de la librairie indépendante

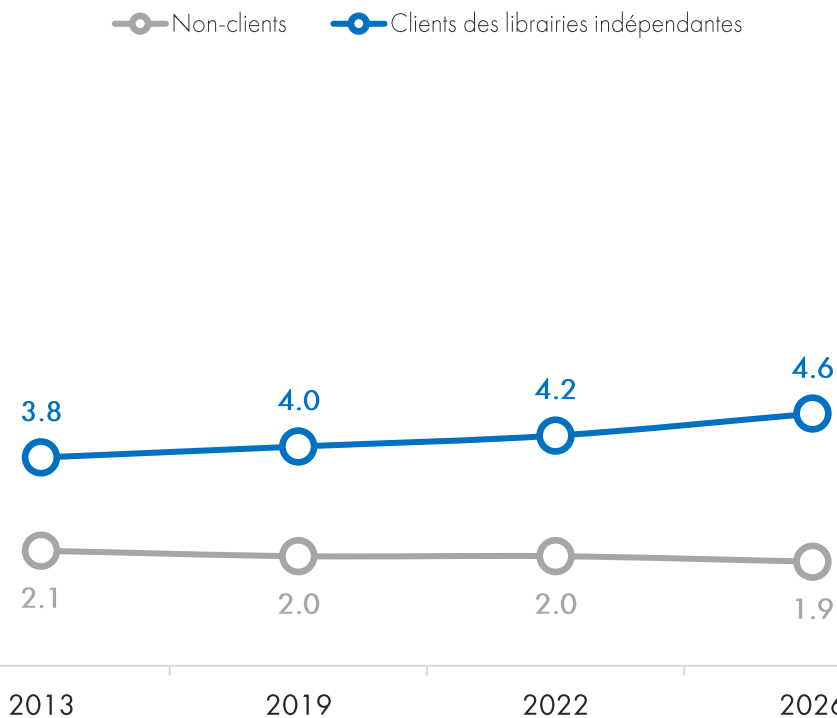
## Nombre de livres achetés au total par an

Base totale, n = 3995

Evolution du nombre moyen de livres achetés pour soi



Evolution du nombre moyen de livres achetés pour offrir



# Profils des « acheteurs » et « non-acheteurs » de livres

	Acheteurs	Non-acheteurs
Femmes	53%	48%
Moins de 35 ans	30%	26%
65 ans et plus	17%	16%
Actifs CSP+	17%	8%
Actifs CSP-	26%	31%
Etudiants	8%	5%
Retraités	20%	21%
Ménages modestes (1 <sup>er</sup> quintile de niveau de vie)	19%	32%
Ménages aisés (dernier quintile de niveau de vie)	31%	17%
Résidents des agglomérations de moins de 10 000 habitants	34%	37%
Résidents des agglomérations de plus de 200 000 habitants	44%	39%
Sans diplôme, CEP, BEPC	16%	34%
Diplômés de l'enseignement supérieur	42%	20%
« A gauche » ou « très à gauche »	22%	12%
« A droite » ou « très à droite »	33%	31%
Plaisir associé à la lecture	7,7 / 10	4,9 / 10
« Non-lecteurs »	5%	49%
Lisent plus de 5 livres par an	64%	11%
Nombre de livres lus chaque année	10,5	2,5
Inscrits dans une bibliothèque / médiathèque	30%	13%
Ne possèdent pas un seul livre chez eux	2%	36%
Nombre moyen de livres possédés	112	29

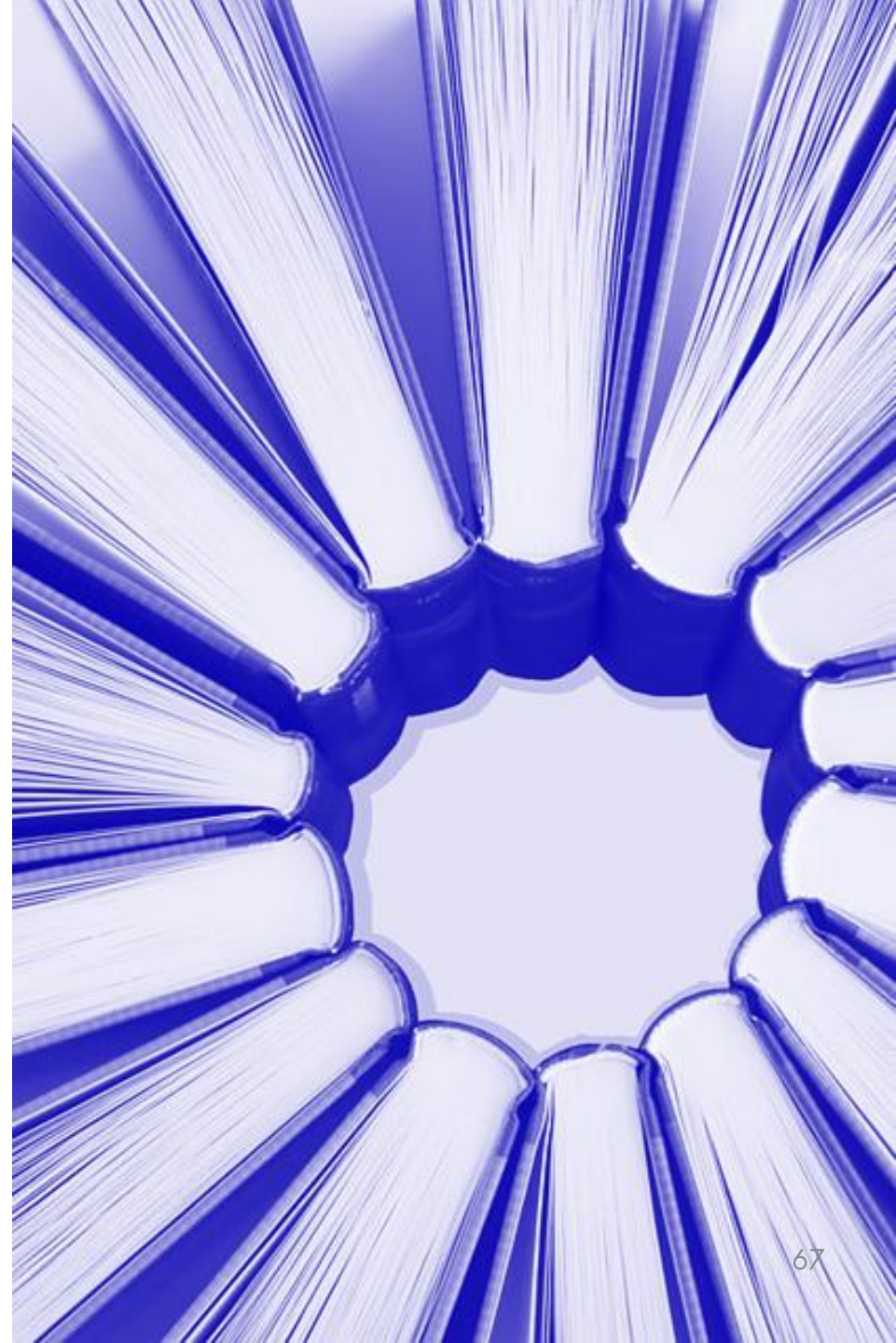
## Parmi les « non-acheteurs » :

- Très légère sous-représentation des femmes
- Pas de véritable effet d'âge (représentation équilibrée de toutes les tranches d'âge)
- Nette sous-représentation des actifs CSP+ (et dans une moindre mesure des étudiants)
- Nette surreprésentation des ménages les plus modestes (et sous-représentation symétrique des ménages les plus aisés)
- Très légère sous-représentation des résidents des agglomérations les plus densément peuplées
- Très nette surreprésentation des personnes peu ou pas diplômées et sous-représentation symétrique des diplômés de l'enseignement supérieur
- Sous-représentation des individus situés « à gauche » de l'échiquier politique
- Plaisir associé à la lecture très faible (moins de 5 sur 10)
- La moitié des « non-acheteurs » sont des « non-lecteurs » (disent en lire aucun livre). Seuls 11% lisent plus de 5 livres par an (contre 64% parmi les acheteurs).
- Nette sous-représentation des personnes inscrites dans une bibliothèque ou une médiathèque – ce qui signifie que le fait de ne pas acheter de livres n'est que rarement expliqué par la concurrence des bibliothèques.
- 36% ne possèdent aucun livre chez eux – et le nombre moyen de livres possédés est inférieur à 30, quand les « acheteurs » possèdent en moyenne plus d'une centaine de livres.

# Les achats de livres

---

La dynamique déclarée

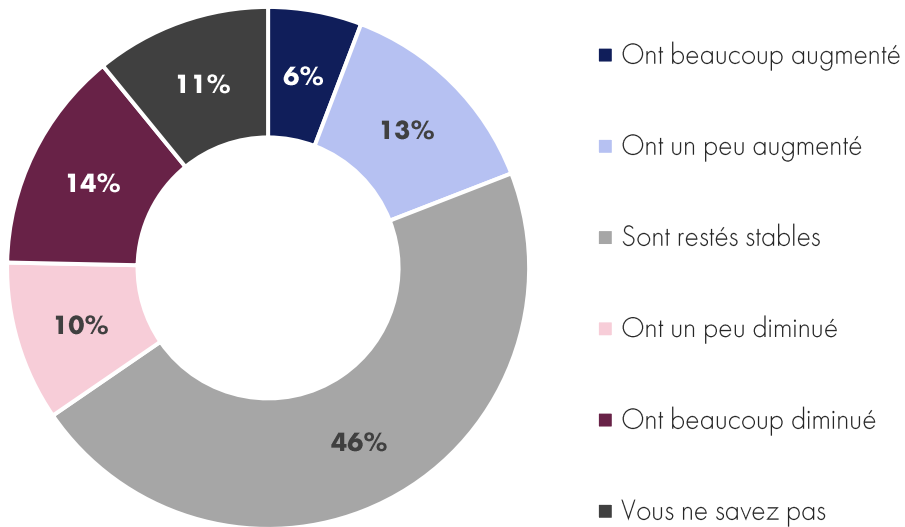


# Une (légère) tendance à la diminution de la fréquence déclarée des achats de livres. Les librairies indépendantes épargnées

Au cours des dernières années, vous diriez que vos achats de livres (pour vous ou pour offrir) ...  
 Base totale, n = 3995

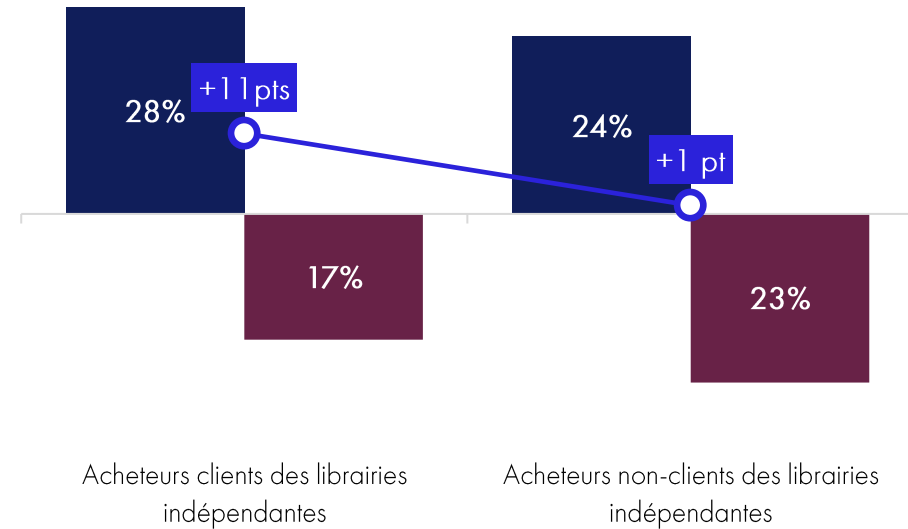
**Ont diminué : 24%**

**Ont augmenté : 19%**



**Solde d'évolution : -5**

Selon la fréquentation des librairies indépendantes



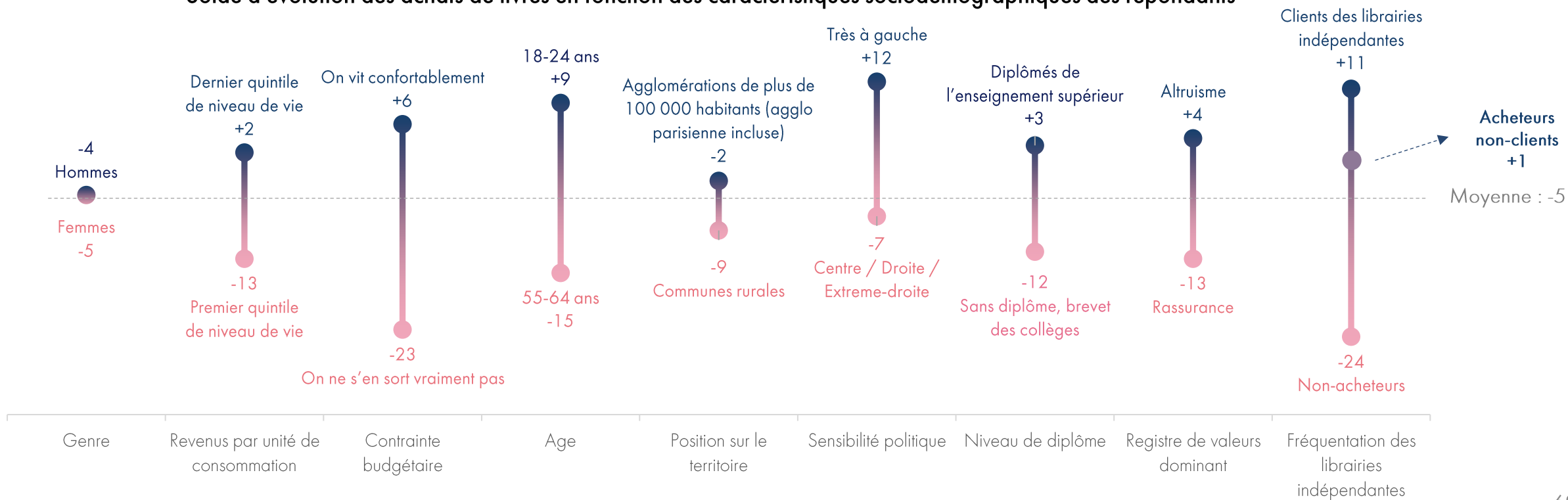
■ Augmentation des achats ■ Diminution des achats ○ Solde

# La diminution des achats de livres particulièrement perceptible parmi les ménages plus précaires, plus âgés et moins diplômés

Solde d'évolution des achats de livres en fonction des caractéristiques sociodémographiques des répondants

Base totale, n = 3995

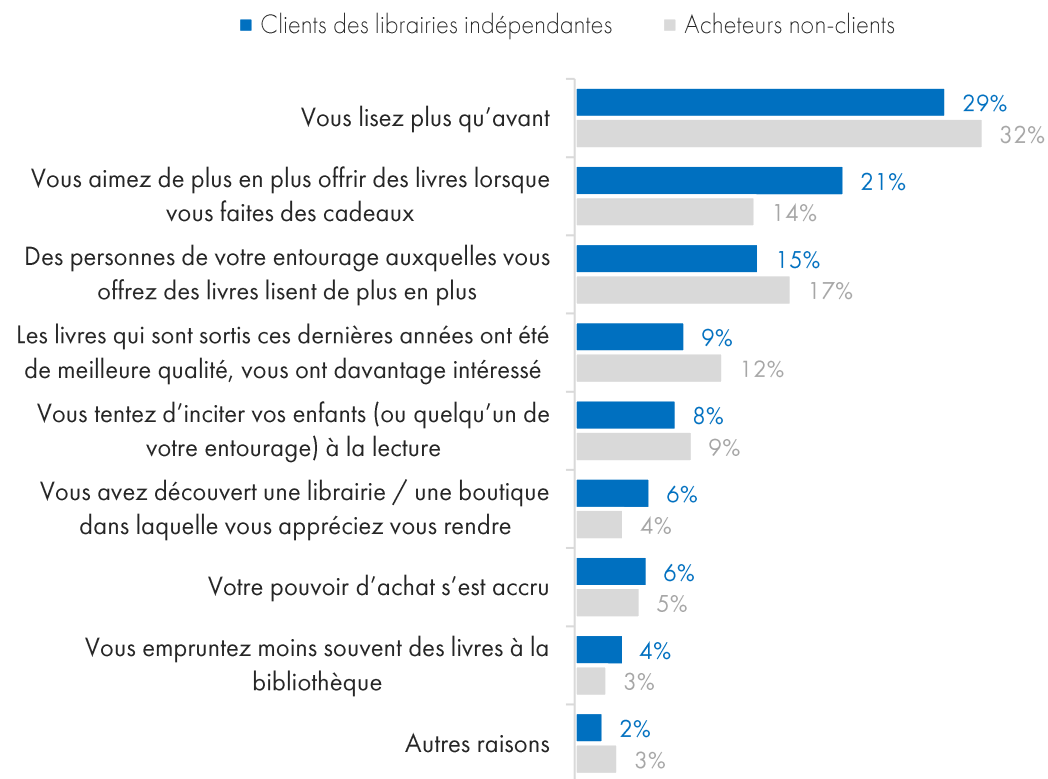
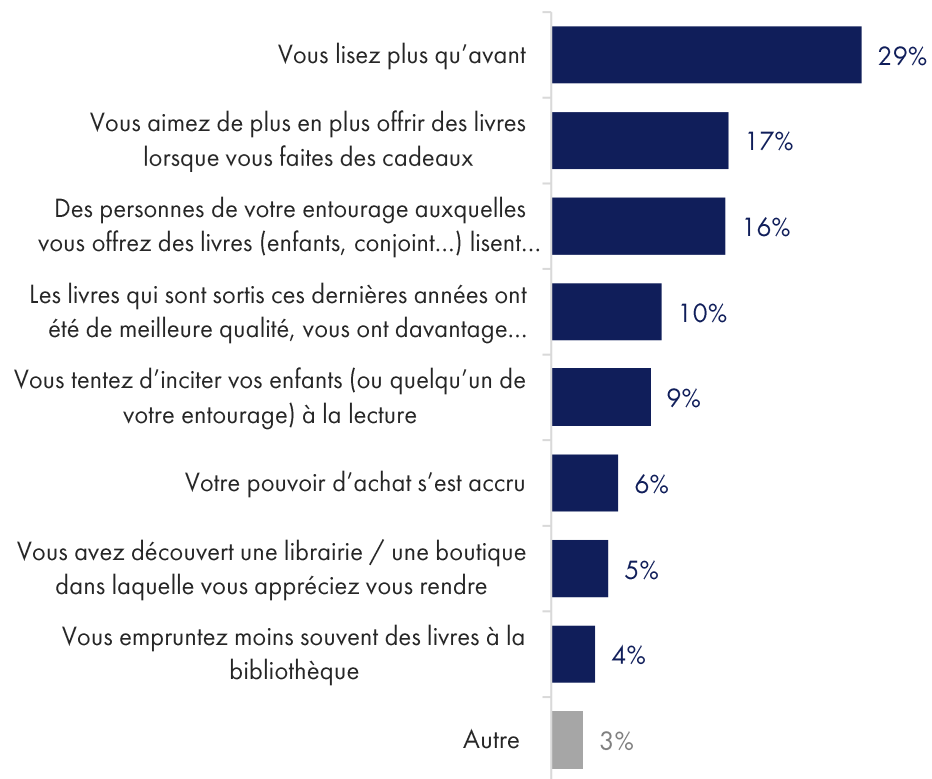
Solde d'évolution des achats de livres en fonction des caractéristiques sociodémographiques des répondants



# Le regain d'intérêt pour la lecture, première justification à la hausse des achats

Quelle est la raison principale pour laquelle vos achats de livres (pour vous ou pour offrir) ont augmenté au cours des dernières années ?

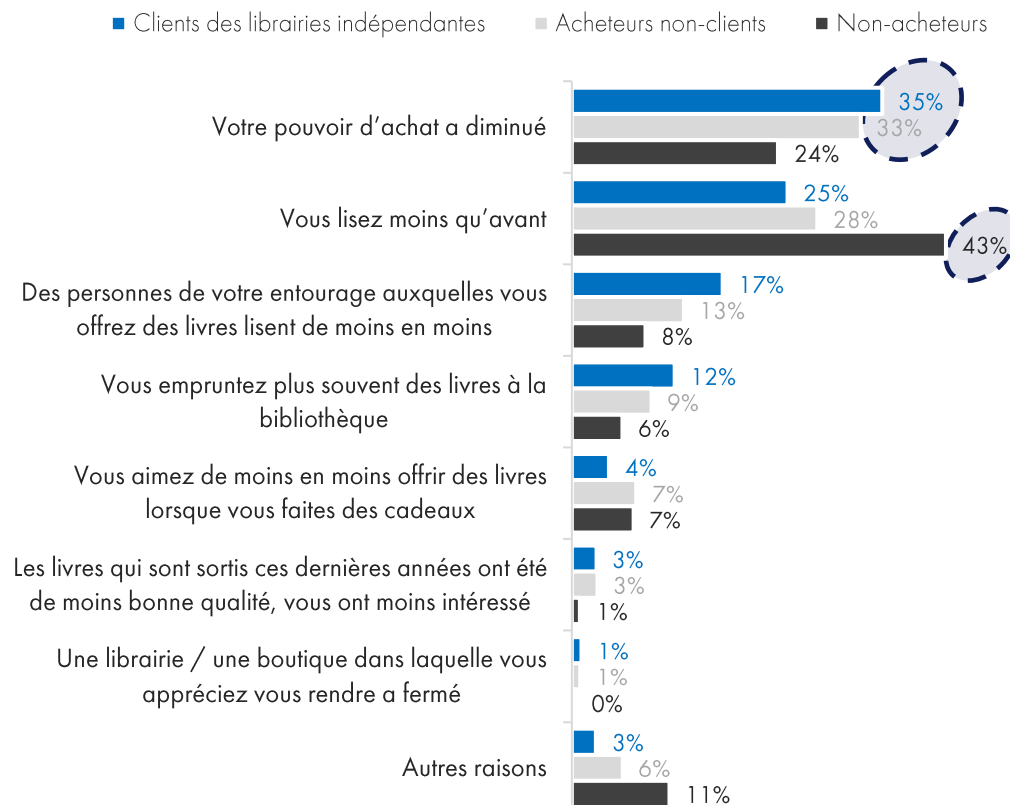
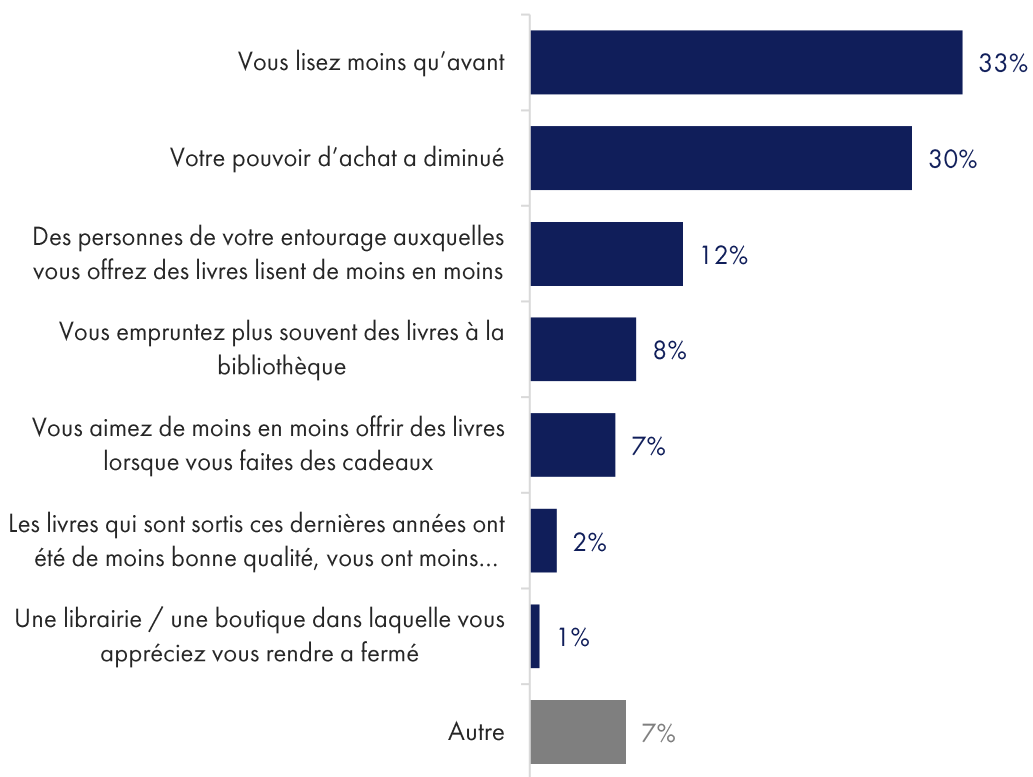
Base : individus ayant augmenté leurs achats de livres, n = 775



# Réduction de l'intérêt pour la lecture et baisse du pouvoir d'achat : les deux premiers motifs du recul des achats de livres.

Quelle est la raison principale pour laquelle vos achats de livres (pour vous ou pour offrir) ont diminué au cours des dernières années ?

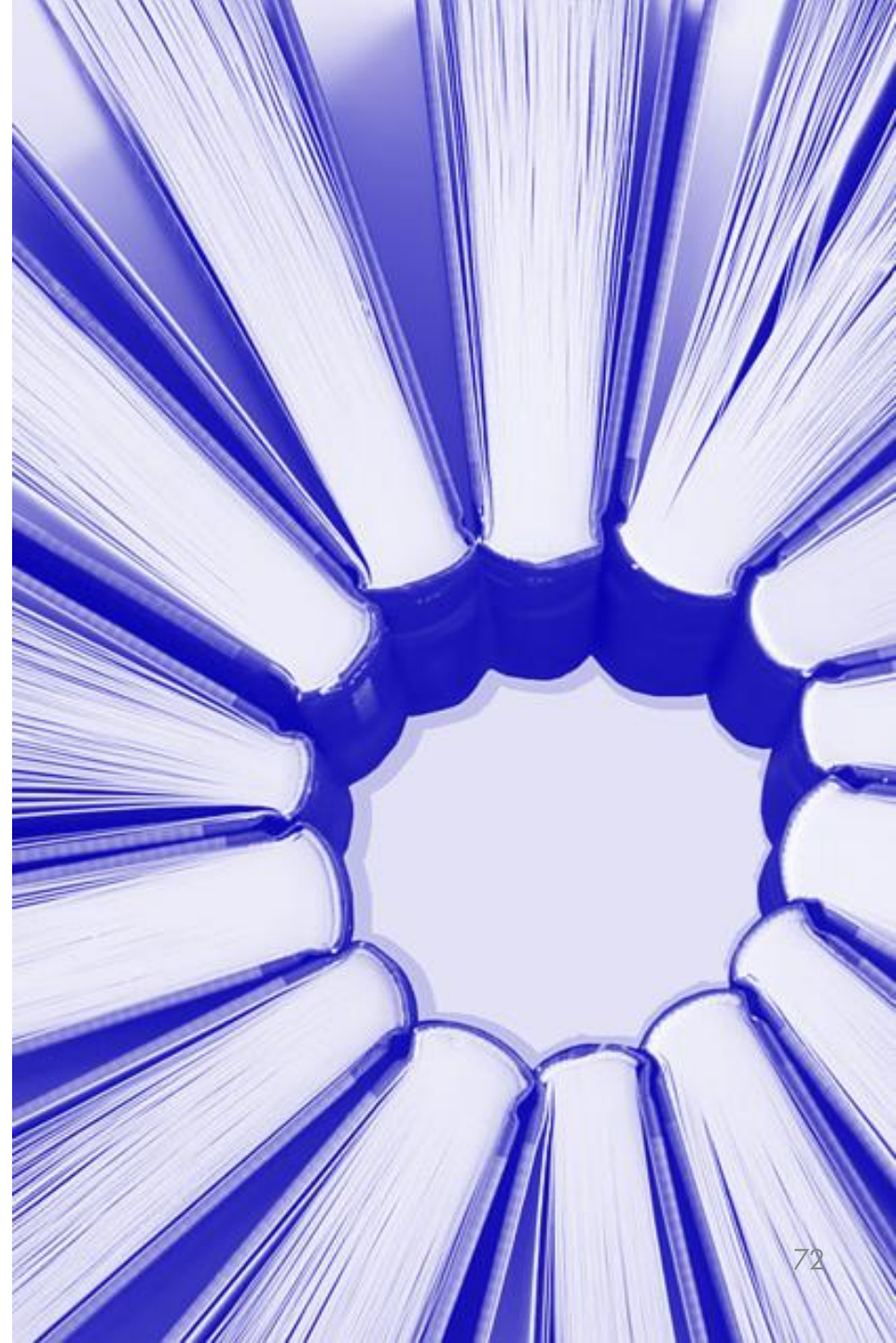
Base individus ayant diminué leurs achats de livres, n = 937



# Les achats de livres

---

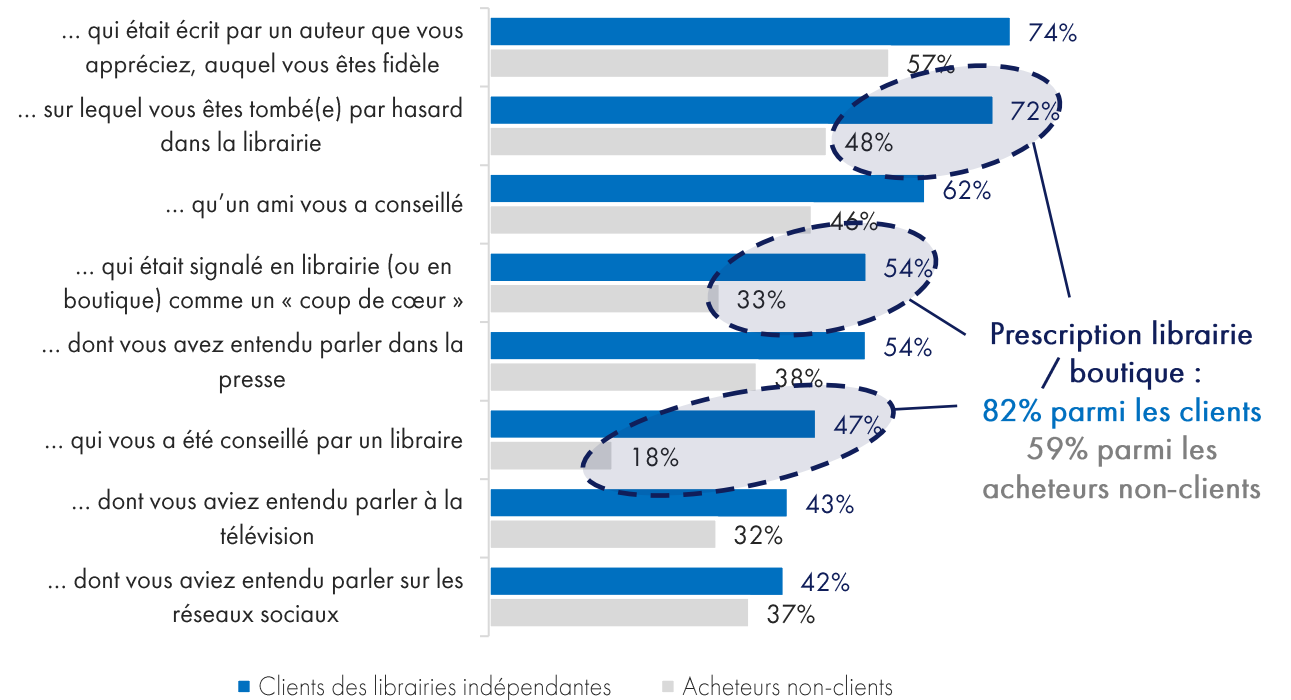
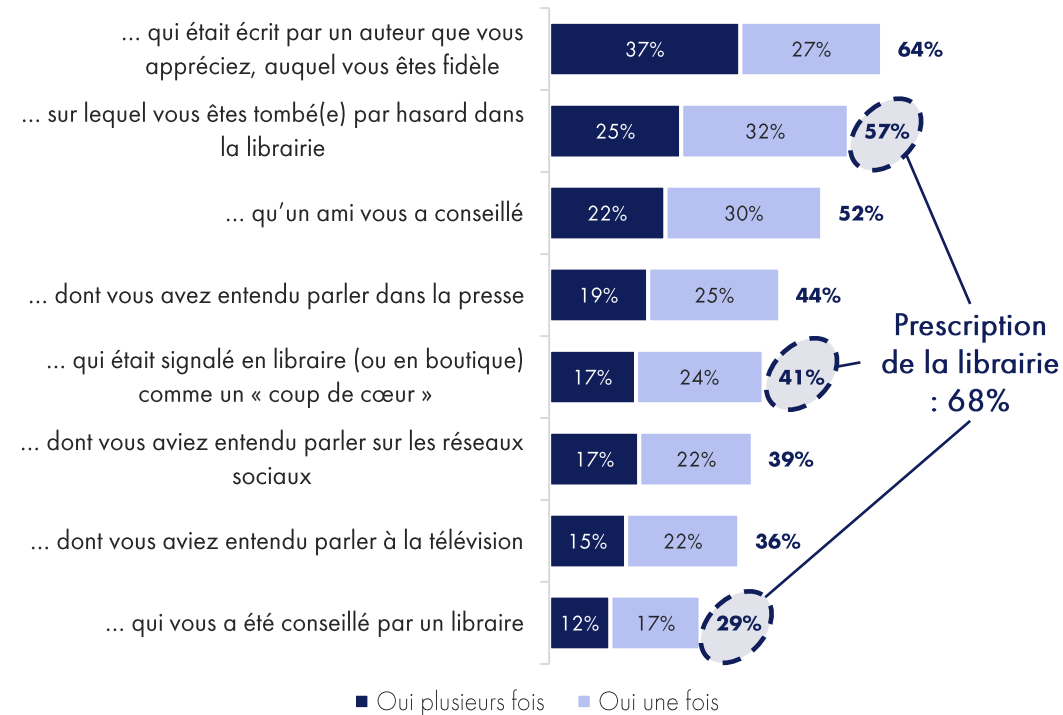
Les recommandations d'achats



# Mise en place, « coups de cœur », conseil du libraire : la librairie est prescriptrice

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté un livre ... ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



68% des « acheteurs » évoquent l'influence de la librairie (les conseils du libraire, les « coups de cœur » ou la découverte dans la librairie) lors des achats de livres réalisés au cours des 12 derniers mois. Cette part atteint 82% parmi les clients des librairies indépendantes.

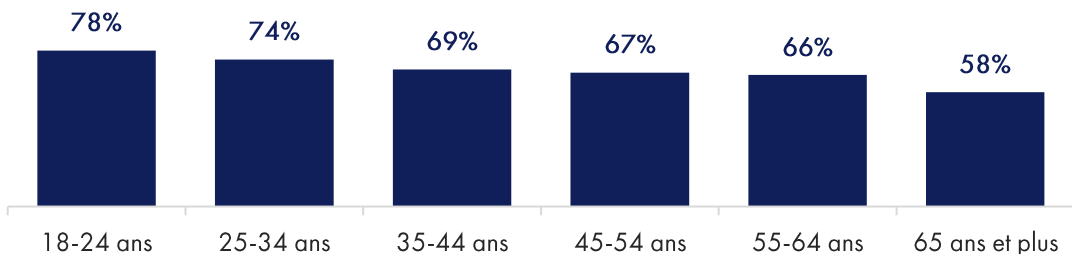
# La capacité prescriptrice de la librairie plus perceptible au sein d'une population jeune, diplômée, marquée par une consommation importante de livres

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté un livre ... ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

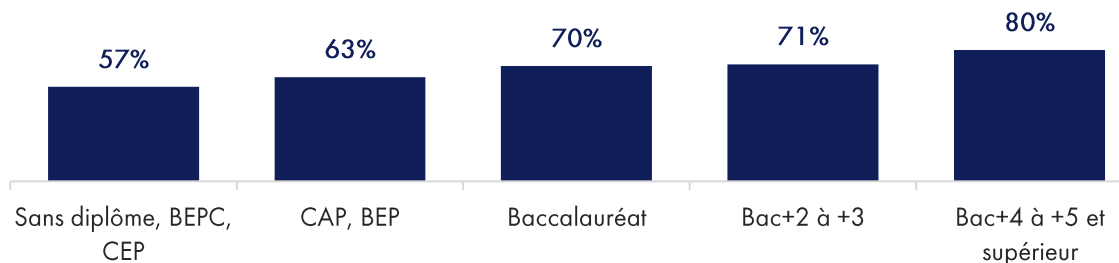
Influence de la librairie dans les achats réalisés en fonction de l'âge

- Conseils des libraires, coups de cœur ou découverte en librairie



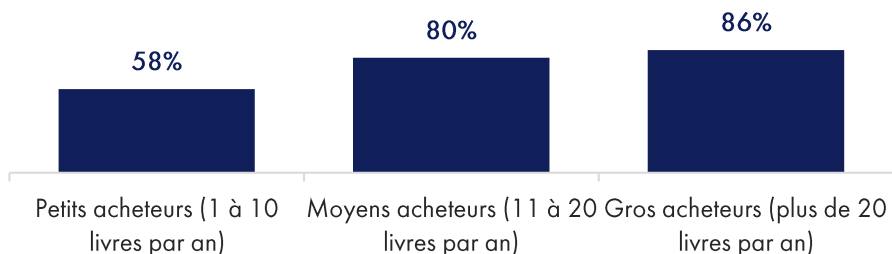
Influence de la librairie dans les achats réalisés en fonction du niveau du diplôme le plus élevé

- Conseils des libraires, coups de cœur ou découverte en librairie



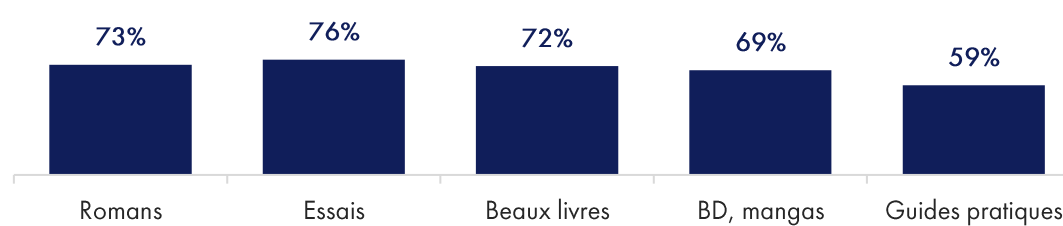
Influence de la librairie dans les achats réalisés en fonction du volume de livres achetés chaque année

- Conseils des libraires, coups de cœur ou découverte en librairie



Influence de la librairie dans les achats réalisés en fonction du genre de livres préféré

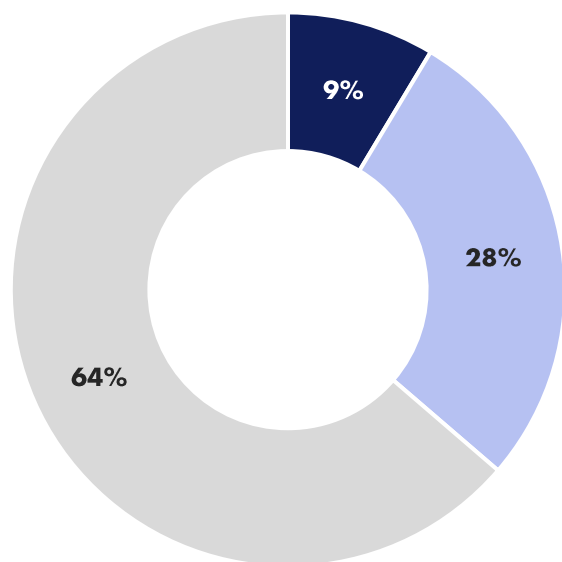
- Conseils des libraires, coups de cœur ou découverte en librairie



# 53% des clients des librairies indépendantes consultent sur les réseaux sociaux des publications dédiées à la littérature

Vous arrive-t-il de consulter des publications sur les réseaux sociaux (YouTube, TikTok, Instagram...) qui parlent de livres (actualités et sorties, critiques littéraires...) ?

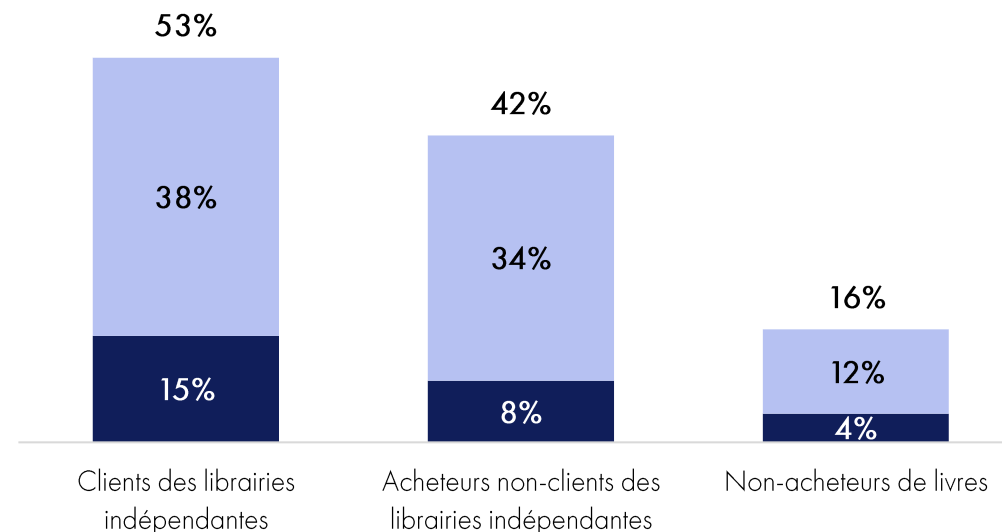
Base totale, n = 3995



**Oui : 36%**

- Oui, vous êtes abonné(e) à une chaîne / un compte qui parle de livres
- Oui, vous consultez parfois des publications qui parlent de livres
- Non, jamais

Selon la fréquentation des librairies indépendantes



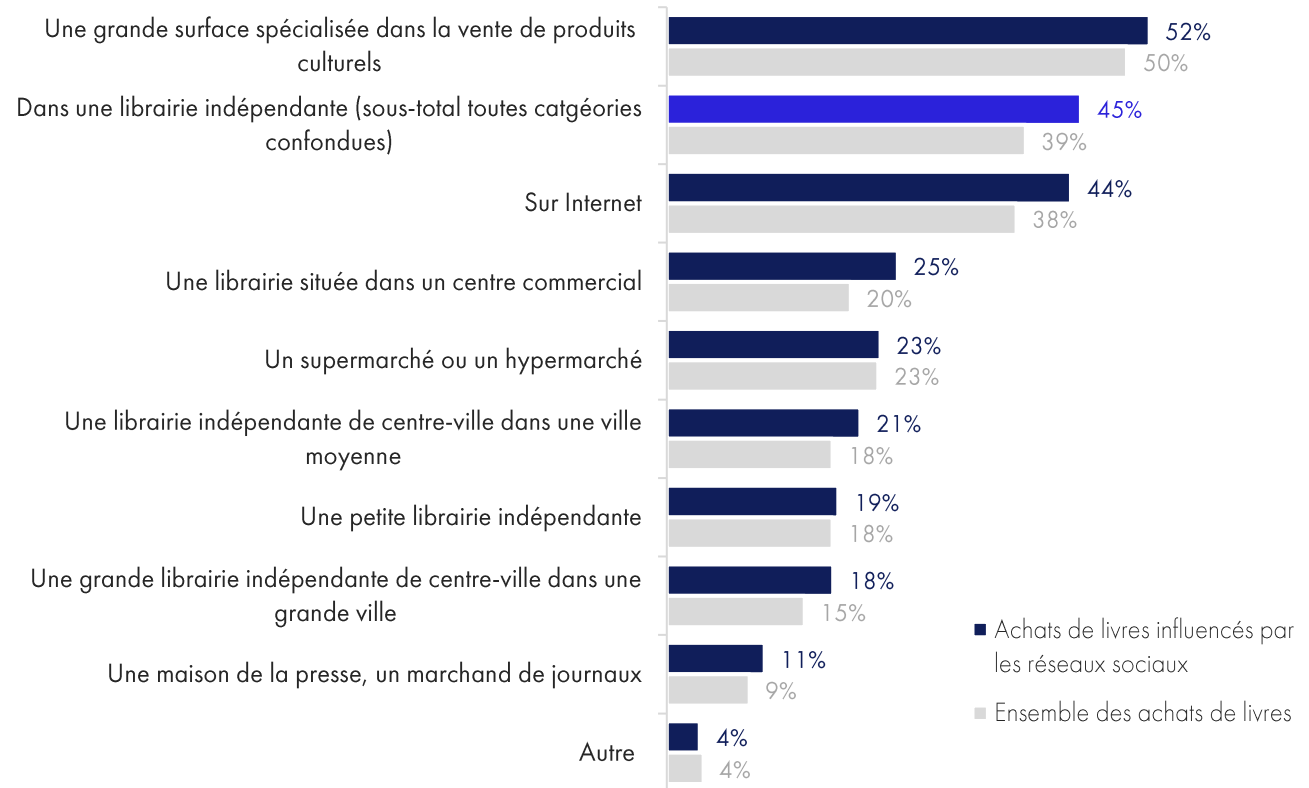
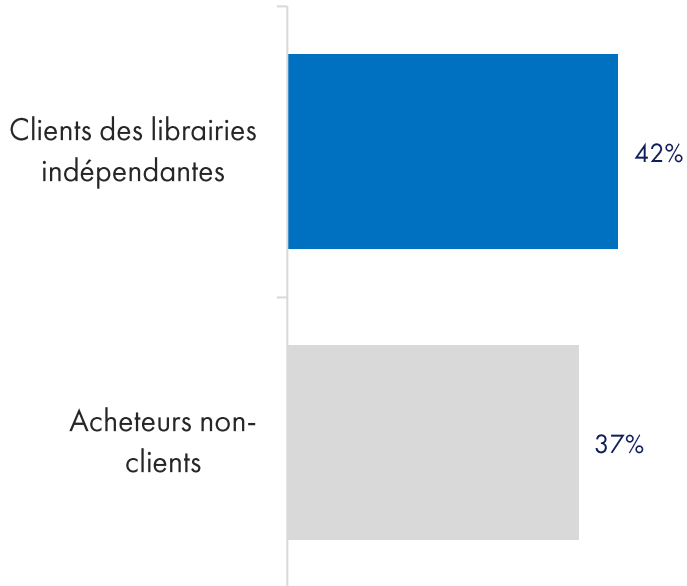
- Oui, vous consultez parfois des publications qui parlent de livres
- Oui, vous êtes abonné(e) à une chaîne / un compte qui parle de livres

# Une part des achats influencés par les réseaux sociaux réalisés dans la librairie indépendante légèrement supérieure à sa pénétration

Dans quels types de commerce vous avez acheté le ou les livres dont vous avez entendu parler sur les réseaux sociaux ?

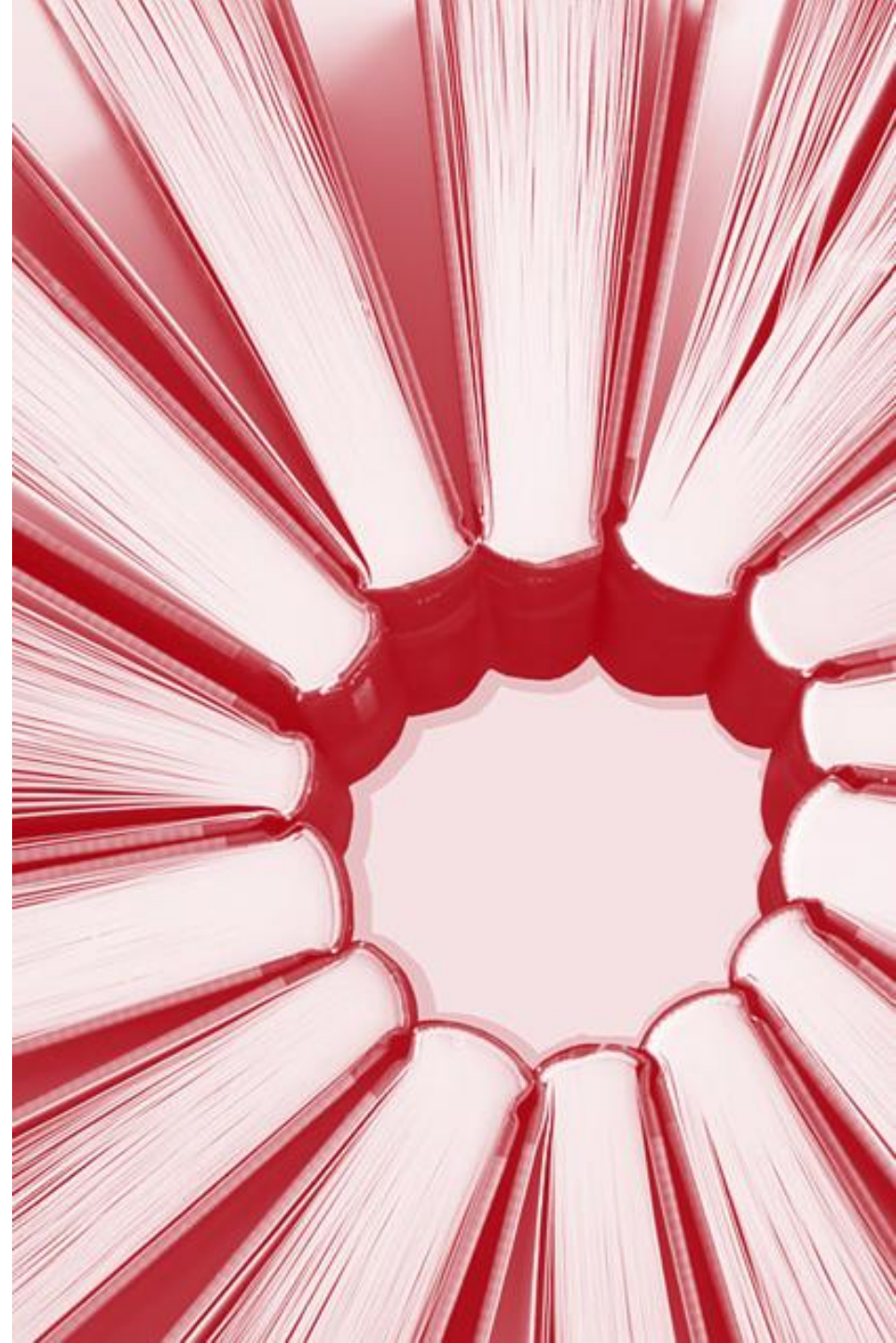
Base : individus ayant acheté des livres dont ils avaient entendu parler sur les réseaux sociaux, n = 1099

% ayant acheté (au cours des 12 derniers mois) au moins un livre dont ils ont entendu parler sur les réseaux sociaux



# La fréquentation des circuits de distribution

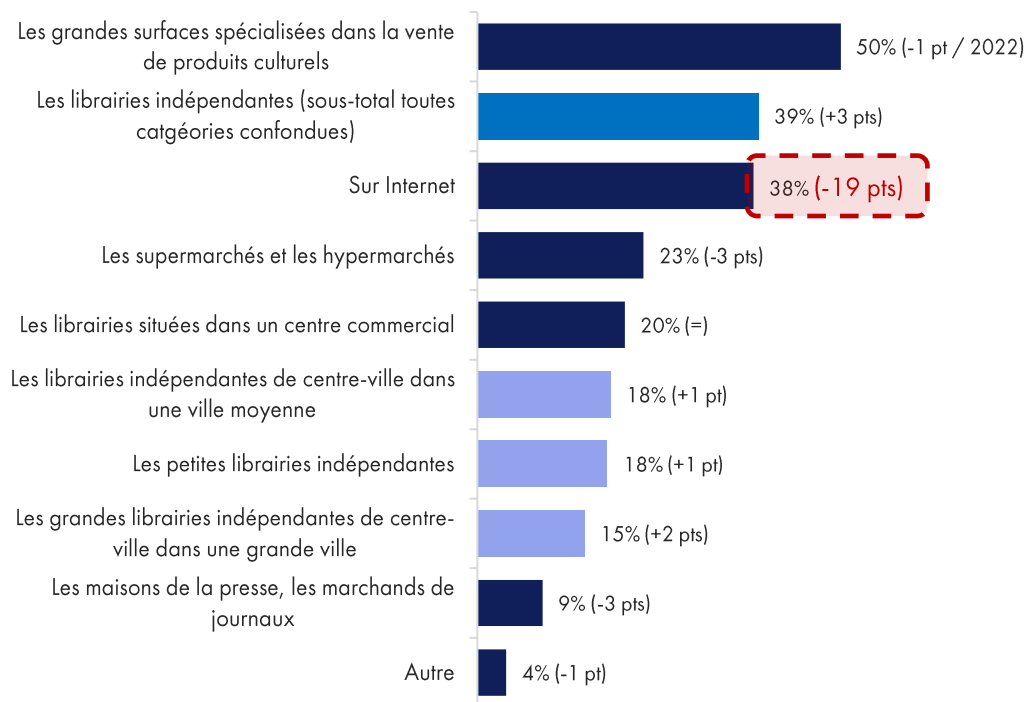
---



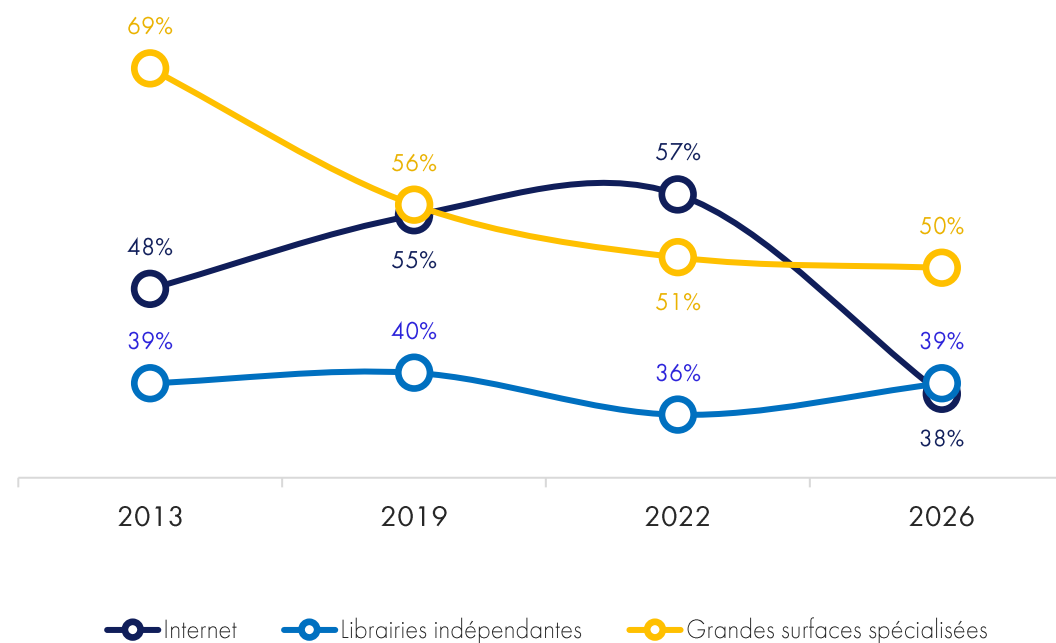
# La pénétration des librairies indépendantes se maintient, celle d'Internet chute fortement

Quels sont les endroits où vous avez acheté des livres neufs au cours des 12 derniers mois ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



Evolution de la pénétration des circuits de distribution pour les achats de livres entre 2013 et 2026

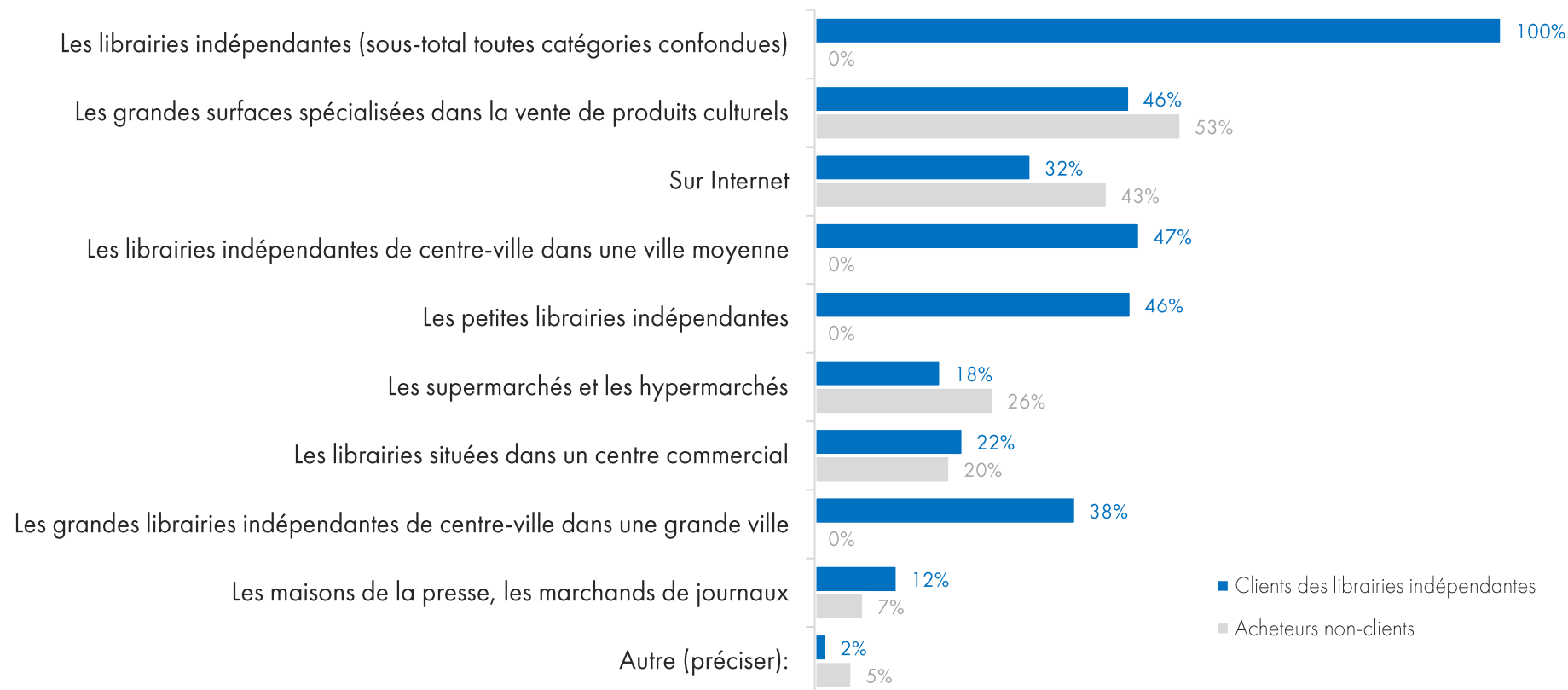


**Pénétration totale des librairies indépendantes (toutes catégories confondues) : 39% (contre 36% en 2022)**

# La moitié des clients des librairies indépendantes achète ses livres dans les grandes surfaces spécialisées, un tiers sur Internet

Quels sont les endroits où vous avez acheté des livres neufs au cours des 12 derniers mois ?

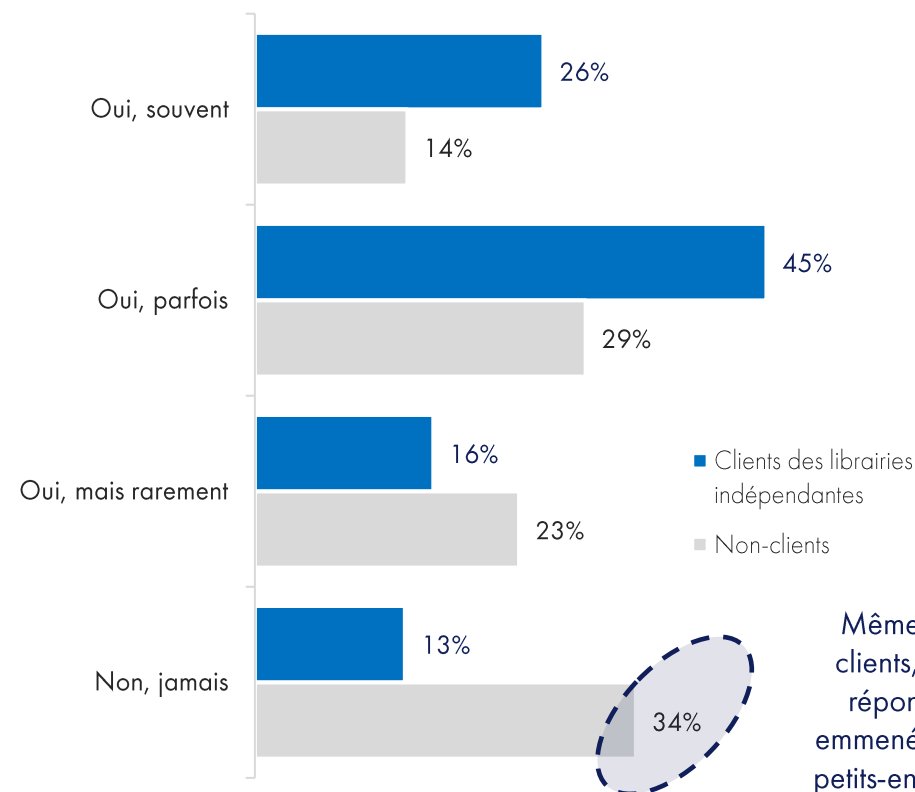
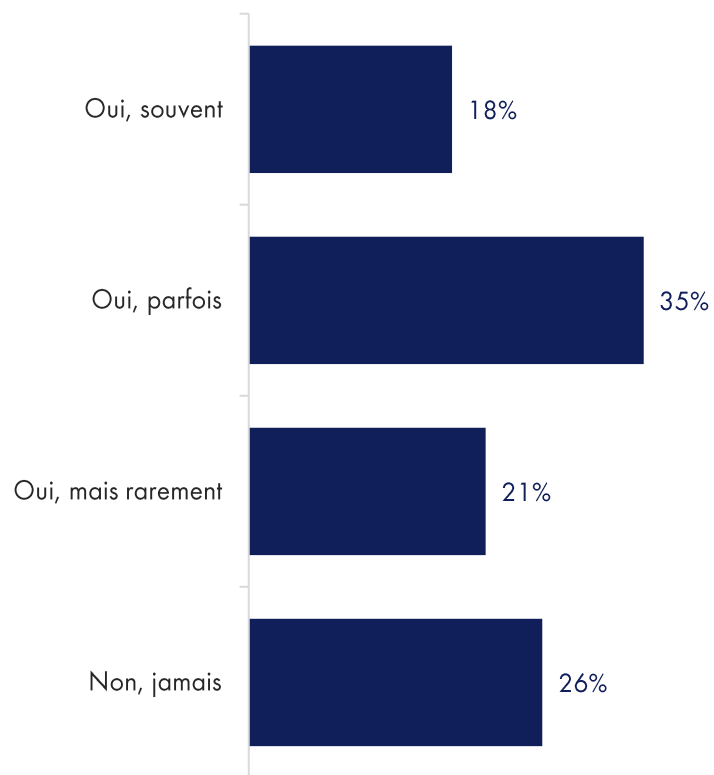
Base : acheteurs de livres, n = 2795



# Plus de 70 % des clients amènent leurs enfants ou petits-enfants en librairie pour leur acheter des livres. Une habitude pratiquée à une bien moindre échelle par les non-clients

Avez-vous déjà emmené vos enfants ou vos petits-enfants en librairie pour leur acheter des livres ?

Base acheteurs de livres ayant des enfants ou des petits-enfants, n = 1969

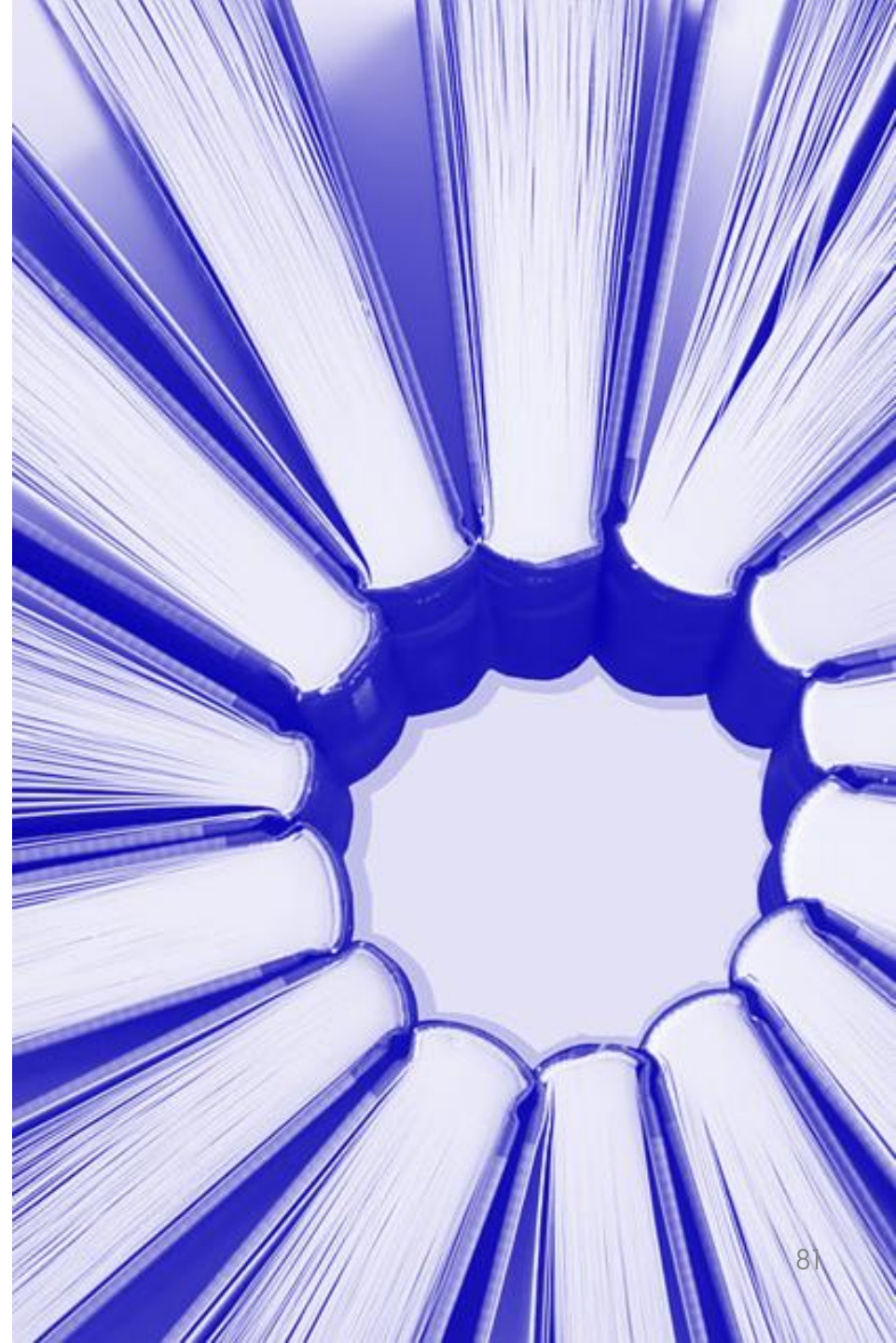


Même parmi les non-clients, la majorité des répondants ont déjà emmené leurs enfants (ou petits-enfants) en librairie.

# La fréquentation des circuits de distribution

---

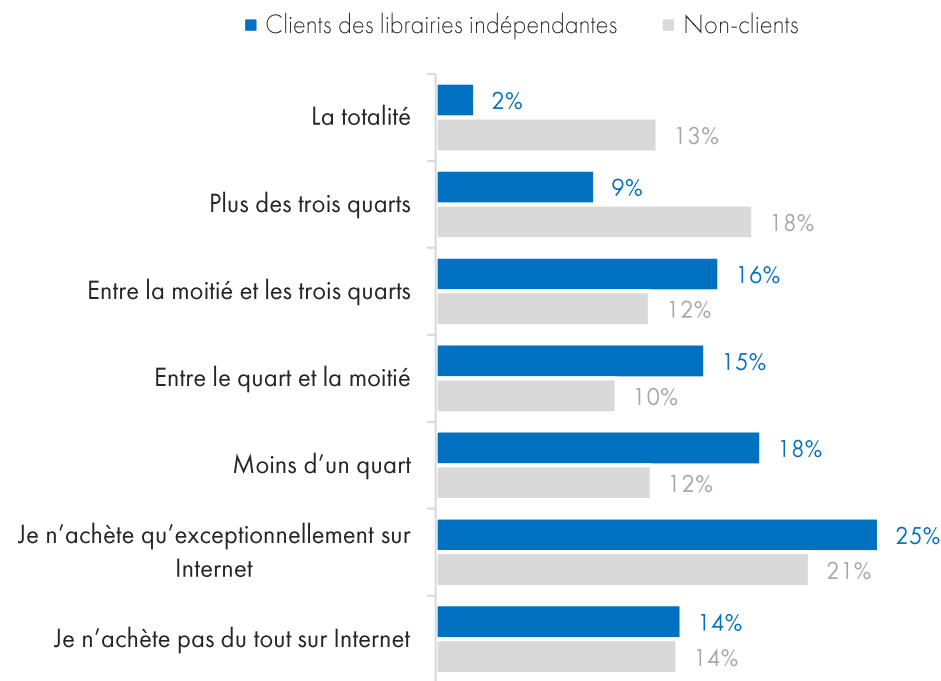
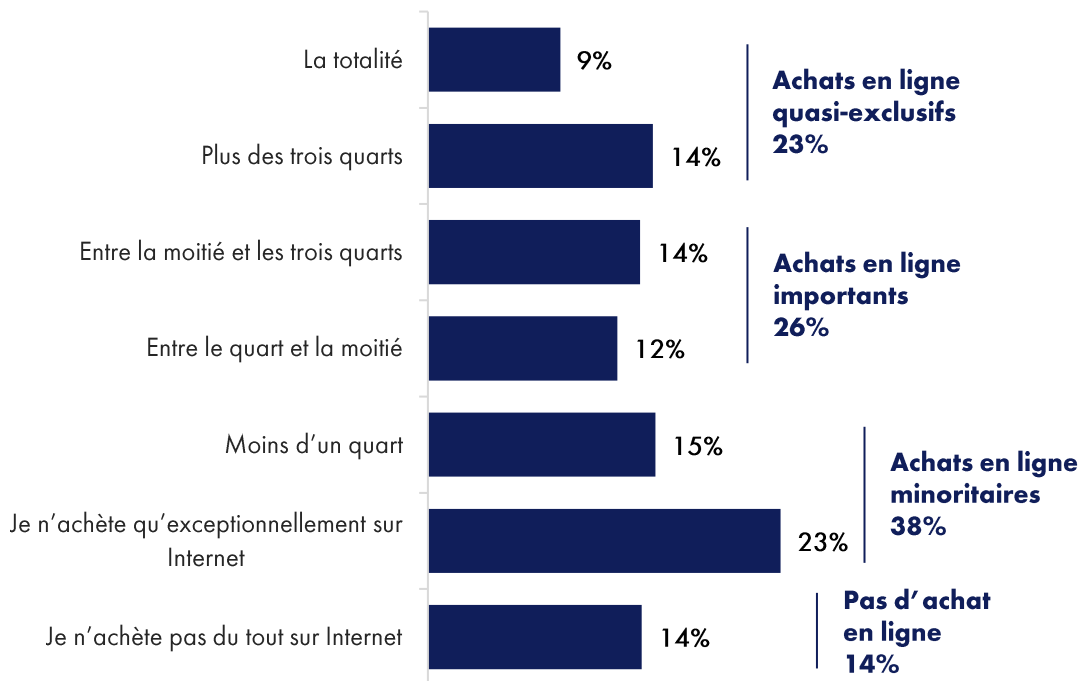
Les achats réalisés sur Internet



# La part des achats en ligne des clients des librairies indépendantes tend à diminuer légèrement

Quelle est approximativement la part de vos achats annuels de livres (neufs et occasion confondus) que vous réalisez sur Internet ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

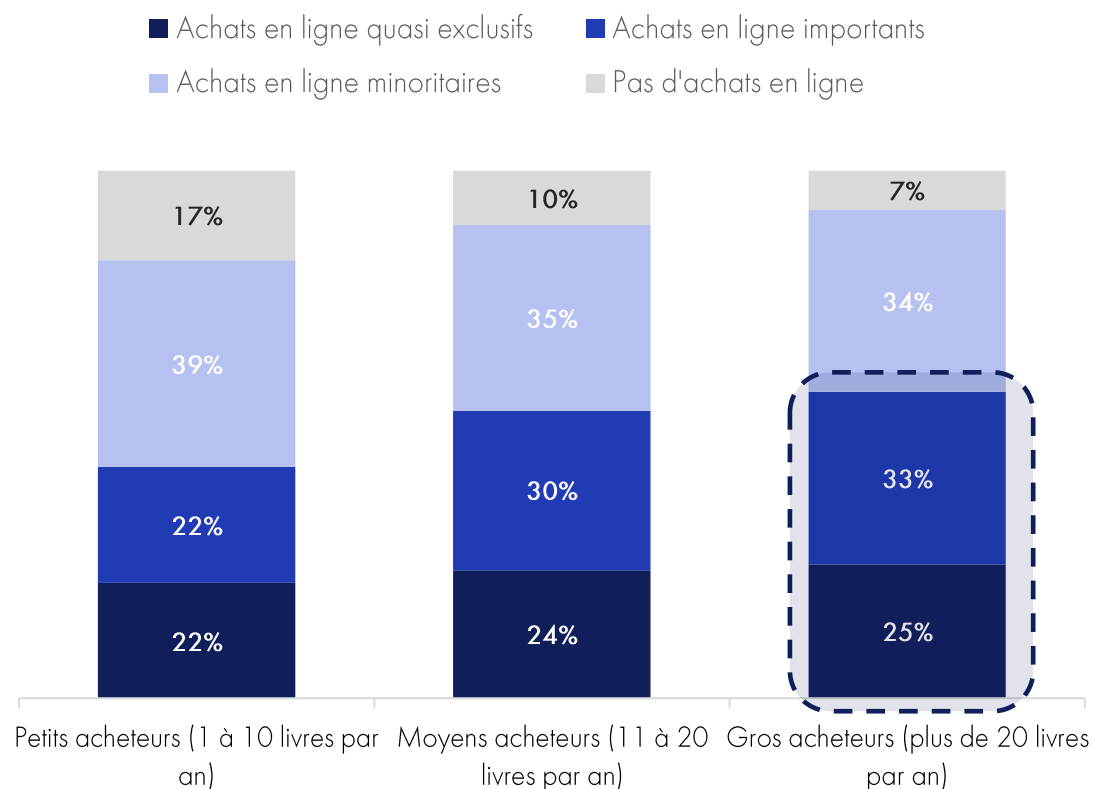
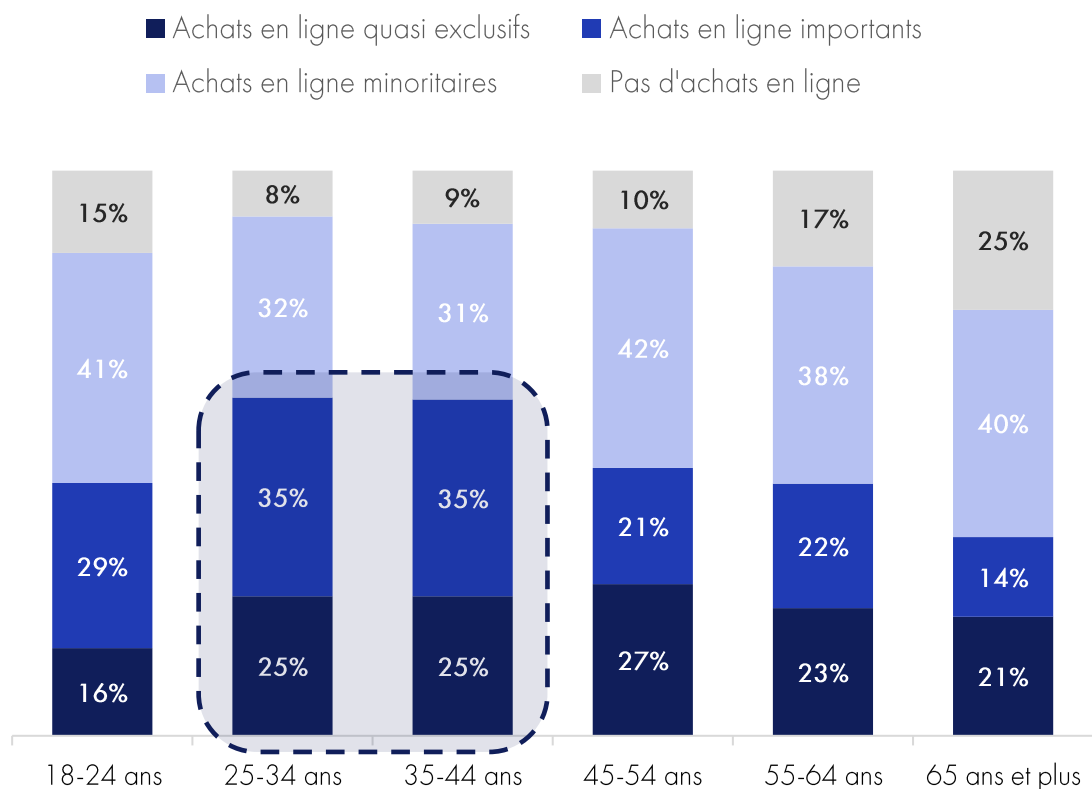


Estimation moyenne de la part des livres achetés sur Internet : 38%. Cette part est significativement plus importante parmi les non-clients (43%) que parmi les clients des librairies indépendantes (31%). La part des achats réalisés sur Internet par les clients des librairies indépendantes tend à se réduire légèrement (36% en 2019, 32% en 2022, 31% en 2026).

# Les gros consommateurs de livres sont aussi ceux qui réalisent la part la plus importante de leurs achats sur Internet

Quelle est approximativement la part de vos achats annuels de livres (neufs et occasion confondus) que vous réalisez sur Internet ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



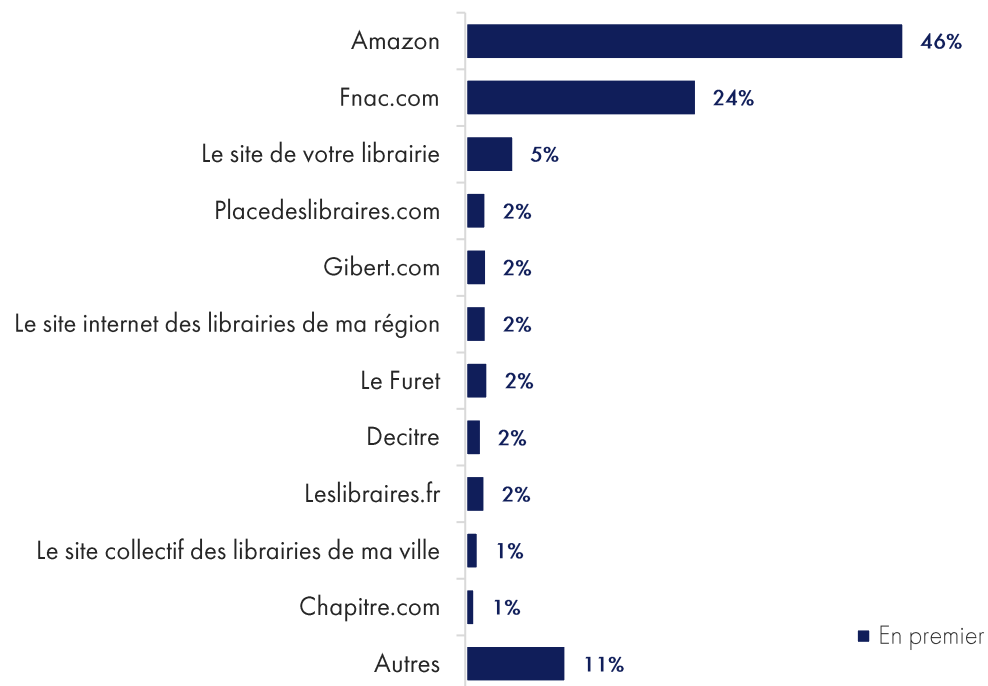
# Amazon et la Fnac continuent de dominer les achats en ligne, mais les sites des librairies progressent de manière significative

## Sur quels sites de e-commerce achetez-vous vos livres neufs ?

Base : individus effectuant plus qu'exceptionnellement des achats sur internet, n = 1784

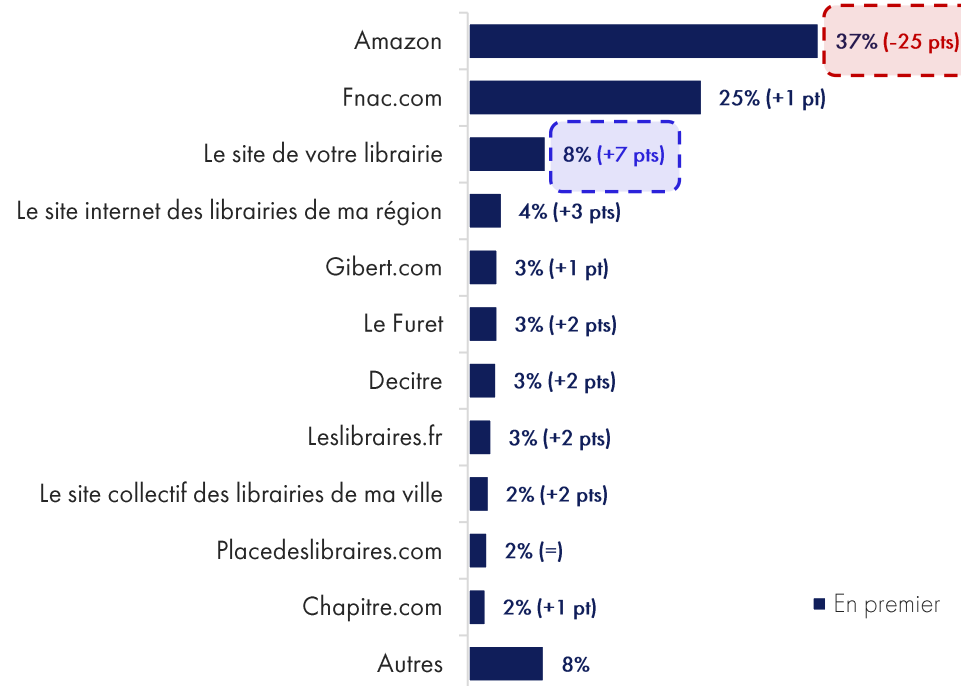
### Parmi l'ensemble des personnes qui achètent des livres en ligne

- % site principal dédié aux achats



### Parmi les clients des librairies indépendantes qui achètent des livres en ligne

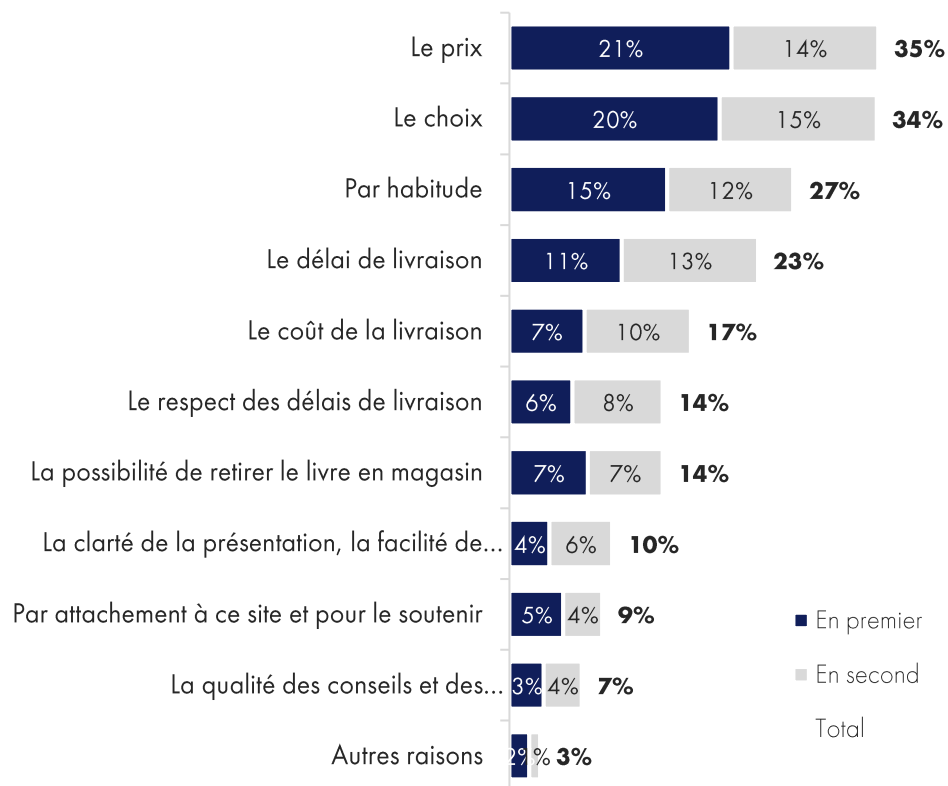
- % site principal dédié aux achats



# Le recours aux sites des librairies indépendantes porté par un usage et des motivations différents

Pour quelles raisons privilégiez-vous [ce site] pour vos achats en ligne ?

Base : individus effectuant des achats réguliers sur internet, n = 1784



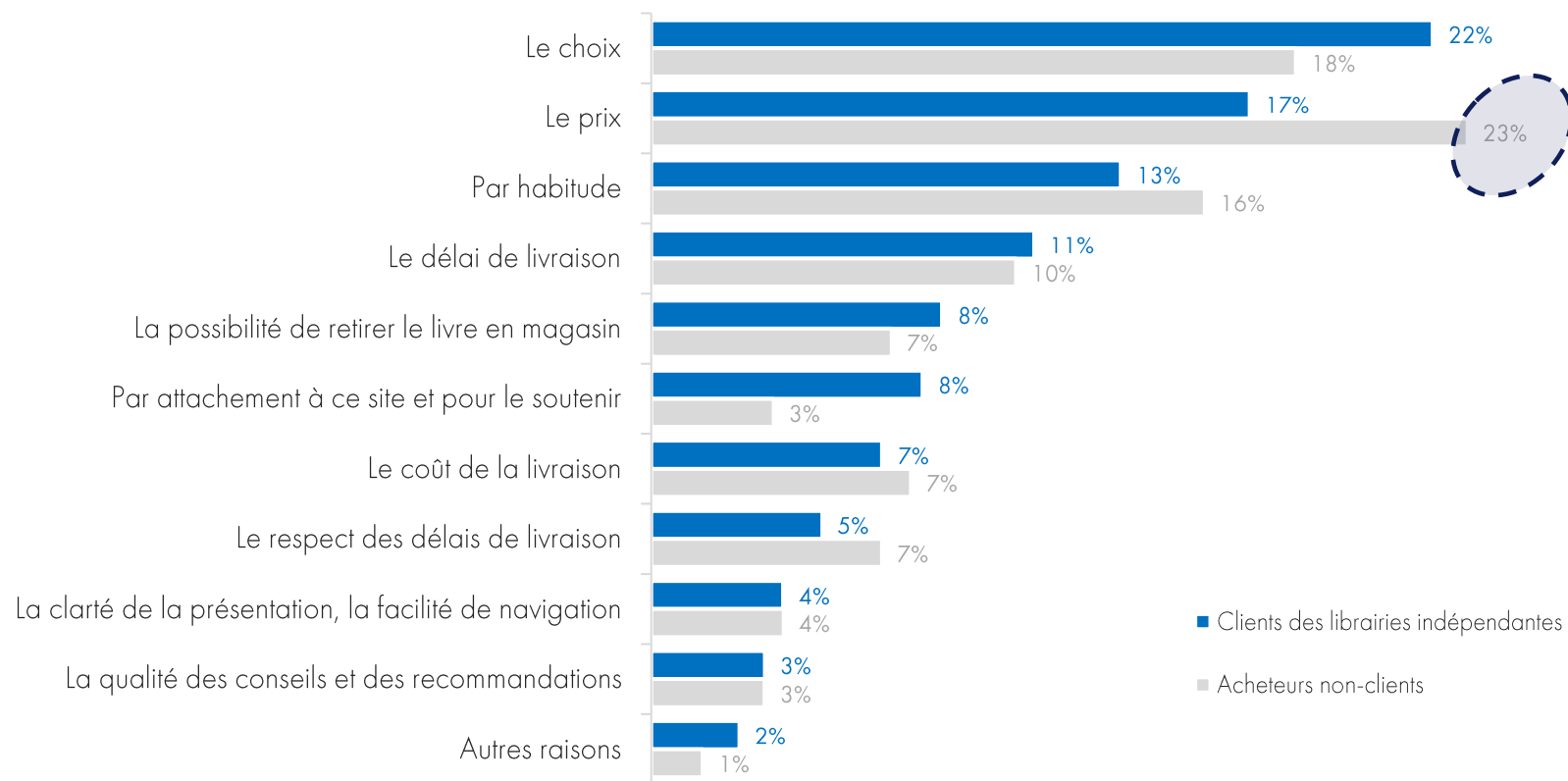
Motivation principale en fonction du site utilisé

	Clients d'Amazon	Clients de Fnac.com	Clients du site d'un libraire
Le choix	22%	21%	10%
Le prix	19%	16%	13%
Le délai de livraison	16%	8%	5%
Le coût de la livraison	9%	5%	6%
Par habitude	14%	21%	12%
Le respect des délais de livraison	10%	4%	1%
La possibilité de retirer le livre en magasin	2%	13%	19%
La présentation, la navigation	4%	3%	8%
Par attachement, pour soutenir	1%	5%	14%
La qualité des conseils et recommandations	1%	4%	12%
Autres	2%	0%	0%

# Les non-clients, plus nombreux à ne pas connaître la loi Lang sur le prix unique, évoquent plus fréquemment le prix pour justifier l'usage de leur site Internet préféré

Pour quelles raisons privilégiez-vous [ce site] pour vos achats en ligne ?

Base : individus effectuant des achats réguliers sur internet, n = 1784

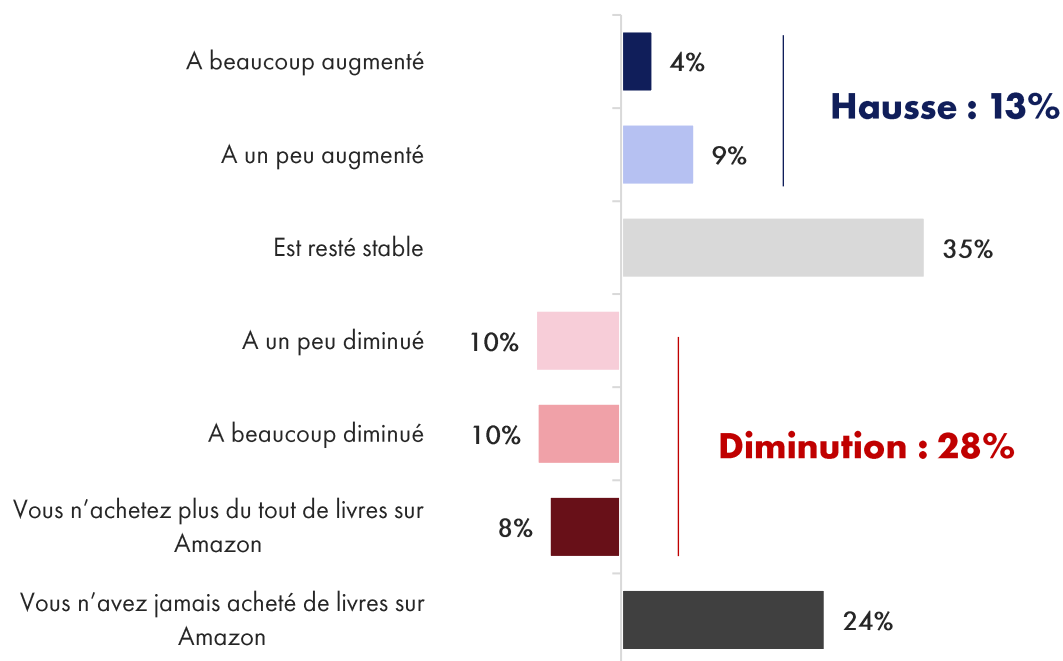


## 28% des « acheteurs » de livres disent avoir réduit leur usage d'Amazon au cours des dernières années

Au cours des dernières années, votre usage d'Amazon pour acheter des livres ... ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

Parmi l'ensemble des « acheteurs » de livres

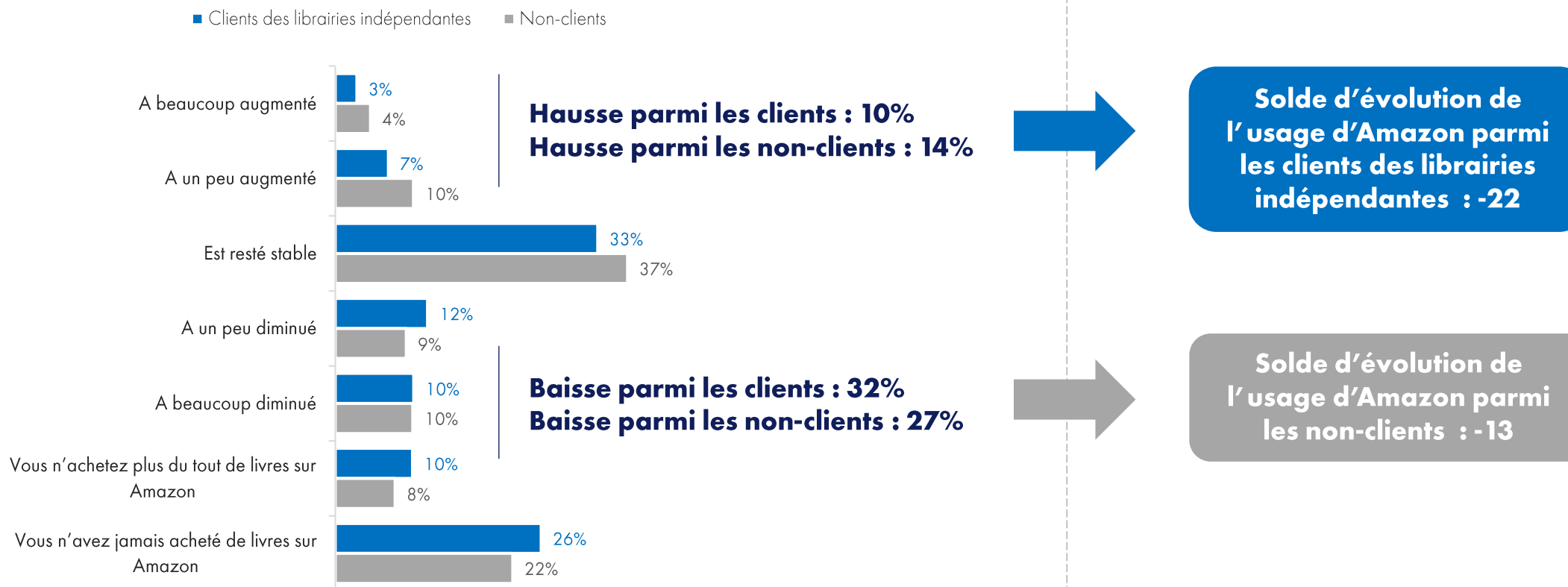


**Solde d'évolution de l'usage d'Amazon : -15**

# Les clients des librairies indépendantes ont davantage réduit leurs achats sur Amazon que les non-clients

Au cours des dernières années, votre usage d'Amazon pour acheter des livres ... ?

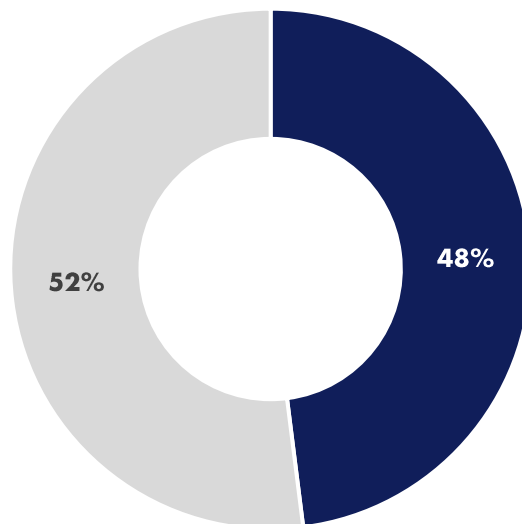
Base : acheteurs de livres, n = 2795



## Dans un cas sur deux, la réduction des achats sur Amazon résulte de l'application de la loi Darcos

**Vous avez déclaré avoir réduit vos achats de livres sur Amazon / ne plus acheter de livres sur Amazon. La hausse des frais de livraison pour les livres a-t-elle eu un impact sur votre décision de privilégier d'autres circuits ?**

*Base : individus ayant diminué le volume de leurs achats sur Amazon, n = 807*



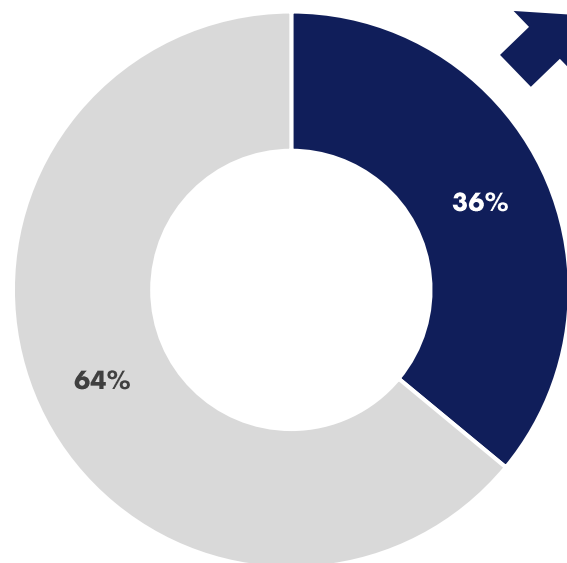
48% des personnes qui ont réduit le volume de leurs achats sur Amazon l'ont fait en raison de la hausse des frais de livraison provoquée par la loi Darcos. Ces personnes, rapportées à l'ensemble des acheteurs de livre, comptent pour 14% (et 9% de l'ensemble de la population Française), dont l'usage d'Amazon aurait été modifié par l'application de la loi Darcos.

- Oui, vous avez réduit vos achats sur Amazon pour ne pas payer les 3 euros de frais de livraison
- Non, votre décision de réduire vos achats de livres sur Amazon n'est pas liée aux frais de livraison

## 36% des clients des librairies indépendantes disent y avoir accru leurs achats du fait de l'application de la loi Darcos

Depuis le 7 octobre 2023, les frais de livraison lors des achats de livres sur Internet sont fixés à 3€ minimum pour toute commande de livres neufs d'une valeur inférieure à 35€. Cette hausse des frais de livraison pour les achats de livres sur Internet vous a-t-elle encouragé à acheter plus souvent dans les librairies indépendantes ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



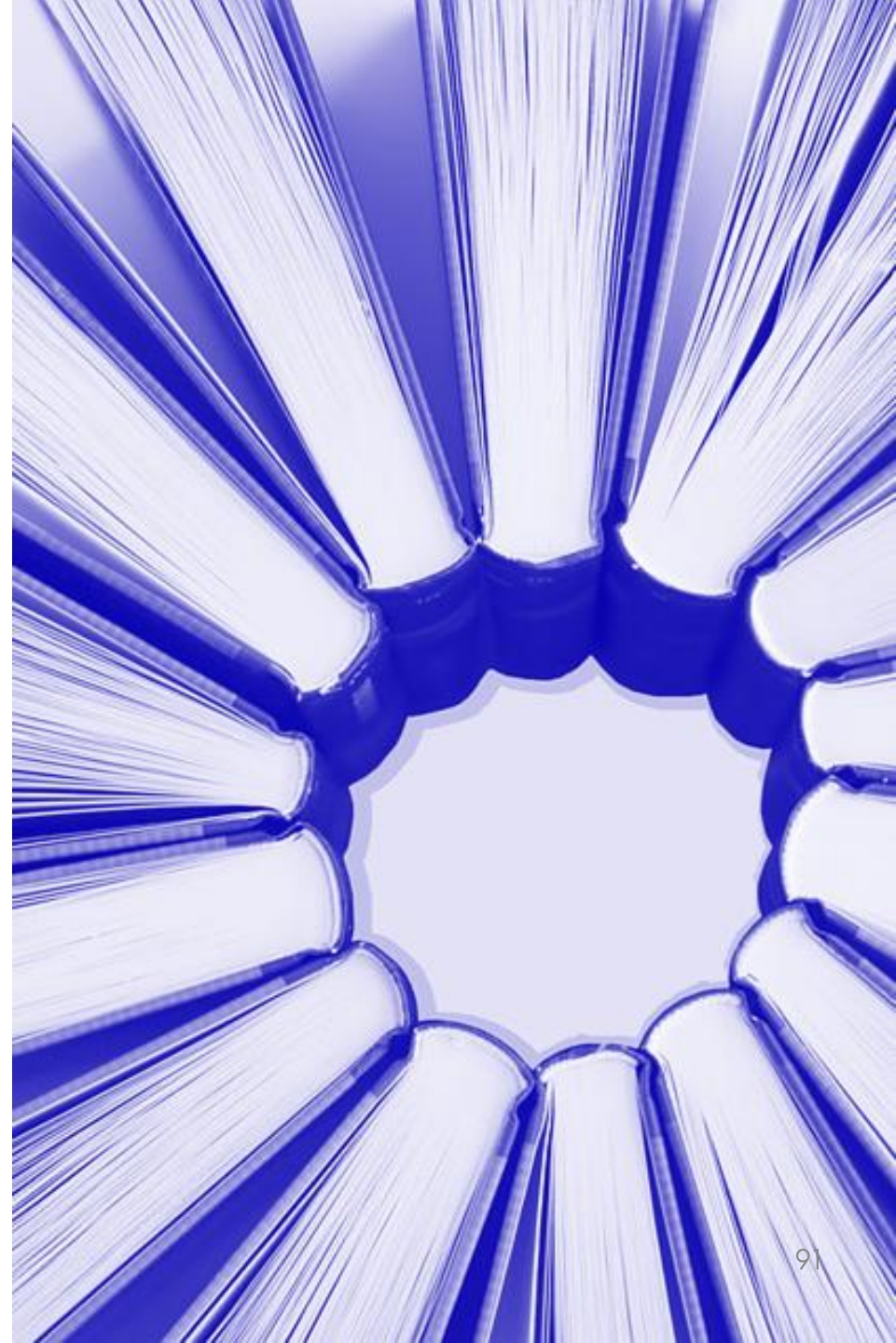
**14% de l'ensemble des « acheteurs » de livres ...  
10% de l'ensemble de la population ...  
... qui disent acheter davantage en librairie indépendante du fait l'application de la loi Darcos**

- Oui, depuis la hausse des frais de livraison vos achats en librairie ont augmenté
- Non, la hausse des frais de livraison n'a pas eu d'influence sur le volume de vos achats en librairie

# La fréquentation des circuits de distribution

---

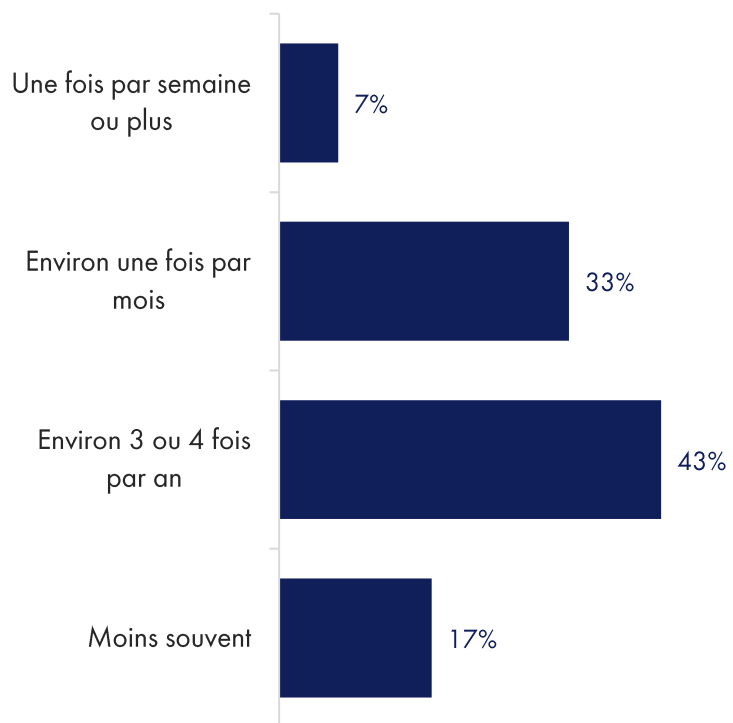
Les achats réalisés en librairies  
indépendantes



# La fréquence de fréquentation des librairies indépendantes remonte légèrement par rapport au niveau observé en 2022

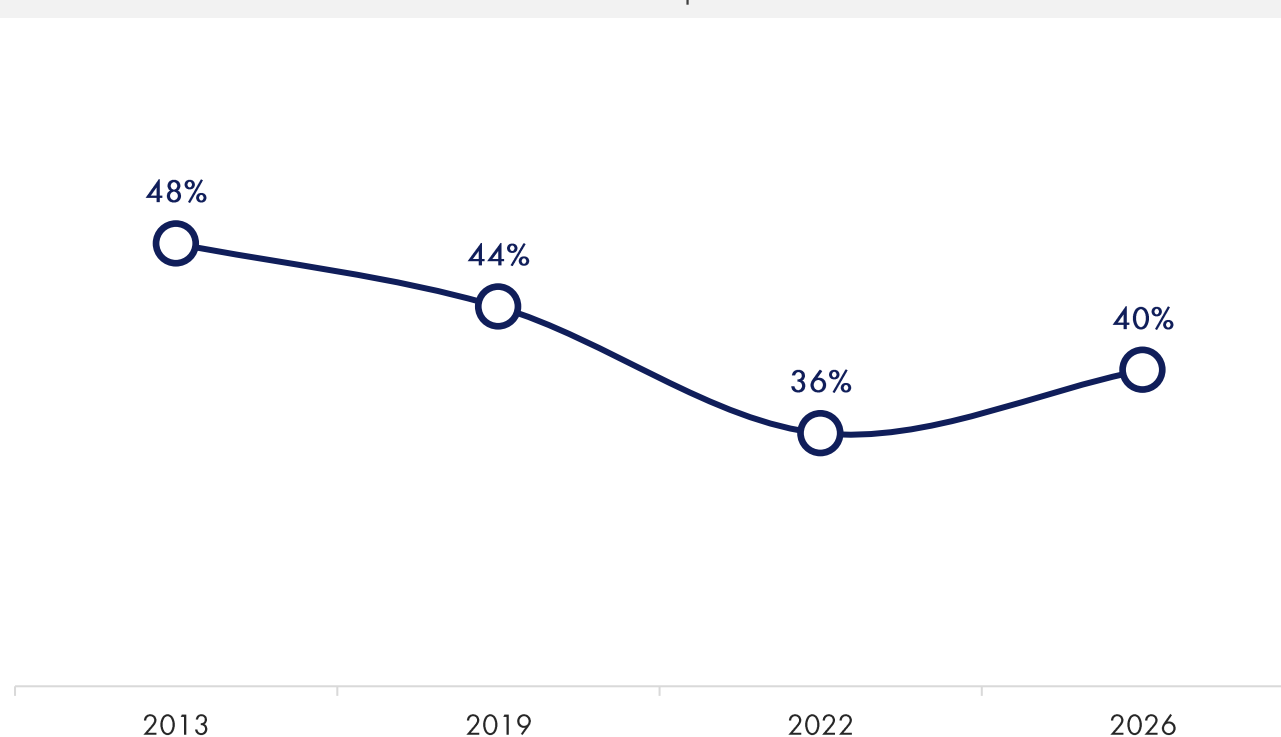
A quelle fréquence vous rendez-vous dans une librairie indépendante (grandes librairies de centre-ville ou librairies de quartier) pour acheter des livres ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



% des clients qui se rendent au moins « une fois par mois » en librairie indépendante

- Evolution depuis 2013



Rappel : 39% des acheteurs fréquentent les librairies indépendantes.

# La part des achats réalisés pour soi en librairie indépendante en très légère hausse

Quelle est approximativement la part de vos achats annuels de livres (neufs et occasion confondus) que vous réalisez dans les librairies indépendantes (grandes et moyennes librairies de centre-ville, ou librairies de quartier) ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

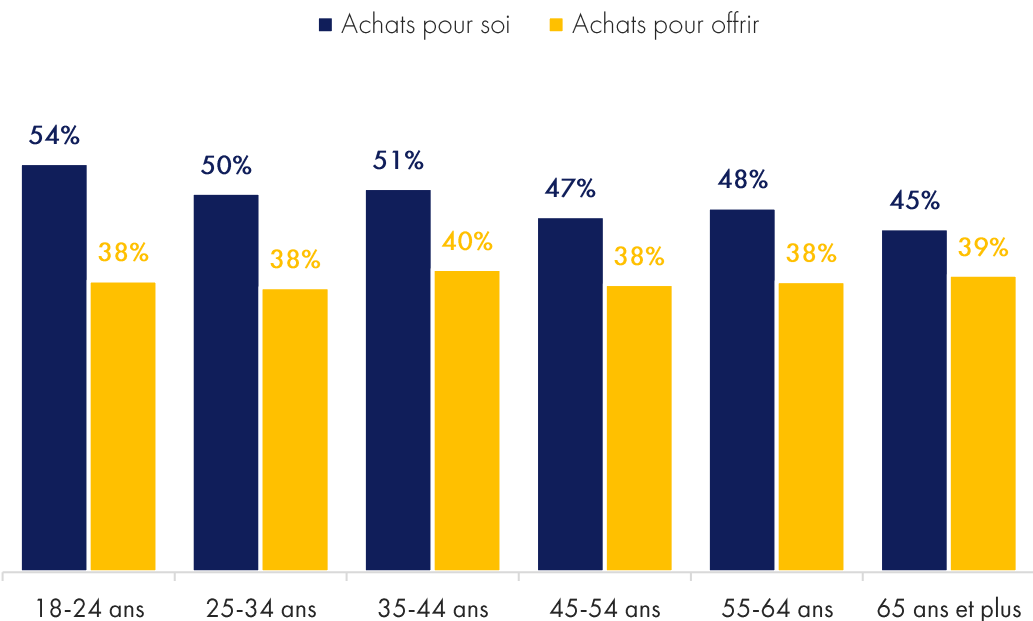
	Achats pour soi			Achats pour offrir		
	2019	2022	2026	2019	2022	2026
Plus des trois quarts	22%	30%	32%	18%	21%	20%
Entre la moitié et les trois quarts	22%	16%	20%	15%	14%	14%
Entre le quart et la moitié	28%	20%	19%	23%	19%	20%
Moins d'un quart	21%	20%	16%	22%	25%	30%
Achats exceptionnels	8%	12%	11%	10%	14%	12%
Aucun achat	0,2%	2%	2%	12%	7%	4%
<b>Estimation de la part moyenne des achats effectués en librairie indépendante</b>	<b>46%</b>	<b>46%</b>	<b>49%</b>	<b>37%</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>

# Les jeunes réalisent une part légèrement supérieure à la moyenne de leurs achats de livres en librairie indépendante

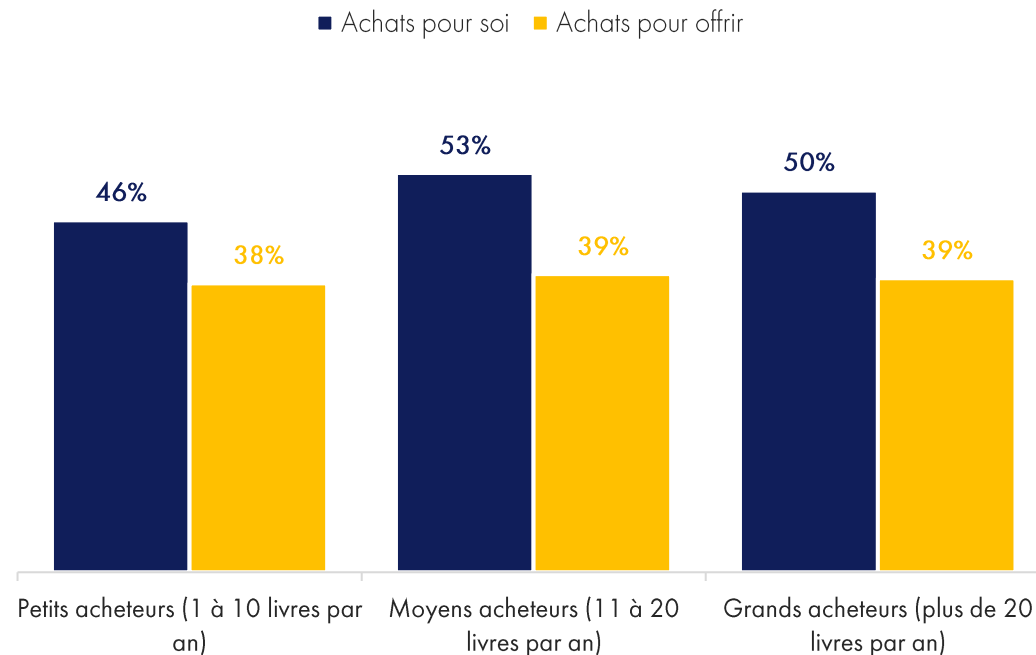
Quelle est approximativement la part de vos achats annuels de livres (neufs et occasion confondus) que vous réalisez dans les librairies indépendantes (grandes et moyennes librairies de centre-ville, ou librairies de quartier) ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Estimation de la part moyenne des achats effectués en librairie indépendantes en fonction de l'âge



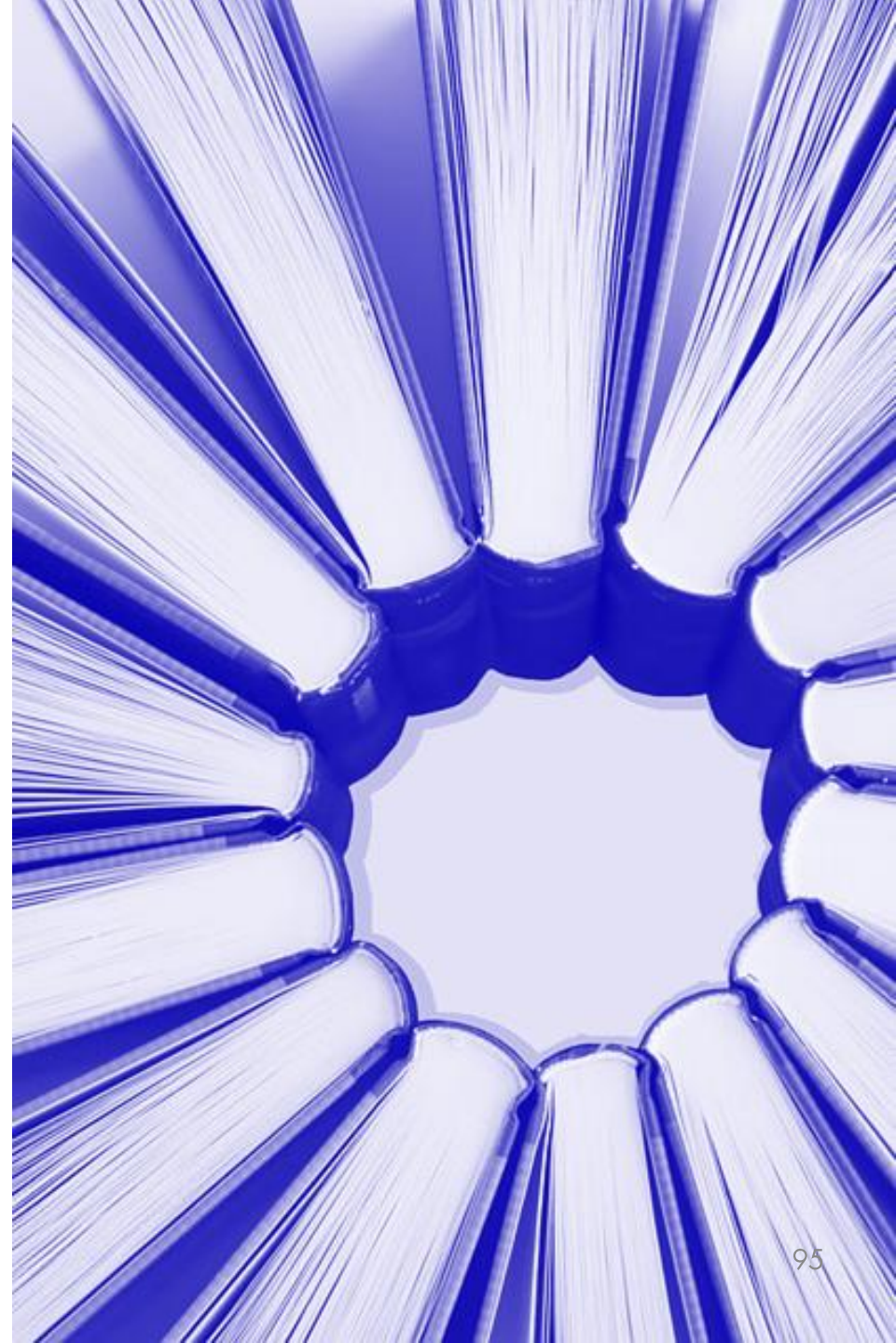
Estimation de la part moyenne des achats effectués en librairie indépendantes en fonction du volume des achats de livres



# La fréquentation des circuits de distribution

---

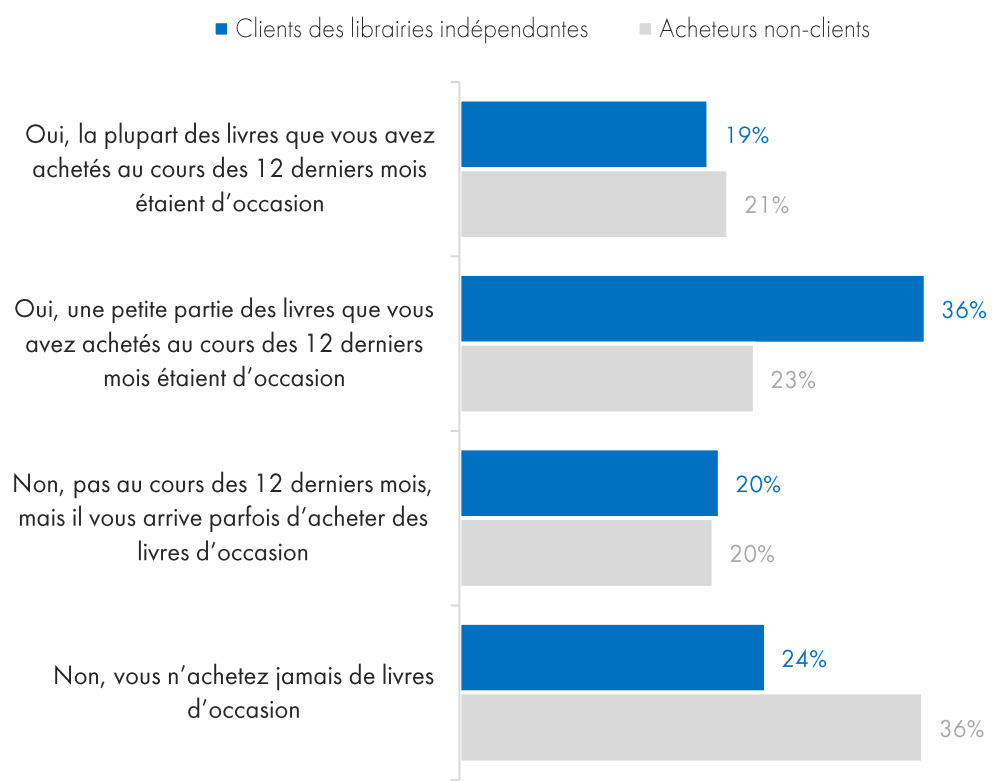
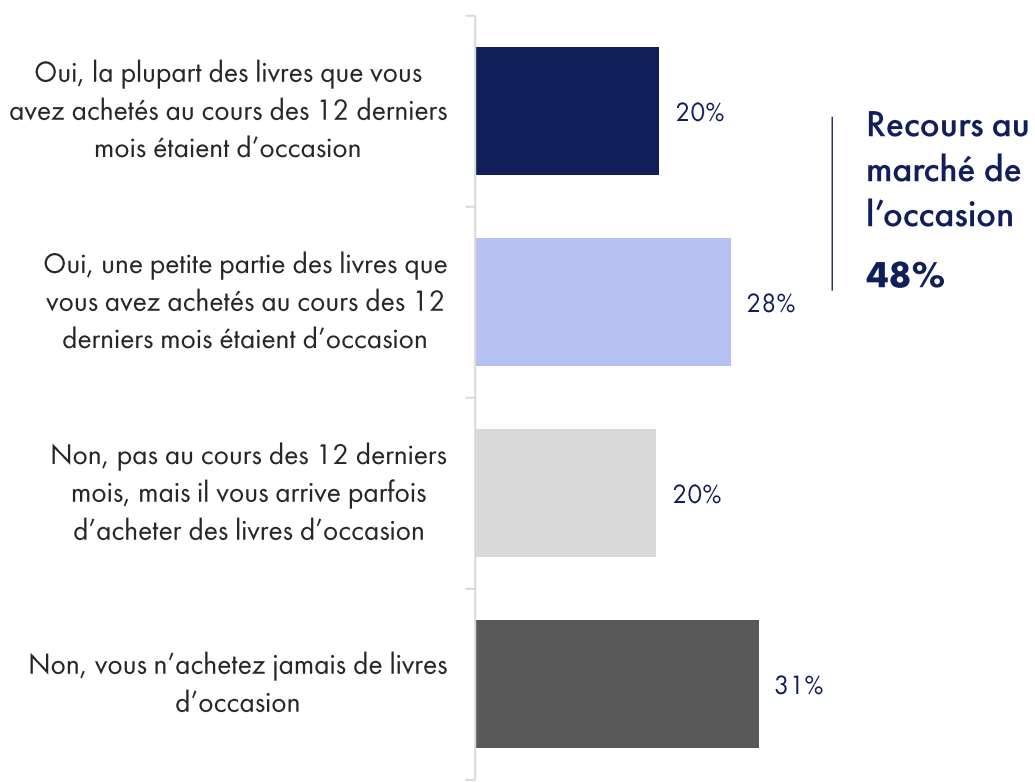
## Les achats d'occasion



# Près d'un consommateur sur deux a recours au marché de l'occasion pour ses achats de livres

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des livres d'occasion ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



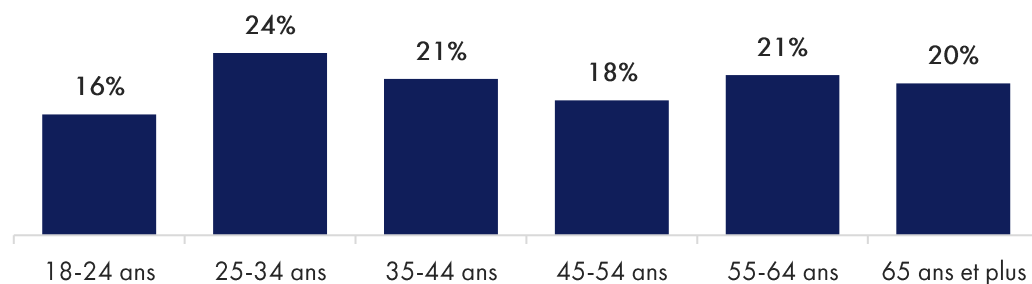
# Les plus gros consommateurs de livres sont également ceux qui en achètent la plus grande partie d'occasion

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des livres d'occasion ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

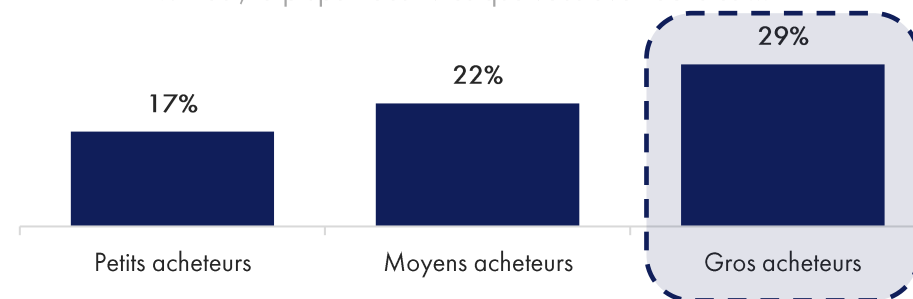
Recours au marché de l'occasion en fonction de l'âge

- % « oui, la plupart des livres que vous avez achetés ... »



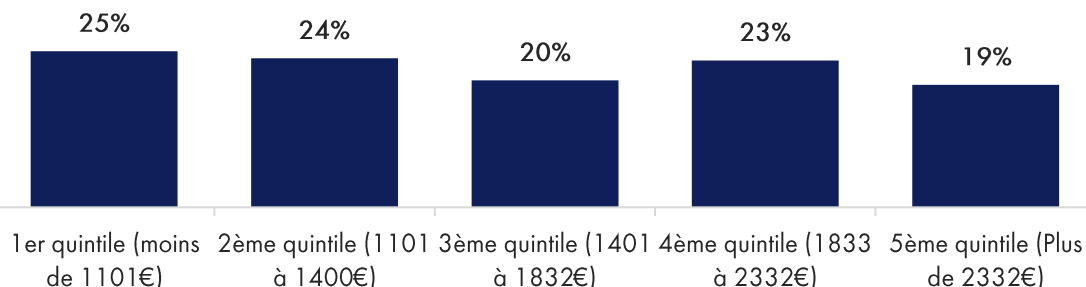
Recours au marché de l'occasion en fonction du volume des achats de livres

- % « oui, la plupart des livres que vous avez achetés ... »



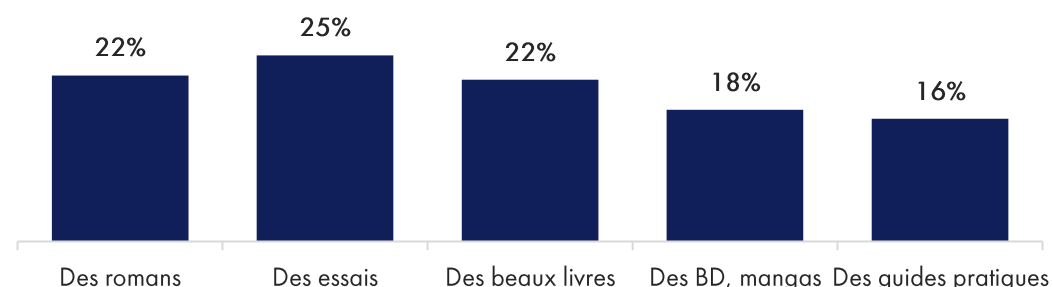
Recours au marché de l'occasion en fonction des revenus du foyer

- % « oui, la plupart des livres que vous avez achetés ... »



Recours au marché de l'occasion en fonction du genre le plus lu

- % « oui, la plupart des livres que vous avez achetés ... »

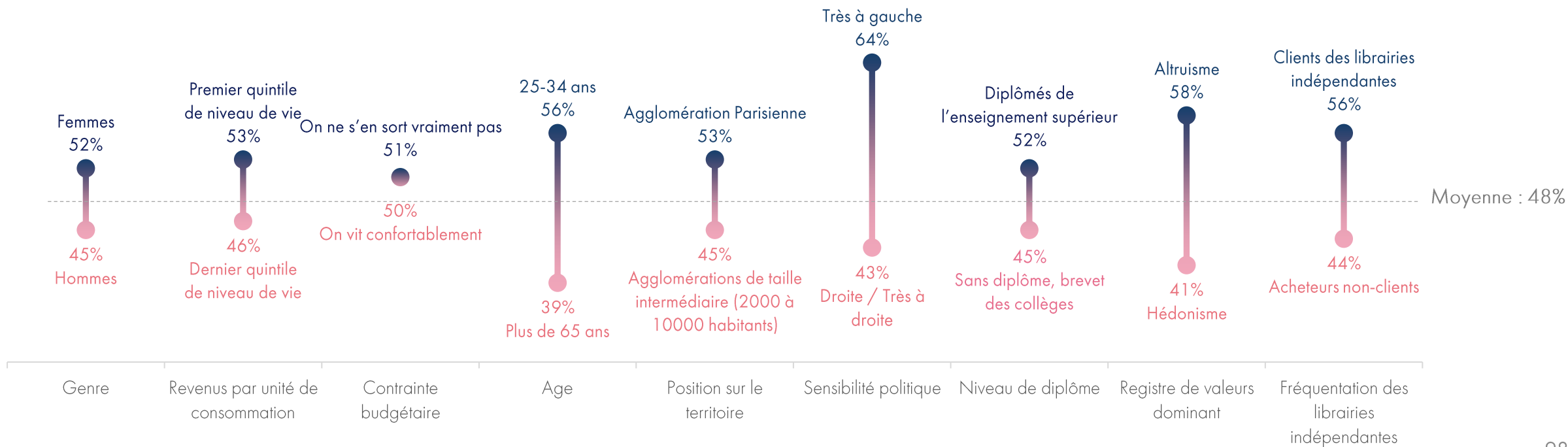


# Le marché de l'occasion séduit une population surreprésentée parmi les jeunes et les clients des librairies indépendantes

Part des « acheteurs » ayant recours au marché de l'occasion en fonction de leurs caractéristiques sociodémographiques

Base : acheteurs de livres, n = 2795

Part des « acheteurs » ayant recours au marché de l'occasion

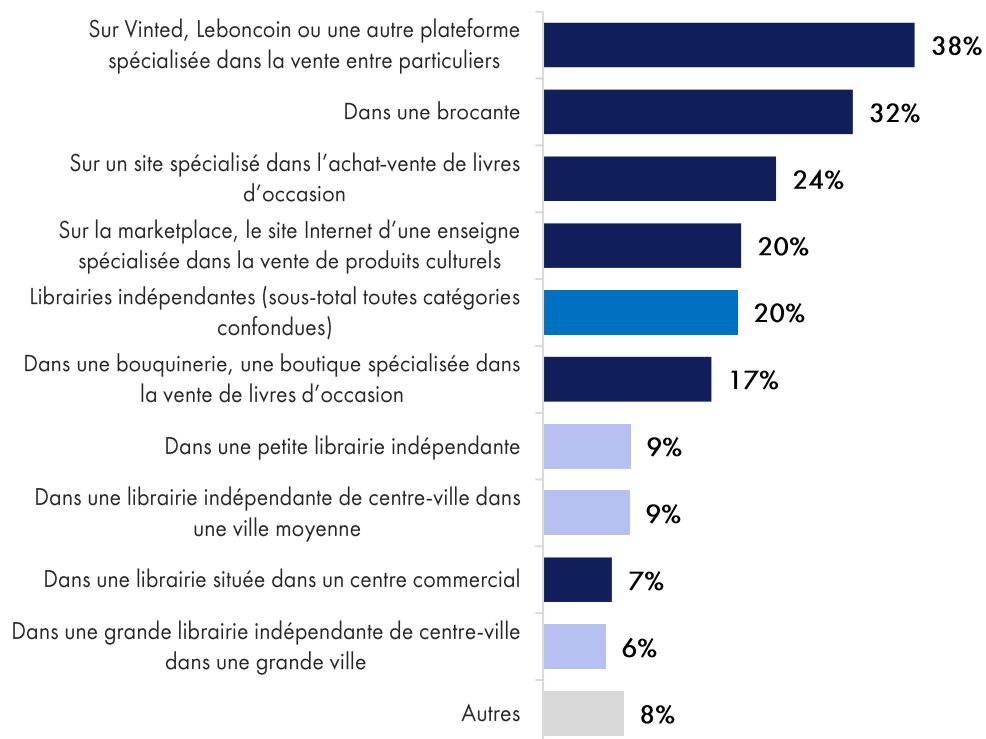


# Les plateformes de seconde main généralistes dominent le marché du livre d'occasion

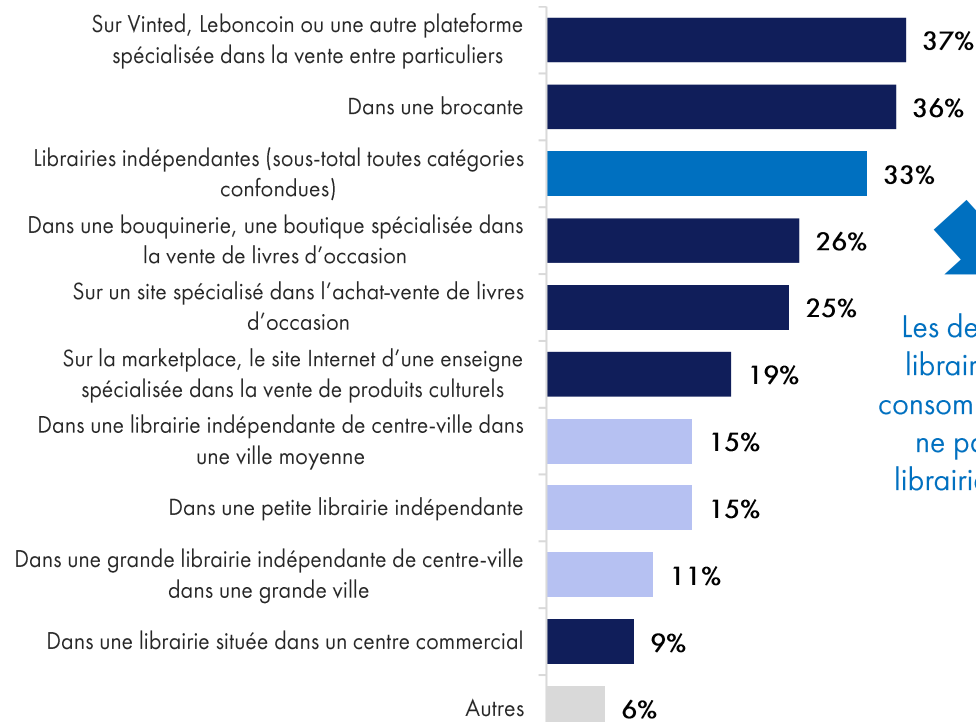
Où avez-vous acheté des livres d'occasion au cours des 12 derniers mois ?

Base : acheteurs de livres d'occasion, n = 1354

## Parmi l'ensemble des acheteurs de livres d'occasion



## Parmi les clients des librairies indépendantes qui achètent des livres d'occasion



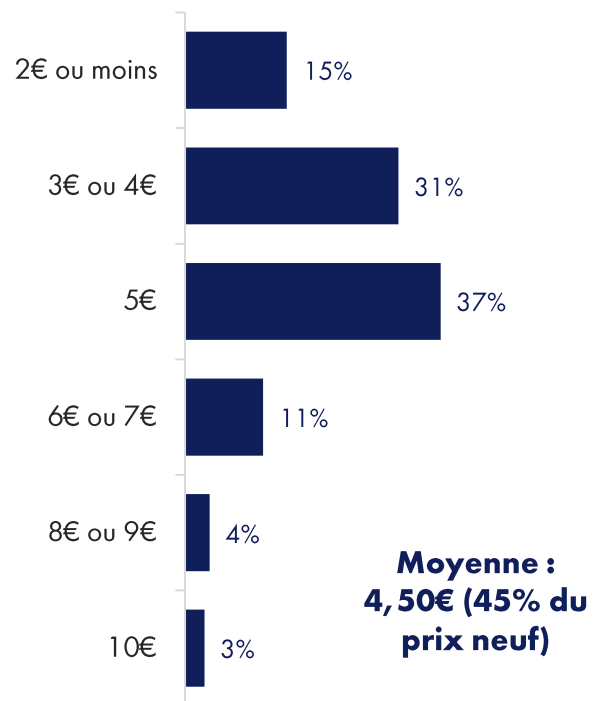
Les deux tiers des clients des librairies indépendantes qui consomment du livre d'occasion ne passent jamais par une librairie indépendante lors de ces achats

# Le prix juste d'un livre d'occasion estimé à un peu moins de 50% du prix neuf

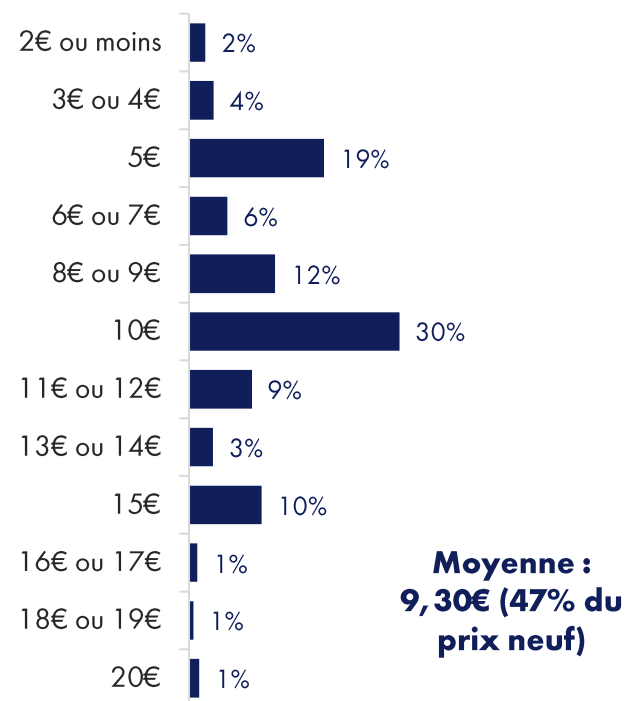
Quel est selon vous, le prix « juste », le prix normal qu'il conviendrait de payer pour ...

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1000

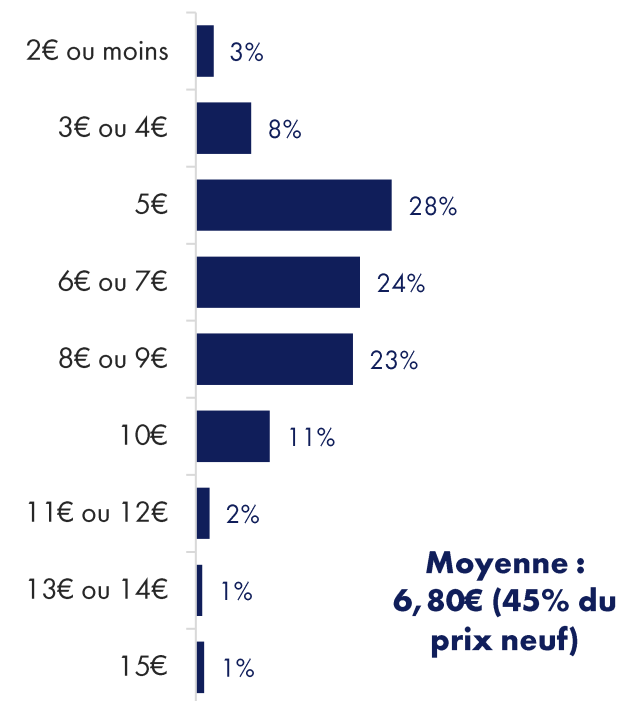
...un livre de poche d'occasion dont le prix neuf était de 10€



...un livre grand format d'occasion dont le prix neuf était de 20€



...une BD d'occasion dont le prix neuf était de 15€



# Les avantages comparatifs de la librairie indépendante

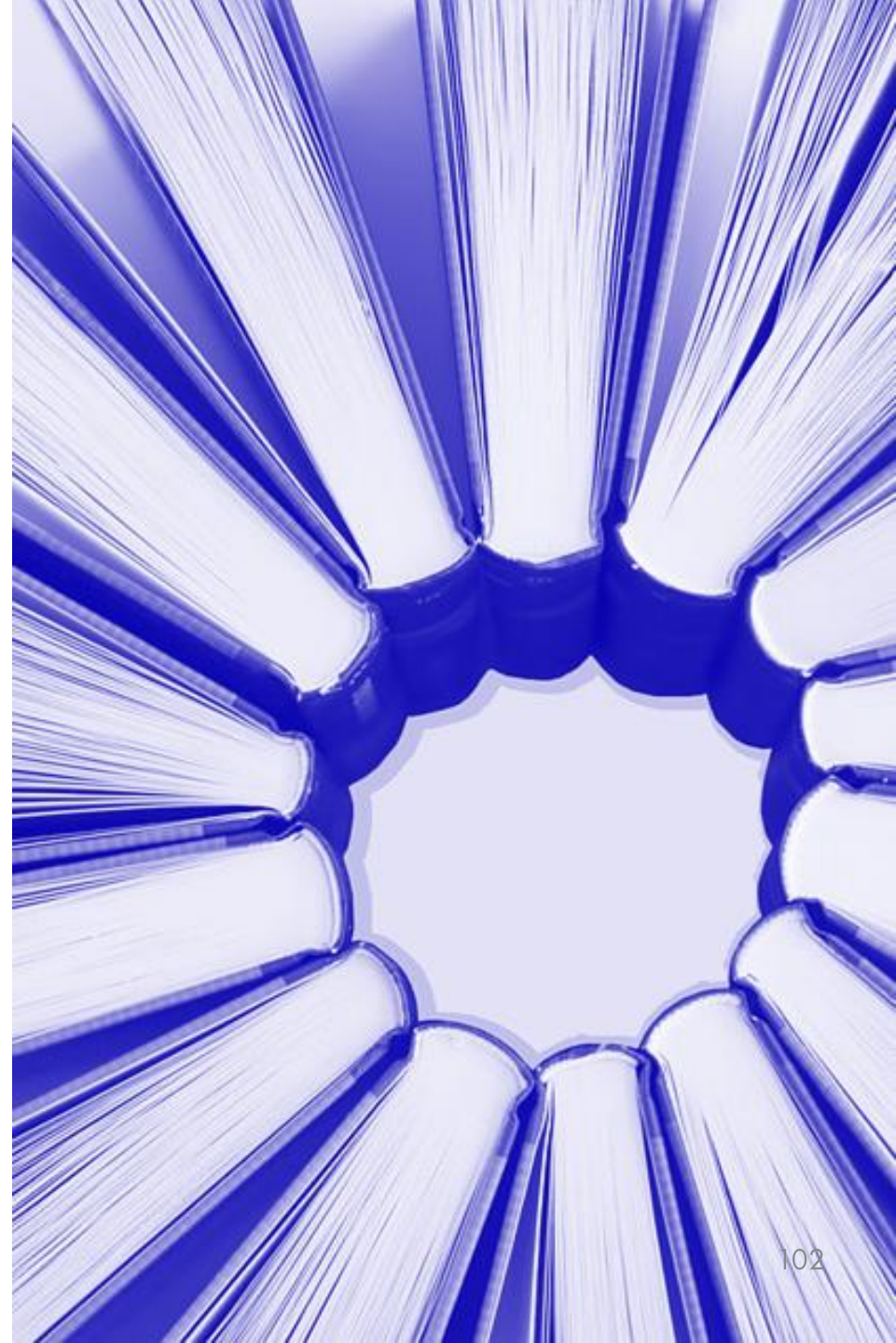
---



# Les avantages comparatifs de la librairie indépendante

---

L'appréciation des formats



# Les librairies indépendantes constituent de loin les points de vente préférés des clients...

Veillez donner une note de -5 à +5 pour chacun des points de vente suivants selon l'intensité avec laquelle vous les appréciez, aimez les fréquenter et vous sentez en phase avec leur discours, leur politique, leurs produits et leurs services.

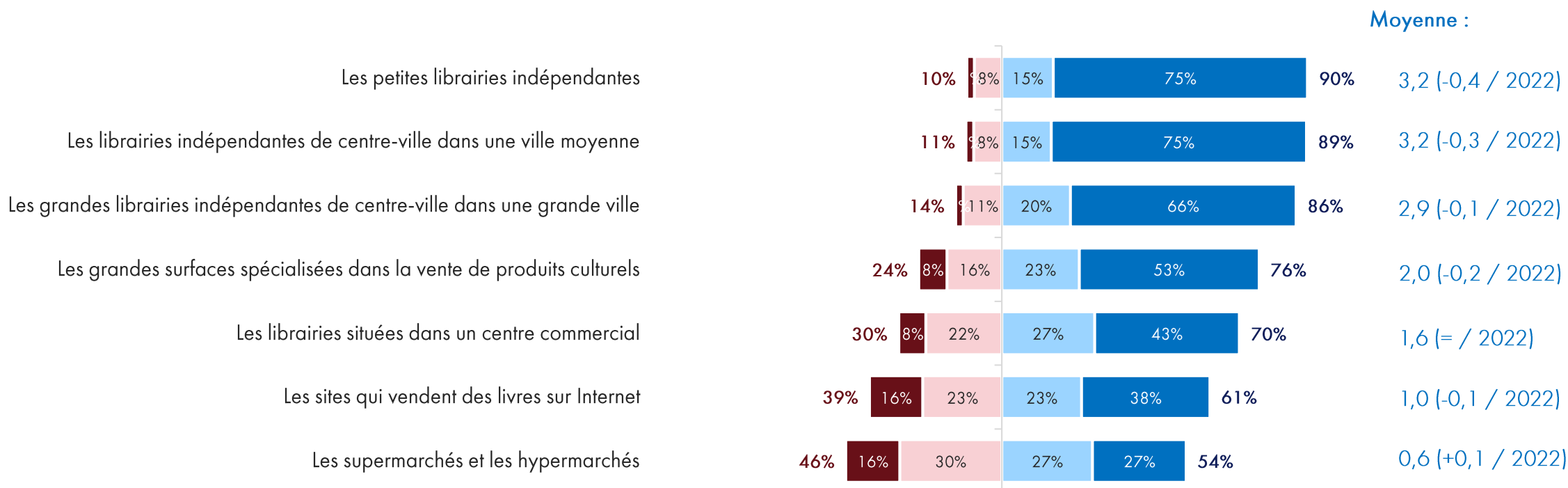
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

N'aiment pas du tout [-5 à -3]

N'aiment pas beaucoup [-2 à 0]

Aiment assez [1 à 2]

Aiment beaucoup [3 à 5]



## ...mais parmi l'ensemble des acheteurs de livres, les grandes surfaces spécialisées sont autant appréciées que les librairies

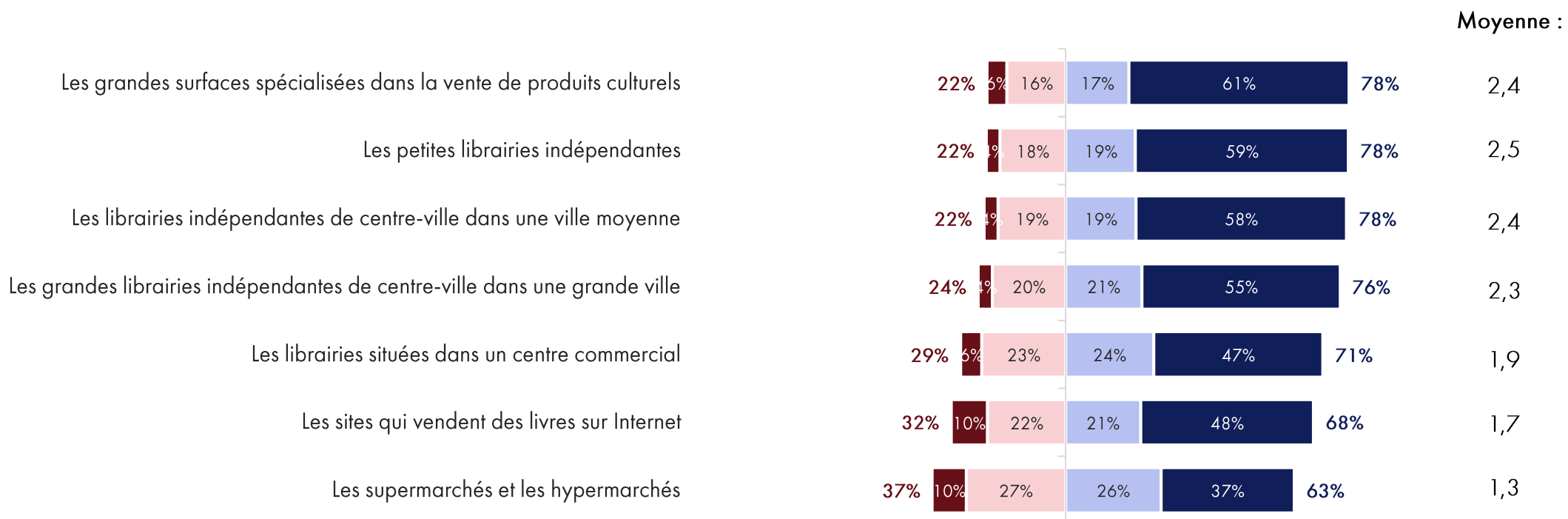
Veillez donner une note de -5 à +5 pour chacun des points de vente suivants selon l'intensité avec laquelle vous les appréciez, aimez les fréquenter et vous sentez en phase avec leur discours, leur politique, leurs produits et leurs services.  
Base : acheteurs de livres, n = 2795

N'aime pas du tout [-5 à -3]

N'aime pas beaucoup [-2 à 0]

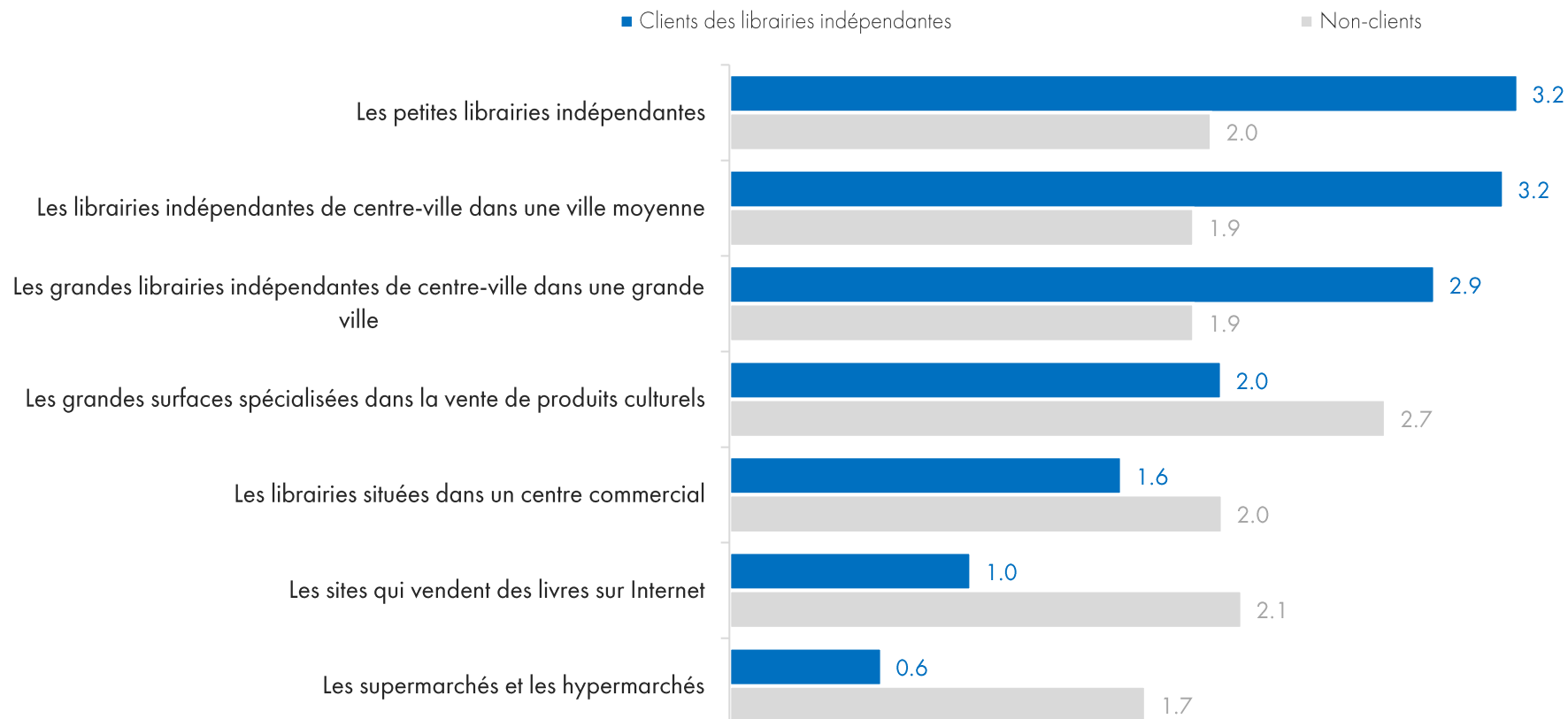
Aiment assez [1 à 2]

Aiment beaucoup [3 à 5]



## Les non-clients apprécient davantage les grandes surfaces spécialisées et placent les sites Internet au même niveau que les librairies

Veillez donner une note de -5 à +5 pour chacun des points de vente suivants selon l'intensité avec laquelle vous les appréciez, aimez les fréquenter et vous sentez en phase avec leur discours, leur politique, leurs produits et leurs services.  
Base : acheteurs de livres clients des librairies indépendantes, n = 1104, et non-clients, n=1691



# Profils des supporteurs et détracteurs des librairies indépendantes parmi les « acheteurs » clients et non-clients

	Supporteurs des LI chez les clients des LI	Supporteurs des LI chez les acheteurs non-clients	Détracteurs des LI*	Ensemble
<i>Poids des groupes dans le total des acheteurs de livres</i>	37%	48%	15%	
Hommes	51%	44%	47%	47%
Moins de 35 ans	33%	30%	21%	30%
35-54 ans	38%	36%	38%	37%
55 ans et plus	29%	34%	42%	33%
Actifs occupant un emploi	66%	57%	54%	60%
Retraités	16%	21%	26%	20%
Ménages modestes (1 <sup>er</sup> quintile de niveau de vie)	16%	20%	26%	19%
Ménages aisés (dernier quintile de niveau de vie)	37%	29%	24%	31%
Résidents des agglomérations de moins de 10 000 habitants	26%	39%	42%	34%
Résidents dans une agglomération de plus de 200 000 habitants	53%	41%	34%	44%
Sans diplôme, CEP, BEPC	11%	17%	25%	16%
Diplômés de l'enseignement supérieur	51%	39%	29%	42%
« A gauche »	25%	15%	12%	18%
« Très à droite »	9%	14%	18%	13%
Ne se reconnaissent dans aucune tendance	21%	26%	34%	25%
Petits acheteurs de livres (moins de 11 par an)	47%	62%	72%	58%
Moyens acheteurs de livres (11 à 20 livres par an)	33%	25%	17%	27%
Gros acheteurs de livres (plus de 20 par an)	21%	13%	11%	15%

\* Détracteurs clients : 2% et détracteurs non-clients : 13%

Supporteurs = acheteurs de livres ayant donné une note d'appréciation supérieure à 0 à au moins un des trois types de librairies indépendantes  
 Détracteurs : acheteurs de livres ayant donné une note d'appréciation égale ou inférieure à 0 aux trois types de librairies indépendantes

## Parmi les supporteurs clients :

- Légère surreprésentation des actifs en emploi
- Population en moyenne légèrement plus aisée
- Surreprésentation des résidents des agglomérations les plus densément peuplées
- Population en moyenne plus diplômée
- Sensibilité politique fréquemment plus à gauche de l'échiquier politique
- Habitudes d'achats plus intenses

## « En quelques mots, merci d'expliquer ce que vous appréciez dans la fréquentation des librairies indépendantes ? »

" Il y a le conseil, le sourire. Les petits libraires connaissent les auteurs, les livres qu'ils vendent, ce sont des professionnels avant d'être de simples vendeurs. Et on trouve des livres qu'on ne trouve pas dans les chaînes Fnac, cultura, etc.

Femme, 65 ans et plus, habitante en couronne périurbaine, retraitée

" L'ambiance chaleureuse et authentique le plaisir de flâner entre les rayons et de découvrir des livres qu'on n'aurait pas cherchés, et surtout les conseils personnalisés des libraires passionnés.

Femme, 35-44 ans, habitante d'un grand pôle urbain, active CSP-

" Les libraires sont des passionnés de livres ; ils organisent souvent des événements : conférences, rencontres avec un auteur et pas qu'une simple séance de dédicace dans le seul but de vendre.

Femme, 65 ans et plus, habitante d'un grand pôle urbain, active CSP+

" J'aime le fait de soutenir un petit commerce, en plus souvent ces librairies sont à l'image des vendeurs, bien décorées. Et nous pouvons avoir des recommandations personnalisées des vendeurs.

Femme, 25-34 ans, habitante d'une grande métropole, active CSP+

" Ils ont beaucoup plus de choix en termes de livres avec des tarifs plus compétitifs.

Homme, 35-44 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-

" J'apprécie le choix en matière de livres. Elles n'ont pas uniquement les derniers livres sortis. Les librairies indépendantes ont également une probabilité plus grande d'avoir de vrais libraires et pas uniquement des vendeurs.

Homme, 35-44 ans, habitant dans un grand pôle urbain, actif CSP+

Recodage des réponses à la question ouverte :

Base : acheteurs positifs envers les librairies indépendantes, ayant donné une note d'appréciation supérieure à zéro à au moins un des trois types de librairies, n=2399



## « En quelques mots, merci d'expliquer ce que vous n'appréciez pas dans la fréquentation des librairies indépendantes ? »

" *C'est souvent en centre-ville, et je n'y vais jamais pour des raisons de stationnement.*

Homme, 65 ans et plus, habitant en couronne périurbaine, retraité

" *Beaucoup de livres sur d'anciens auteurs et pas assez sur des nouveaux écrivains ou écrivaines.*

Femme, 35-44 ans, habitante en couronne périurbaine, active CSP-

" *J'achète maintenant la plupart de mes livres en électronique. Sinon, j'achète d'occasion sur Vinted en raison du prix.*

Femme, 55-64 ans, habitante d'un grand pôle urbain, active CSP+

" *Parfois on se sent observé par le vendeur voir même jugé et c'est désagréable.*

Homme, 25-34 ans, habitante d'une couronne périurbaine, actif CSP-

" *Ne proposent jamais de réductions ou promotions.*

Homme, 25-34 ans, habitante d'un grand pôle urbain, actif CSP+

" *Choix un peu plus restreint en termes de genres littéraires et parfois attitude hautaine si on ne cherche pas de livre de littérature blanche.*

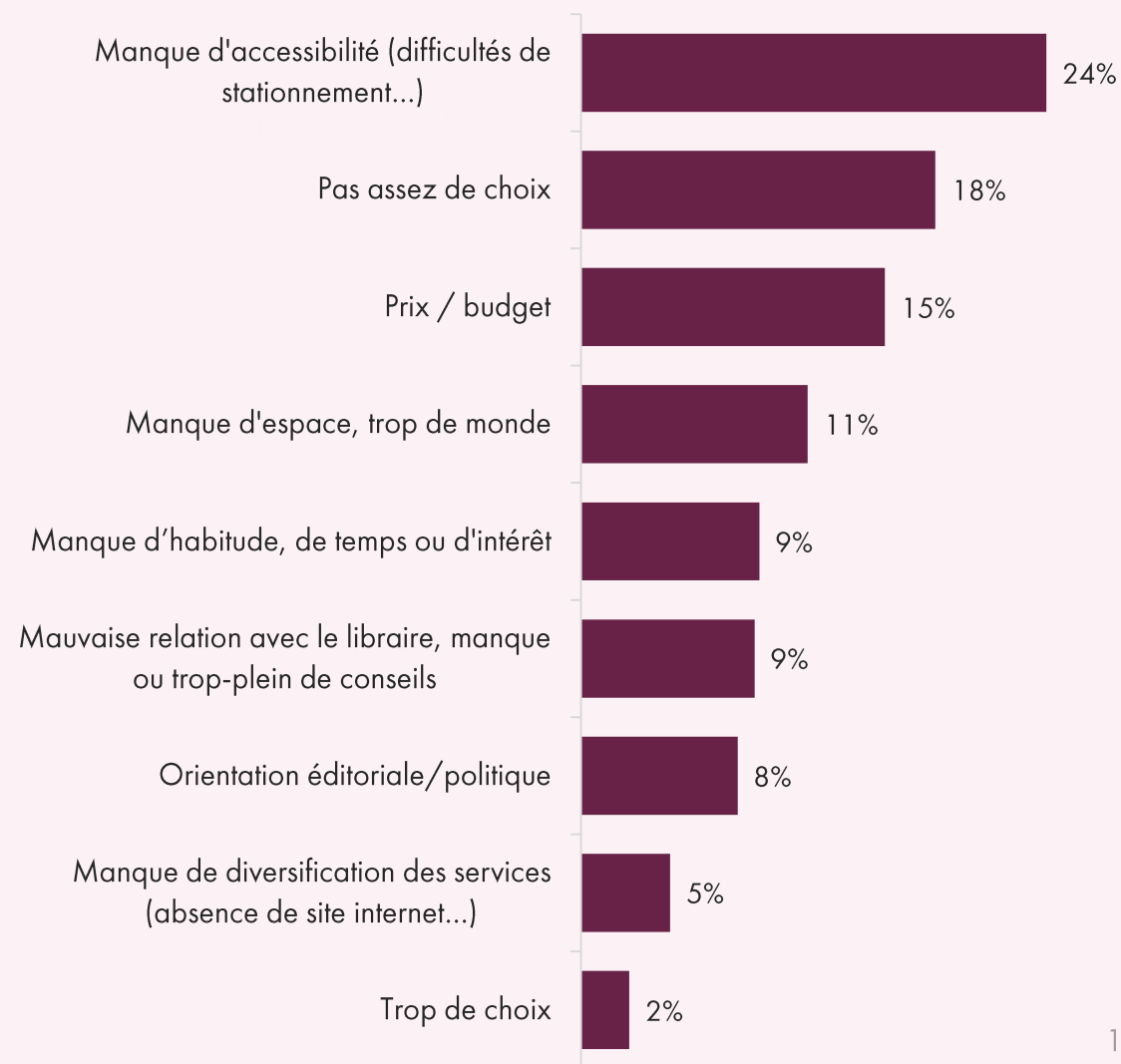
Femme, 35-44 ans, habitante d'un grand pôle urbain, active CSP+

" *Ce n'est pas pour moi, c'est trop fouilli. Contrairement à un site internet ou il va être facile de voir plusieurs livres, faire la même chose en librairie prendrait beaucoup trop de temps.*

Homme, 35-44 ans, habitant d'un grand pôle urbain, préretraité

Recodage des réponses à la question ouverte :

Base : acheteurs critiques envers les librairies indépendantes, ayant donné une note d'appréciation inférieure à zéro à au moins un des trois types de librairies, n=864



## Les librairies indépendantes dominant la plupart des critères d'appréciation étudiés

Veillez noter chacun des points de vente suivants selon la manière dont vous les évaluez sur les différents critères ci-dessous, concernant la vente de livres :

Base : acheteurs de livres, n = 2795 ; chaque acheteur était interrogé sur 3 points de vente sélectionnés aléatoirement (n compris entre 1195 et 1200)

	Les grandes surfaces spécialisées dans la vente de produits culturels	Les grandes librairies indépendantes de centre-ville dans une grande ville	Les librairies indépendantes de centre-ville dans une ville moyenne	Les petites librairies indépendantes	Les librairies situées dans un centre commercial	Les supermarchés et les hypermarchés	Les sites qui vendent des livres sur Internet
La compétitivité des prix des livres	2,0	1,6	1,8	1,8	2,0	1,8	2,5
La praticité, le temps nécessaire pour l'achat de livres	2,7	2,3	2,6	2,8	2,4	2,1	2,8
Le plaisir d'y faire des achats de livres	2,2	2,7	2,8	3,0	1,6	0,8	1,0
L'étendue du choix de livres	2,9	2,9	2,5	2,5	2,2	1,1	3,1
La qualité de la sélection de livres proposés	2,6	2,8	2,8	2,8	2,1	1,1	2,3
Le plaisir des rencontres (autres clients, commerçants...)	1,0	2,2	2,5	2,8	1,0	-0,2	-
La qualité de l'ambiance, du cadre, de l'aménagement	2,0	2,6	2,9	3,1	1,5	0,3	-
La découverte de nouveaux titres, de nouveaux auteurs	2,5	2,8	2,8	2,9	2,1	1,0	1,8
Les horaires d'ouverture	3,1	2,5	2,3	2,3	2,9	3,0	-
La qualité des conseils, des recommandations	1,8	2,8	3,1	3,3	1,2	-0,2	0,1

## Une très bonne évaluation des librairies indépendantes de la part des clients sur l'ensemble des critères. Moins généreuse, l'évaluation des non-clients est cependant généralement très positive. Le point noir : la compétitivité-prix

Veillez noter chacun des points de vente suivants selon la manière dont vous les évaluez sur les différents critères ci-dessous, concernant la vente de livres :

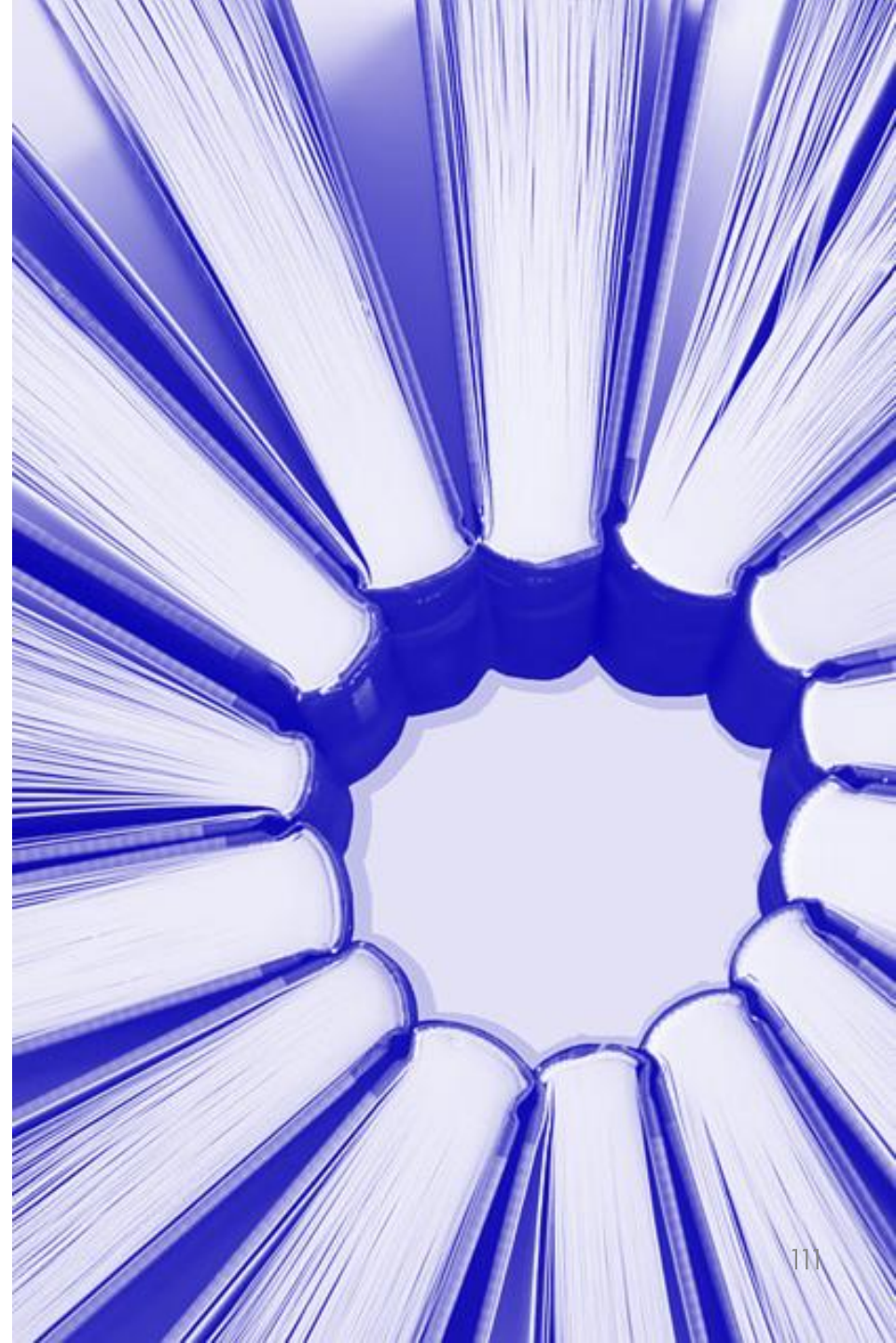
Base : acheteurs de livres, n = 2795 ; chaque acheteur était interrogé sur 3 points de vente sélectionnés aléatoirement (n compris entre 1195 et 1200)

	Les grandes surfaces spécialisées dans la vente de produits culturels		Les grandes librairies indépendantes de centre-ville dans une grande ville		Les librairies indépendantes de centre-ville dans une ville moyenne		Les petites librairies indépendantes		Les librairies situées dans un centre commercial		Les supermarchés et les hypermarchés		Les sites qui vendent des livres sur Internet	
	Clients des LI	Non-clients	Clients des LI	Non-clients	Clients des LI	Non-clients	Clients des LI	Non-clients	Clients des LI	Non-clients	Clients des LI	Non-clients	Clients des LI	Non-clients
La compétitivité des prix des livres	1.8	2.2	2.1	1.3	2.3	1.4	2.3	1.4	2.0	1.9	1.6	1.9	2.1	2.8
La praticité, le temps nécessaire pour l'achat de livres	2.4	2.9	2.7	2.1	3.0	2.3	3.2	2.4	2.2	2.5	1.9	2.2	2.5	3.0
Le plaisir d'y faire des achats de livres	1.8	2.5	3.1	2.4	3.3	2.5	3.5	2.7	1.3	1.9	0.2	1.1	0.2	1.5
L'étendue du choix de livres	2.7	3.1	3.2	2.7	2.9	2.2	2.9	2.2	2.1	2.3	0.8	1.3	3.0	3.2
La qualité de la sélection de livres proposés	2.1	2.9	3.2	2.5	3.2	2.5	3.2	2.5	1.8	2.3	0.7	1.3	1.8	2.6
Le plaisir des rencontres (autres clients, commerçants...)	0.7	1.3	2.5	2.0	3.0	2.1	3.2	2.5	0.7	1.3	-0.5	0.0		
La qualité de l'ambiance, du cadre, de l'aménagement	1.5	2.4	3.0	2.4	3.2	2.6	3.6	2.7	1.2	1.7	-0.1	0.6		-
La découverte de nouveaux titres, de nouveaux auteurs	2.2	2.7	3.0	2.6	3.1	2.6	3.3	2.6	1.9	2.2	0.6	1.3	1.1	2.2
Les horaires d'ouverture	2.9	3.3	2.8	2.3	2.6	2.1	2.8	2.1	2.9	2.8	2.9	3.1		-
La qualité des conseils, des recommandations	1.3	2.1	3.0	2.6	3.5	2.9	3.6	3.1	0.9	1.5	-0.6	0.0	-0.4	0.4

# Les avantages comparatifs de la librairie indépendante

---

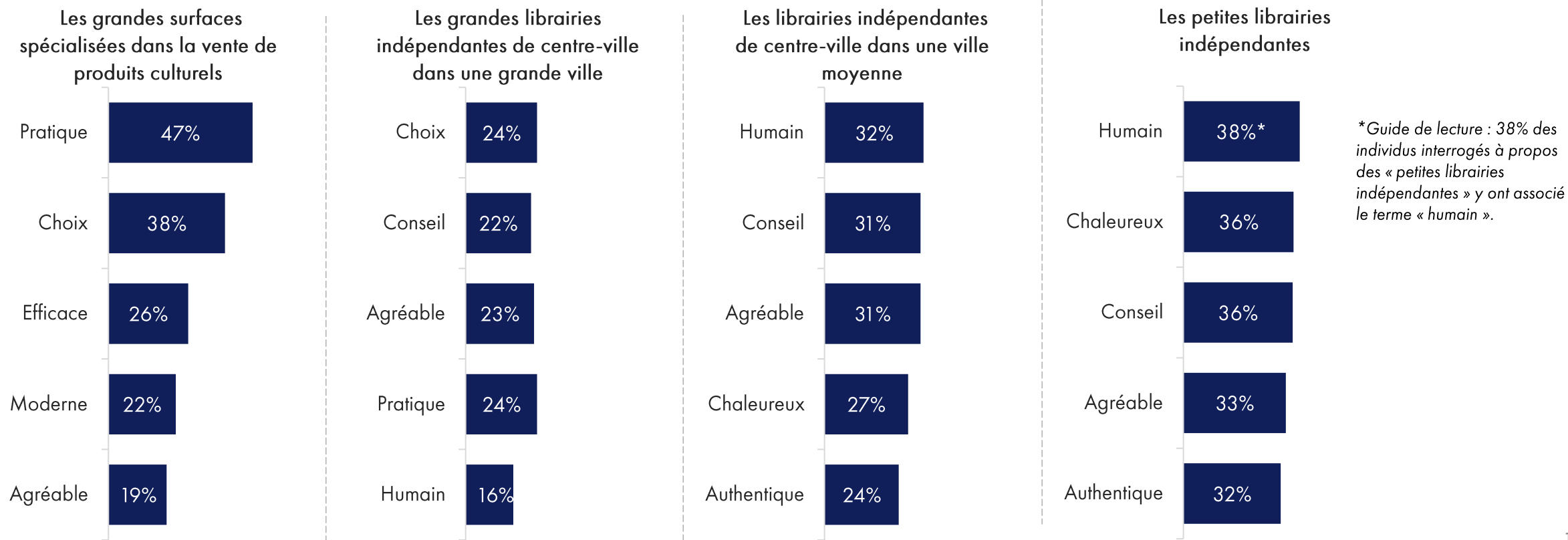
Les représentations associées  
aux différents canaux



# L'humain et le conseil restent les deux forces des librairies indépendantes

Selon vous, quels mots décrivent le mieux ce qu'évoquent pour vous les points de vente suivants ? Top 5 (sur 22) par canal - 1/2

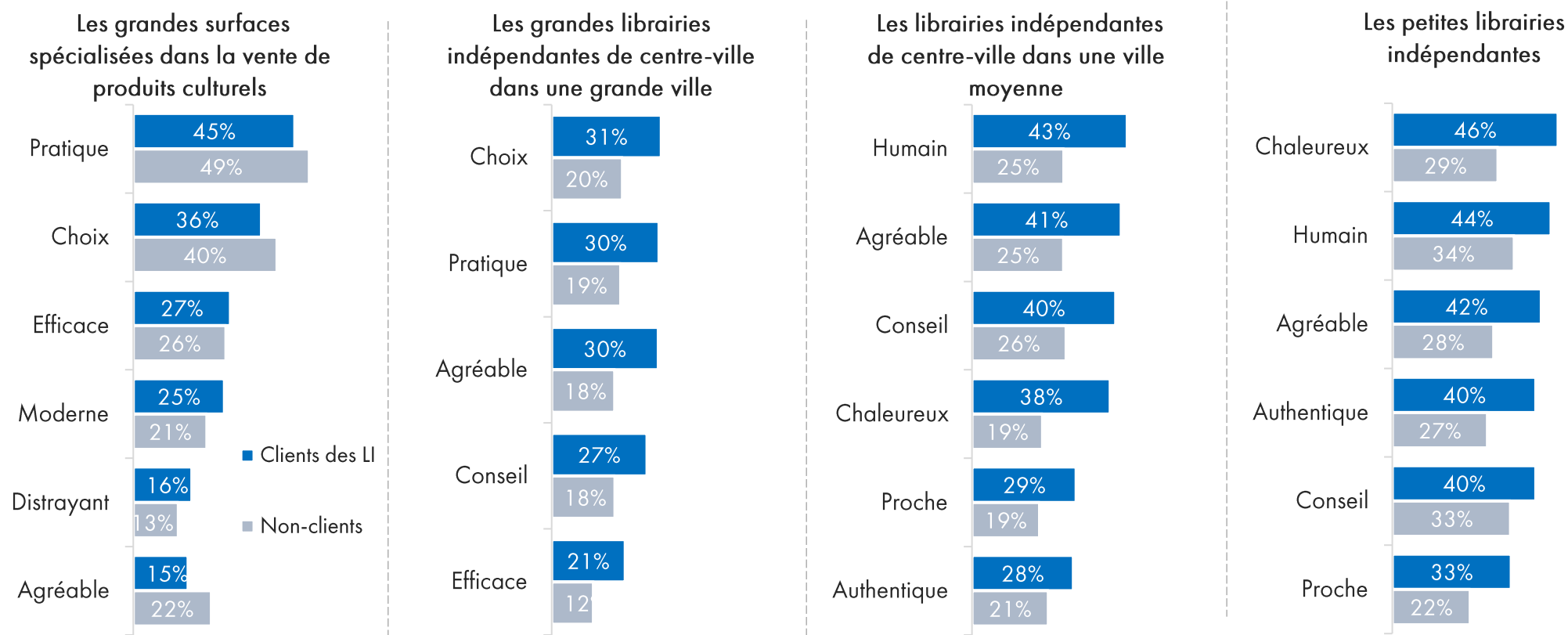
Base : acheteurs de livres, n = 2795 ; chaque acheteur était interrogé sur 3 points de vente sélectionnés aléatoirement (n compris entre 1195 et 1200)



# Les clients des librairies indépendantes sont davantage impactés par la dimension humaine et l'expérience personnalisée de leurs enseignes

Selon vous, quels mots décrivent le mieux ce qu'évoquent pour vous les points de vente suivants ? Top 6 (sur 22) par canal -1/2 – Clients et non-clients des librairies indépendantes

Base : acheteurs de livres, n = 2795 ; chaque acheteur était interrogé sur 3 points de vente sélectionnés aléatoirement (n compris entre 1195 et 1200)

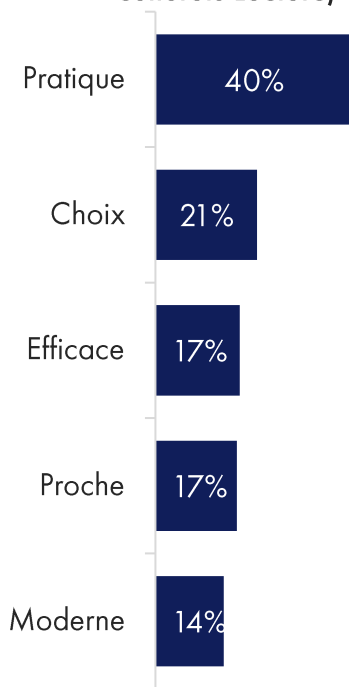


## Le e-commerce et les grandes surfaces portées par leur dimension pratique

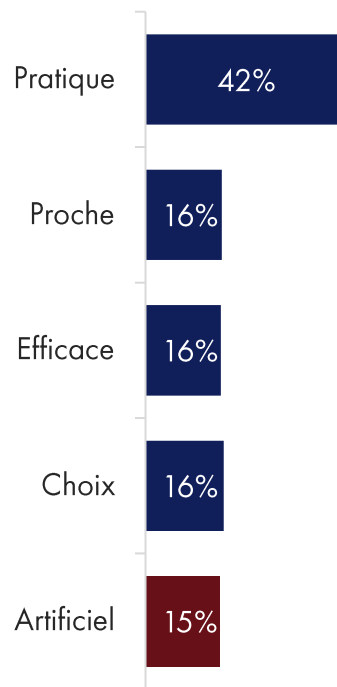
Selon vous, quels mots décrivent le mieux ce qu'évoquent pour vous les points de vente suivants ? Top 5 (sur 22) par canal -2/2

Base : acheteurs de livres, n = 2795 ; chaque acheteur était interrogé sur 3 points de vente sélectionnés aléatoirement (n compris entre 1195 et 1200)

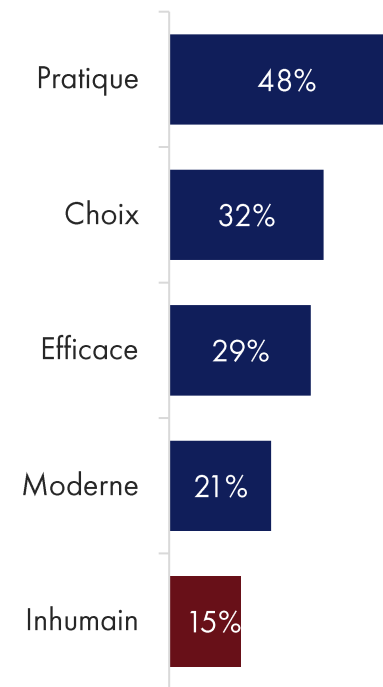
Les librairies situées dans un centre commercial (hors Fnac, Cultura, Espaces culturels Leclerc)



Les supermarchés et hypermarchés



Les sites qui vendent des livres sur Internet

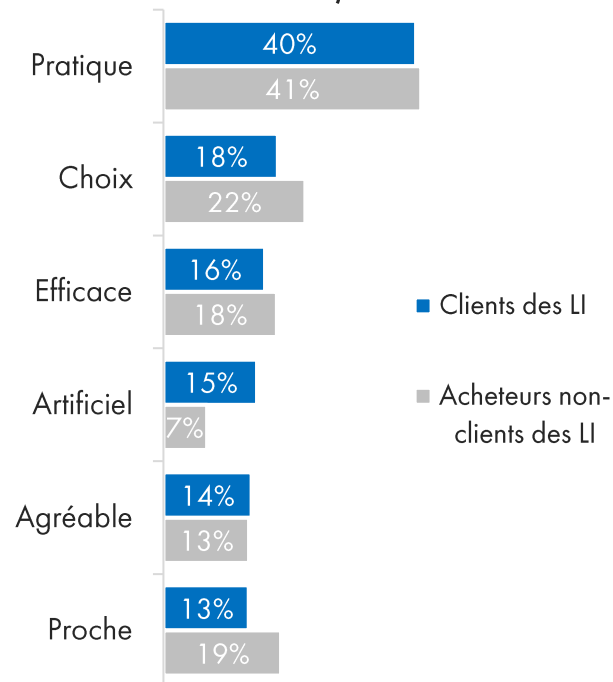


# Les clients des librairies indépendantes voient plus l'aspect artificiel et stressant des grands formats, les non-clients davantage leur côté pratique

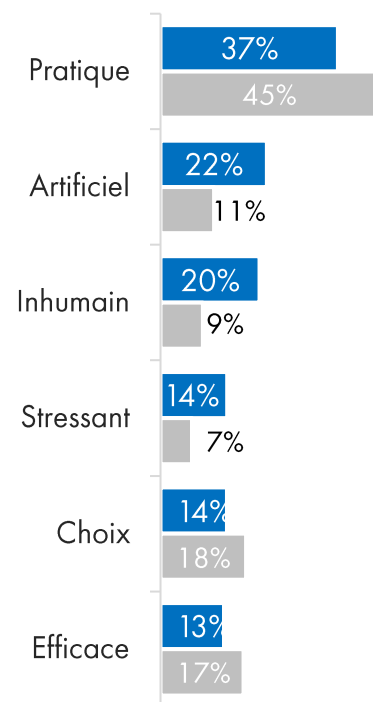
Selon vous, quels mots décrivent le mieux ce qu'évoquent pour vous les points de vente suivants ? Top 6 (sur 22) par canal -2/2 – Clients et non-clients des librairies indépendantes

Base : acheteurs de livres, n = 2795 ; chaque acheteur était interrogé sur 3 points de vente sélectionnés aléatoirement (n compris entre 1195 et 1200)

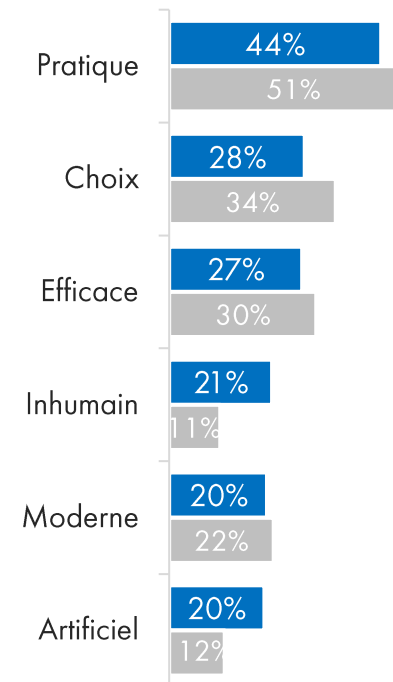
Les librairies situées dans un centre commercial (hors Fnac, Cultura, Espaces culturels Leclerc)



Les supermarchés et hypermarchés



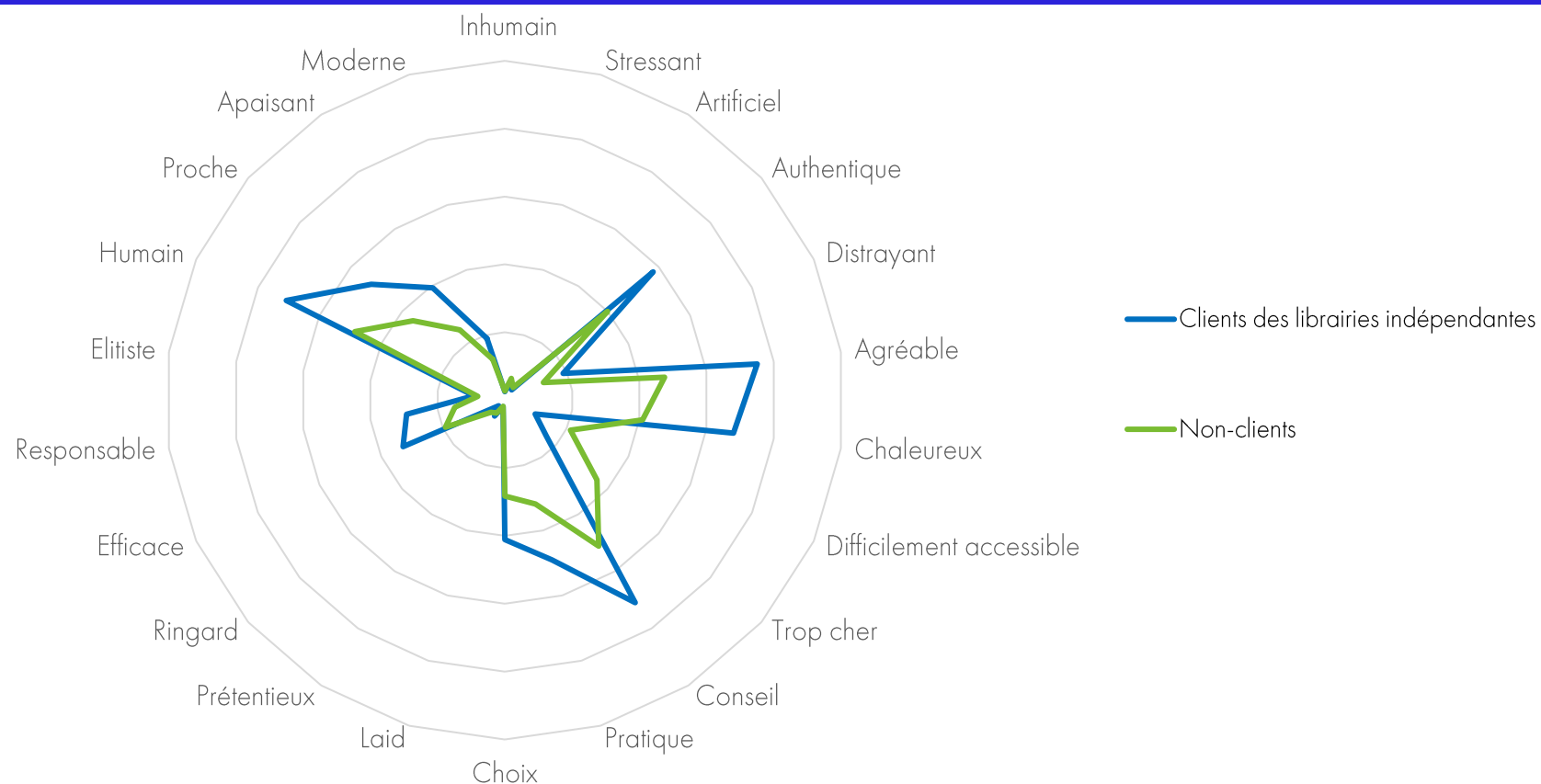
Les sites qui vendent des livres sur Internet



## Les non-clients des librairies indépendantes nettement plus réservés sur les termes plébiscités par les clients (agréable, chaleureux, humain, conseil...)

Selon vous, quels mots décrivent le mieux ce qu'évoquent pour vous les points de vente suivants ? Zoom sur les librairies indépendantes

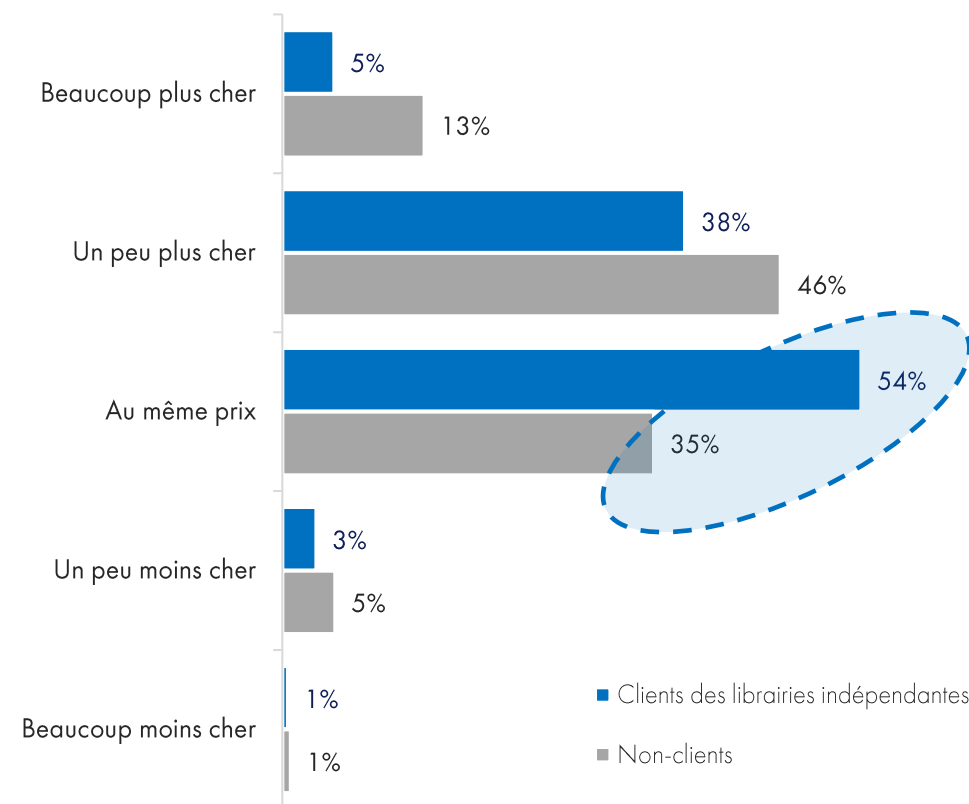
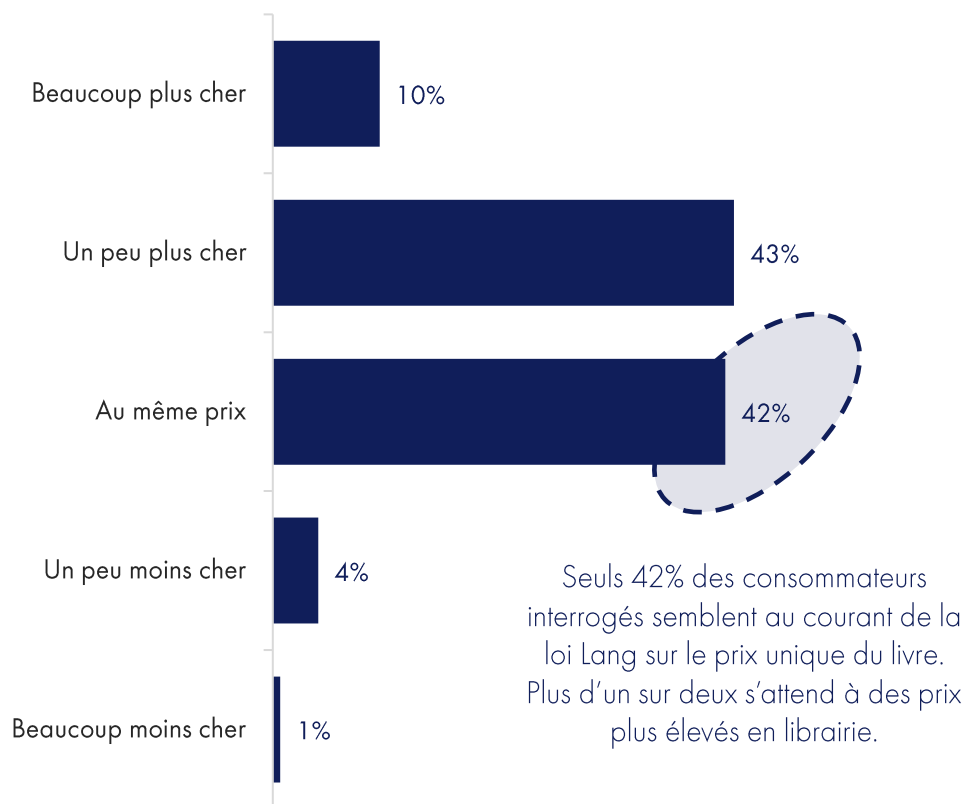
Base : acheteurs de livres, n = 2795



# Plus d'un consommateur sur deux persuadés que les livres sont vendus plus chers en librairie – et près d'un sur trois parmi les non-clients

Selon vous, par rapport au prix proposé sur Internet ou dans les grandes surfaces, le prix du même livre neuf vendu en librairie indépendante est ... ?

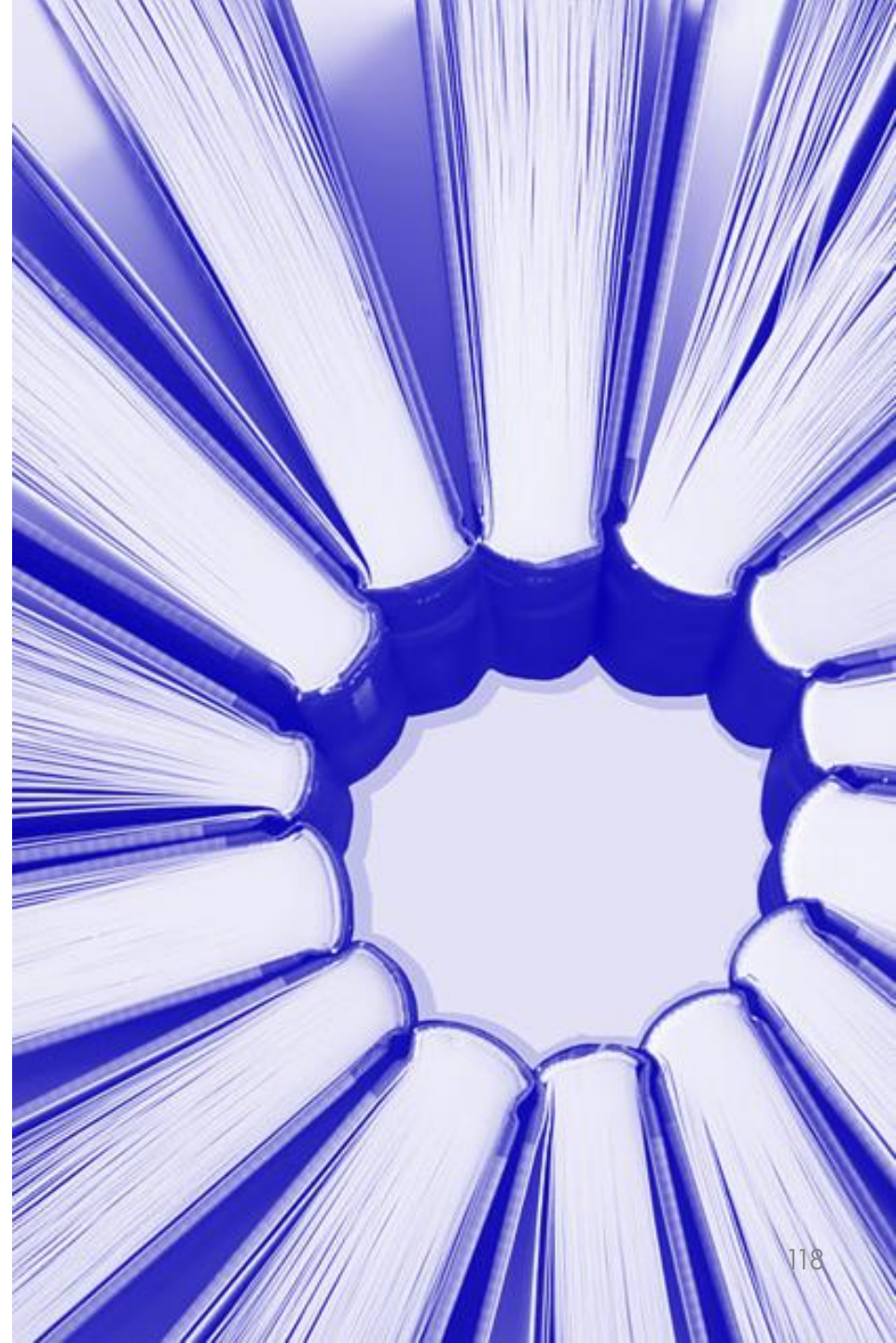
Base acheteurs de livres, n = 2795



# Les avantages comparatifs de la librairie indépendante

---

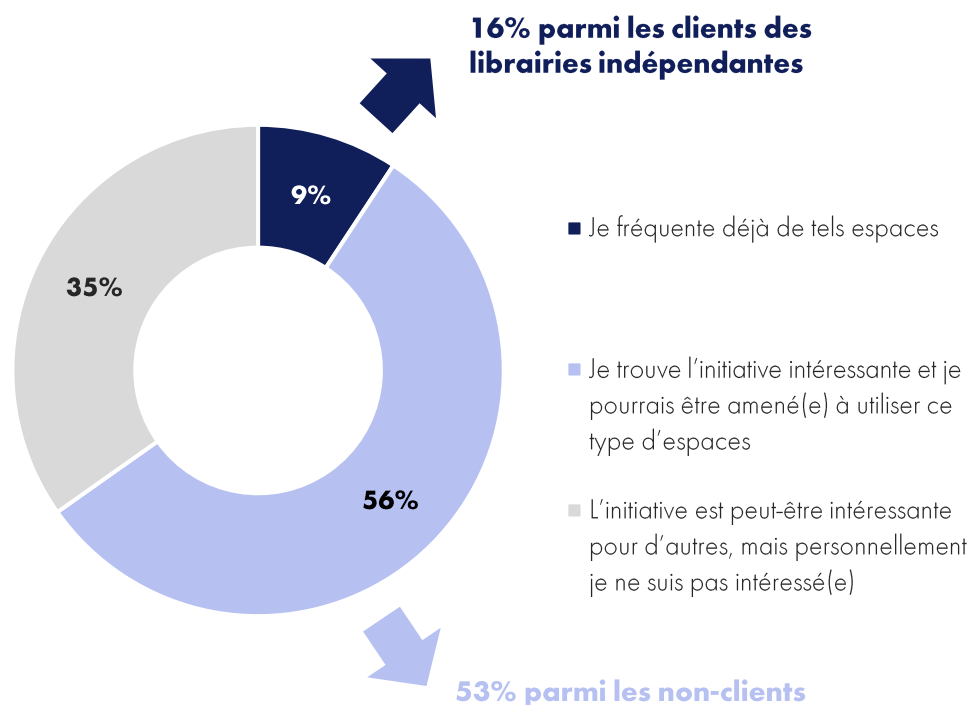
L'expérience client



## Les espaces de vie au sein des librairies, une initiative qui séduit clients et non-clients

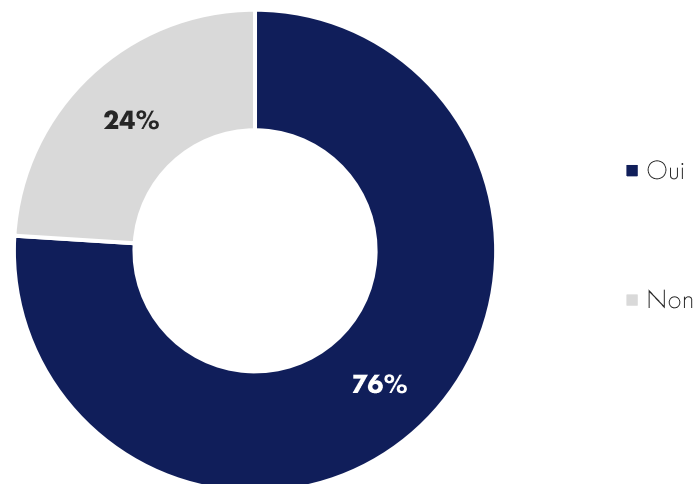
Certaines librairies mettent à la disposition de leurs clients des espaces de vie dans lequel il est possible de boire un verre, de lire ou de travailler, de rencontrer des gens, de participer à des ateliers... Que pensez-vous de ce type d'initiative ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



« Si une librairie facilement accessible pour vous, concurrente de celle dans laquelle vous avez l'habitude d'acheter vos livres, proposait ce type d'espaces, seriez-vous disposé(e) à changer de librairie pour en profiter ? »

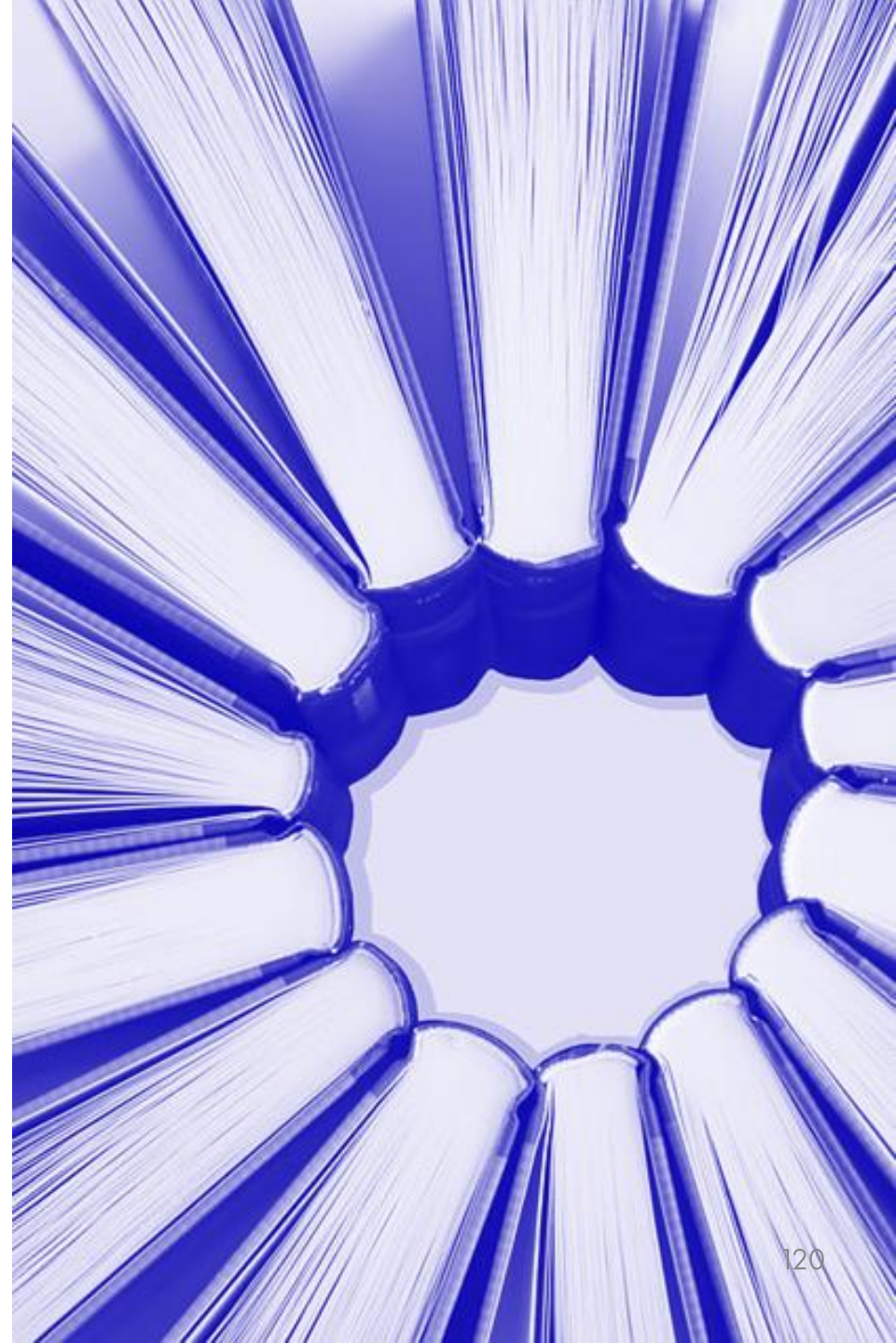
- Base : clients intéressés (n = 677)



# Les avantages comparatifs de la librairie indépendante

---

Indépendance et engagement  
politique

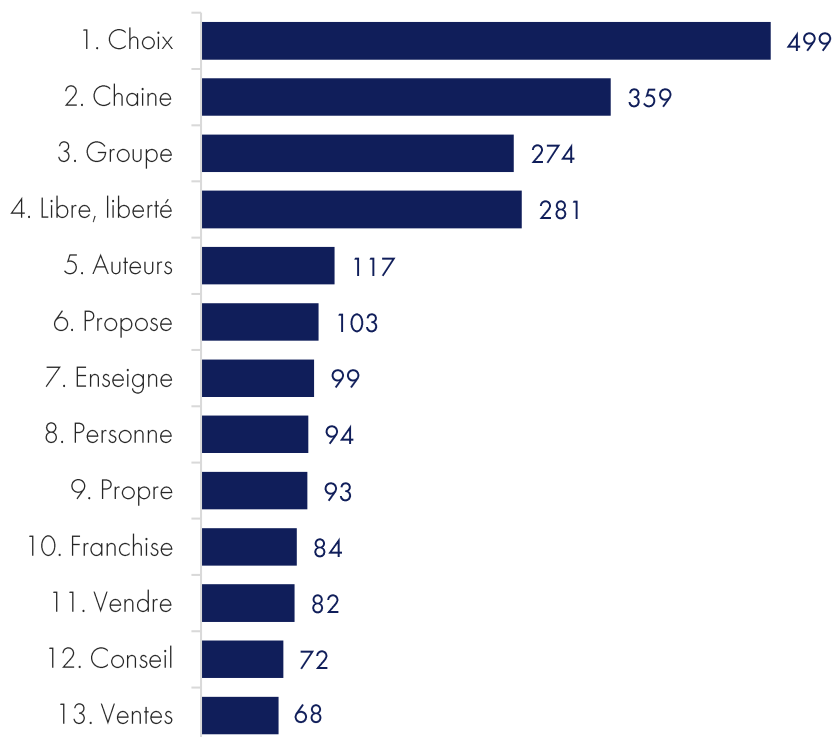


## L'indépendance associée au choix, à la liberté dans la sélection et au fait de ne pas appartenir à un groupe, une chaîne qui influencerait sur cette liberté

On entend souvent parler de « librairie indépendante ». Quelle signification a pour vous ce statut « d'indépendante » pour une librairie ? En quoi une librairie indépendante se distingue-t-elle selon vous d'une librairie non-indépendante ?

Bases : acheteurs de livres, n = 2795

### Termes les plus fréquemment évoqués



”

*Pour moi une librairie indépendante à la liberté de choisir sa sélection de livre et d'articles, elle a également la liberté des événements qu'elle veut organiser.*

Femme, 18-24 ans, habitante en couronne périurbaine, active CSP+

”

*Elle est libre de proposer les livres qu'elle veut vendre, d'aménager à sa façon son magasin, c'est la liberté.*

Homme, 55-64 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-

”

*Elle est libre des choix de ce qu'elle souhaite mettre en avant et proposer, libre de son organisation et libre du service qu'elle a envie de proposer à ses clients.*

Homme, 25-34 ans, habitant d'une commune isolée, actif CSP intermédiaire

”

*Pour moi, une librairie indépendante peut choisir quelles maisons d'édition ou quels auteurs elle souhaite mettre en avant. Elle a la maîtrise de A à Z de tout le processus.*

Femme, 45-54 ans, habitante du centre d'une grande métropole, active CSP-

”

*Pour moi, le statut « d'indépendante » pour une librairie, c'est avant tout une question de liberté de choix et d'identité.*

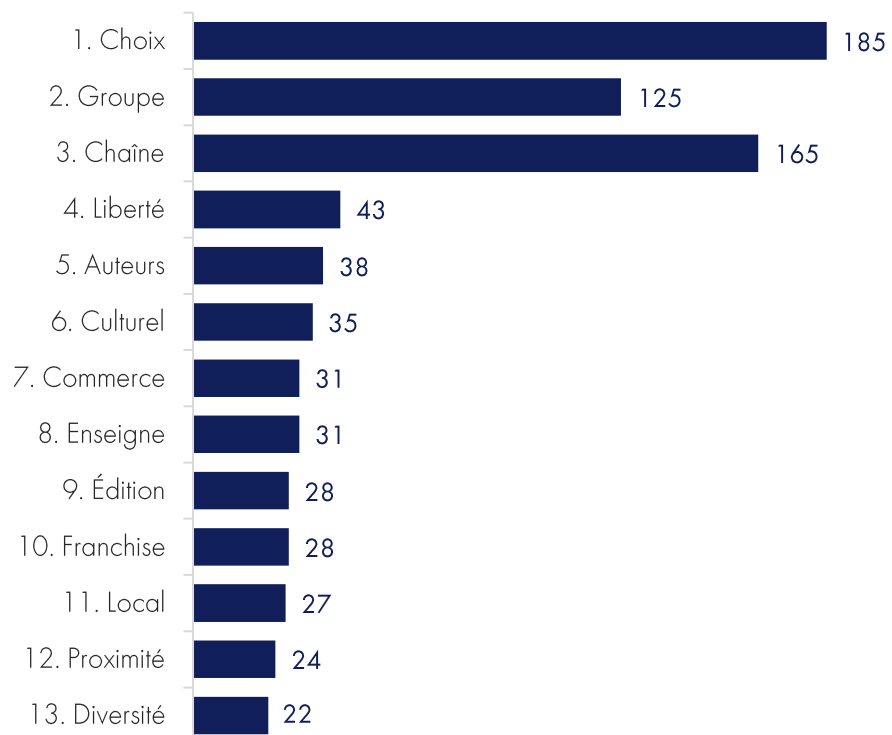
Femme, 65 ans et plus, habitante en couronne périurbaine, retraitée

## L'indépendance associée au choix, à la liberté dans la sélection et au fait de ne pas appartenir à un groupe, une chaîne qui influencerait sur cette liberté

On entend souvent parler de « librairie indépendante ». Quelle signification a pour vous ce statut « d'indépendante » pour une librairie ? En quoi une librairie indépendante se distingue-t-elle selon vous d'une librairie non-indépendante ?

Bases : clients des librairies indépendantes, n = 1104

### Termes les plus fréquemment évoqués par les clients



Etude L'ObSoCo pour le Syndicat des Librairies Indépendantes, mai 2026

”

*Les librairies indépendantes sont souvent dans les villes et non dans les centres commerciaux, ce qui redonne de la vie dans la rue, les livres sont souvent très bien présentés, l'accueil est plus chaleureux, plus accueillant, et puis cela fait travailler des gens.*

Homme, 35-44 ans, habitant d'un grand pôle urbain, chômeur

”

*Elle met en avant des écrivains auto édités et fait découvrir de nouveaux livres uniques qu'on ne retrouve pas forcément dans les grandes enseignes.*

Femme, 45-54 ans, habitant d'un grand pôle urbain, active CSP-

”

*Pour moi, le statut de « librairie indépendante » ne décrit pas seulement une taille ou un modèle économique, mais surtout une liberté. Dans une librairie indépendante, l'indépendance signifie avant tout une autonomie de choix.*

Femme, 18-24 ans, habitante d'un grand pôle urbain, inactive

”

*Elle ne dépend pas d'une marque, voir d'un éditeur et prend le risque de proposer tout type de livre dans son commerce.*

Femme, 18-24 ans, habitante d'un grand pôle urbain, étudiante

”

*C'est une librairie qui fonctionne avec plus de diversité d'auteurs et où on peut échanger facilement avec le personnel. Les personnes sont réellement formées pour répondre aux demandes des clients et vous répondent de façon plus approfondie*

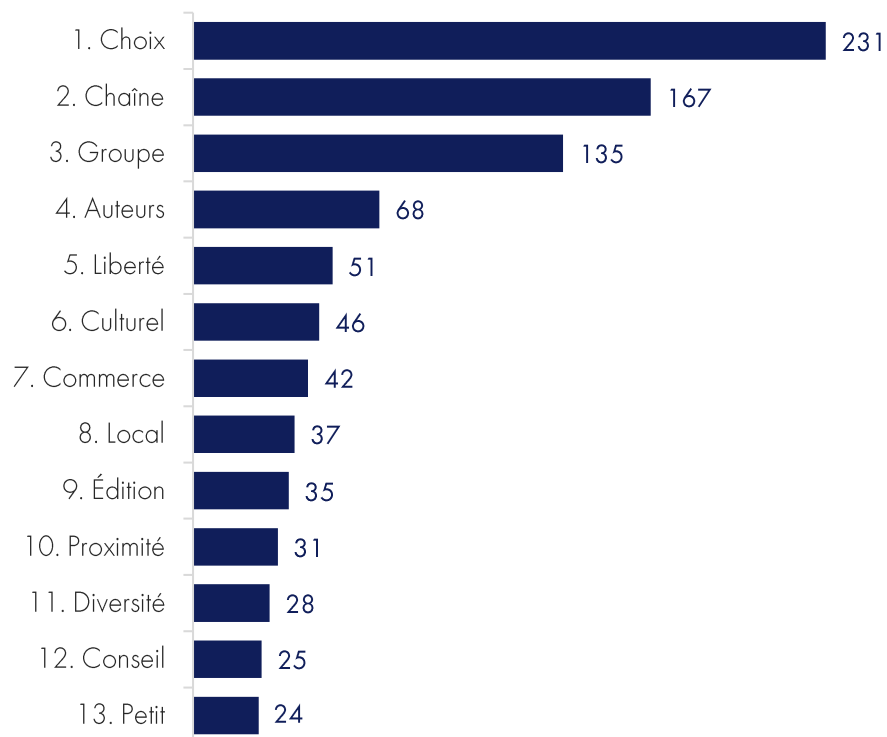
Homme, 25-34 ans, habitant d'un grand pôle urbain, chômeur

## L'indépendance associée au choix, à la liberté dans la sélection et au fait de ne pas appartenir à un groupe, une chaîne qui influencerait sur cette liberté

On entend souvent parler de « librairie indépendante ». Quelle signification a pour vous ce statut « d'indépendante » pour une librairie ? En quoi une librairie indépendante se distingue-t-elle selon vous d'une librairie non-indépendante ?

Bases : non-clients des librairies indépendants, n = 1691

### Termes les plus fréquemment évoqués par les non-clients



” Librairie qui possède des livres différents, une approche différente et plus spécialisée.

Homme, 45-54 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP+

” Ne va pas forcément promouvoir le dernier opus à vendre absolument pour rentabiliser la publicité.

Homme, 45-54 ans, habitant d'un petit ou moyen pôle urbain, actif CSP-

” C'est une librairie qui est proche de ses clients, le personnel est compétant et aide dans la recherche de livres, quelque fois on peut trouver un livre rare à un prix abordable.

Homme, 18-24 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-

” Dans mon quartier la majorité des librairies sont de gauche, voir plus ! Et ça ne me convient pas. Il n'y en a qu'une qui vend surtout des occas et semble vendre de tout alors je préfère.

Femme, 18-24 ans, habitant d'un grand pôle urbain, inactive

” Elle n'est pas rattachée à un grand groupe intégrant certains éditeurs Possibilité d'acheter des livres édités à compte d'auteurs ou par des petits éditeurs indépendants.

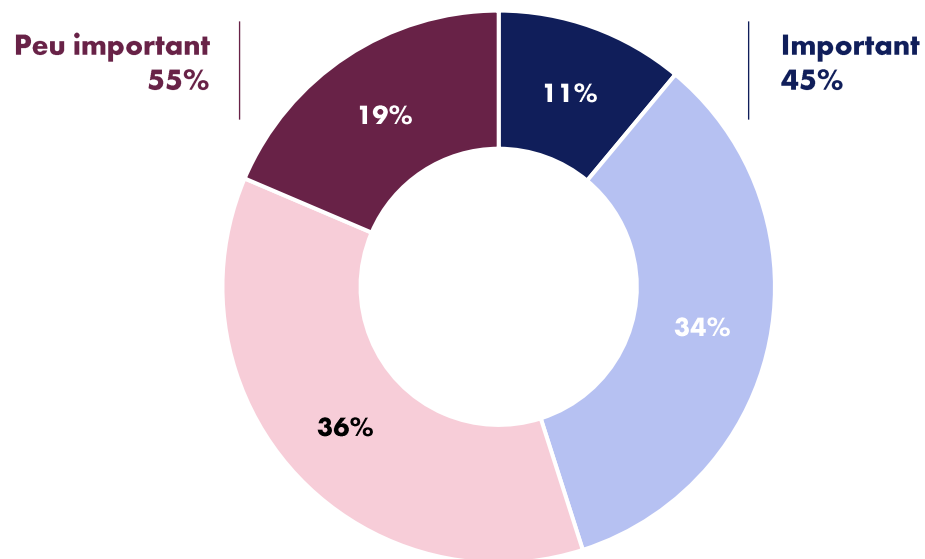
Femme, 55-64 ans, habitant en couronne périurbaine, inactive

# Les clients sensiblement plus attachés à la notion d'indépendance des librairies que les non-clients

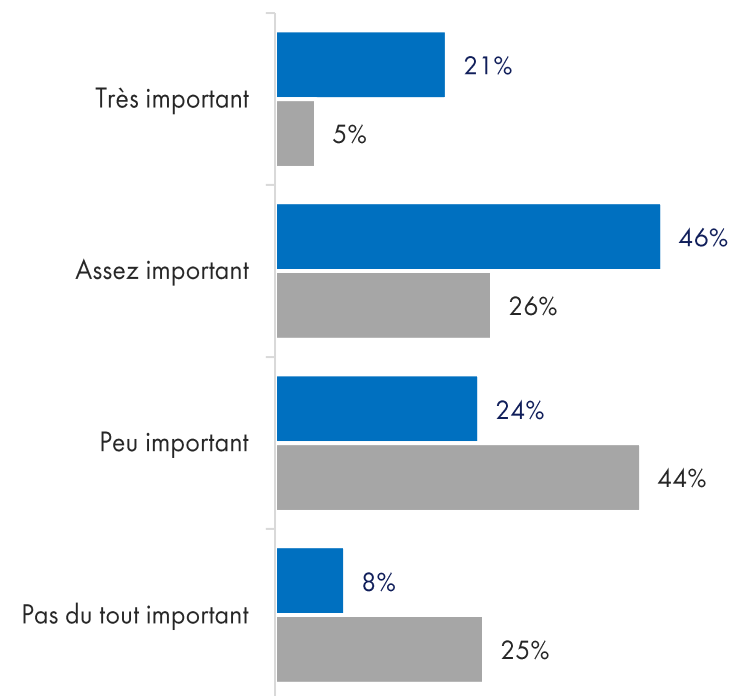
Est-ce important pour vous que la librairie dans laquelle vous achetez des livres soit indépendante ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

■ Très important ■ Assez important ■ Peu important ■ Pas du tout important



■ Clients des librairies indépendantes ■ Non-clients

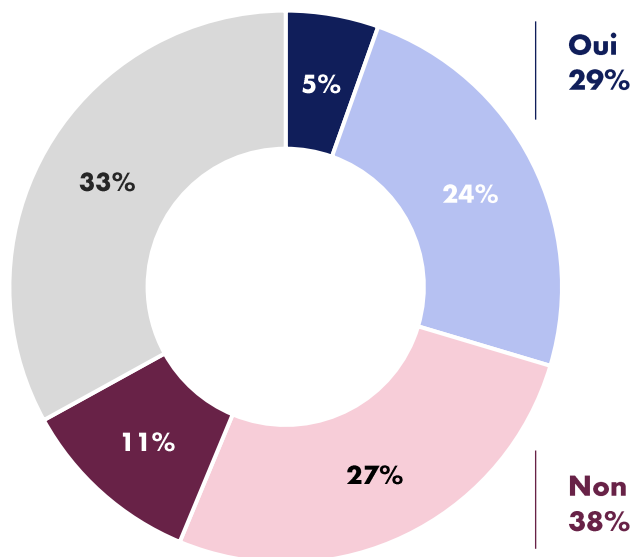


# La majorité des consommateurs n'a pas le sentiment d'un engagement particulier de la part des librairies indépendantes (ou n'a pas d'avis sur la question)

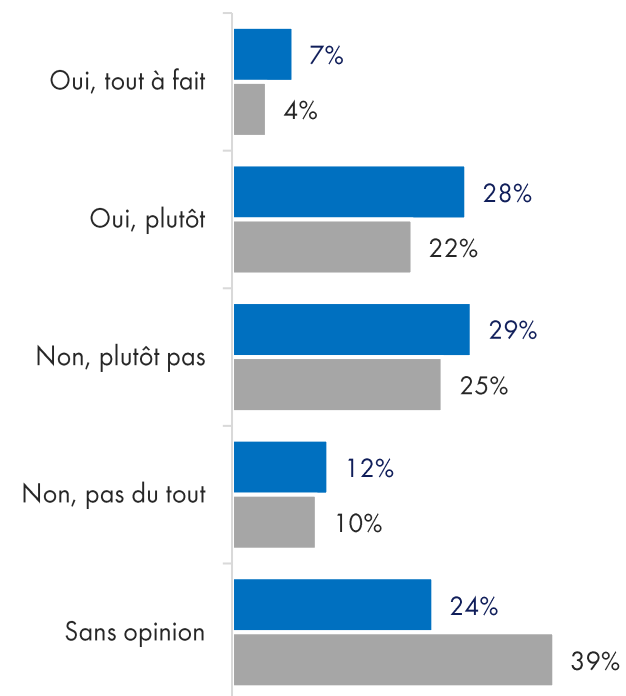
Avez-vous le sentiment que la plupart des librairies indépendantes sont engagées politiquement ?

Bases : acheteurs de livres, n = 2795

■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Sans opinion



■ Clients des librairies indépendantes ■ Non-clients

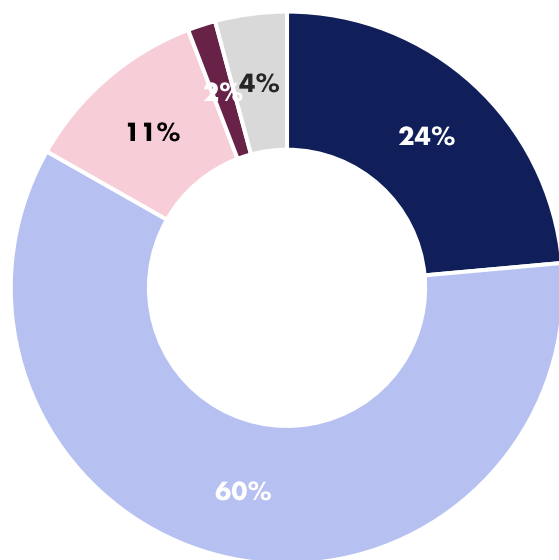


# Un quart des consommateurs pensent que les librairies indépendantes sont engagées politiquement et que cet engagement se reflète dans leur sélection

Et avez-vous le sentiment que cet engagement politique se reflète dans la sélection des ouvrages qui sont proposés ou mis en avant par les librairies ?

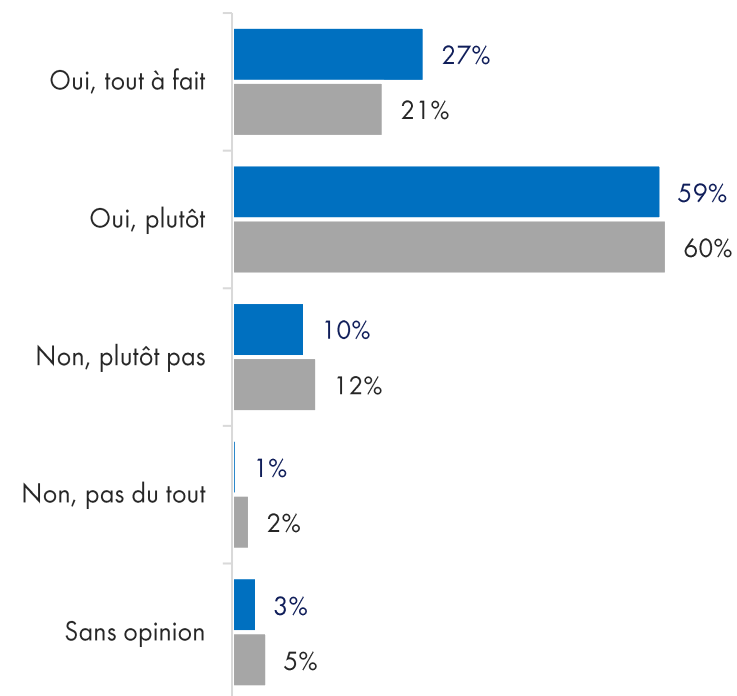
Base : acheteurs de livres qui estiment que les librairies indépendantes sont engagées politiquement, n = 821

■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Sans opinion



**Oui**  
84% (soit 24% de l'ensemble des « acheteurs » de livres)

■ Clients des librairies indépendantes ■ Non-clients

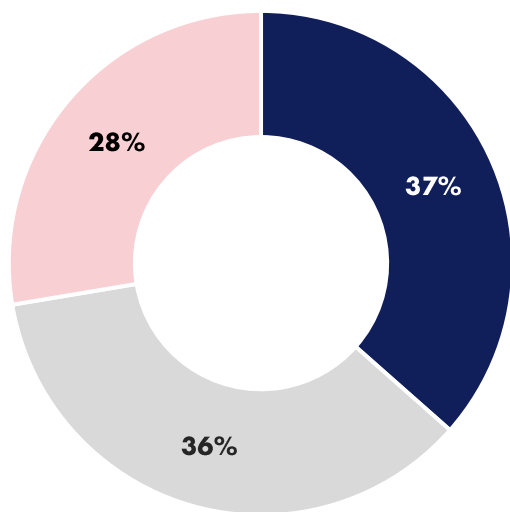


# L'engagement des librairies indépendantes séduit davantage qu'il ne dérange

## Que pensez-vous de cet engagement politique des librairies indépendantes ?

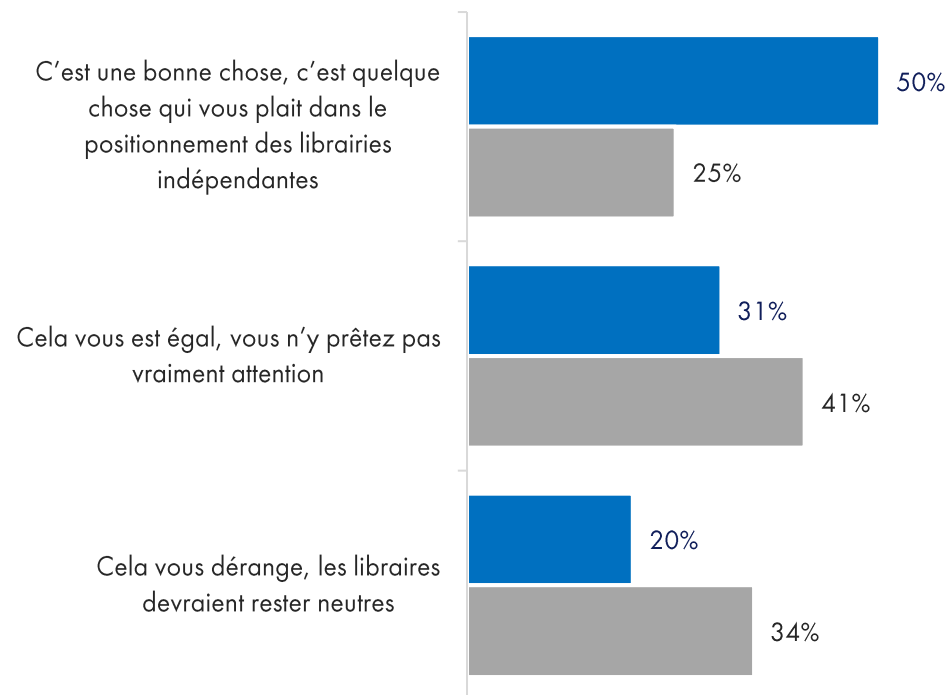
Base : acheteurs de livres qui estiment que les librairies indépendantes sont engagées politiquement, n = 821

**28% des acheteurs qui perçoivent un engagement politique de la part des librairies indépendantes sont dérangés par cet engagement (soit 8% de l'ensemble des « acheteurs » de livres)**



- C'est une bonne chose, c'est quelque chose qui vous plaît dans le positionnement des librairies indépendantes
- Cela vous est égal, vous n'y prêtez pas vraiment attention
- Cela vous dérange, les libraires devraient rester neutres

■ Clients des librairies indépendantes ■ Non-clients

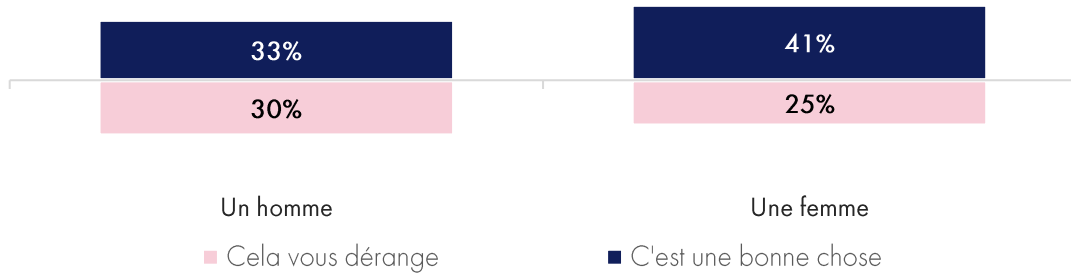


# Les femmes, les jeunes, les précaires et les personnes se positionnant à gauche sont davantage favorables à la politisation des librairies

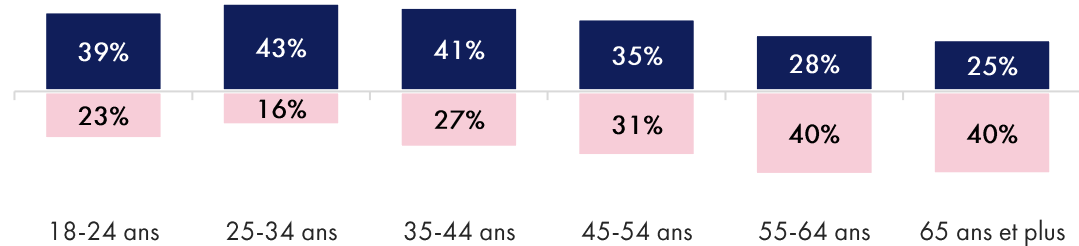
## Que pensez-vous de cet engagement politique des librairies indépendantes ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

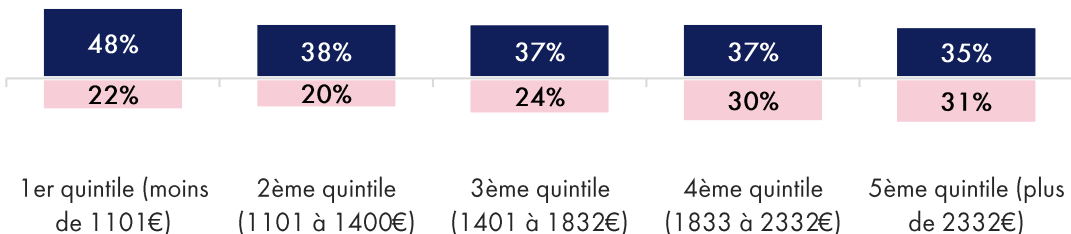
Opinion tranchée sur l'engagement politique des librairies en fonction du genre



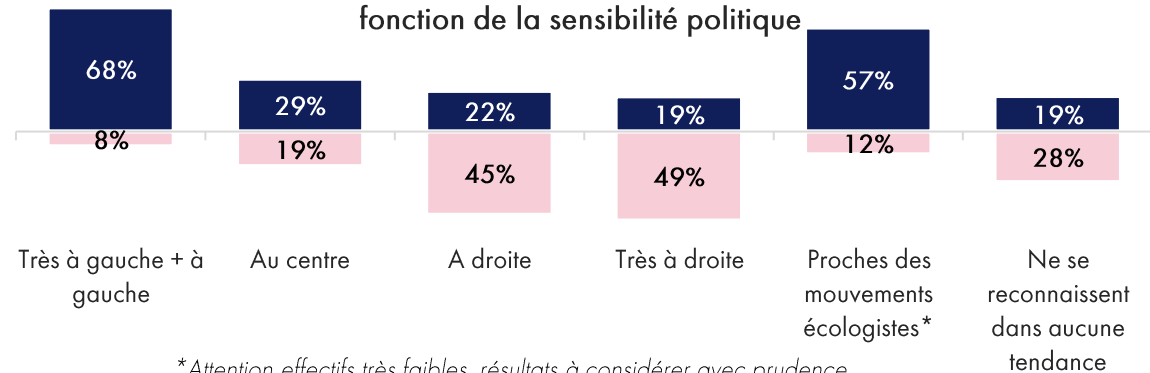
Opinion tranchée sur l'engagement politique des librairies en fonction de l'âge



Opinion tranchée sur l'engagement politique des librairies en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par unité de consommation)



Opinion tranchée sur l'engagement politique des librairies en fonction de la sensibilité politique

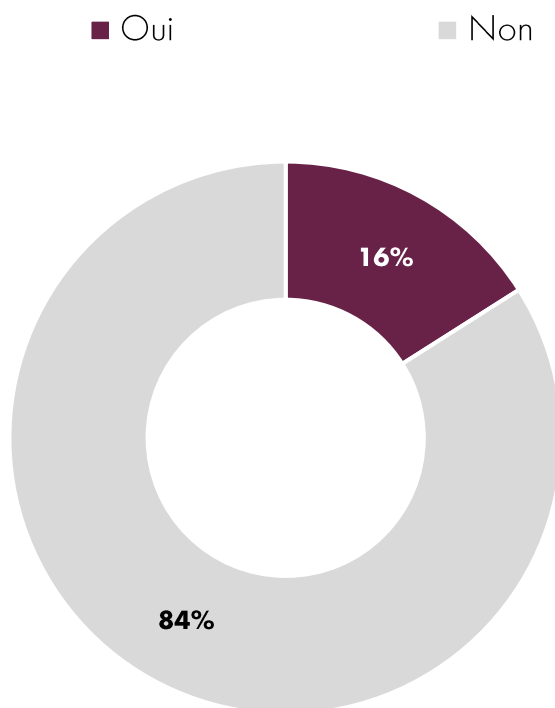


\*Attention effectifs très faibles, résultats à considérer avec prudence

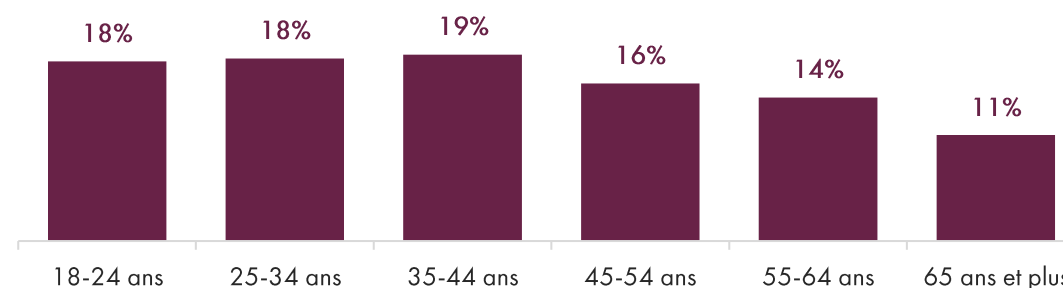
# Seule une petite minorité des consommateurs ont refusé de faire des achats ou arrêté de fréquenter une librairie en raison de son engagement politique

Avez-vous déjà refusé de faire des achats ou arrêté de fréquenter une librairie indépendante parce que son engagement politique (ou la couleur politique indiquée par la sélection de livres mis en avant) ne vous convenait pas ?

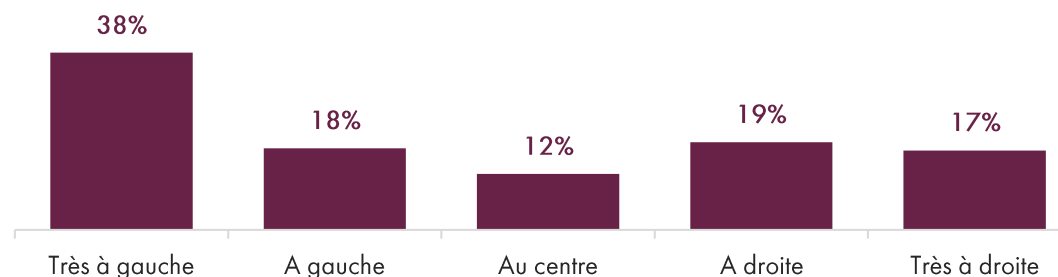
Bases : acheteurs de livres, n = 2795



Refus de faire des achats ou arrêt de fréquentation en fonction de l'âge

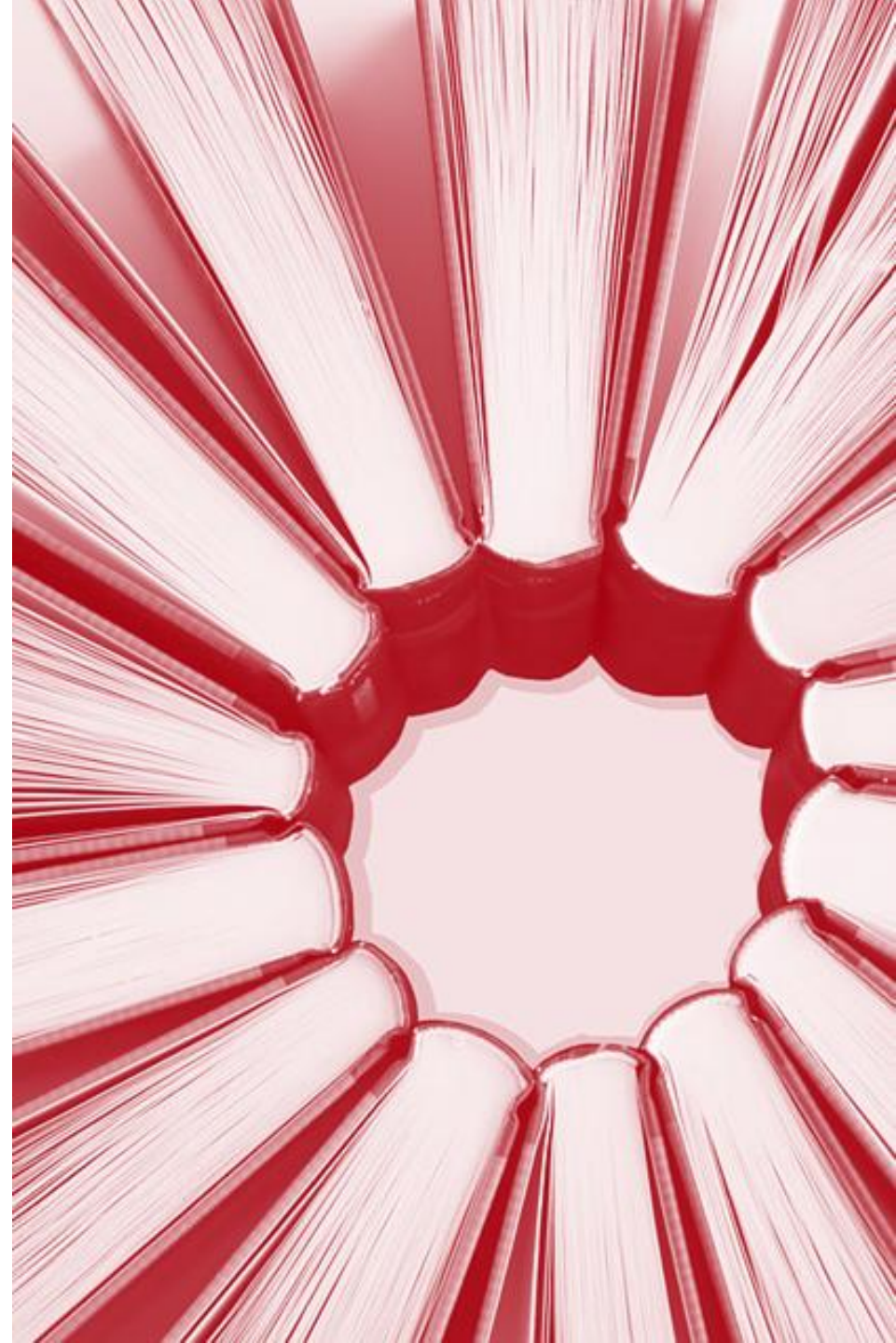


Refus de faire des achats ou arrêt de fréquentation en fonction de la sensibilité politique



# Reconstitution du dernier achat de livres

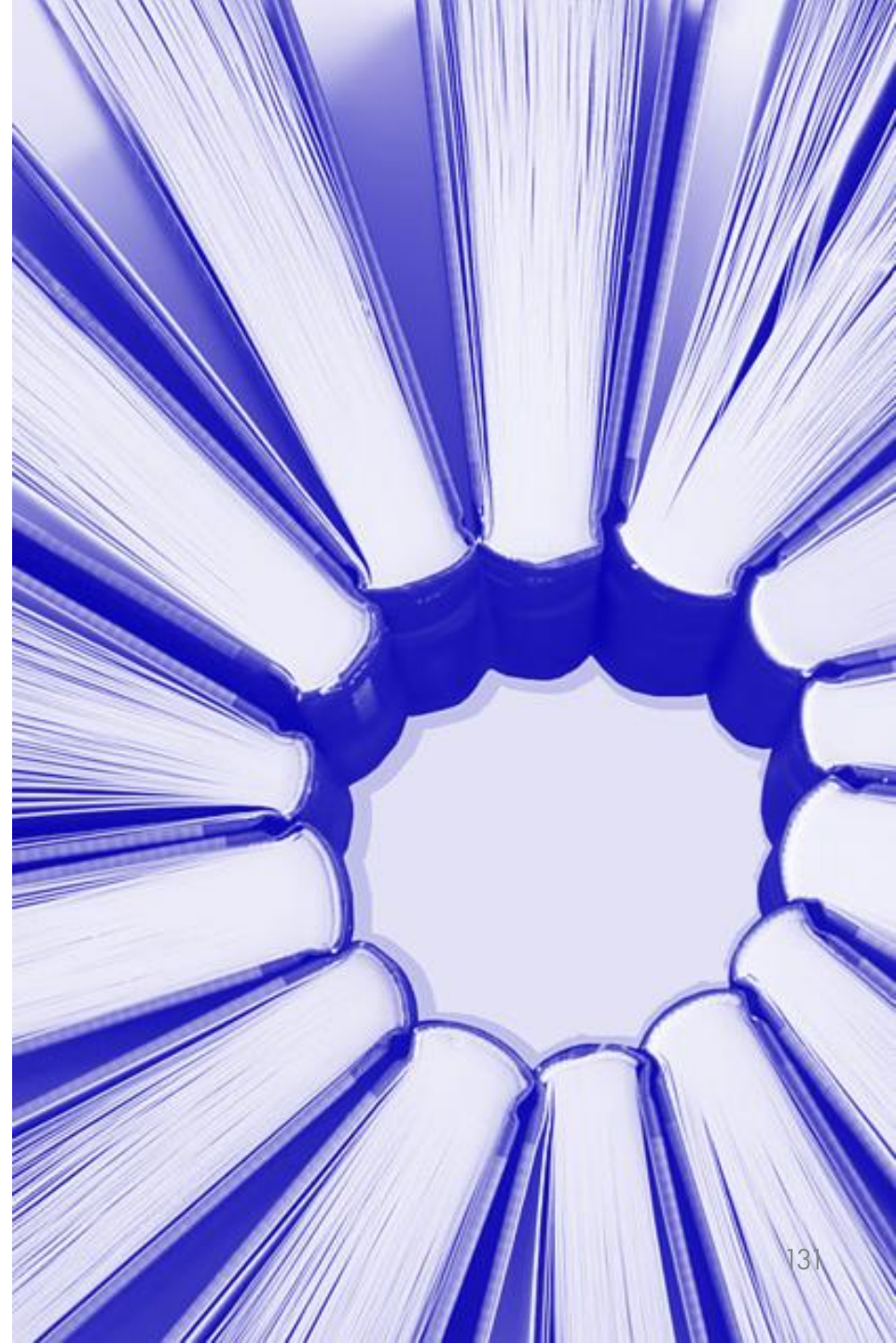
---



# Reconstitution du dernier achat de livres

---

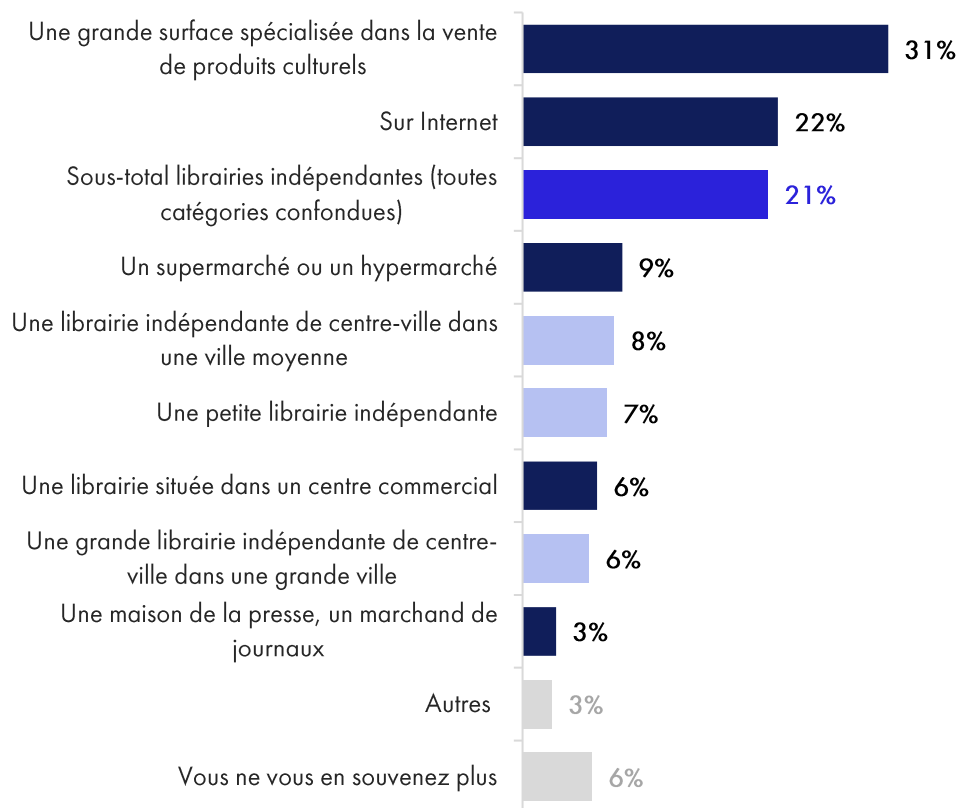
Les circuits visités



# 21% des derniers achats ont été réalisés au sein d'une librairie indépendante

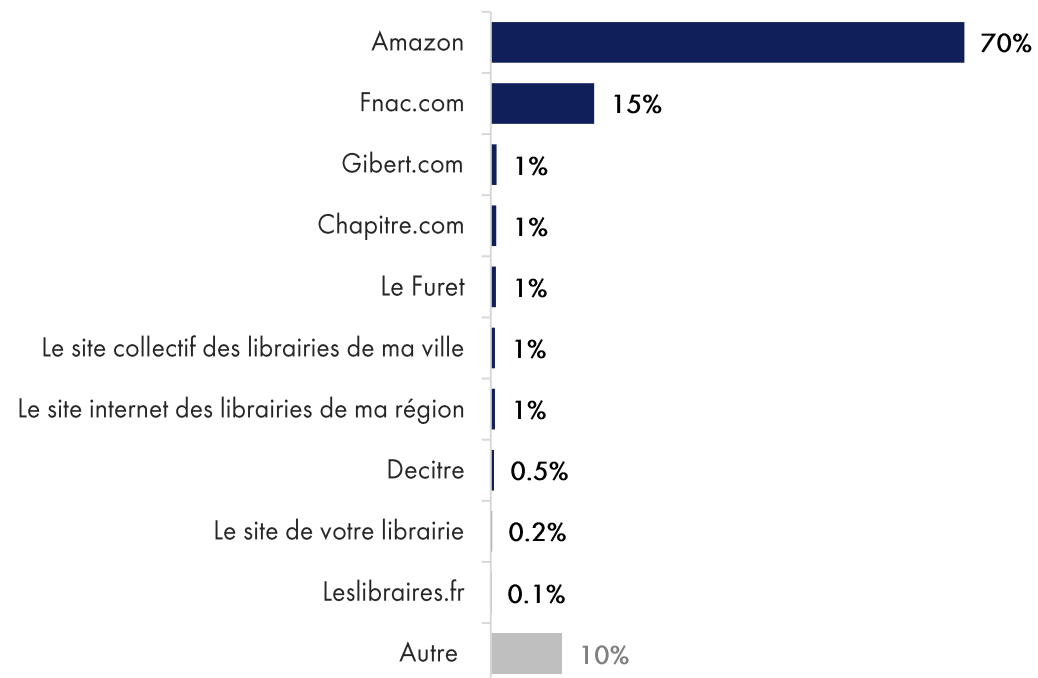
Dans quel type de commerce vous avez réalisé votre dernier achat de livres neufs ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



Sur quel site avez-vous réalisé votre dernier achat de livres neufs ?

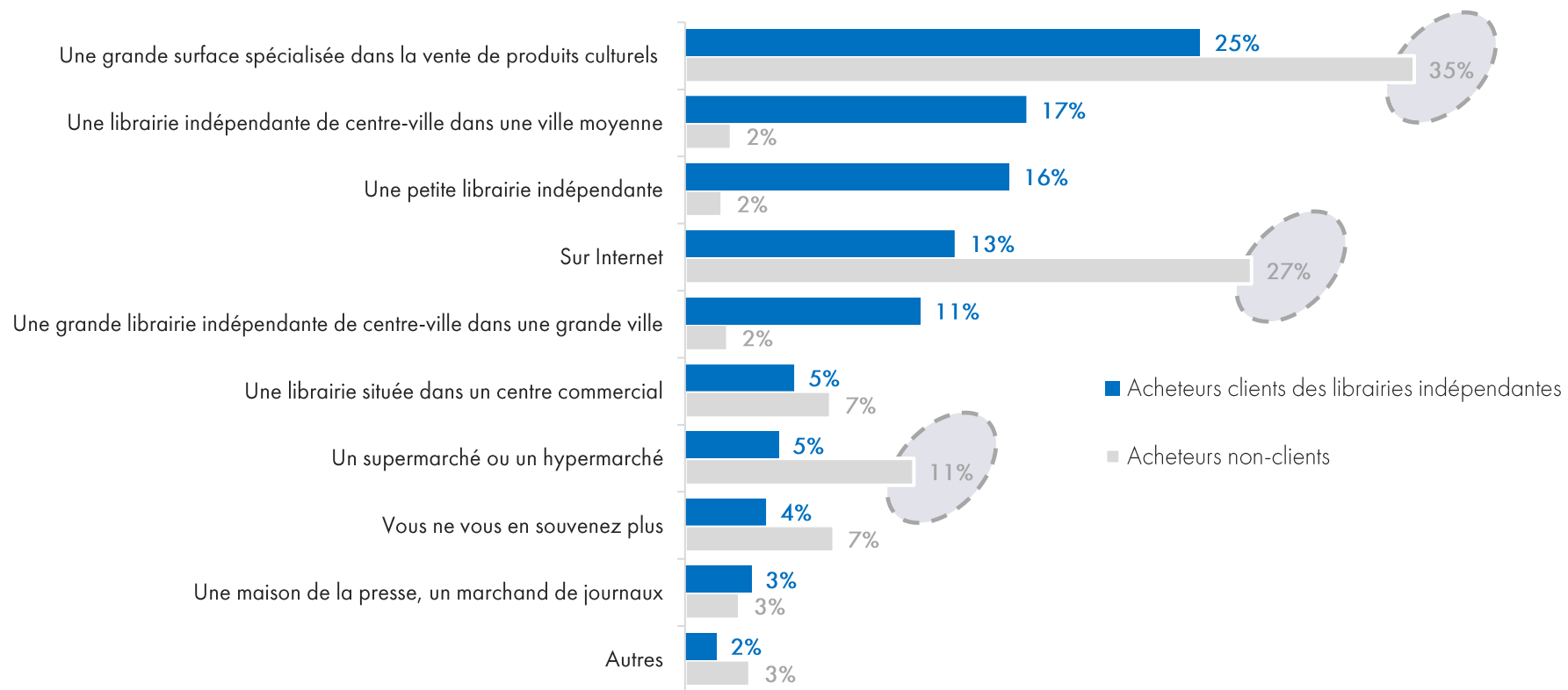
- Base : individus ayant réalisé leur dernier achat de livres sur Internet, n = 613



# Les non-clients ont eu tendance à privilégier Internet et les grandes surfaces pour leur dernier achat

Taux de pénétration des clients et non-clients des LI par circuit de distribution lors du dernier achat de livres neufs

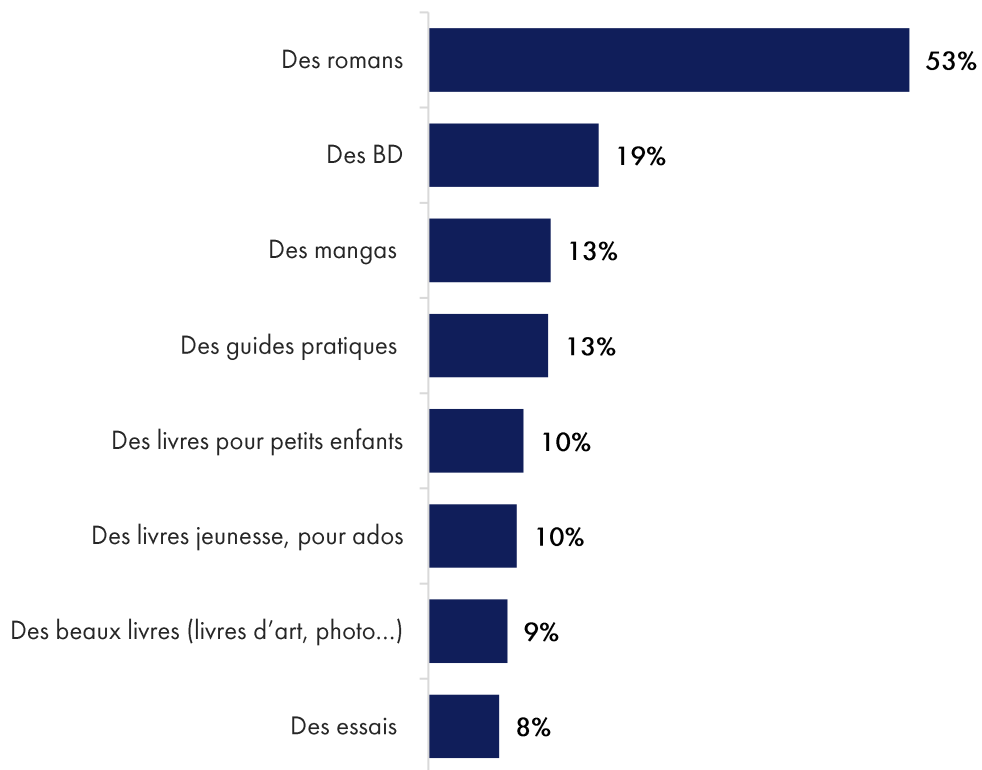
Base : acheteurs de livres, n = 2795



# Peu d'écart sur le circuit emprunté selon les genres des livres achetés

## Quels types de livres avez-vous achetés lors de ce dernier achat ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

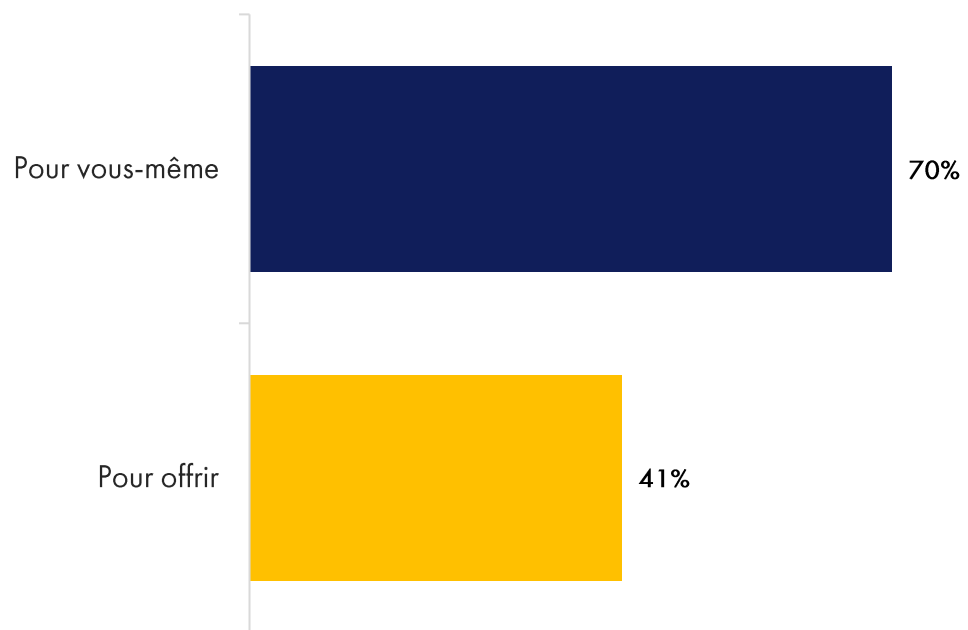


	Achats réalisés en librairie indépendante	Achats réalisés dans les grandes surfaces spécialisées	Achats réalisés en supermarchés ou hypermarchés	Achats réalisés sur Internet
Romans	56%	53%	50%	53%
BD	21%	21%	21%	15%
Mangas	13%	15%	10%	13%
Guides pratiques	10%	12%	12%	16%
Livres pour petits enfants	11%	10%	16%	8%
Livres jeunesse, pour ados	9%	11%	11%	8%
Beaux livres	11%	8%	6%	8%
Essais	13%	6%	6%	8%

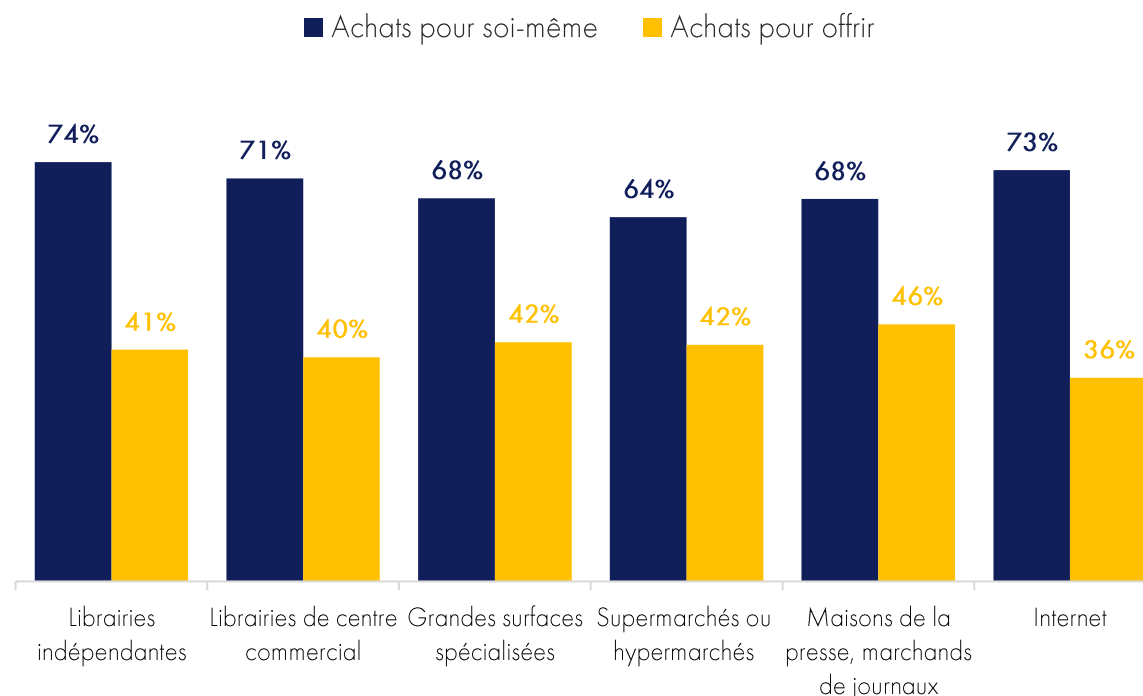
# Le circuit emprunté diffère peu selon qu'il s'agit d'un achat pour soi ou pour offrir

Le ou les livres que vous avez achetés étaient...

Base : acheteurs de livres, n = 2795



Nature des achats en fonction des circuits de distribution utilisés

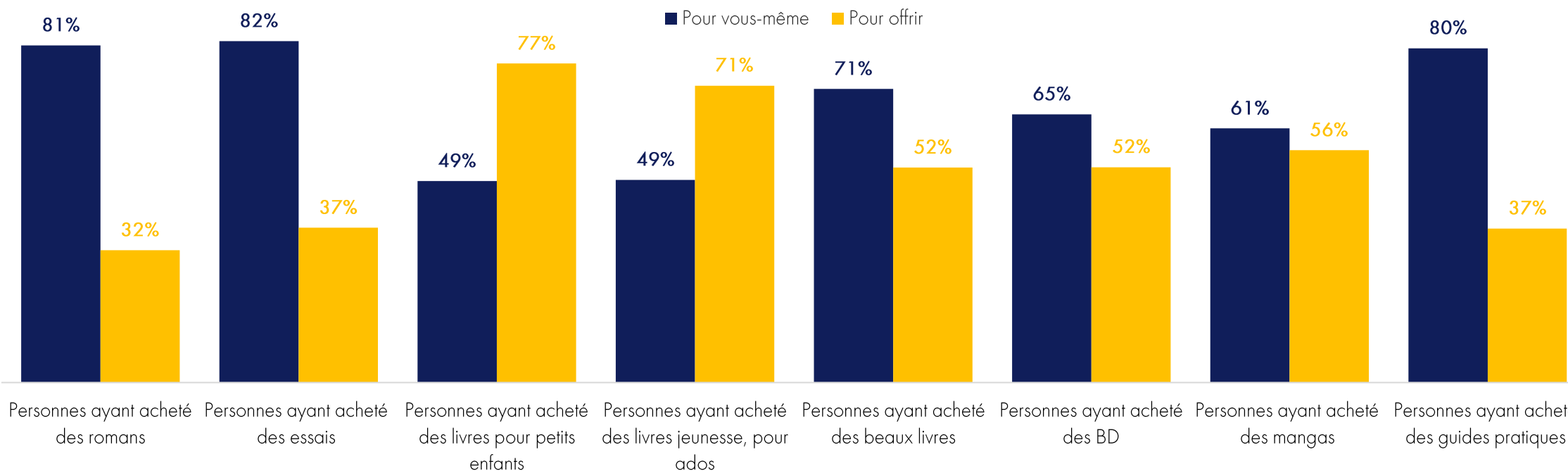


# Beaux livres, BD et mangas sont fréquemment associés à des achats pour offrir

Le ou les livres que vous avez achetés étaient...

Base : acheteurs de livres, n = 2795

Nature des achats en fonction de la composition du panier (le genre de livres achetés)



# Dans la nette majorité des cas, les achats de livres étaient (au moins partiellement) prévus

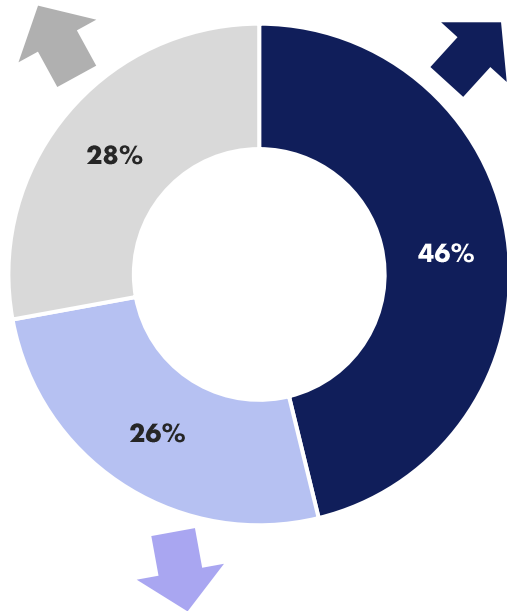
Lors de ce dernier achat, saviez-vous à l'avance (avant de vous rendre en magasin ou sur le site Internet) quel(s) livre(s) vous alliez acheter ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795

25% parmi les clients des librairies indépendantes  
30% parmi les non-clients

Oui : 72%

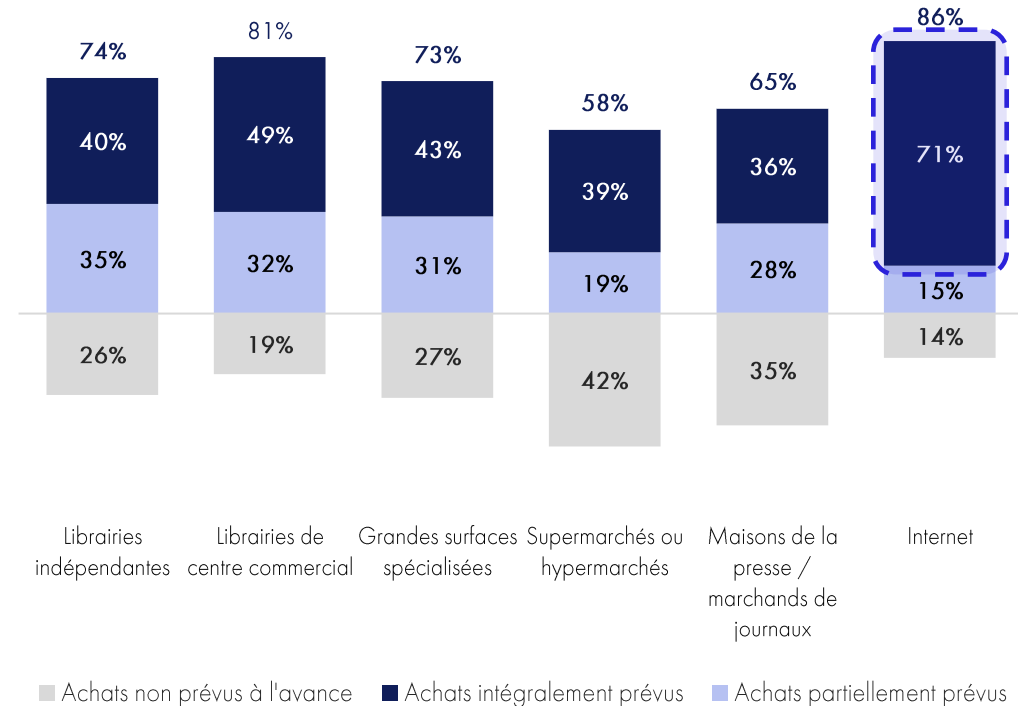
45% parmi les clients  
47% parmi les non-clients



- Oui, l'intégralité de vos achats étaient prévus
- Oui en partie, mais vous avez également réalisé des achats qui n'étaient pas prévus
- Non, vous vous êtes décidé(e) dans le magasin ou sur le site

30% parmi les clients  
23% parmi les non-clients

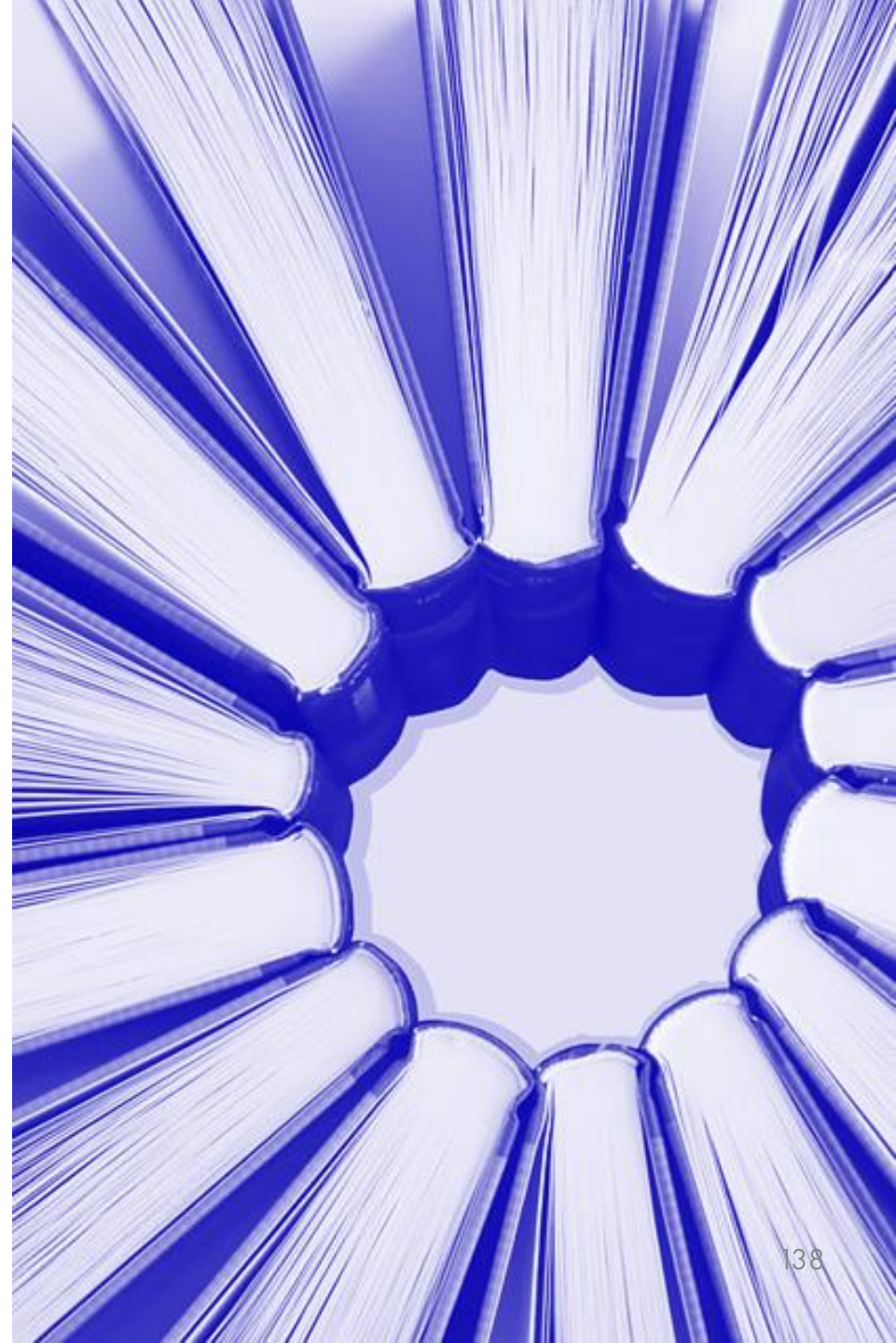
Planification des achats en fonction du circuit de distribution utilisé



# Reconstitution du dernier achat de livres

---

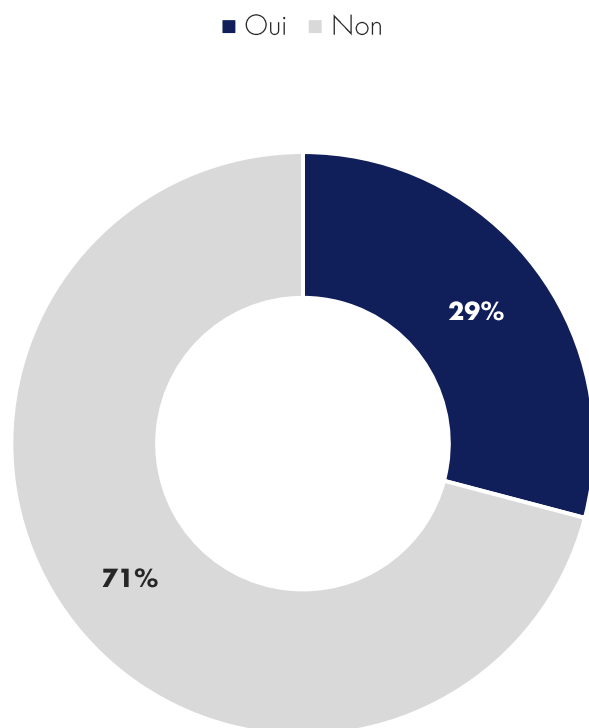
Les achats prévus



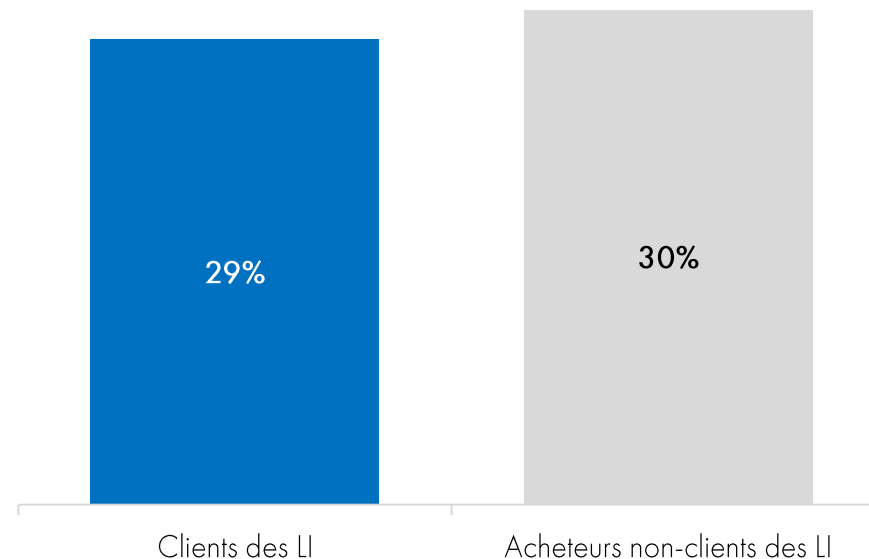
## 29% des clients avec des achats précis en tête vérifient la disponibilité avant de se rendre en librairie

Avez-vous vérifié sur Internet la disponibilité des livres que vous cherchiez avant de vous rendre en librairie ?

Base : personnes dont le dernier achat a été réalisé en librairie et était (au moins partiellement) prévu, n = 558



% ayant vérifié la disponibilité des livres recherchés selon le type d'acheteur



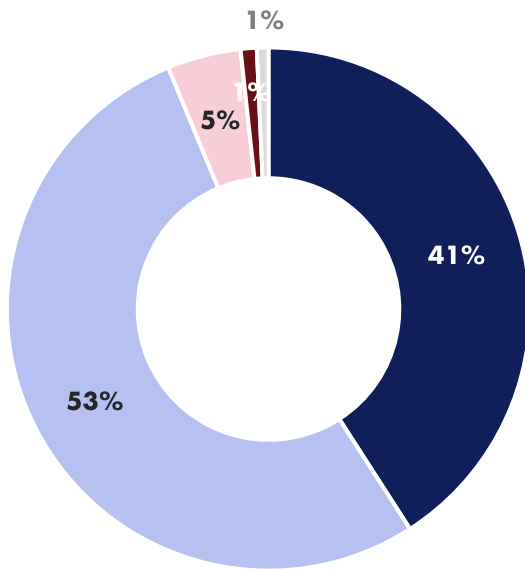
# Les achats en ligne se distinguent par la plus grande facilité à trouver les livres recherchés

**Avez-vous trouvé facilement les livres que vous recherchez ?**

Base : personnes ayant prévu (au moins partiellement) leur dernier achat, n = 1999

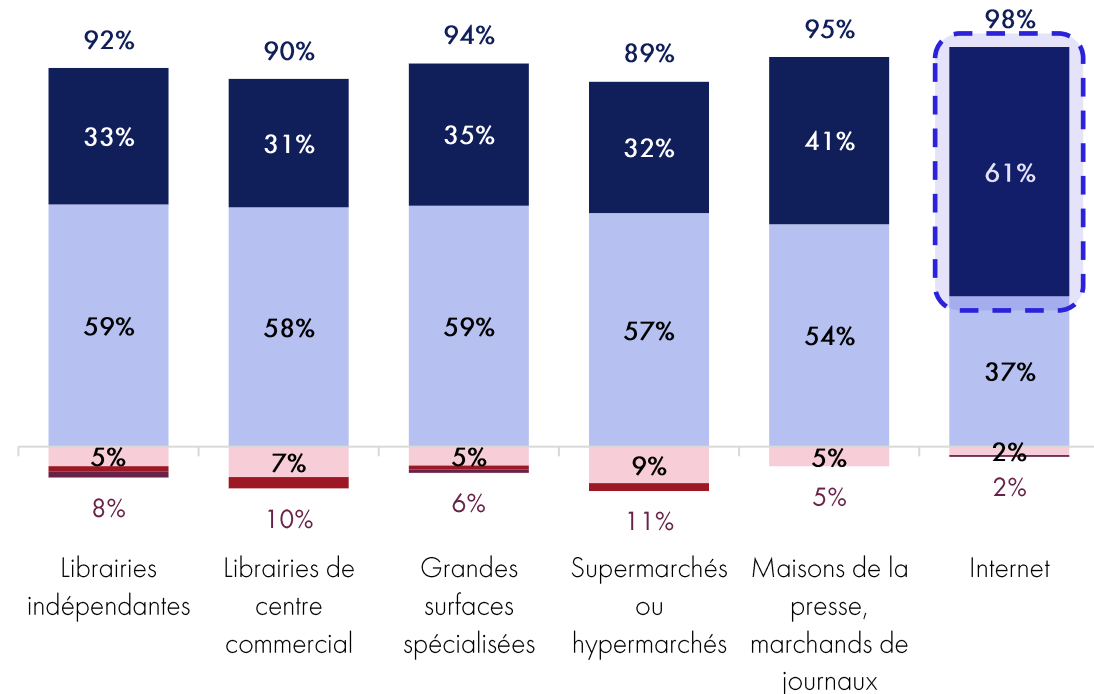
**Difficilement : 6%**

**Facilement : 94%**



- Très facilement
- Assez facilement
- Assez difficilement
- Très difficilement
- Les livres que vous recherchez n'étaient pas disponibles

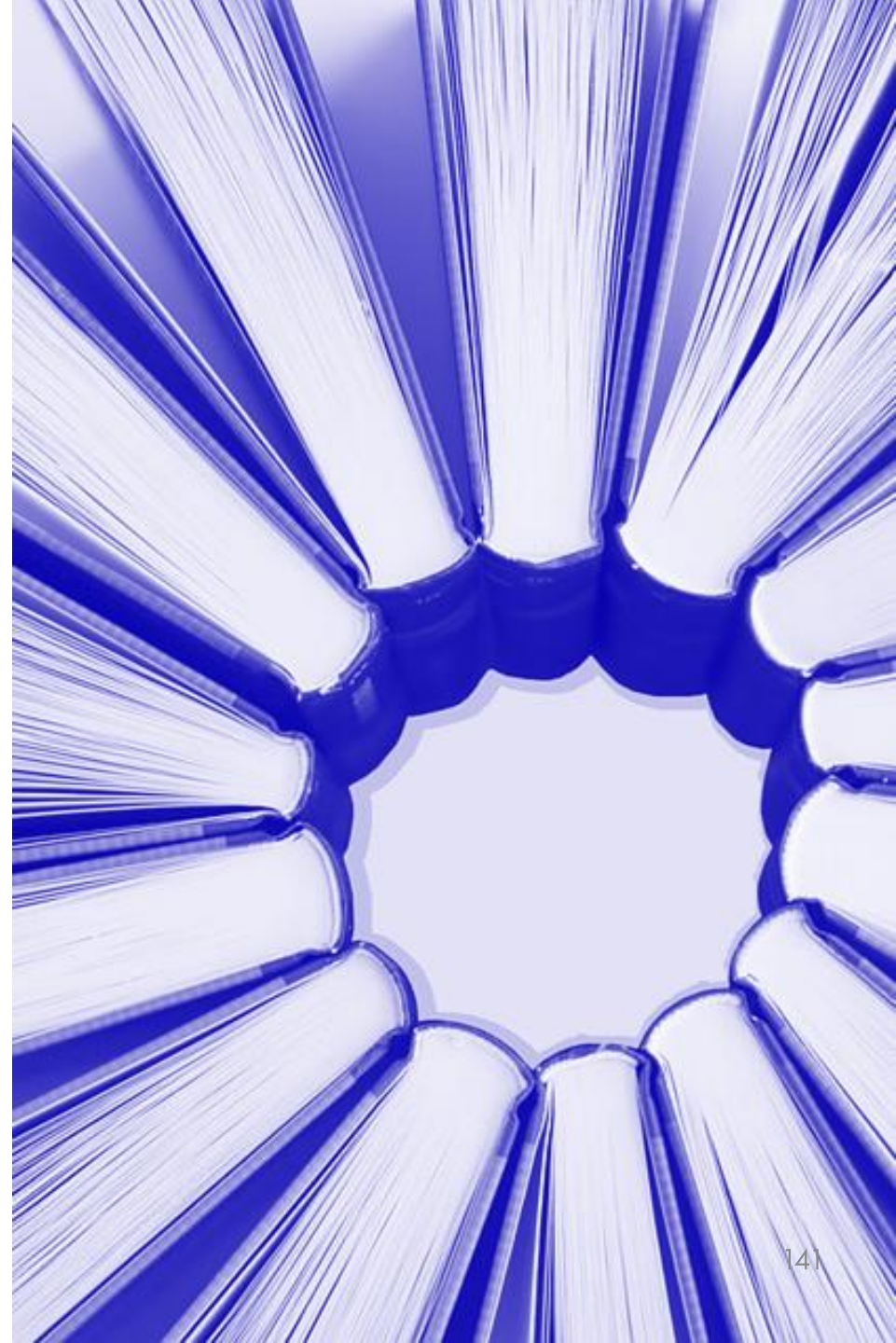
Facilité à trouver les livres recherchés selon le commerce visité



# Reconstitution du dernier achat de livres

---

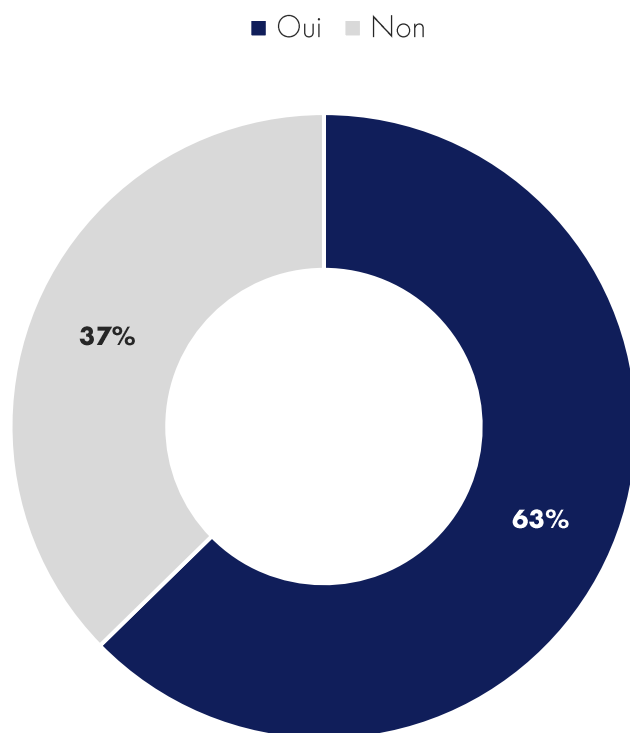
Les achats imprévus



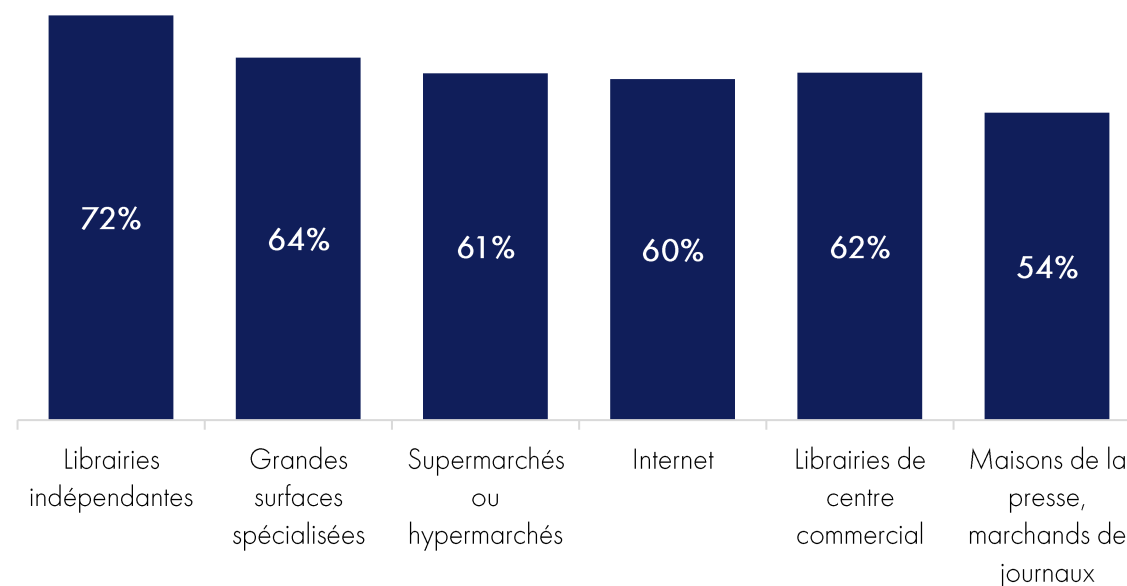
## Les librairies indépendantes constituent le canal où la part des « découvertes » est la plus importante

Vous avez déclaré avoir réalisé des achats de livres que vous n'aviez pas prévus. Parmi ces achats imprévus, avez-vous acheté des livres que vous ne connaissiez pas, dont vous n'aviez jamais entendu parler ?

Base : personnes ayant réalisé des achats imprévus lors de leur dernier achat de livres, n = 1532



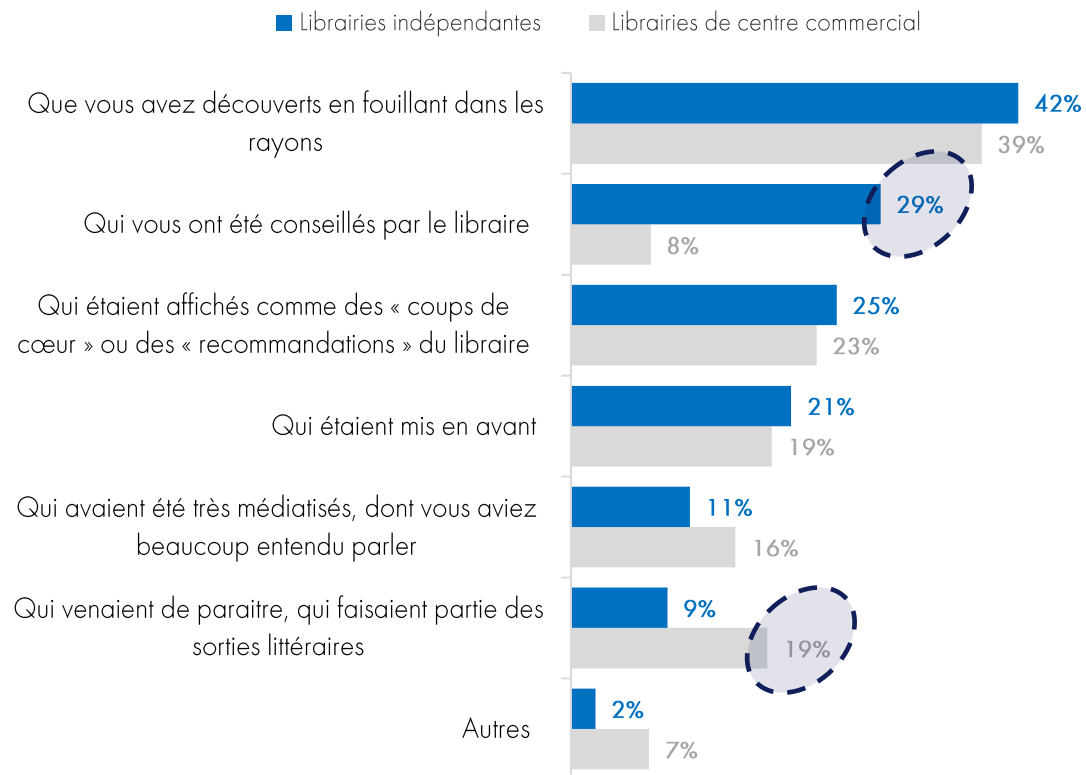
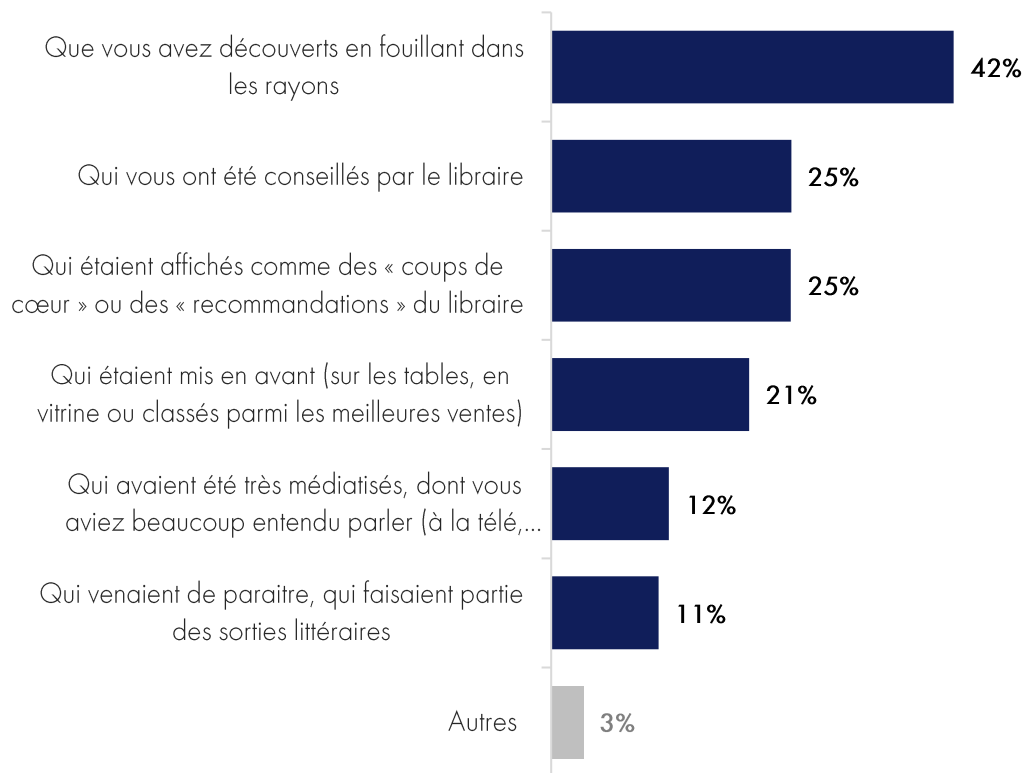
% ayant acheté des livres qu'ils ne connaissaient pas en fonction du circuit de distribution utilisé



# La plus grande part des achats impulsifs relèvent de découvertes faites par les clients qui fouillent dans les rayons des librairies

Lors de ce dernier achat de livres neufs que vous avez réalisé en librairie, les achats que vous n'aviez pas prévu de réaliser étaient des livres ...

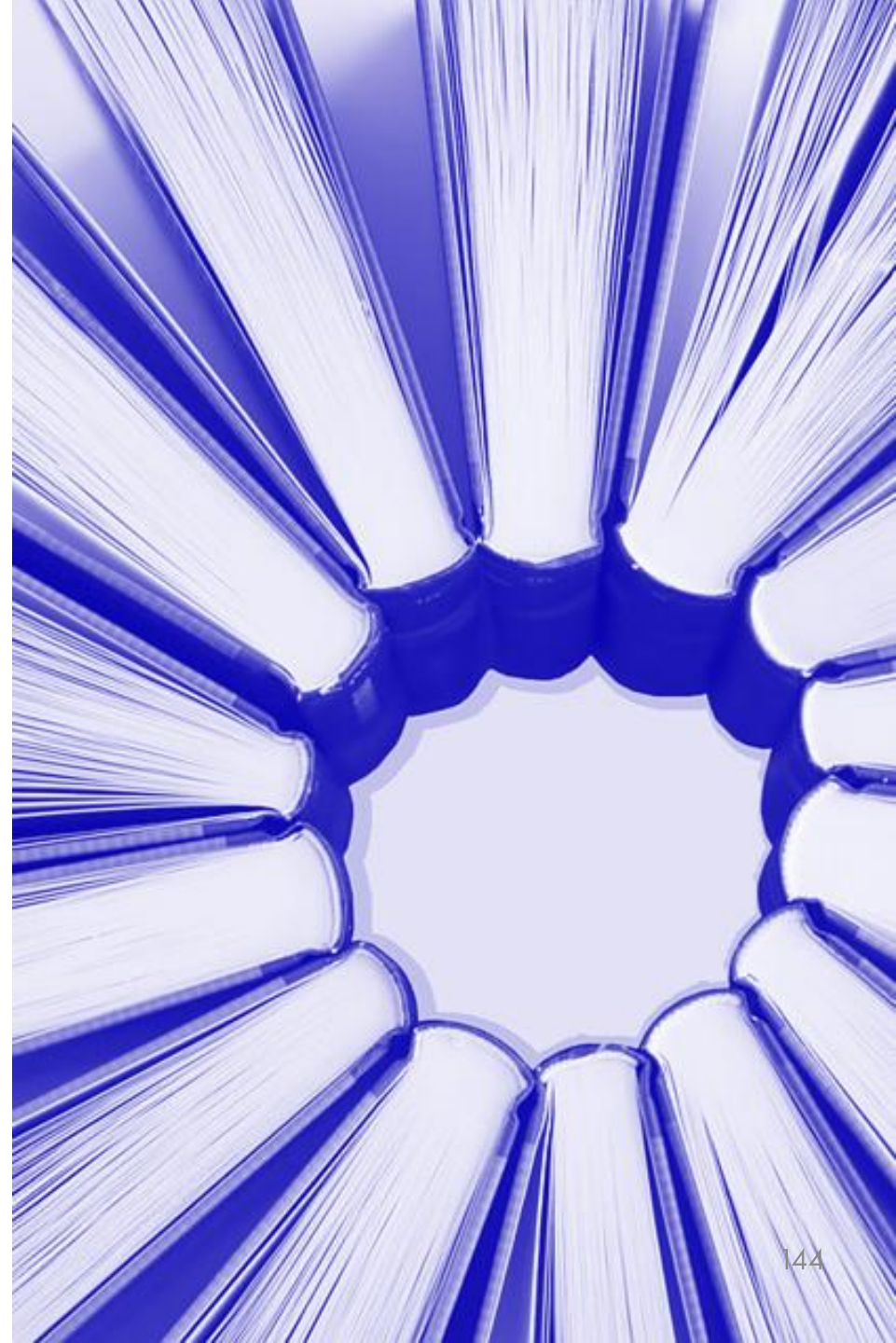
Base : personnes ayant réalisé en librairie des achats imprévus lors de leur dernier achat de livres, n = 444



# Reconstitution du dernier achat de livres

---

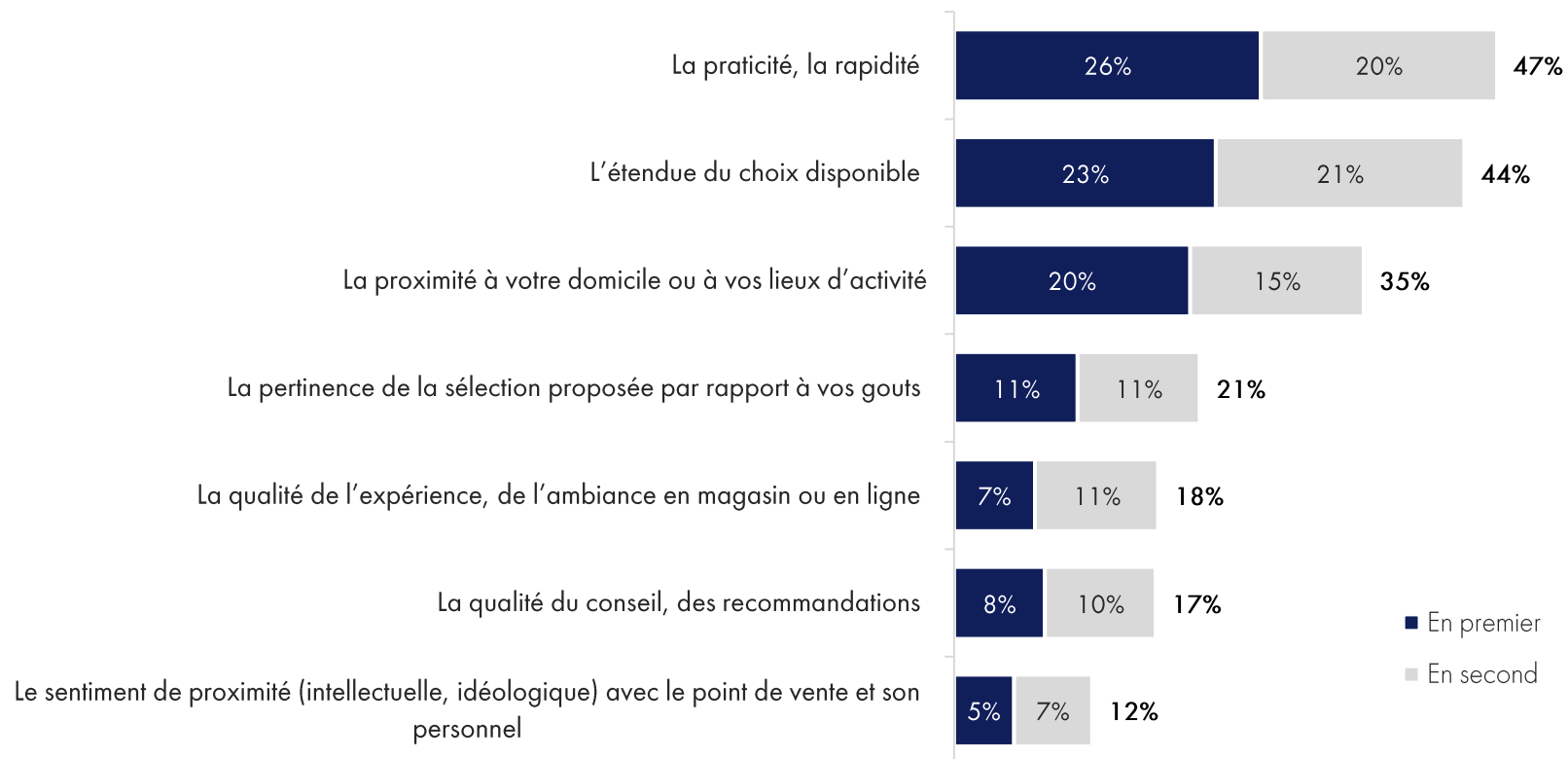
Expérience d'achat



# La praticité, le choix et la proximité (qui ne sont pas toujours les points forts des librairies indépendantes) dominant parmi les critères de choix des points de vente

Quels étaient les principaux critères de choix du point de vente dans lequel vous avez réalisé ce dernier achat de livres neufs ?

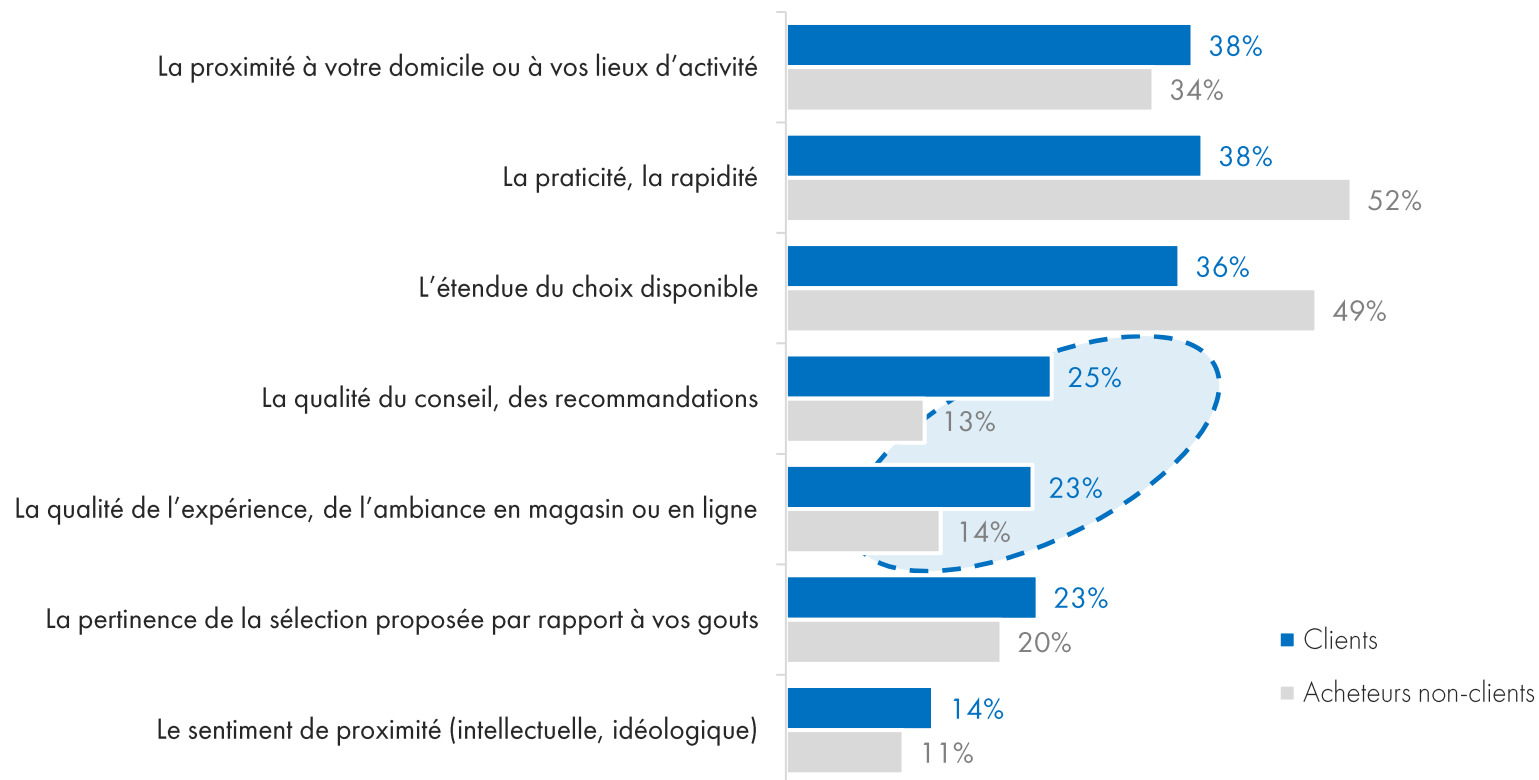
Base : acheteurs de livres, n = 2795



# Les clients des librairies indépendantes sont davantage attachés à l'expérience d'achat et à l'interaction, quand les non-clients recherchent l'efficacité avant tout

## Principaux critères de choix du dernier point de vente pour les clients et les non-clients des librairies indépendantes

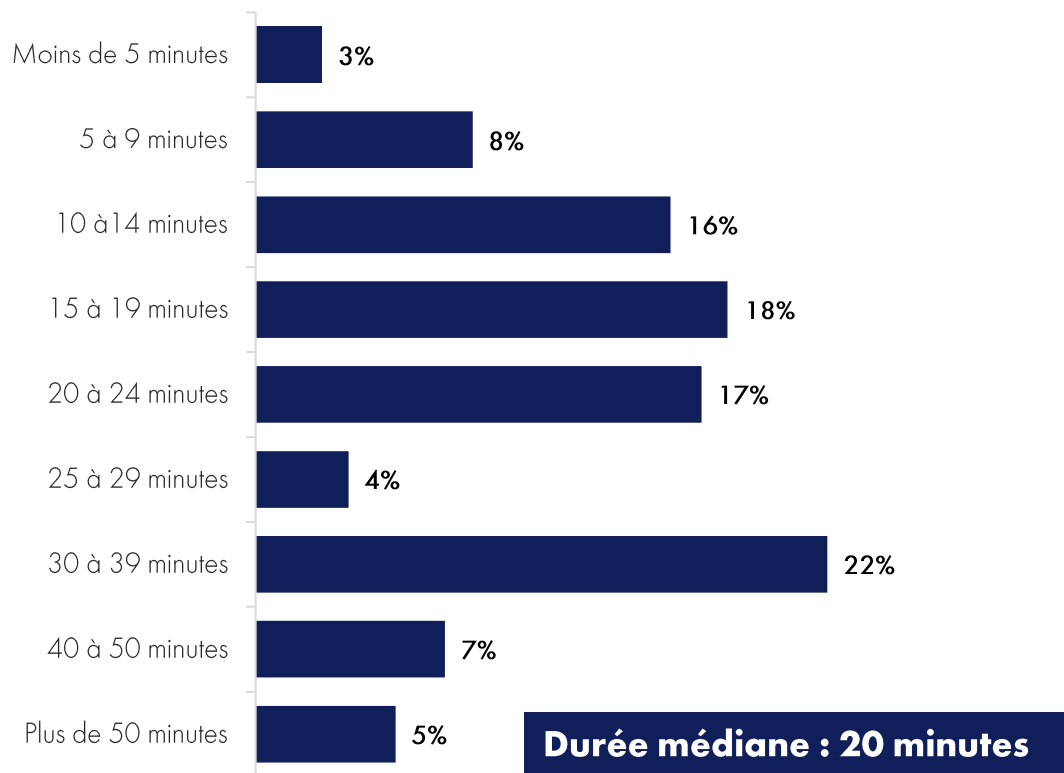
Base : acheteurs de livres, n = 2795



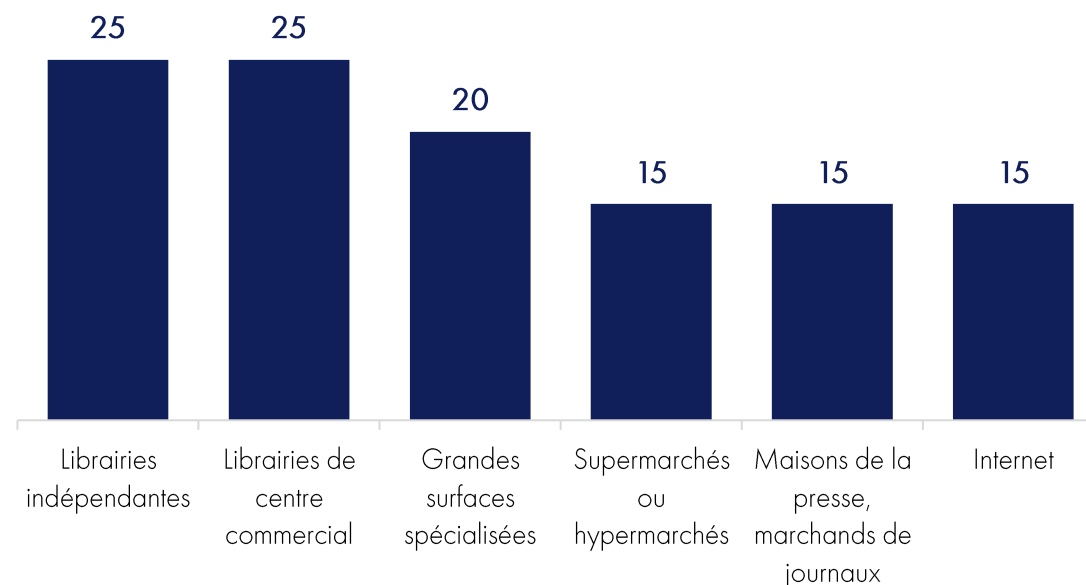
# La durée médiane des séquences d'achat de livres : 20 minutes. 25 minutes dans les librairies indépendantes.

A combien évalueriez-vous approximativement la durée totale de votre expérience d'achat (du début à la fin : du moment où vous rentrez dans le magasin ou vous vous connectez au site Internet jusqu'au moment de payer) ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795



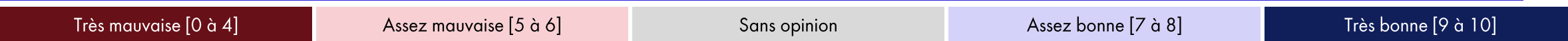
Durée médiane de l'expérience d'achat en fonction du circuit de distribution utilisé  
- En minutes



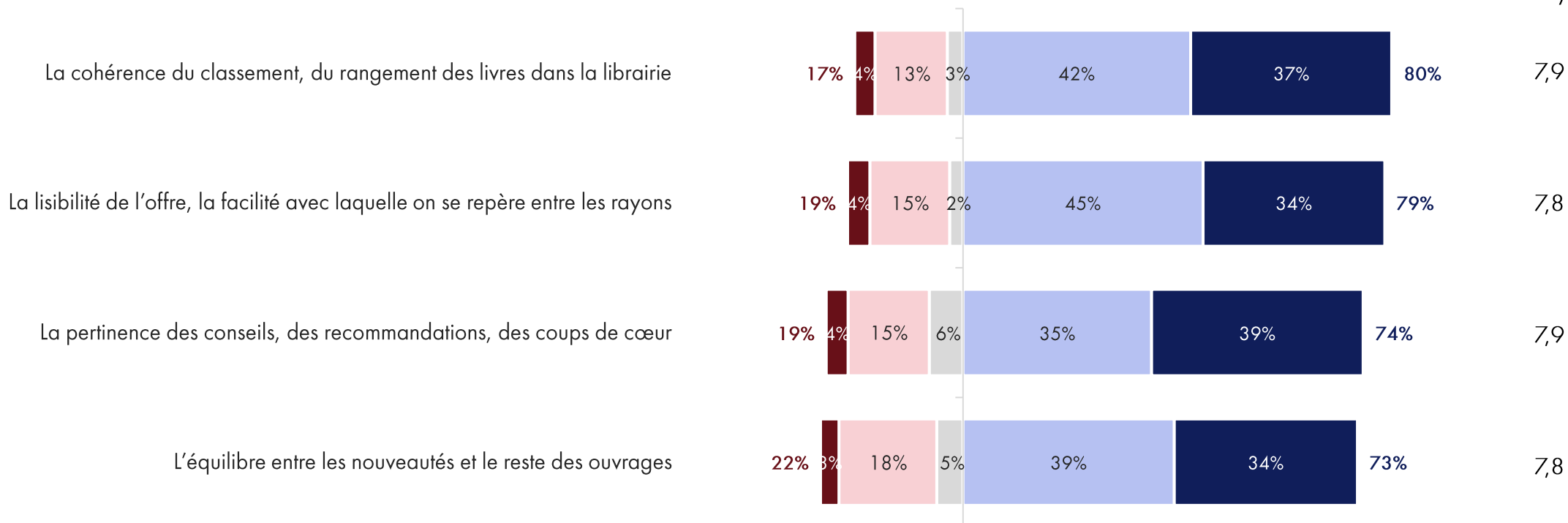
# Des niveaux de satisfaction globalement très élevés concernant le classement, la lisibilité de l'offre ou encore la pertinence des conseils

Lors de ce dernier achat que vous avez réalisé en librairie, à combien évalueriez-vous, sur une échelle de 0 à 10, votre appréciation des éléments suivants ?

Base : acheteurs de livres ayant effectué leur dernier achat dans une librairie, n = 747



Notes moyennes :



# L'expérience d'achat dans les librairies plébiscitée

Dans quelle mesure diriez-vous que les affirmations suivantes correspondent à votre expérience lors de ce dernier achat ?

Base : acheteurs de livres ayant effectué leur dernier achat dans une librairie, n = 747

Ne correspond pas du tout

Ne correspond pas vraiment

Correspond plutôt

Correspond parfaitement

L'expérience d'achat était fluide, efficace

4% 3% 47% 49% 96%

L'ambiance, l'expérience d'achat était globalement agréable

4% 4% 48% 48% 96%

Il y avait beaucoup de livres qui vous plaisaient dans la librairie

7% 6% 45% 48% 93%

Le classement des livres était clair et il était facile de trouver ce que vous cherchiez

9% 8% 51% 39% 91%

Le libraire vous a conseillé, vous a aidé dans votre recherche

25% 9% 17% 35% 39% 75%

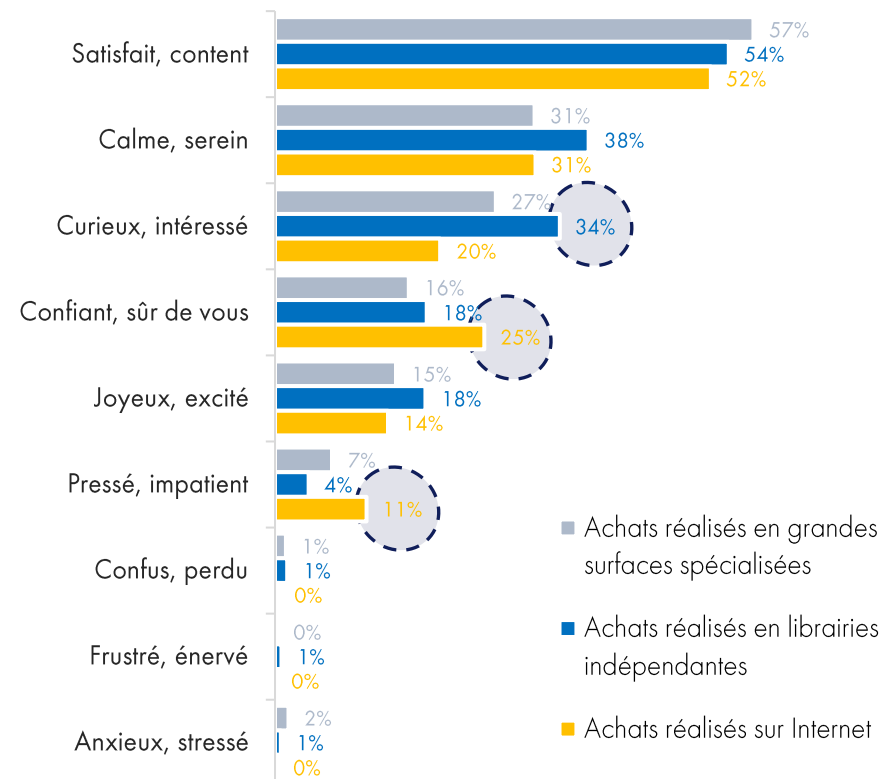
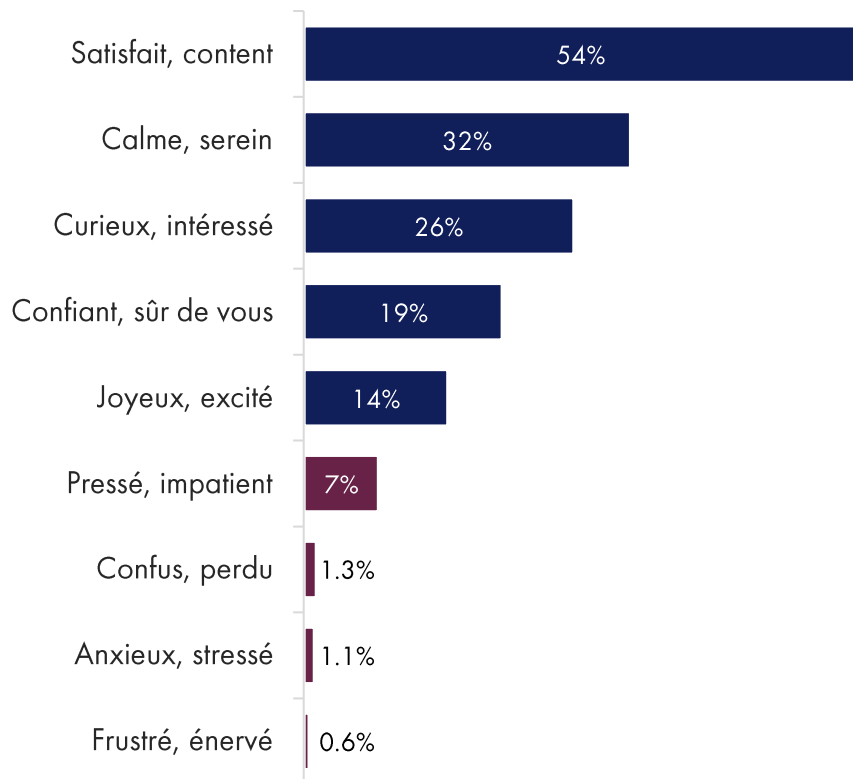
Il y avait des recommandations, des coups de cœur qui vous ont orienté lors de votre achat

32% 8% 24% 40% 28% 68%

# Très peu d'émotions négatives ressenties lors des achats de livres – un résultat qui s'observe dans l'ensemble des circuits étudiés

Parmi les propositions suivantes, quelles sont celles qui décrivent le mieux les émotions que vous avez ressenties lors de ce dernier achat ?

Base : acheteurs de livres, n = 2795 – 2 réponses maximum



# Les librairies de centre commerciaux en retrait sur la présentation des livres et les conseils

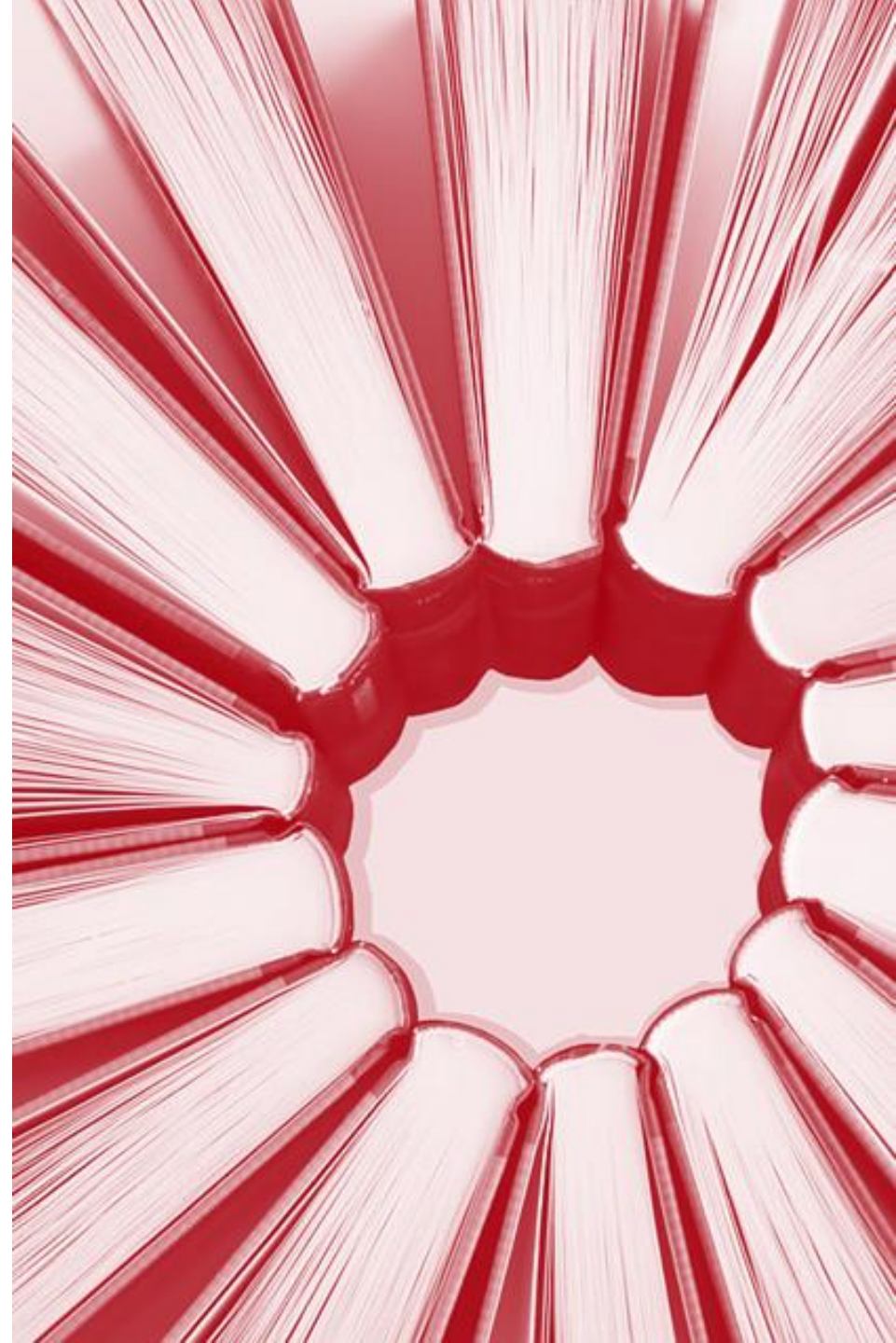
## Expérience du dernier achat selon les émotions ressenties et l'âge de l'acheteur

Base totale, n = 3995 - « Correspond plutôt » + « Correspond parfaitement »

Évaluation de l'expérience du dernier achat	Type de librairie fréquentée				Age					
	Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville	Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne	Une petite librairie indépendante (située dans un bourg, une petite ville, de quartier ou spécialisée)	Une librairie située dans un centre commercial	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus
L'expérience d'achat était fluide, efficace	98%	96%	99%	100%	96%	92%	100%	94%	97%	99%
L'ambiance, l'expérience d'achat était globalement agréable	99%	98%	98%	92%	94%	94%	97%	96%	97%	97%
Il y avait beaucoup de livres qui vous plaisaient dans la librairie	94%	97%	96%	93%	96%	90%	97%	94%	92%	91%
Le classement des livres était clair et il était facile de trouver ce que vous cherchiez	93%	92%	91%	71%	90%	84%	95%	89%	91%	97%
Le libraire vous a conseillé, vous a aidé dans votre recherche	73%	79%	82%	53%	73%	73%	78%	73%	72%	79%
Il y avait des recommandations, des coups de cœur qui vous ont orienté lors de votre achat	73%	71%	63%	48%	73%	66%	75%	69%	64%	58%

# La librairie principale

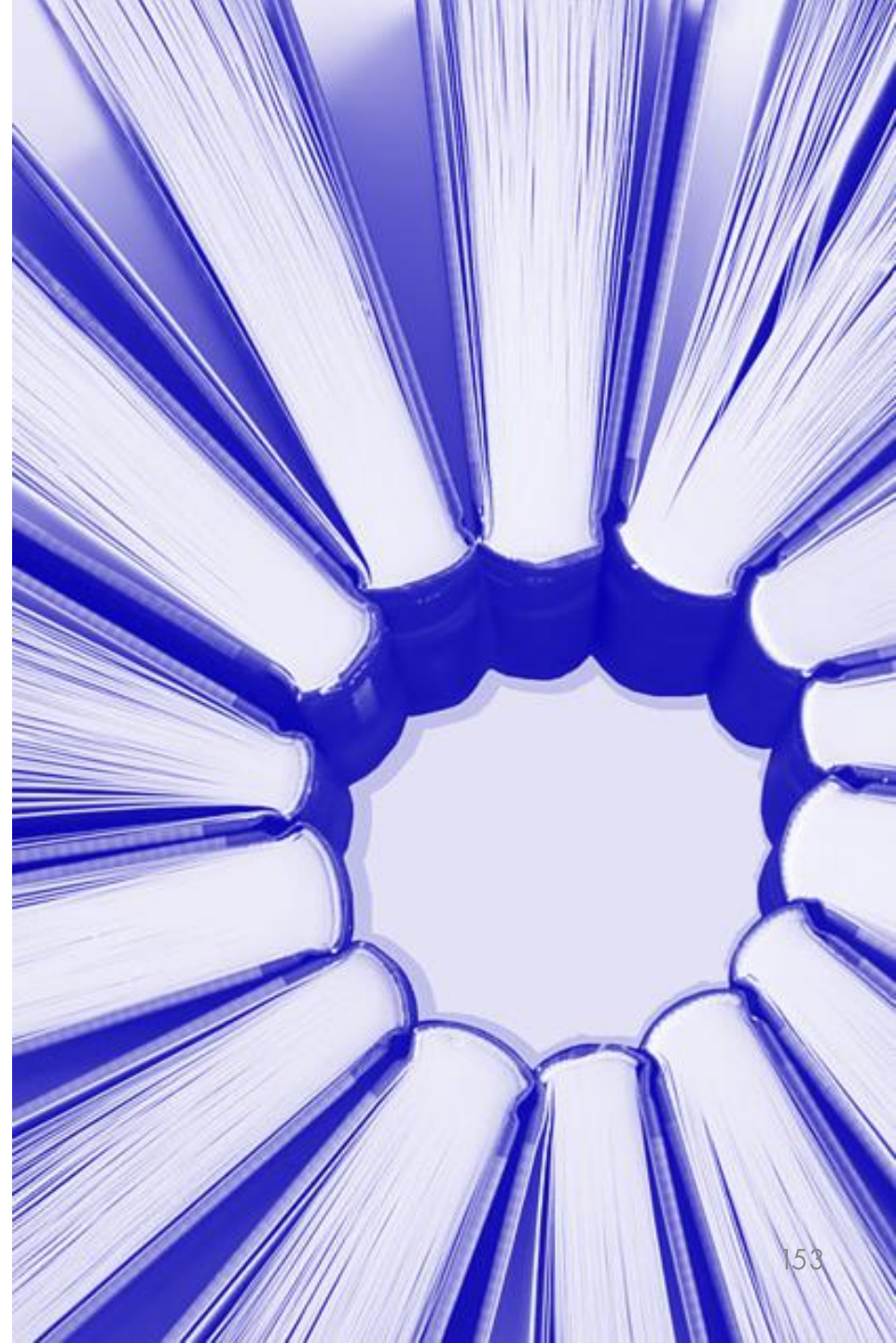
---



# La librairie principale

---

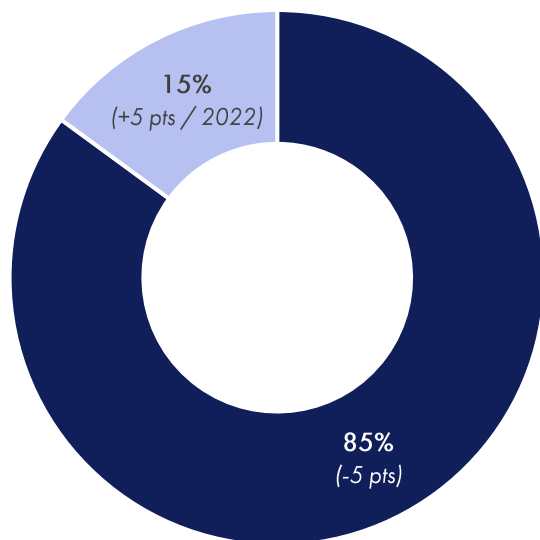
Fréquentation de la librairie principale



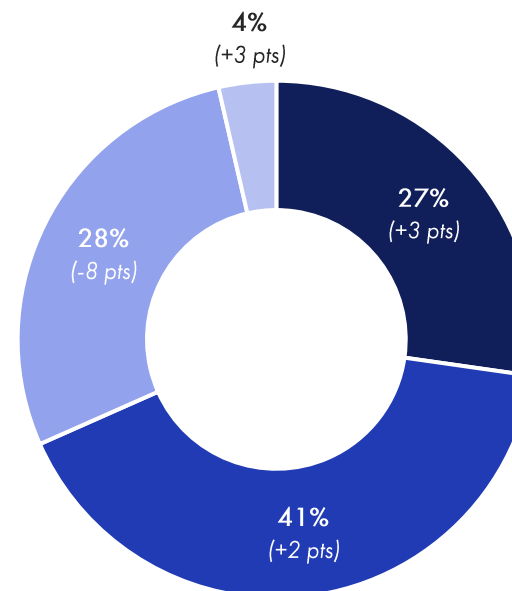
# Dans 85% des cas, la librairie principale est une librairie généraliste

## Votre librairie principale est...?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



- Une librairie généraliste dans laquelle on trouve un peu de tout
- Une librairie spécialisée dans un domaine spécifique (Art, BD, jeunesse, voyages, science-fiction)



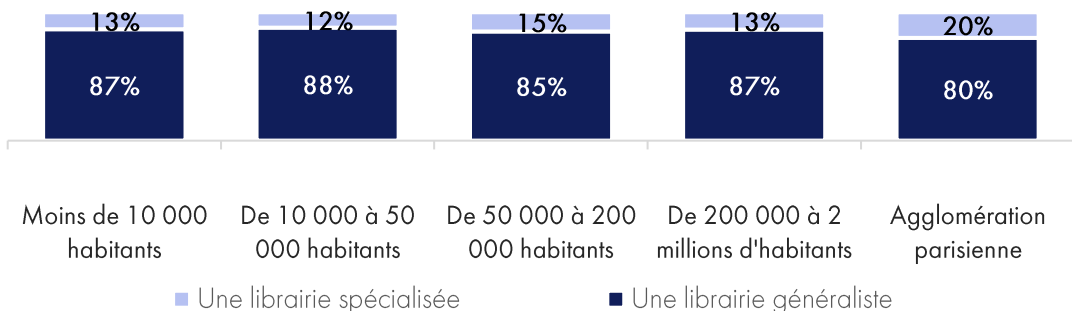
- Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville
- Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne
- Une petite librairie indépendante (située dans un bourg, une petite ville, de quartier ou spécialisée)
- Une librairie située dans un centre commercial

# Les caractéristiques socio-démographiques influent peu sur le type de librairie choisi

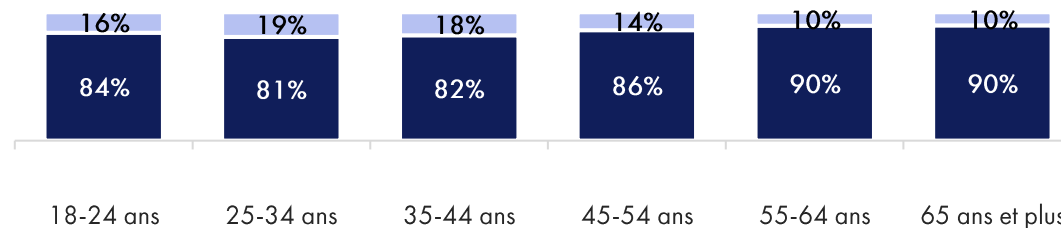
## Votre librairie principale est...?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

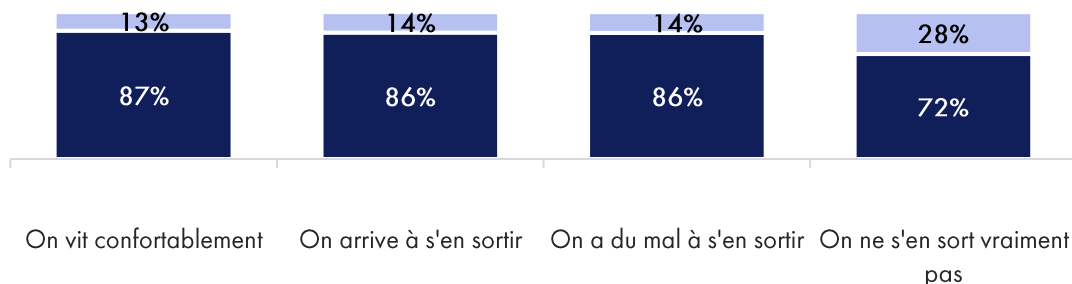
Style de la librairie principale en fonction de l'agglomération de résidence



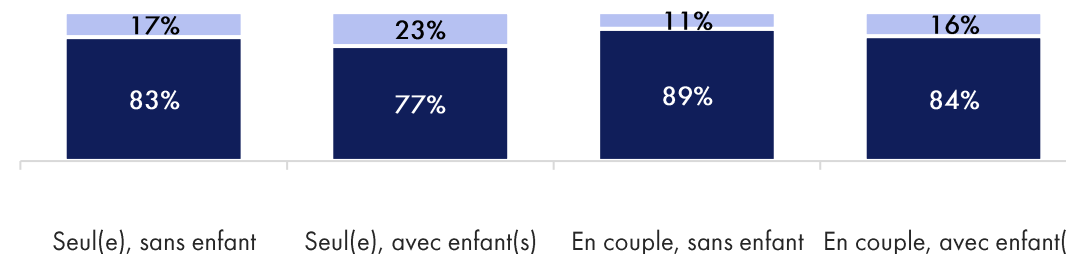
Style de la librairie principale en fonction de l'âge



Style de la librairie principale en fonction de l'agglomération de résidence



Style de la librairie principale en fonction de la composition du foyer

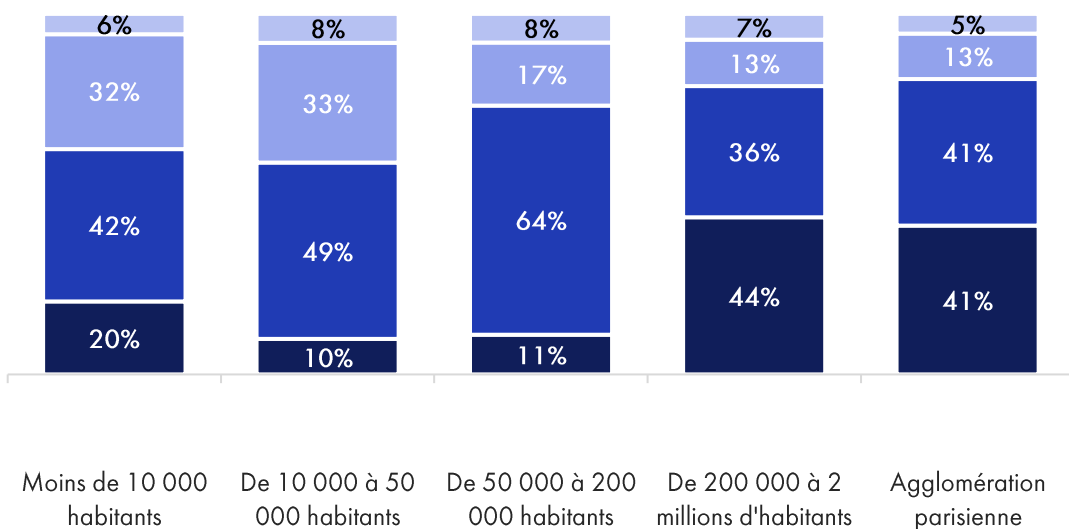


# Les jeunes et les urbains privilégient les grandes librairies indépendantes

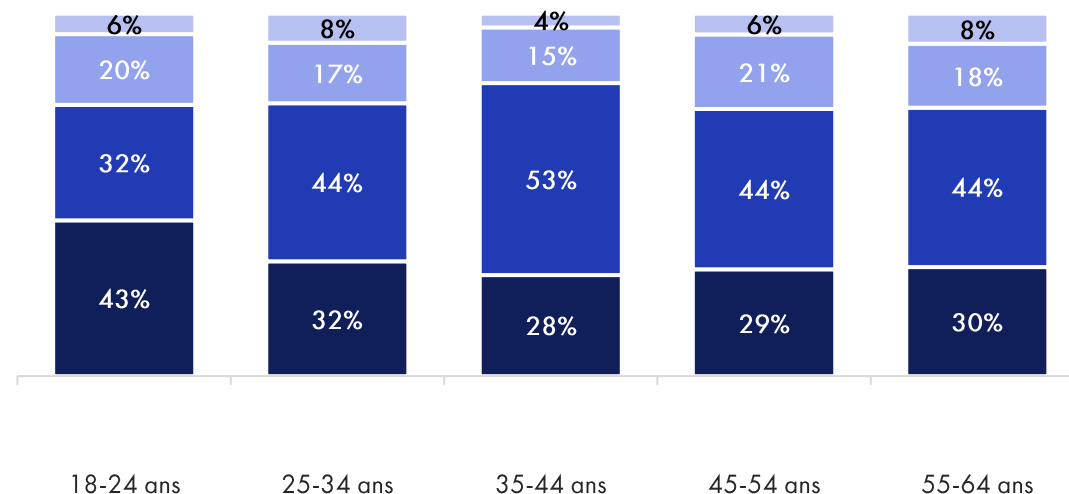
## Et votre librairie principale est-elle...?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Type de librairie principale fréquentée en fonction de l'agglomération de résidence



Type de librairie principale fréquentée en fonction de l'âge



- Une librairie située dans un centre commercial
- Une petite librairie indépendante
- Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne
- Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville

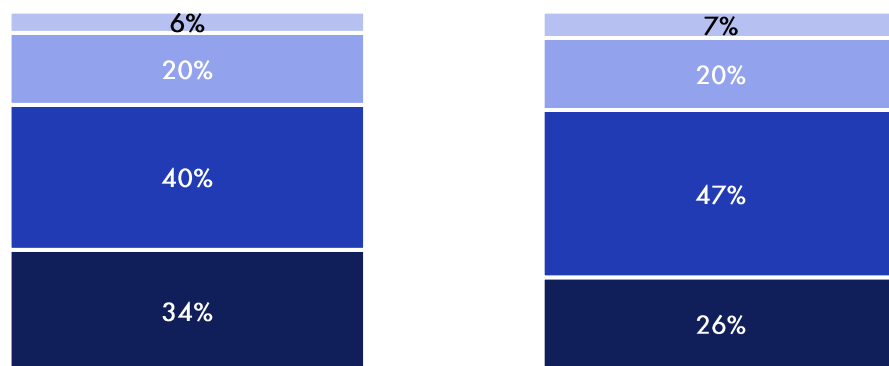
- Une librairie située dans un centre commercial
- Une petite librairie indépendante
- Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne
- Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville

# Influence modeste du profil des clients sur le type de librairie choisi

## Et votre librairie principale est-elle...?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Type de librairie principale fréquentée en fonction du genre

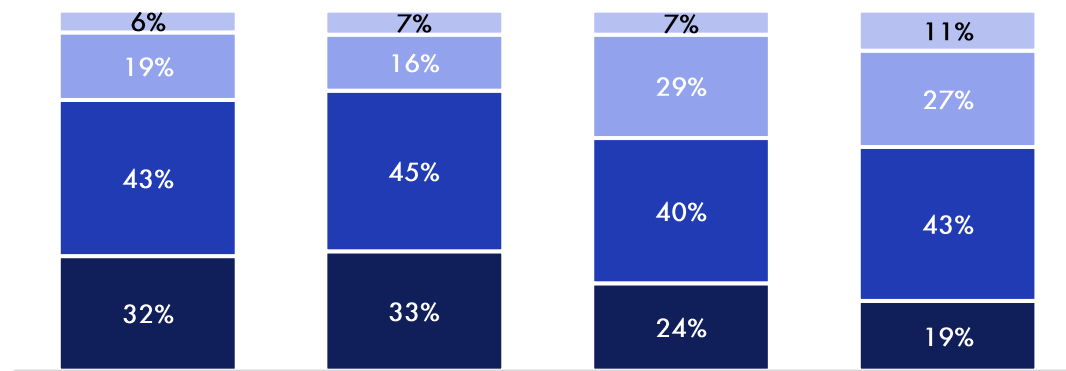


Un homme

Une femme

- Une librairie située dans un centre commercial
- Une petite librairie indépendante (située dans un bourg, une petite ville, de quartier ou spécialisée)
- Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne
- Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville

Type de librairie principale fréquentée en fonction de la contrainte budgétaire



On vit confortablement

On arrive à s'en sortir

On a du mal à s'en sortir

On ne s'en sort vraiment pas

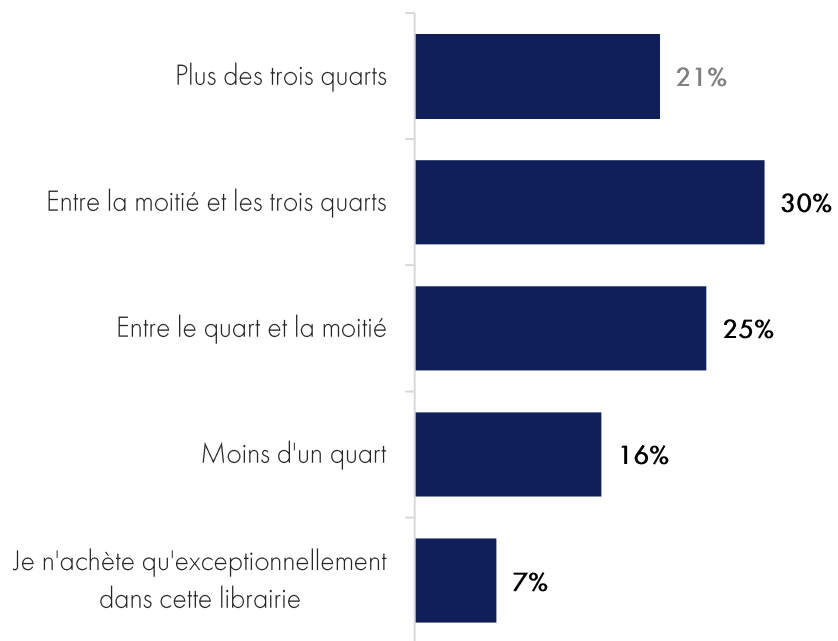
- Une librairie située dans un centre commercial
- Une petite librairie indépendante (située dans un bourg, une petite ville, de quartier ou spécialisée)
- Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne
- Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville

# Une ancienneté moyenne en diminution : la manifestation d'une dynamique de conquête ?

Quelle est approximativement la part de vos achats annuels de livres que vous réalisez dans cette librairie ? / Depuis combien de temps fréquentez-vous cette librairie ?

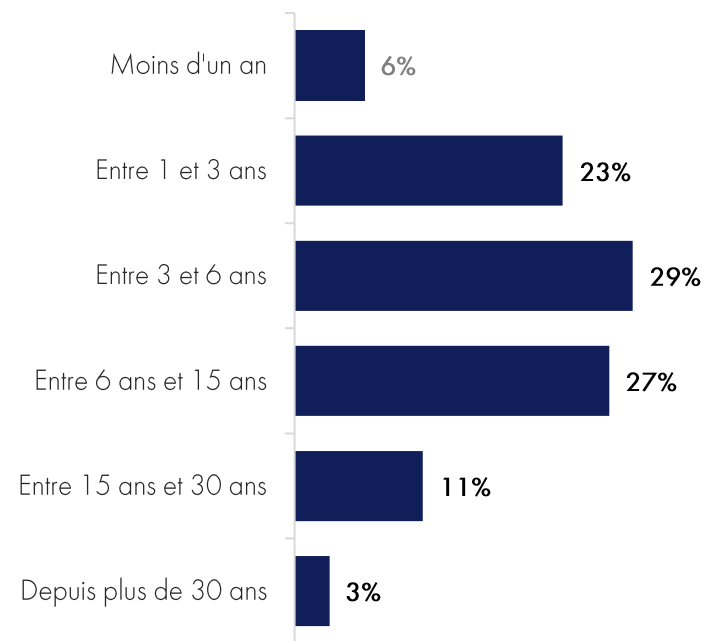
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Part des achats annuels réalisés dans la librairie



**Estimation moyenne : 49% (soit un chiffre quasiment égal à celui observé en 2022, 2019 et 2013)**

Ancienneté de la fréquentation de la librairie



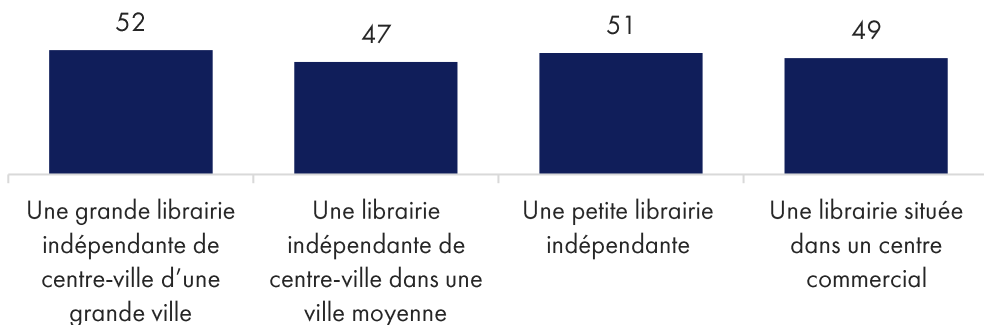
**Ancienneté moyenne : 8,1 ans (contre 8,8 ans en 2022 et 9,2 ans en 2019)**

# La part des achats réalisés dans la librairie principale selon les profils

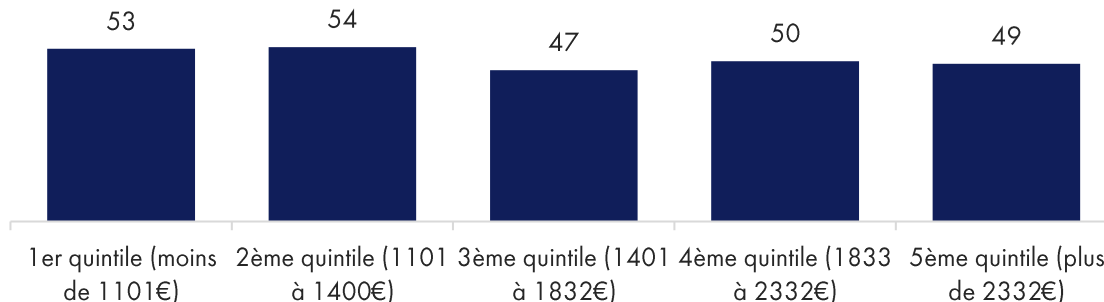
Quelle est approximativement la part de vos achats annuels de livres que vous réalisez dans cette librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

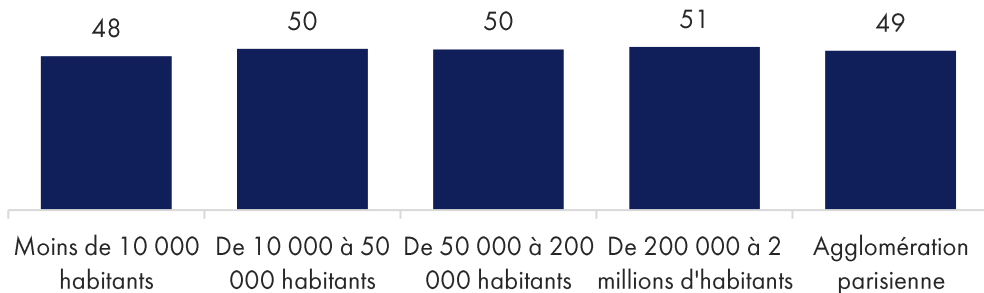
Part moyenne des achats annuels de livre dans sa librairie en fonction de son type



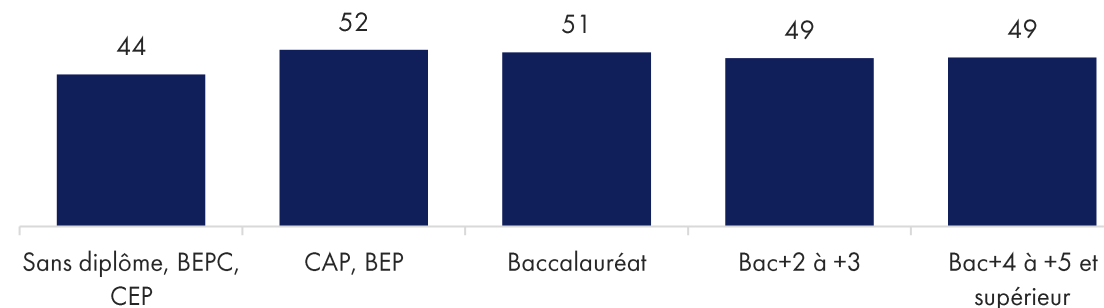
Part moyenne des achats annuels de livre dans sa librairie en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par unité de consommation)



Part moyenne des achats annuels de livre dans sa librairie en fonction de la taille de l'agglomération de résidence



Part moyenne des achats annuels de livre dans sa librairie en fonction du niveau de diplôme

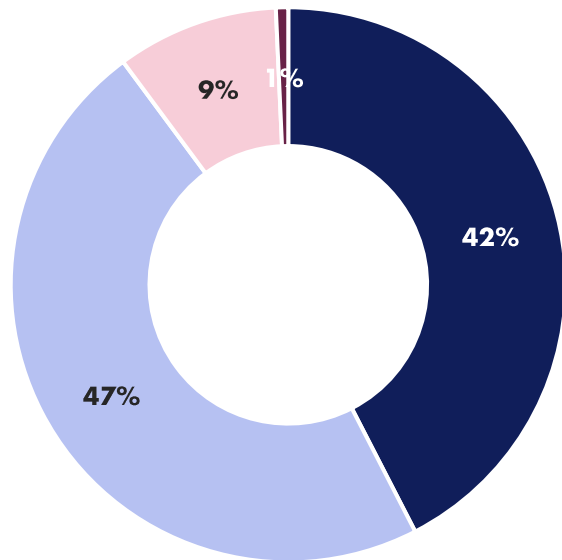


# Pas d'enjeu majeur d'accessibilité à sa librairie pour les clients

Votre librairie principale est-elle facilement accessible pour vous (en termes de distance mais également en termes d'horaires d'ouverture, de facilité à se garer à proximité, d'accès en transport en commun, etc.) ?

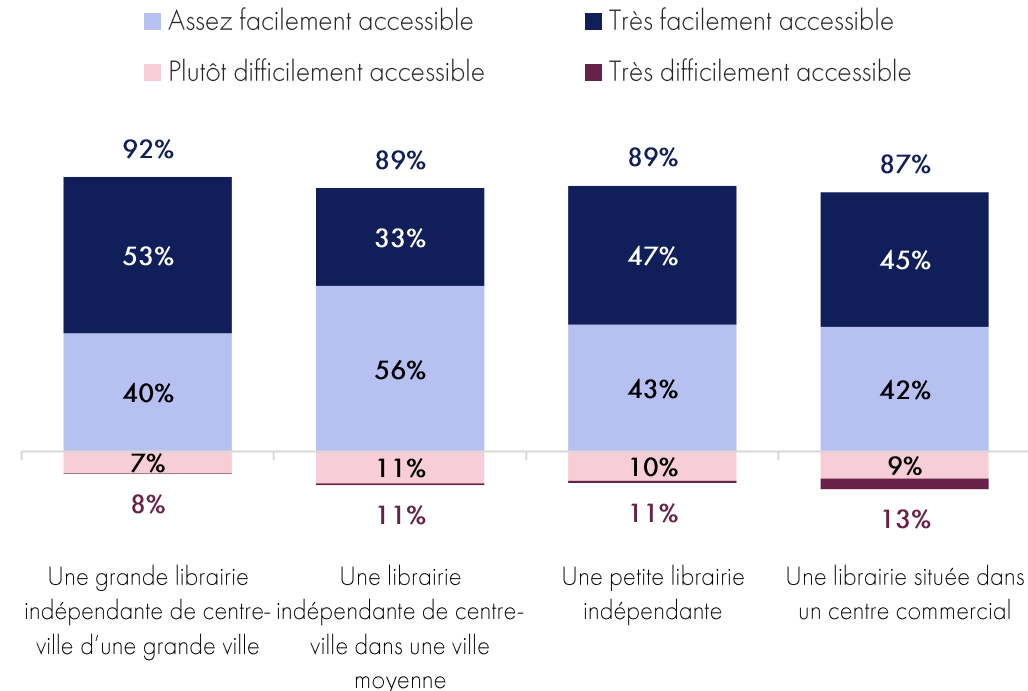
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

**Non : 10%**                      **Oui : 90%**



■ Oui, très facilement accessible    ■ Oui, assez facilement accessible  
 ■ Non, plutôt difficilement accessible    ■ Non, très difficilement accessible

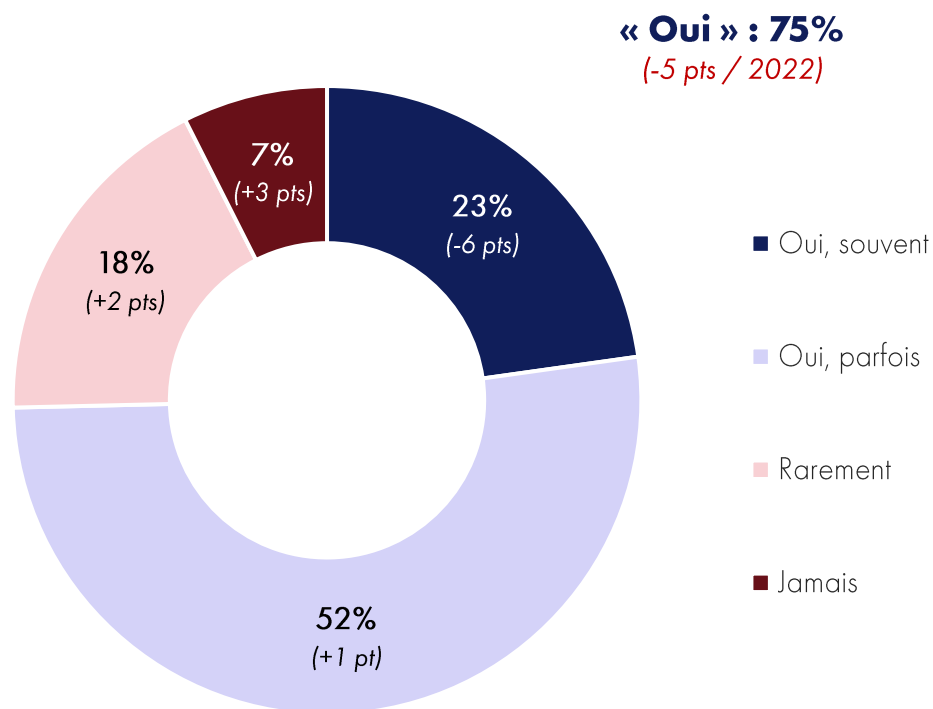
## Facilité d'accès en fonction du type de librairie indépendante fréquenté



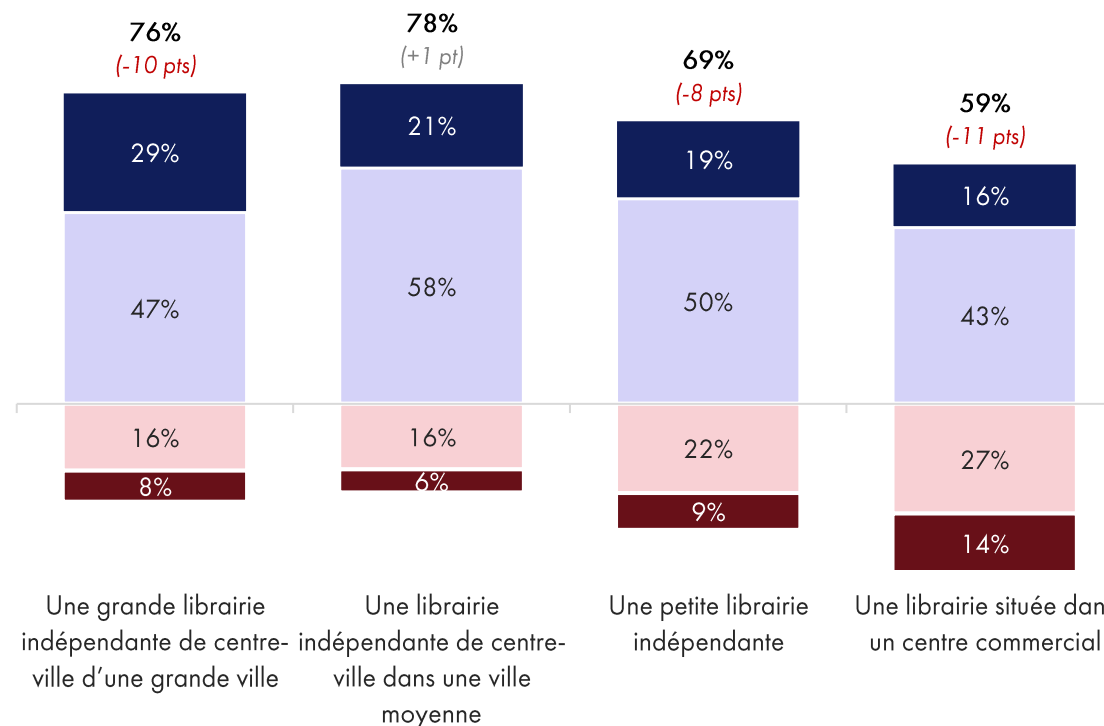
# Une tendance à la baisse des visites sans achat prévu

**Vous arrive-t-il de vous rendre dans cette librairie sans intentions d'achat précises et de vous décider sur place ?**

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



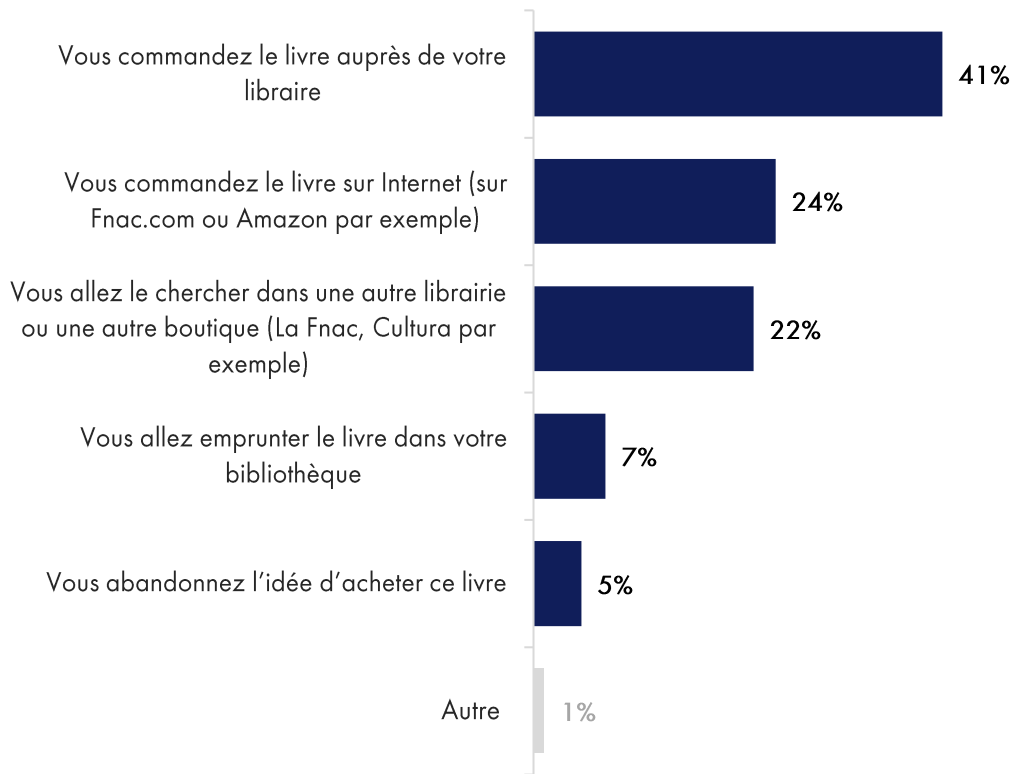
Propension à se rendre dans sa librairie principale sans intention d'achats en fonction du type de librairie fréquentée



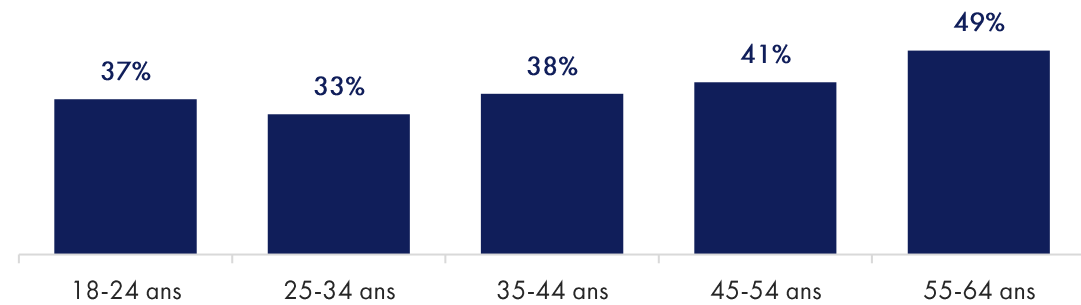
# Moins de la moitié des clients ont le réflexe de commander le livre auprès de leur libraire lorsque celui-ci n'est pas disponible en librairie

Comment réagissez-vous le plus souvent quand vous ne trouvez pas le livre que vous cherchez dans votre librairie ?

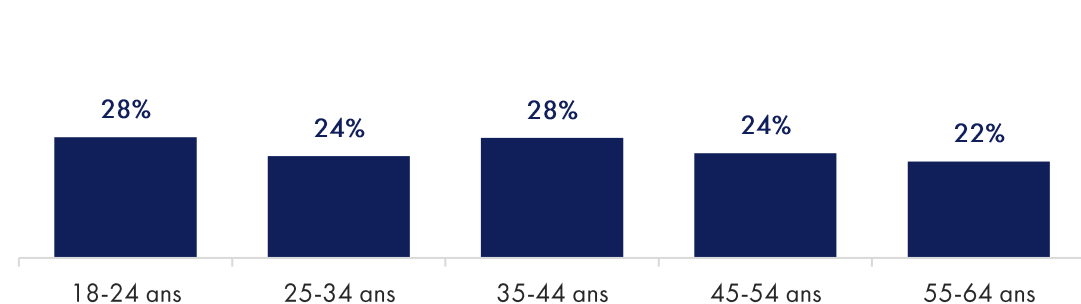
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



Propension à commander un livre introuvé auprès de son libraire en fonction de l'âge



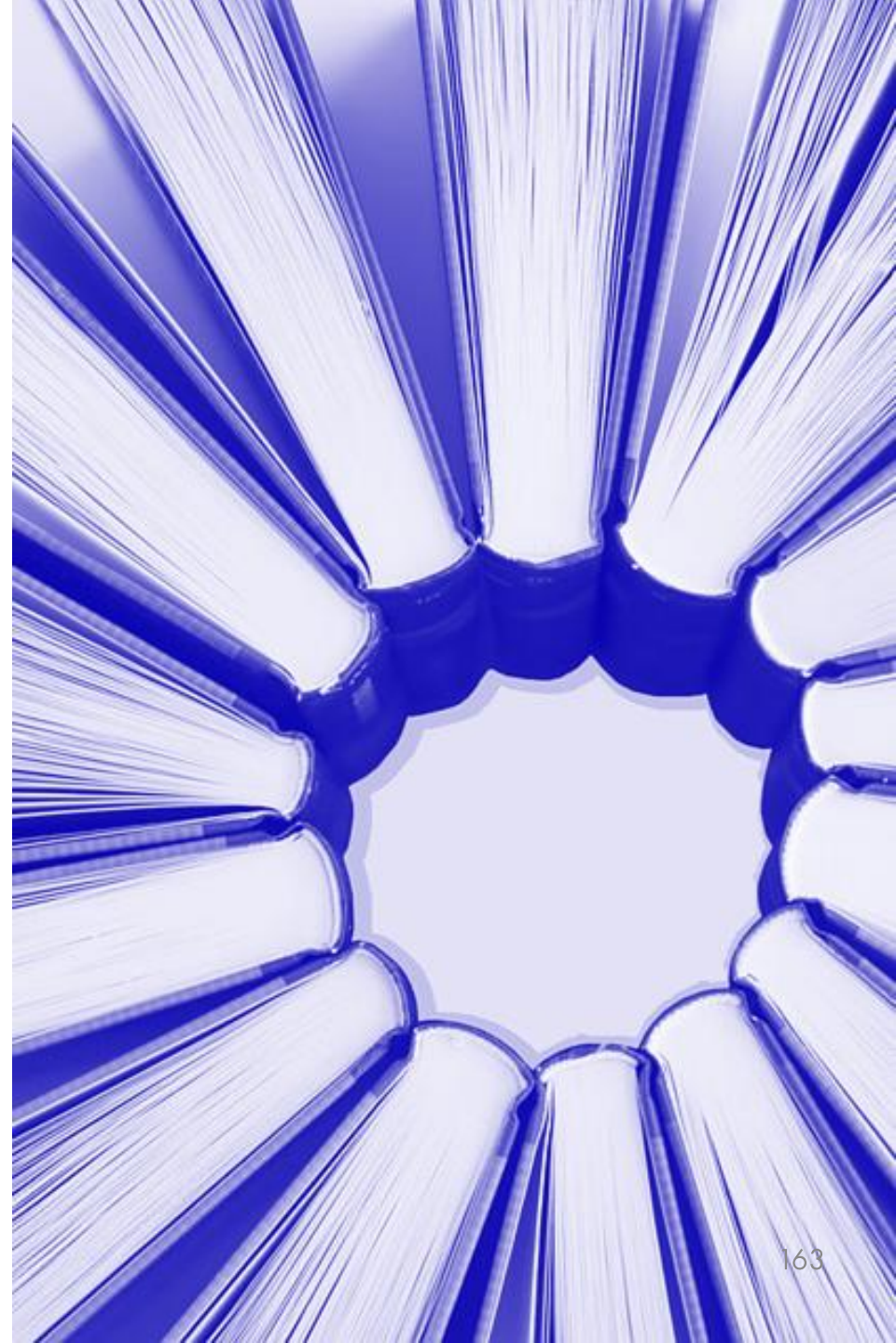
Propension à commander un livre introuvé sur internet en fonction de l'âge



# La librairie principale

---

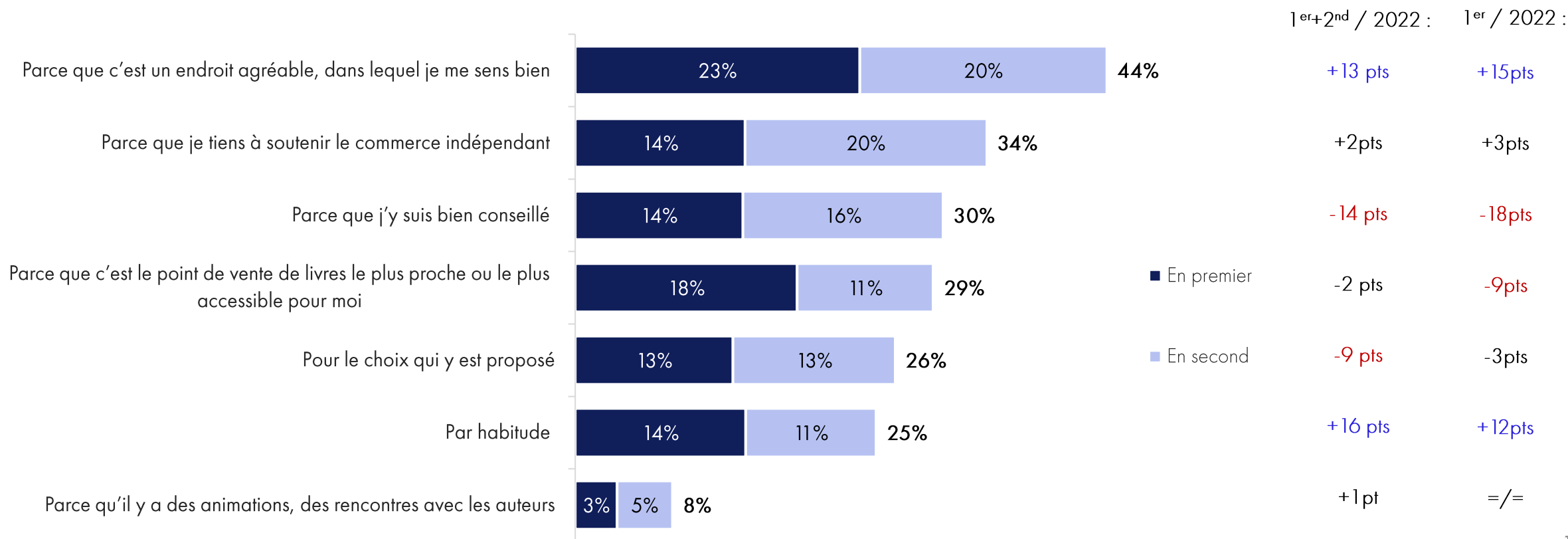
La satisfaction à l'égard de sa  
librairie



# La dimension « conseil » diminue dans les motivations à la fréquentation de sa librairie principale, à l'inverse de l'habitude et du confort

Pour quelles raisons cette librairie est-elle votre librairie principale ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



# La dimension **engagée** (volonté de soutenir le petit commerce) est particulièrement perceptible parmi la clientèle des petites librairies indépendantes

## Motifs d'attachement à sa librairie principale en fonction de la catégorie et du style de cette librairie

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

« Pour quelles raisons cette librairie est-elle votre librairie principale ? » - « En premier + en second » - Les couleurs indiquent les écarts significatifs à la moyenne	Total	Catégorie de la librairie principale				Positionnement de la librairie principale	
		Les grandes librairies indépendantes de centre-ville dans une grande ville	Les librairies indépendantes de centre-ville dans une ville moyenne	Les petites librairies indépendantes	Les librairies situées dans un centre commercial *	Une librairie généraliste dans laquelle on trouve un peu de tout	Une librairie spécialisée dans un domaine spécifique
Parce que c'est un endroit agréable, dans lequel je me sens bien	44%	45%	45%	42%	37%	44%	45%
Parce que je tiens à soutenir le commerce indépendant	34%	30%	36%	42%	12%	34%	33%
Parce que j'y suis bien conseillé	30%	25%	34%	35%	19%	30%	31%
Parce que c'est le point de vente de livres le plus proche ou le plus accessible pour moi	29%	30%	28%	31%	35%	31%	23%
Pour le choix qui y est proposé	26%	30%	25%	17%	42%	25%	32%
Par habitude	25%	25%	21%	25%	45%	25%	23%
Parce qu'il y a des animations, des rencontres avec les auteurs	8%	12%	7%	3%	5%	8%	8%

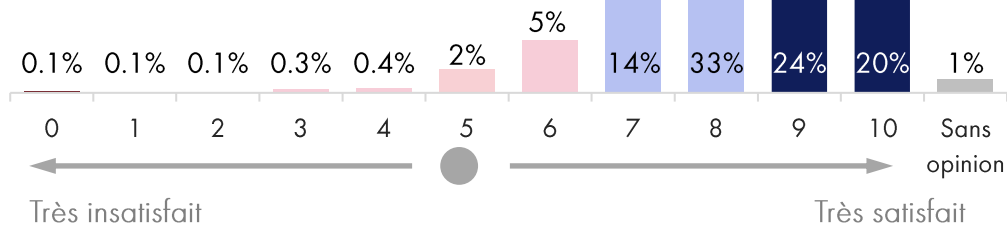
# 91% des clients sont satisfaits de leur librairie

Au total et tout bien considéré, donnez une note de 0 à 10 selon votre degré de satisfaction à l'égard de votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

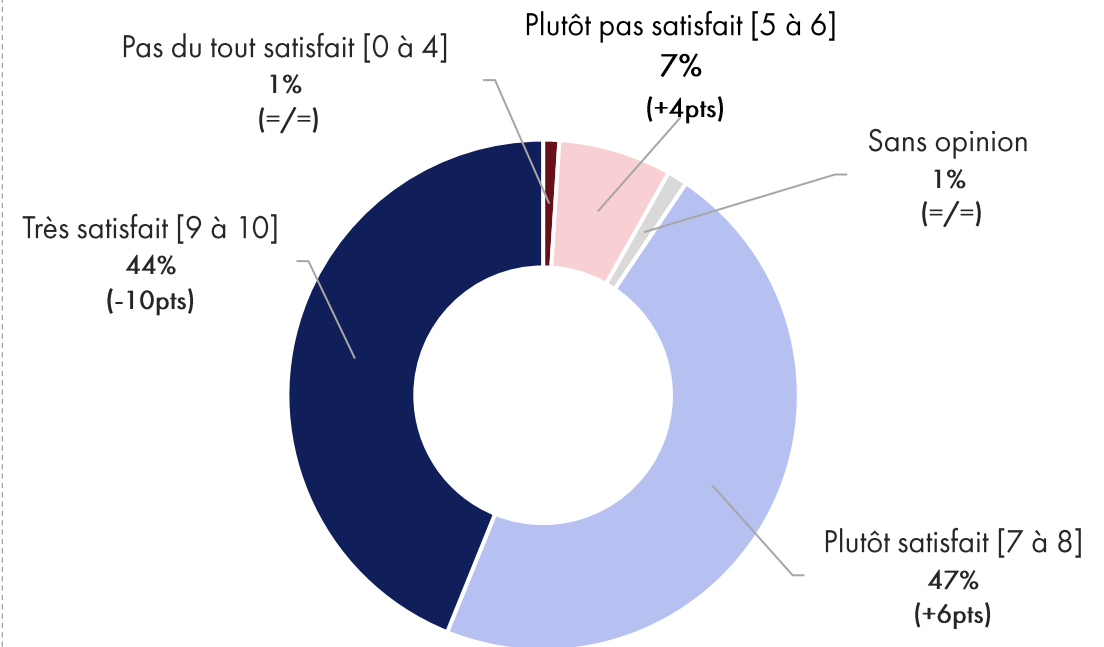
Moyenne : **8,3**  
Ecart-type : **1,4**

-0,3 pt/2022    -0,1 pt/2019



Satisfaits : 91%

Pas satisfaits : 8%

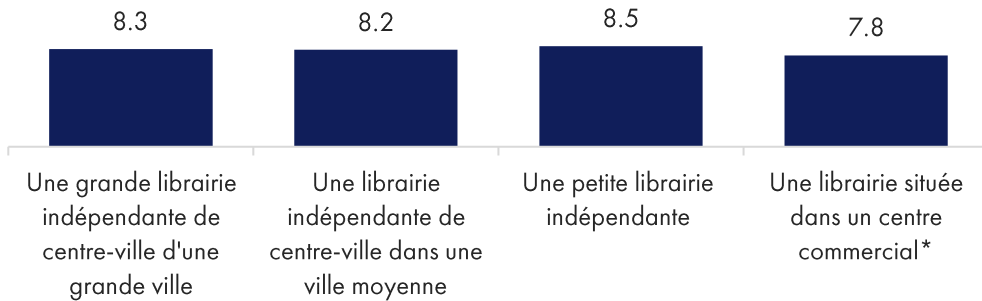


# Une satisfaction à l'égard de sa librairie qui se retrouve dans l'ensemble des catégories de clients

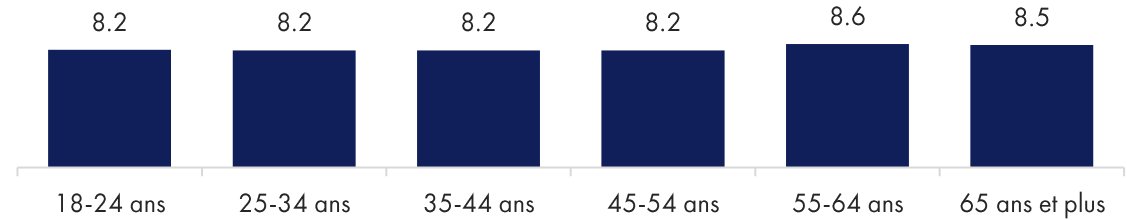
Au total et tout bien considéré, donnez une note de 0 à 10 selon votre degré de satisfaction à l'égard de votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

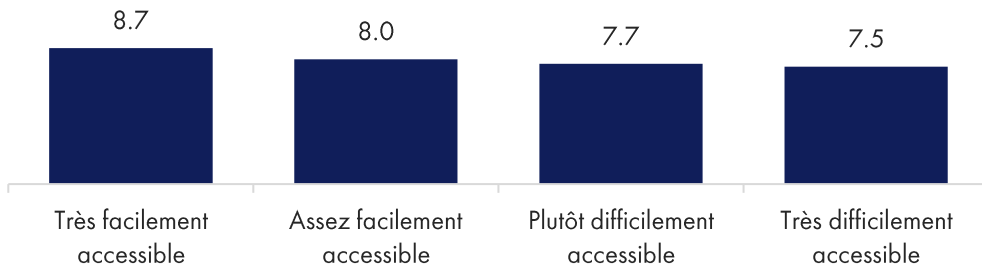
Satisfaction à l'égard de sa librairie en fonction de son type



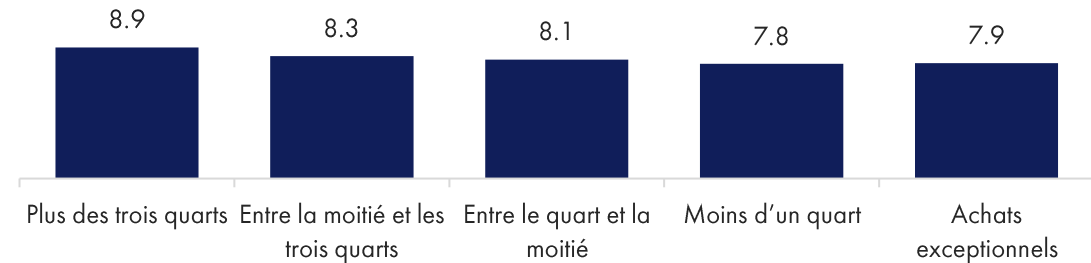
Satisfaction à l'égard de sa librairie en fonction de l'âge



Satisfaction à l'égard de sa librairie en fonction de son accessibilité



Satisfaction à l'égard de sa librairie en fonction de la part des achats réalisés dans la librairie principale



# L'expérience d'achat de la librairie principale globalement très bien évaluée, mais des attentes en matière d'animations et de fidélisation

Et toujours sur une échelle de 0 à 10, à combien évalueriez-vous votre librairie sur les critères suivants ?

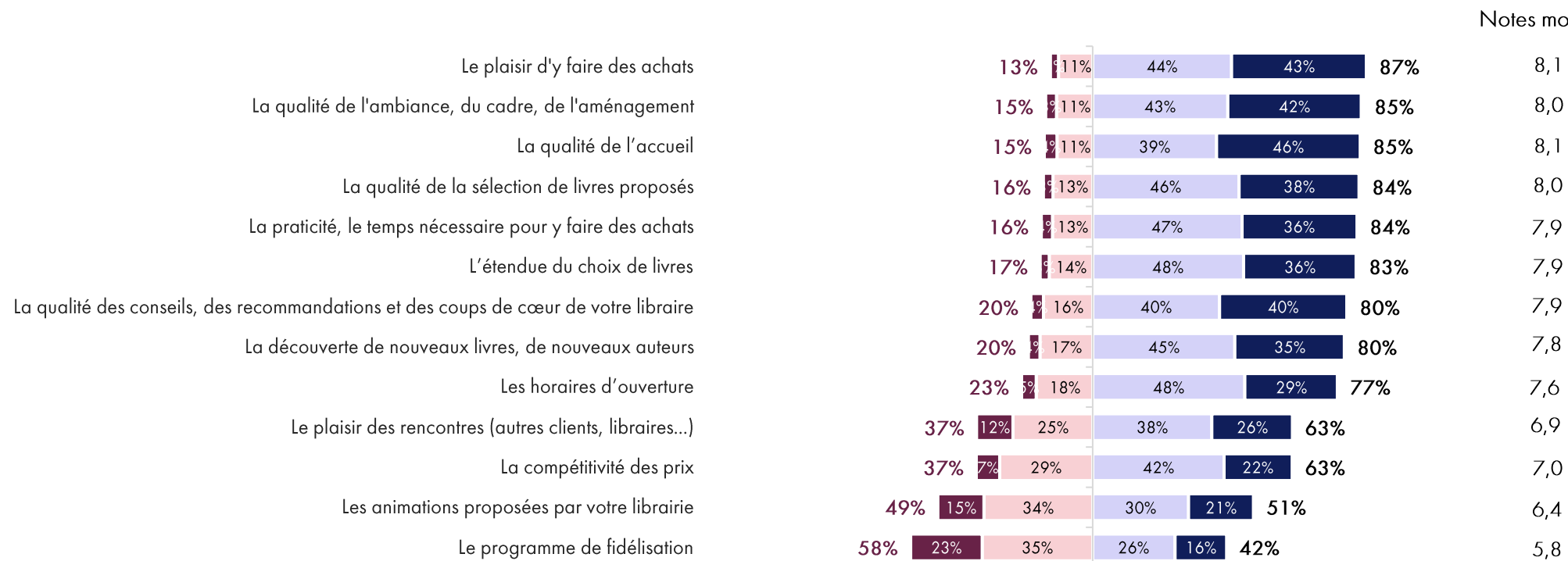
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Pas du tout satisfait [0 à 4]

Plutôt pas satisfait [5 à 6]

Plutôt satisfait [7 à 8]

Tout à fait satisfait [9 à 10]



# Evaluation des caractéristiques de la librairie principale

Et toujours sur une échelle de 0 à 10, à combien évalueriez-vous votre librairie sur les critères suivants ? – En fonction de la catégorie de la librairie et de son style

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

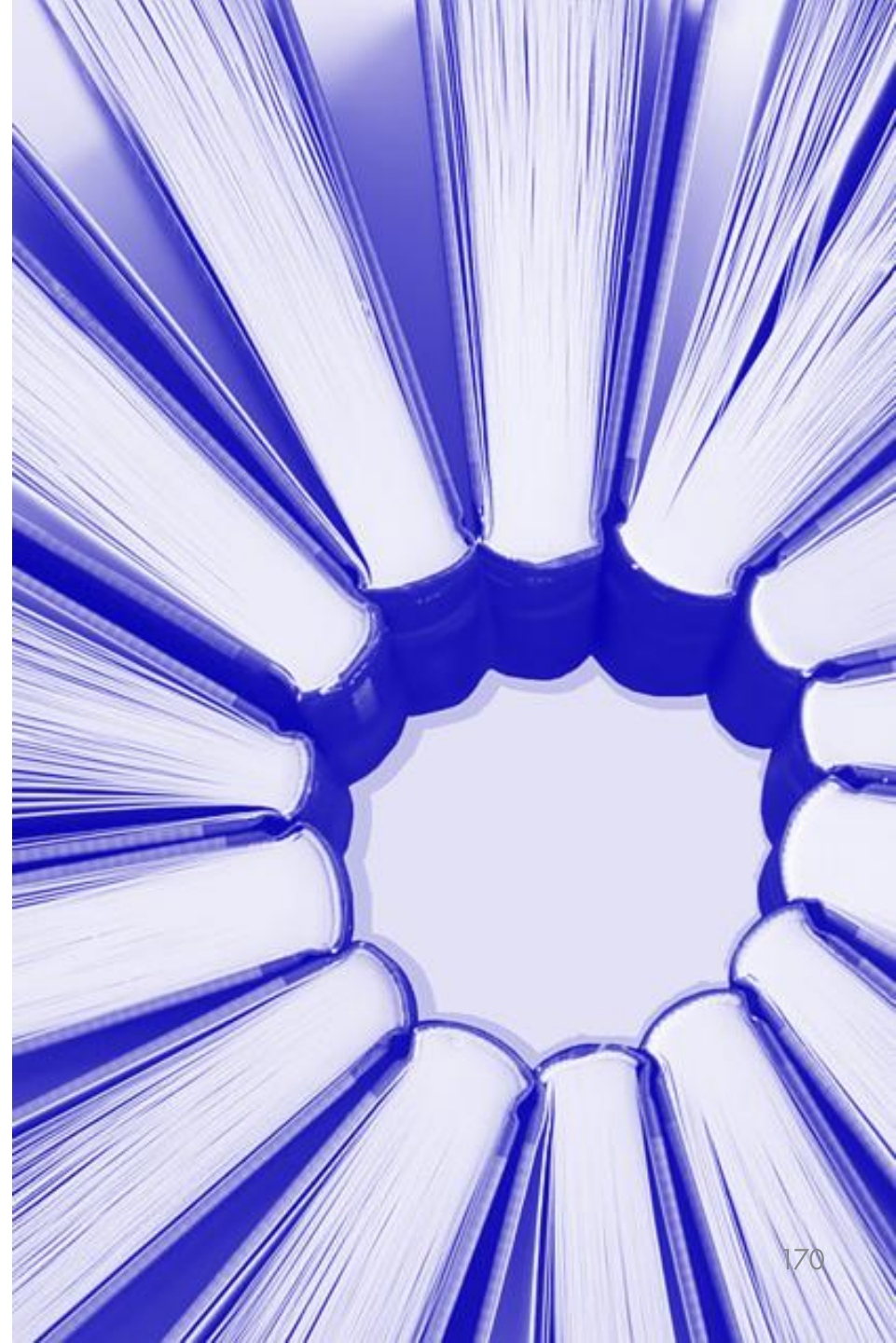
Les couleurs indiquent les écarts significatifs à la moyenne

	Total	Catégorie de la librairie principale				Positionnement de la librairie principale	
		Les grandes librairies indépendantes de centre-ville dans une grande ville	Les librairies indépendantes de centre-ville dans une ville moyenne	Les petites librairies indépendantes	Les librairies situées dans un centre commercial	Une librairie généraliste dans laquelle on trouve un peu de tout	Une librairie spécialisée dans un domaine spécifique
La qualité de l'accueil	8.1	8.0	8.0	8.8	7.3	8.1	8.1
Le plaisir d'y faire des achats	8.1	8.1	8.1	8.3	7.2	8.1	7.9
La qualité de l'ambiance, du cadre, de l'aménagement	8.0	8.0	8.0	8.4	7.5	8.1	7.8
La qualité de la sélection de livres proposés	8.0	8.0	7.9	8.1	7.7	8.0	7.7
L'étendue du choix de livres	7.9	8.1	7.7	7.9	7.8	7.9	7.7
La qualité des conseils, des recommandations et des coups de cœur de votre libraire	7.9	7.8	7.9	8.3	7.0	7.9	7.7
La praticité, le temps nécessaire pour y faire des achats	7.9	7.9	7.7	8.1	7.7	7.9	7.7
La découverte de nouveaux livres, de nouveaux auteurs	7.8	7.9	7.7	7.8	7.3	7.8	7.4
Les horaires d'ouverture	7.6	7.7	7.5	7.4	7.9	7.6	7.3
La compétitivité des prix	7.0	6.9	6.9	7.4	6.6	7.0	7.1
Le plaisir des rencontres (autres clients, libraires...)	6.9	7.0	7.0	7.3	5.3	6.9	7.0
Les animations proposées par votre librairie	6.4	6.6	6.4	6.5	5.5	6.4	6.4
Le programme de fidélisation	5.8	5.9	5.7	5.7	5.5	5.7	6.2

# La librairie principale

---

Le recours aux conseils du  
libraire

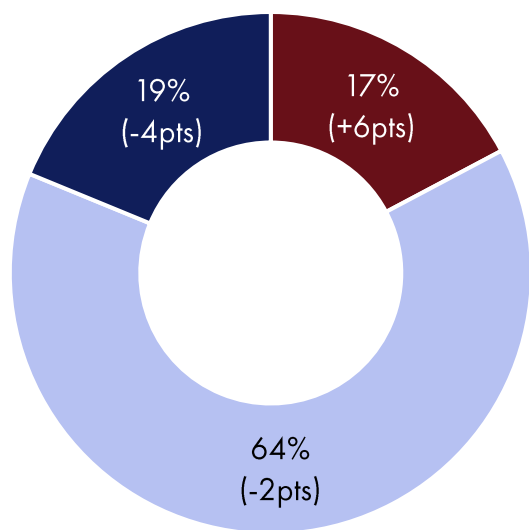


# Les clients ont légèrement moins recours aux conseils de leur libraire que par le passé

Lorsque vous achetez des livres dans cette librairie, avez-vous recours aux conseils du libraire ou de son personnel ?

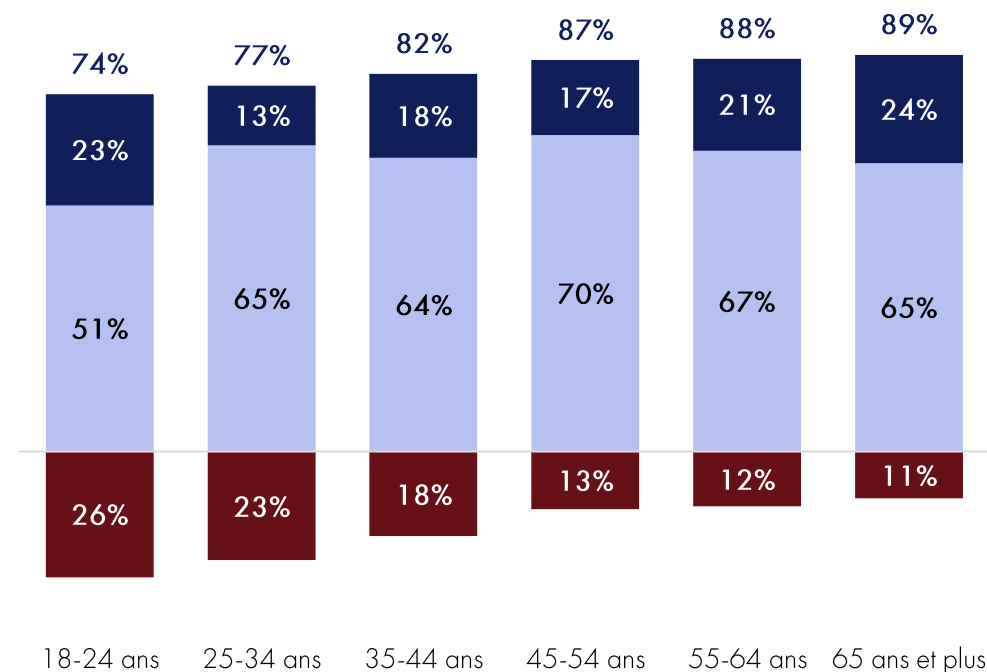
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

« Oui » : 83%  
(-6 pts/2022)



- Jamais ou exceptionnellement
- Parfois
- Souvent

Selon l'âge

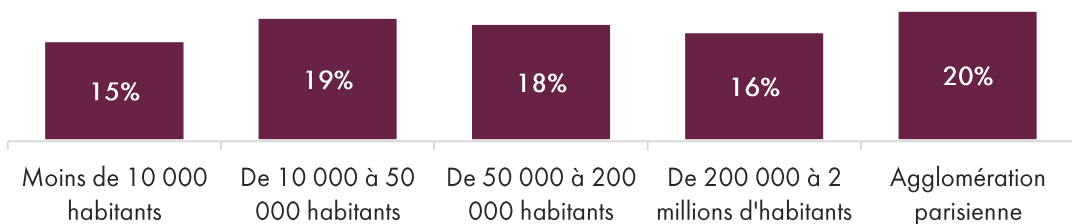


# Le recours aux conseils du libraire selon les profils

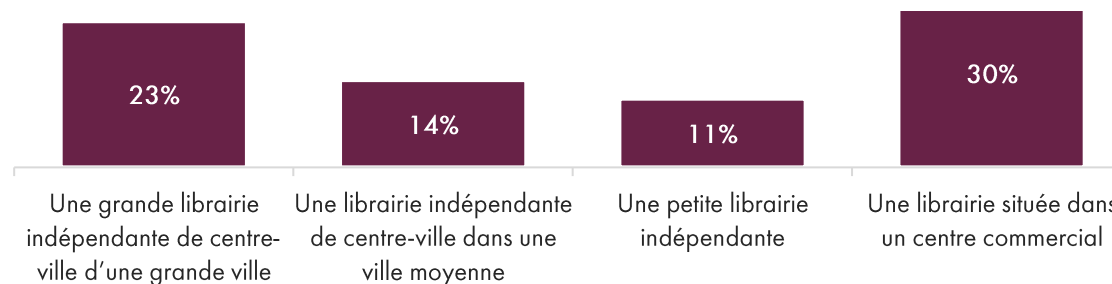
Lorsque vous achetez des livres dans cette librairie, avez-vous recours aux conseils du libraire ou de son personnel ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

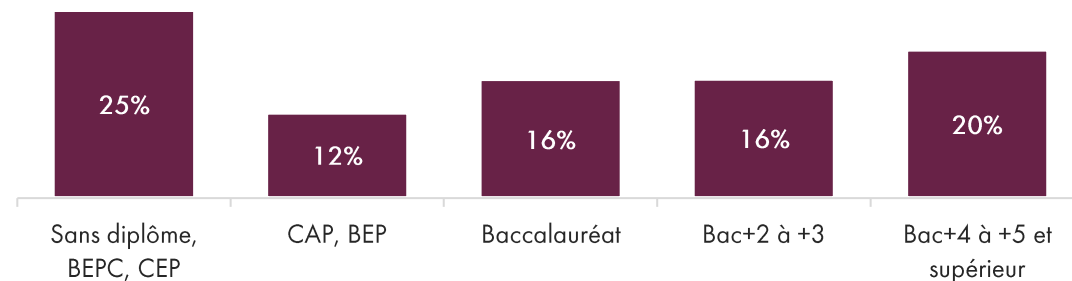
% qui ne demandent pas ou peu de conseils à leur libraire en fonction de l'agglomération de résidence



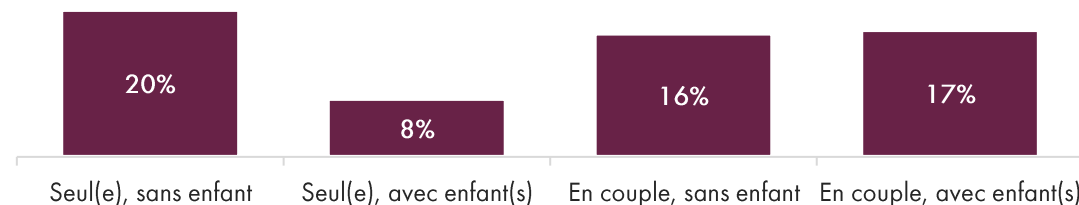
% qui ne demandent pas ou peu de conseils à leur libraire en fonction du type de librairie principale fréquentée



% qui ne demandent pas ou peu de conseils à leur libraire en fonction du niveau de diplôme



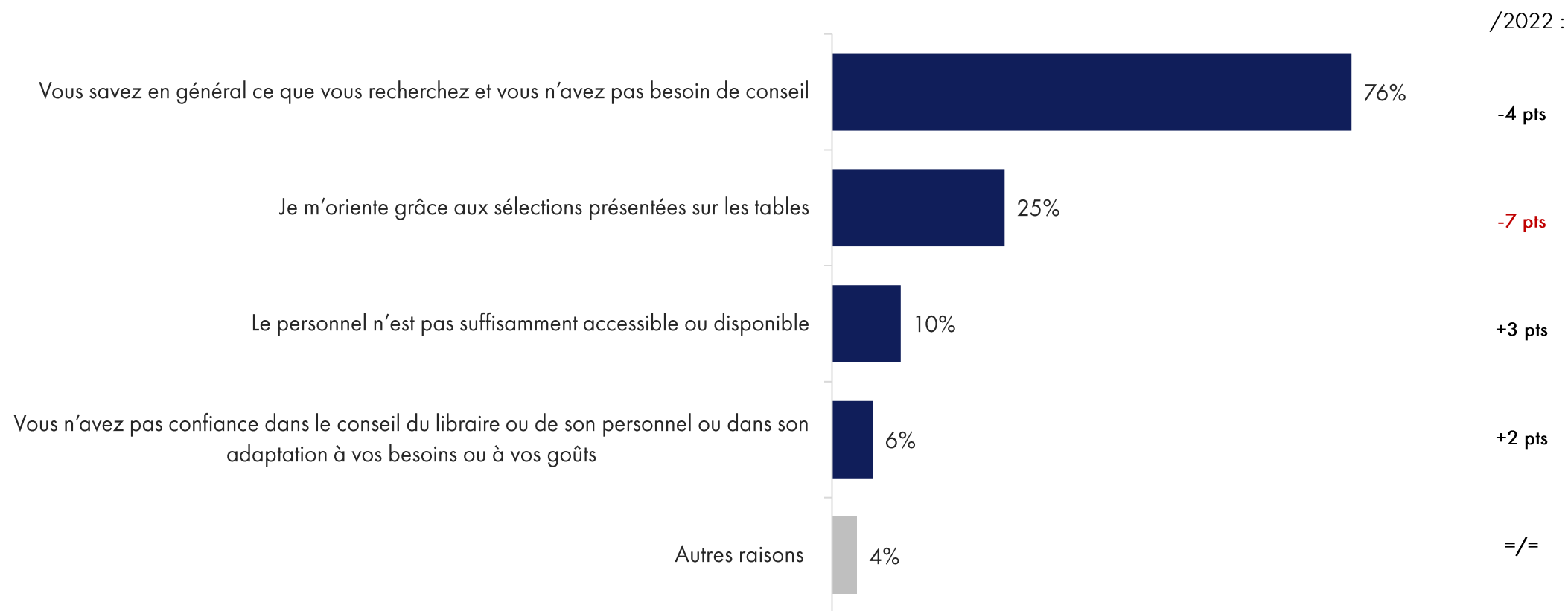
% qui ne demandent pas ou peu de conseils à leur libraire en fonction de la composition du foyer



# Le fait de ne pas recourir au conseil du libraire ne découle que très rarement d'un manque de disponibilité ou d'un déficit de confiance

## Pourquoi ne sollicitez-vous pas le conseil du libraire ou de son personnel ?

Base clients des librairies indépendantes n'ayant pas recours aux conseils des libraires n = 183

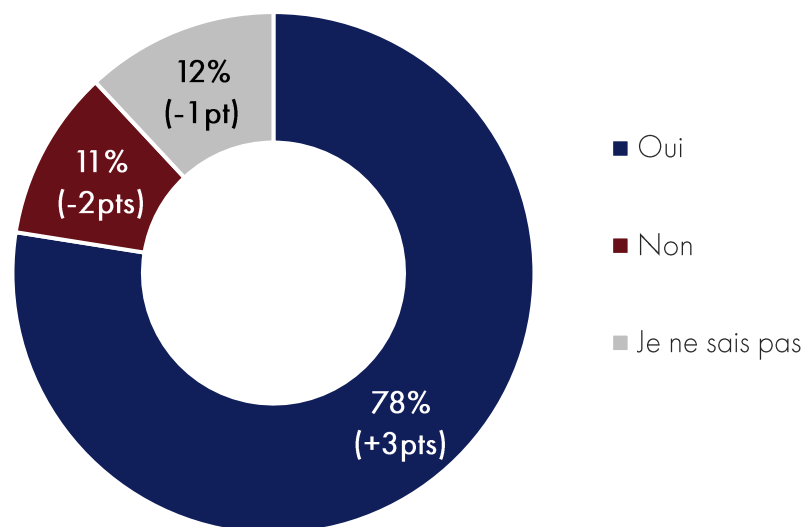


# Des « coups de cœur » toujours très prescripteurs, mais moins qu'il y a 4 ans

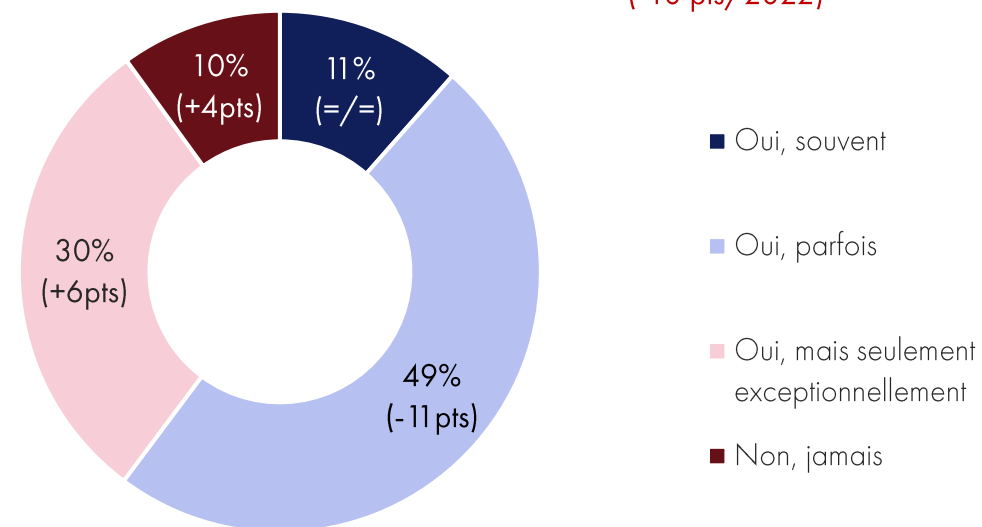
Votre librairie met-elle en avant ses « coups de cœur », dispose-t-elle des fiches associées aux livres recommandés ? / Vous arrive-t-il de choisir des livres signalés comme « coups de cœur » de votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104 / clients dont la librairie principale met en avant des « coups de cœur » n = 863

Mise en avant des livres « coups de cœur » dans la librairie principale



Fréquence d'achat des livres « coups de cœur »



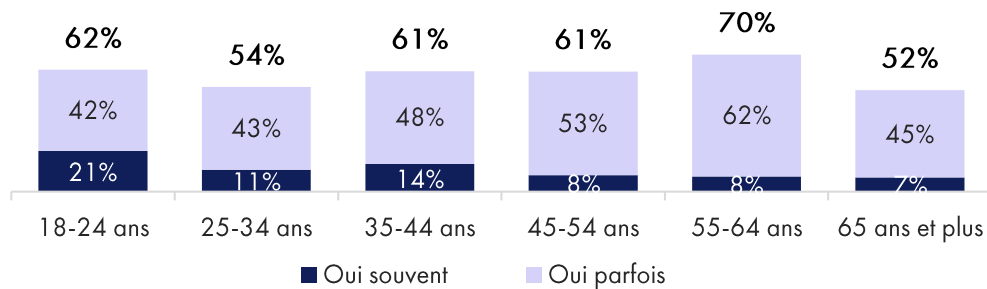
« **Oui régulièrement** » : 60%  
(-10 pts/2022)

# Les « coups de cœur » attirent davantage les gros clients des grandes librairies

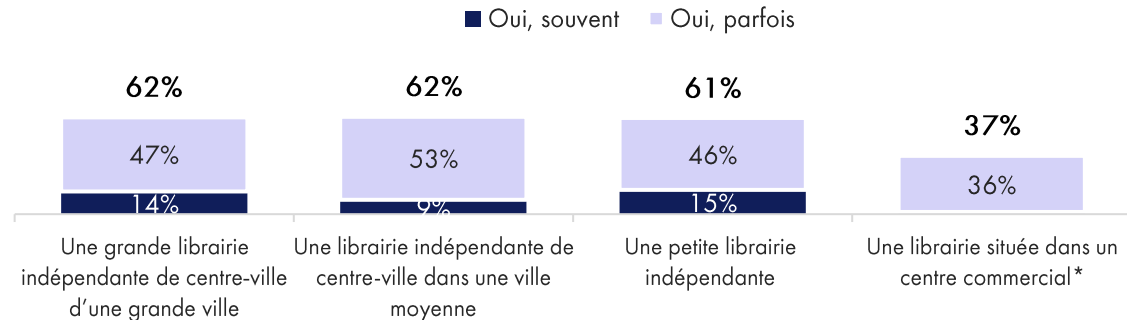
**Vous arrive-t-il de choisir des livres signalés comme « coups de cœur » de votre librairie ?**

Base clients des librairies indépendantes dont la librairie principale met en avant des « coups de cœur » n = 863

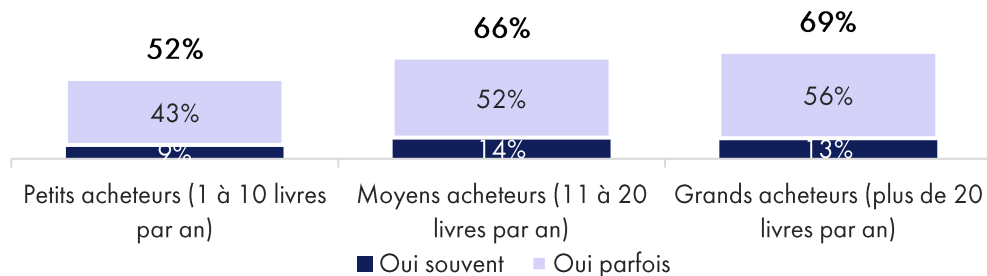
Achètent des livres « coups de cœur » en fonction de l'âge



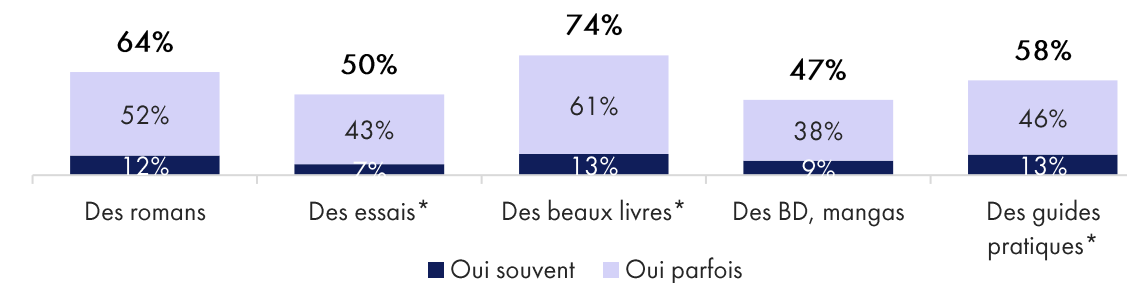
Achètent des livres « coups de cœur » en fonction du type de librairie fréquentée



Achètent souvent des livres « coups de cœur » en fonction de la quantité de livres achetés par an



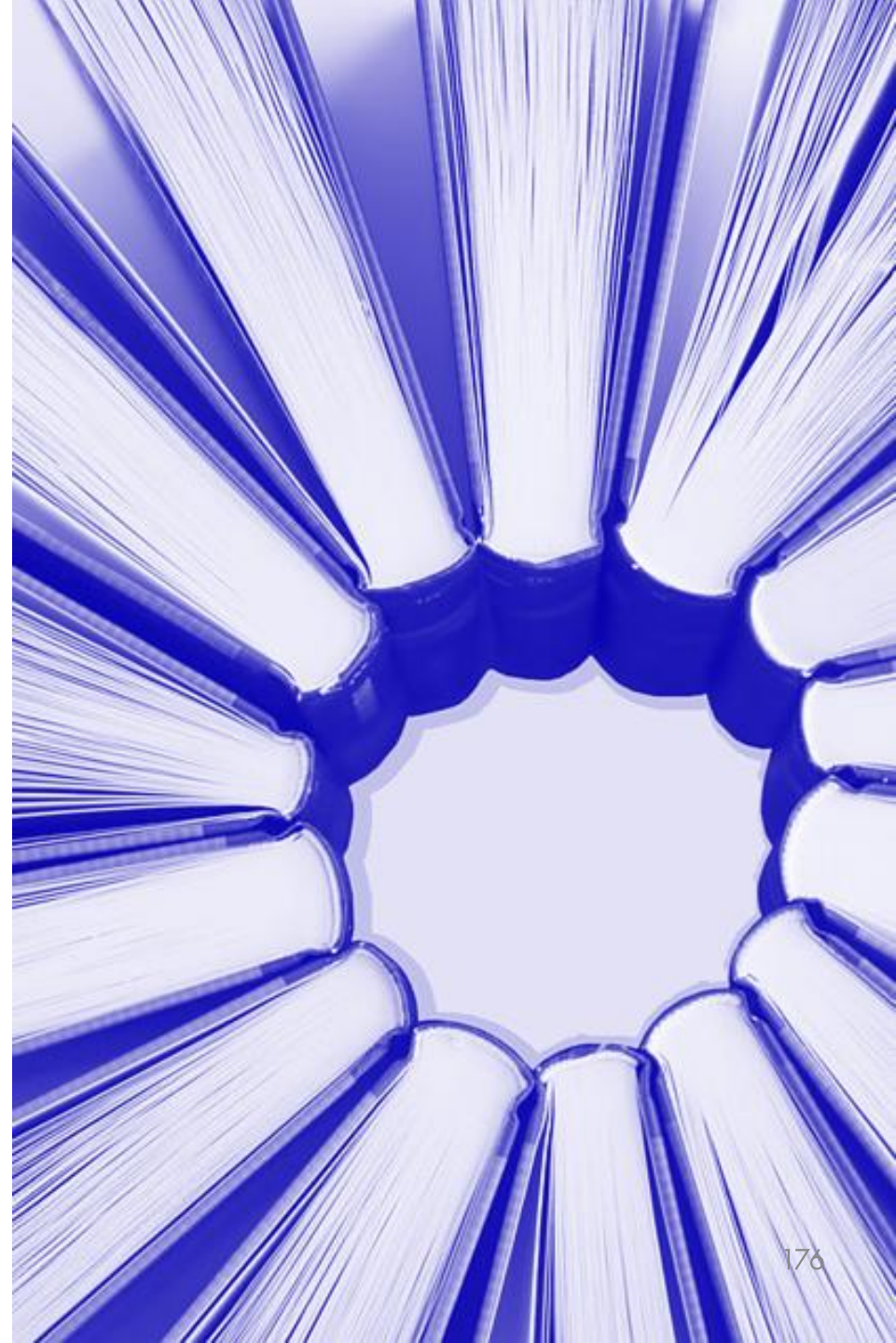
Achètent souvent des livres « coups de cœur » en fonction du type de livres lus principalement



# La librairie principale

---

L'ouverture le dimanche

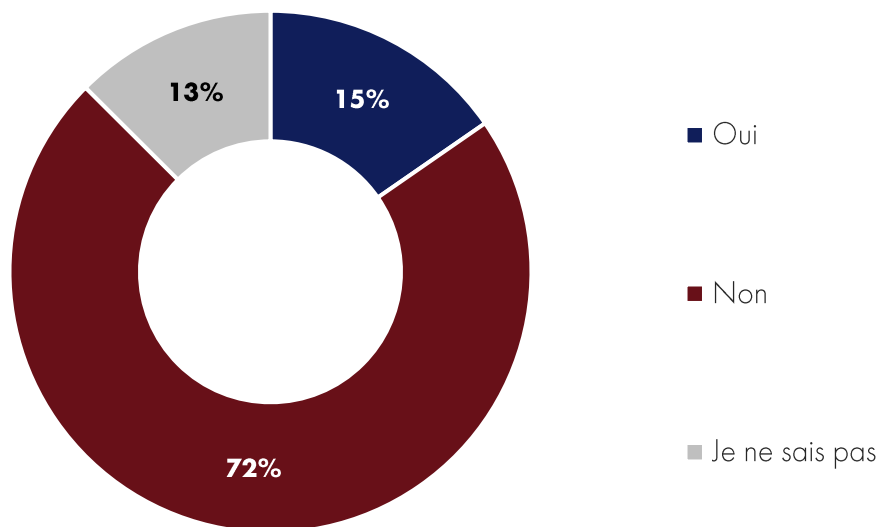


# Près des trois quarts des clients indiquent que leur librairie n'est pas ouverte le dimanche

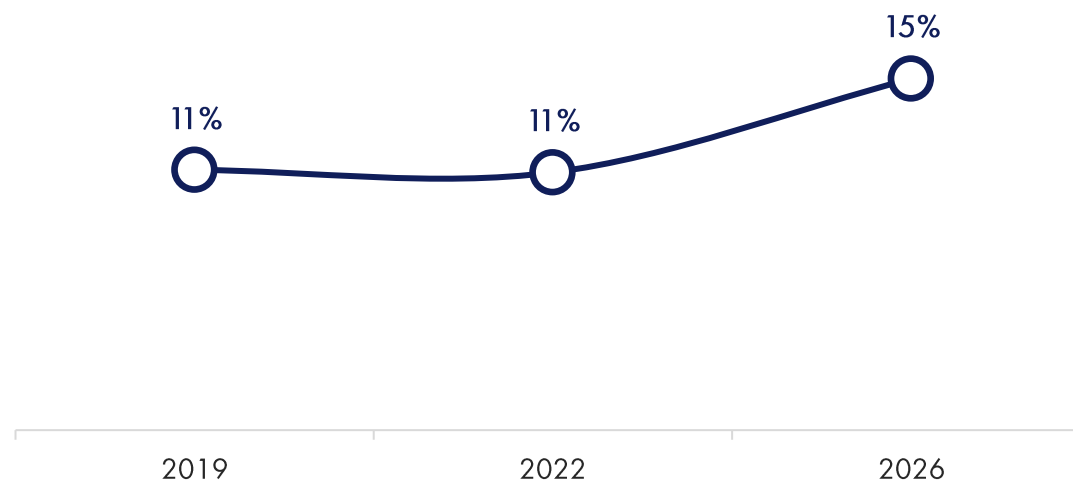
Votre librairie est-elle ouverte le dimanche ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Ouverture dominicale de la librairie principale



Évolution de l'ouverture dominicale de sa librairie principale

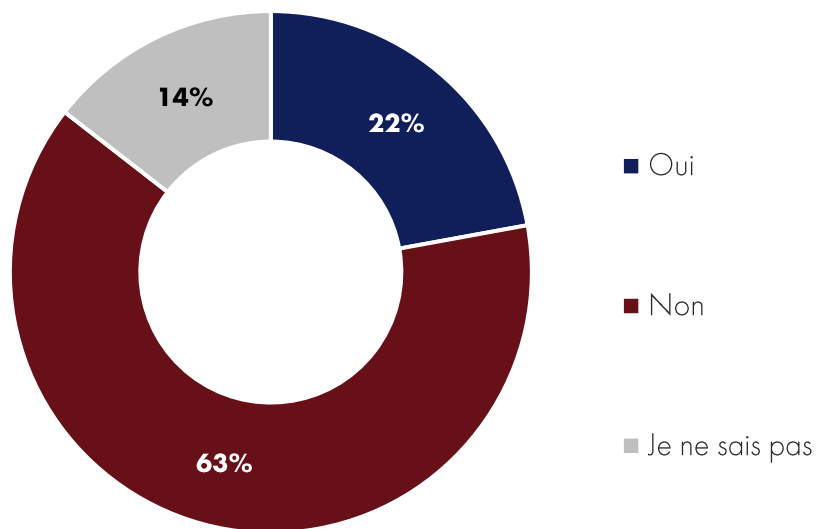


# Et les trois quarts des clients n'attendent pas de leur librairie qu'elle soit ouverte le dimanche

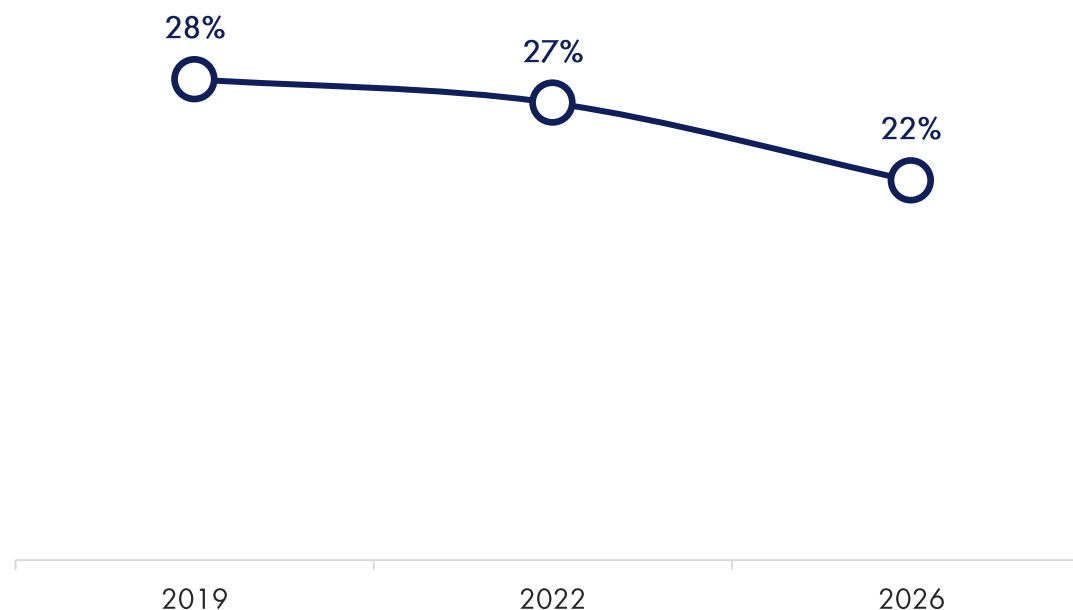
Trouveriez-vous utile et agréable que votre librairie ouvre le dimanche ?

Base : clients dont la librairie est fermée le dimanche ou ne sachant pas si elle l'est, n = 945

Intérêt pour l'ouverture dominicale de sa librairie principale



Évolution de l'intérêt pour l'ouverture dominicale de sa librairie principale

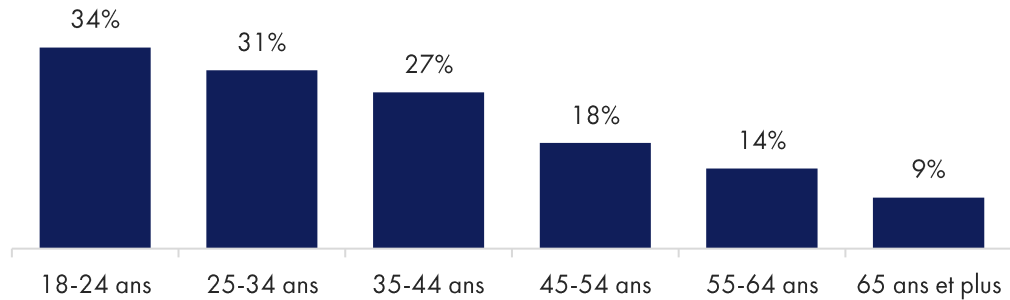


# L'intérêt associé à l'ouverture des librairies le dimanche est négativement corrélé à l'âge – et plus répandu au sein de l'agglomération parisienne

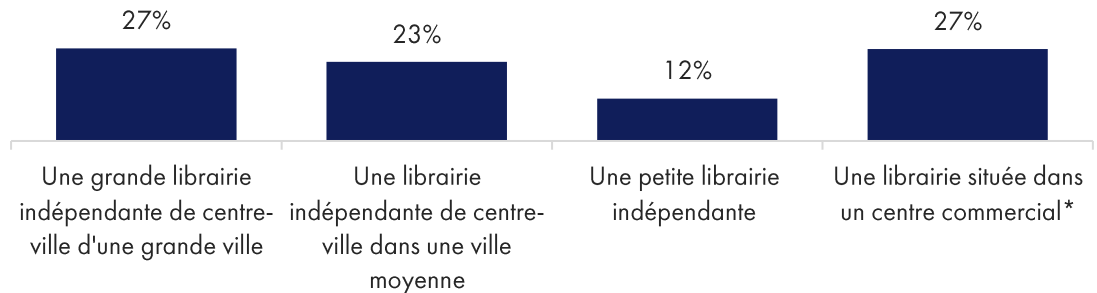
**Trouveriez-vous utile et agréable que votre librairie ouvre le dimanche ?**

Base clients des librairies indépendantes ayant constaté que leur librairie est fermée le dimanche ou ne sachant pas si elle l'est, n = 945

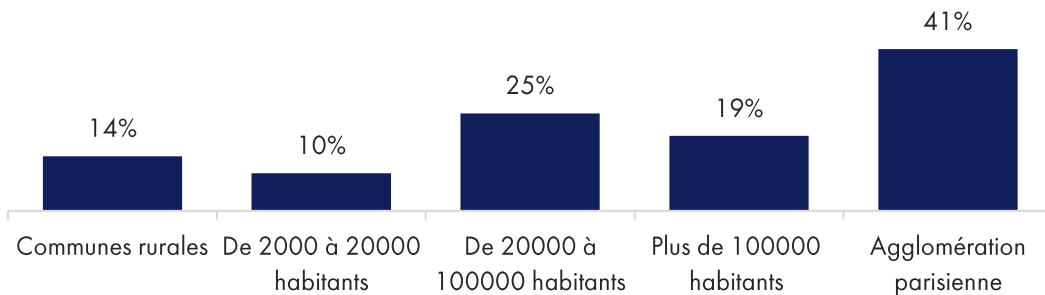
Trouveraient utile que leur librairie ouvre le dimanche en fonction de l'âge



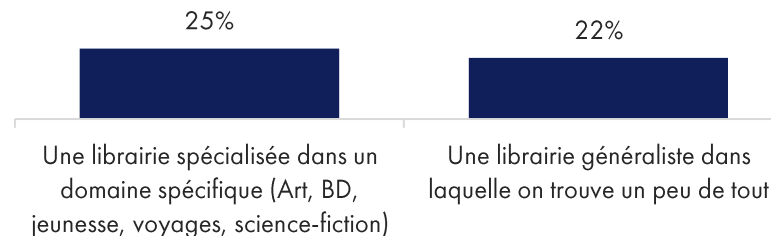
Trouveraient utile que leur librairie ouvre le dimanche en fonction de son type



Trouveraient utile que leur librairie ouvre le dimanche en fonction de la taille de l'agglomération de résidence



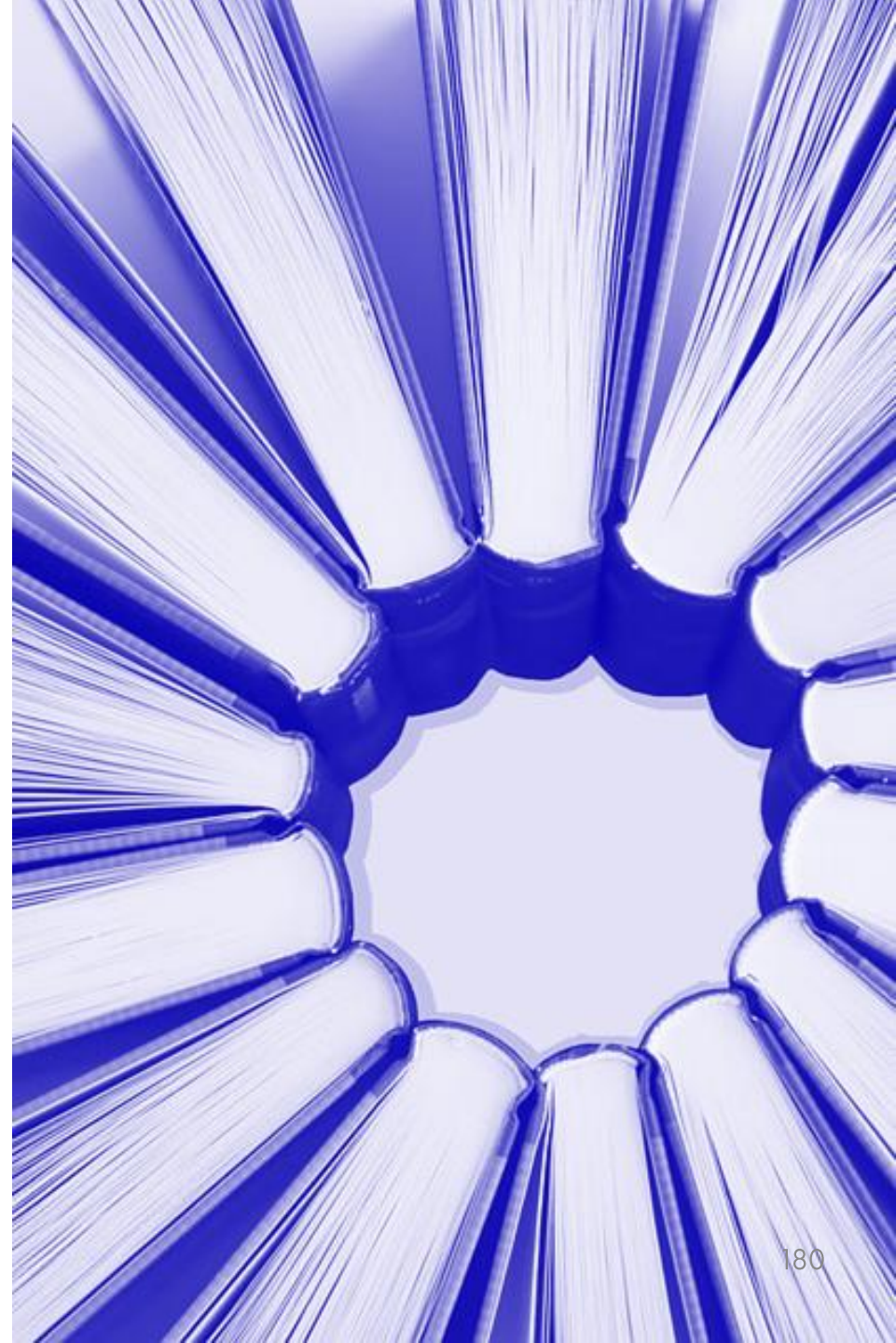
Trouveraient utile que leur librairie ouvre le dimanche en fonction de son style



# La librairie principale

---

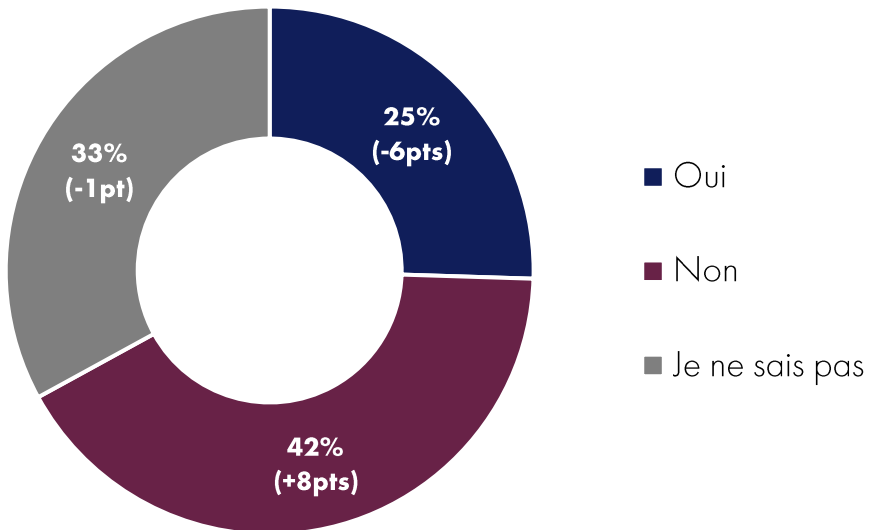
Vente à distance et présence  
sur Internet



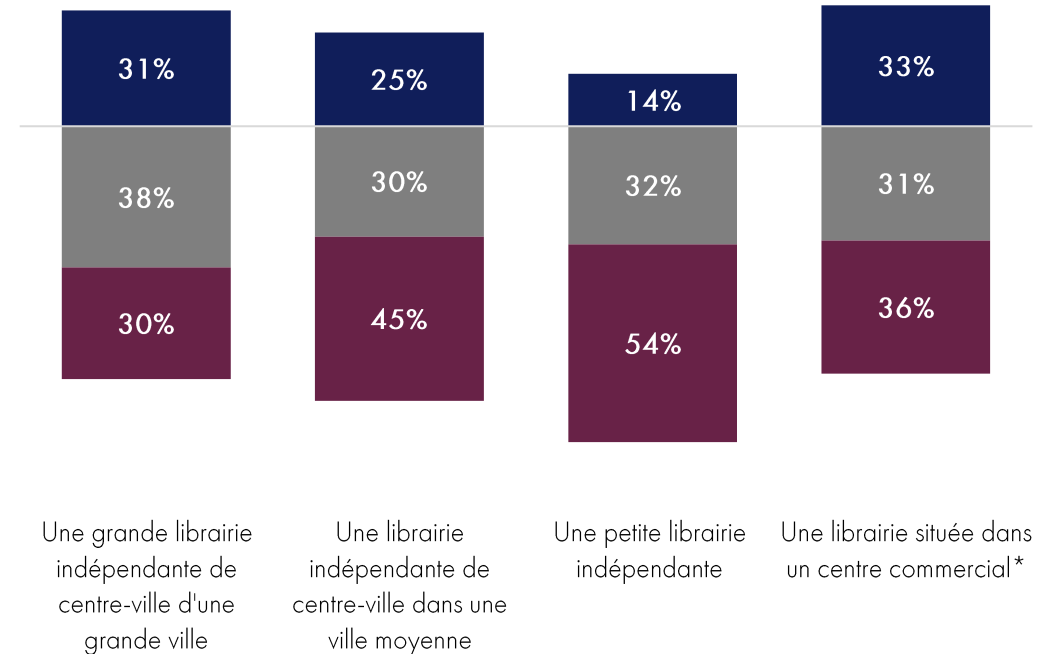
# Seuls 1/4 des clients disent que leur librairie dispose d'un service de vente à distance. Un tiers est incapable de répondre à la question...

## Votre librairie propose-t-elle un service de vente à distance ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



### Selon le type de librairie fréquentée

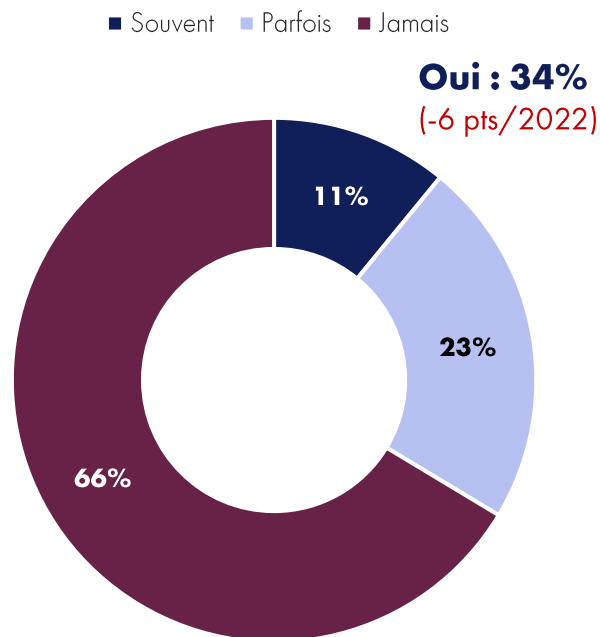


# 73% des clients des librairies indépendantes qui permettent la commande à distance utilisent ce service

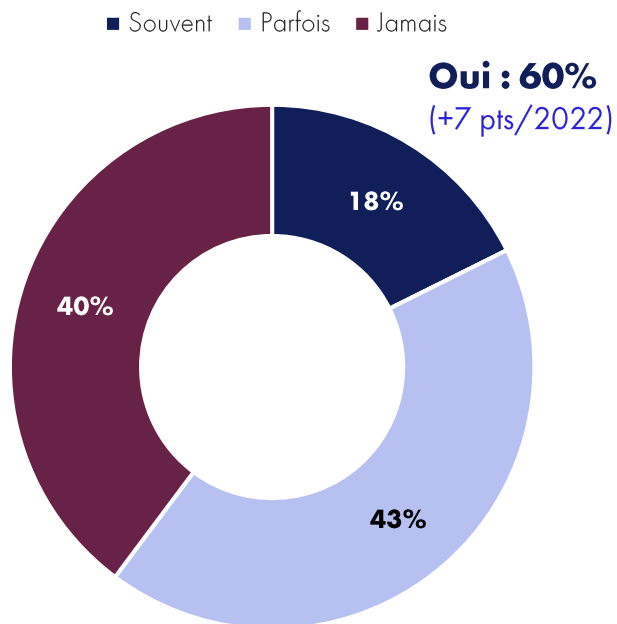
## Commandez-vous des livres auprès de votre libraire ?

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie offre un service de commande à distance, n = 280

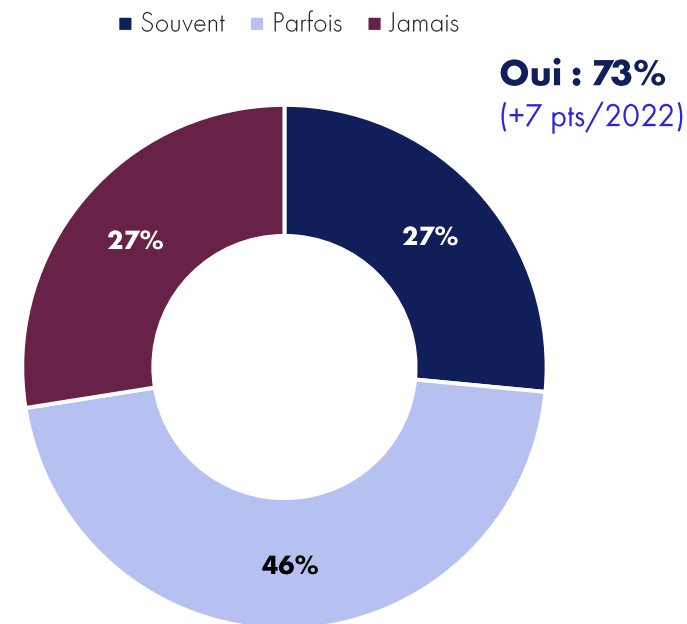
Par téléphone, mail ou SMS



Sur internet



Tous canaux confondus (mail, SMS, Internet)



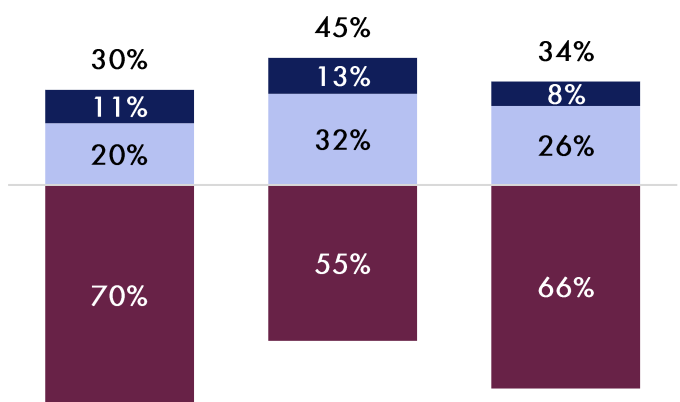
# Les clients moyens des librairies indépendantes sont de loin ceux qui commandent le plus leurs achats à distance auprès de leur librairie principale

## Commandez-vous des livres auprès de votre libraire ? – Selon la quantité de livres neufs et occasions achetés en librairies indépendantes

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie offre un service de commande à distance, n = 280

Par téléphone, mail ou SMS

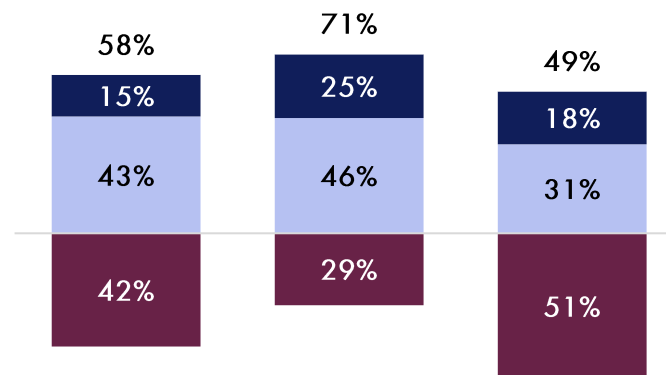
Jamais Parfois Souvent



Petits clients (jusqu'à 10 livres par an) Moyens clients (entre 11 et 20 livres par an) Gros clients (plus de 20 livres par an)

Sur internet

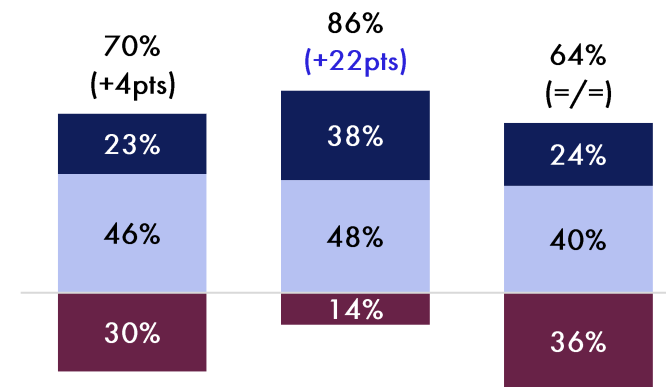
Jamais Parfois Souvent



Petits clients (jusqu'à 10 livres par an) Moyens clients (entre 11 et 20 livres par an) Gros clients (plus de 20 livres par an)

Tous canaux confondus (mail, SMS, Internet)

Jamais Parfois Souvent



Petits clients (jusqu'à 10 livres par an) Moyens clients (entre 11 et 20 livres par an) Gros clients (plus de 20 livres par an)

# Les commandes sur Internet sont plus rares auprès des petites librairies indépendantes

Propension à commander des livres auprès de son libraire en fonction du type de librairie fréquentée

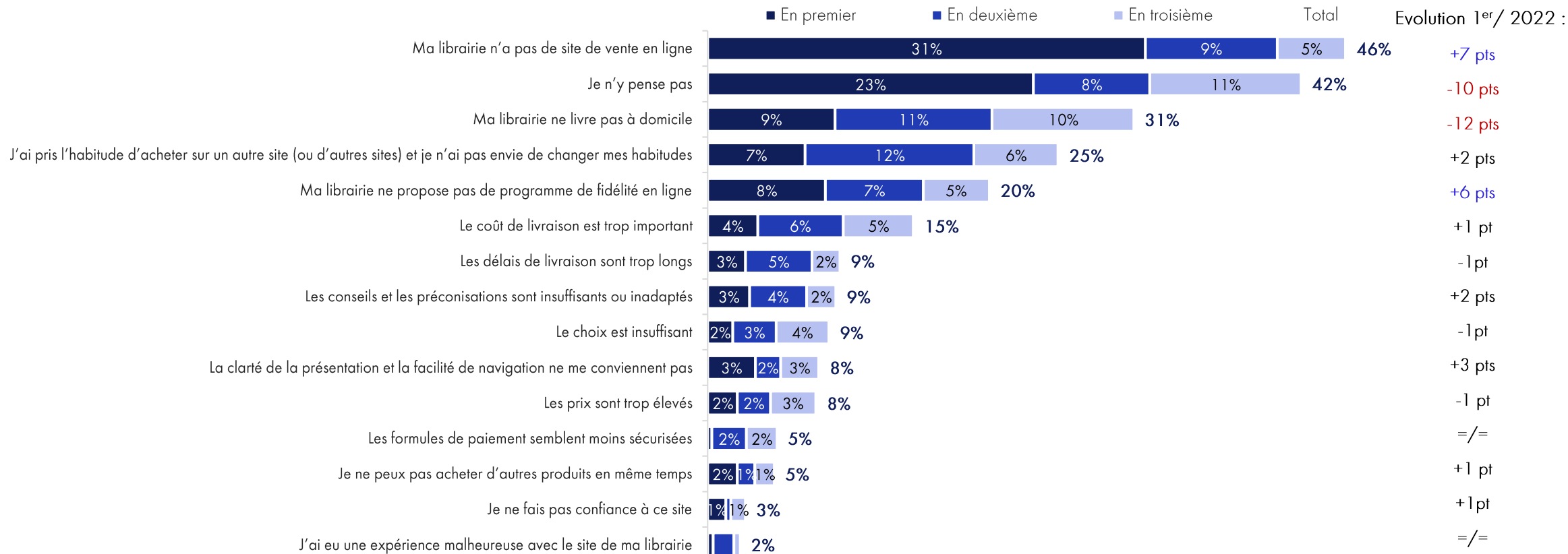
Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie offre un service de commande à distance, n = 280

« Commandez-vous des livres auprès de votre libraire ? » - « Souvent + parfois »	Total	Catégorie de la librairie principale				Positionnement de la librairie principale	
		Les grandes librairies indépendantes de centre-ville dans une grande ville	Les librairies indépendantes de centre-ville dans une ville moyenne	Les petites librairies indépendantes	Les librairies situées dans un centre commercial*	Une librairie généraliste dans laquelle on trouve un peu de tout	Une librairie spécialisée dans un domaine spécifique
Par téléphone, mail	34%	32%	34%	49%	16%	34%	34%
Sur internet	60%	70%	57%	46%	54%	58%	69%
Tous canaux confondus	73%	79%	68%	74%	62%	72%	78%

# Les freins à l'achat en ligne auprès de sa librairie : le poids des habitudes, mais également le défaut de services adaptés de la part des librairies

## Pourquoi ne faites-vous pas vos achats en ligne de livres auprès du site Internet de votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes qui réalisent des achats en ligne de livres mais pas auprès du site de leur libraire, n = 410

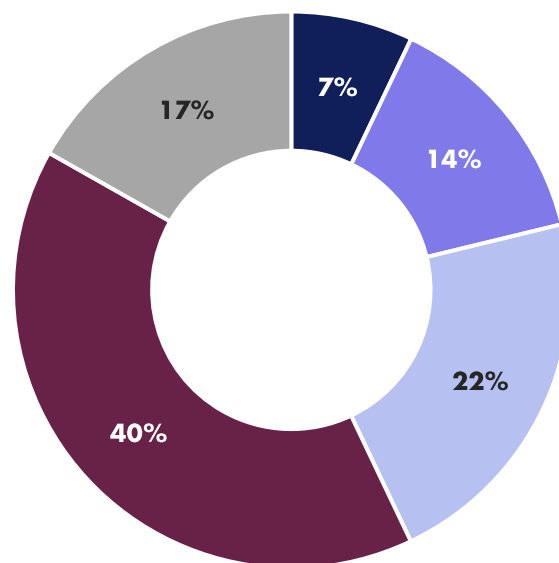


## Près de la moitié des clients vérifient la disponibilité des livres qu'ils recherchent avant de se rendre en magasin

Avant de vous rendre dans votre librairie, cela vous arrive-t-il de vérifier qu'un livre que vous cherchez est bien en stock / disponible en magasin ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

### Propension à vérifier : 43%



- Oui, systématiquement ou presque
- Oui, souvent
- Oui, parfois
- Non, jamais
- Votre librairie ne dispose pas de site Internet qui indique la disponibilité des livres en magasin

# La mise en avant des avis est le critère le moins bien évalué des sites proposés par les libraires ; la diversification est davantage appréciée qu'en 2022

Comment évaluez-vous le site de vente en ligne de votre librairie sur les critères suivants :

Base : clients des librairies indépendantes qui commandent en ligne auprès de leur librairie, n = 318

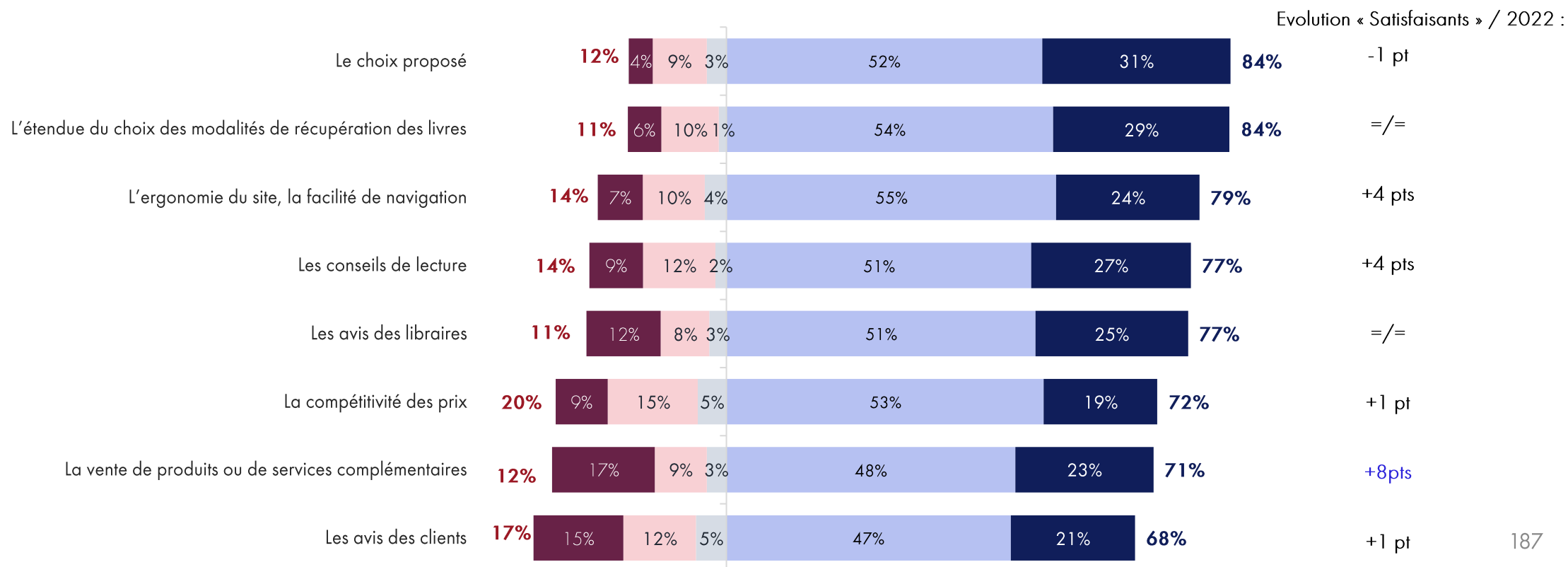
Pas du tout satisfaisant

Plutôt pas satisfaisant

Sans opinion

Plutôt satisfaisant

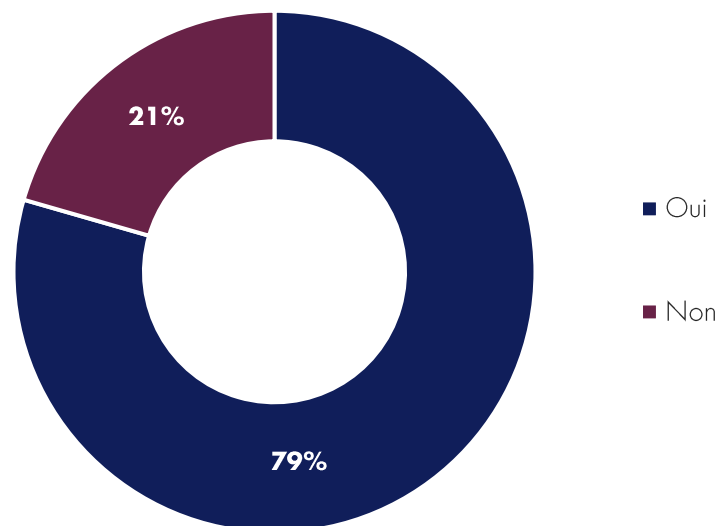
Tout à fait satisfaisant



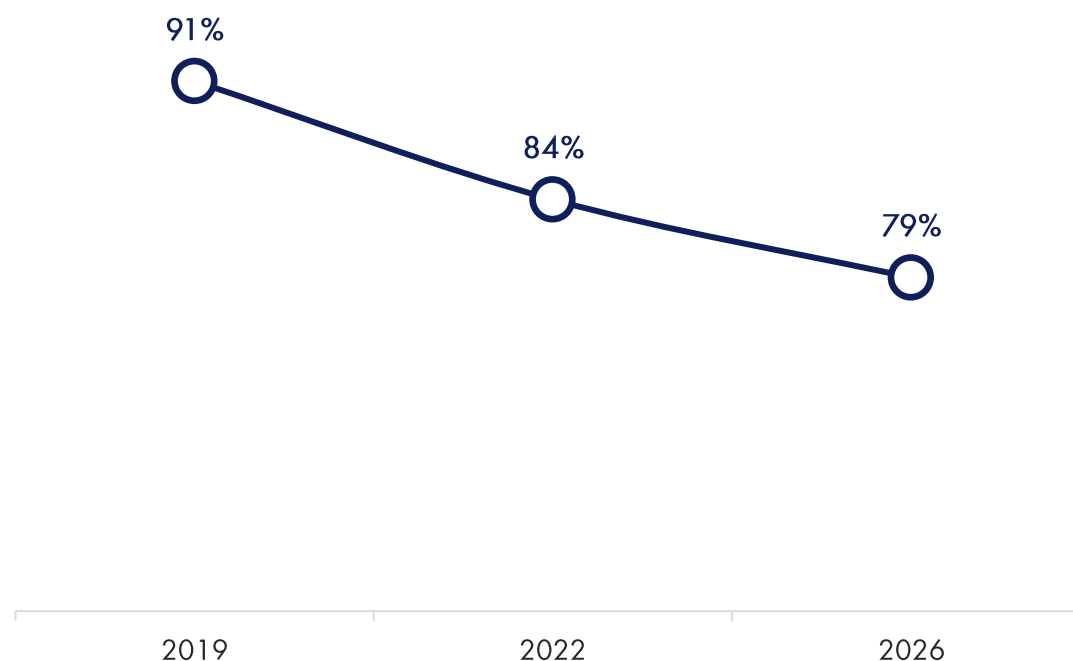
## Dans 79% des cas, les clients disent être bien informés du suivi de leurs commandes... une part en diminution constante

Estimez-vous être bien informé(e) par le libraire du suivi de vos commandes à distance ?

Base : clients des librairies indépendantes qui commandent à distance auprès de leur librairie, n = 318



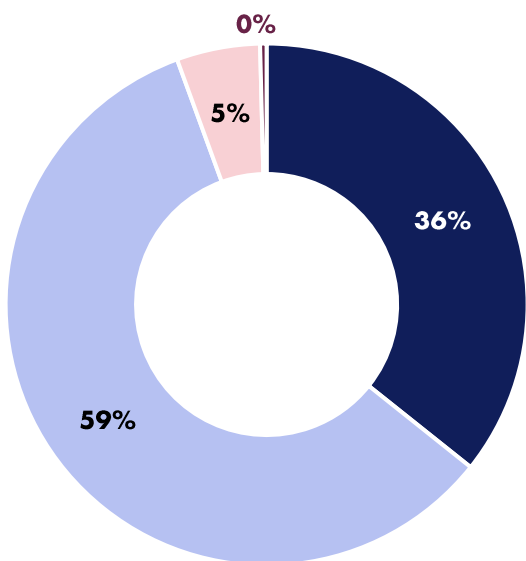
Évolution du sentiment d'être bien informé du suivi de ses commandes à distance



# Une très large majorité des clients (94%) sont satisfaits des délais de livraison (mais seulement 36 % « tout à fait »)

Êtes-vous satisfait(e) du délai d'acheminement de la commande ?

Base : clients des librairies indépendantes qui commandent en ligne auprès de leur librairie, n = 318

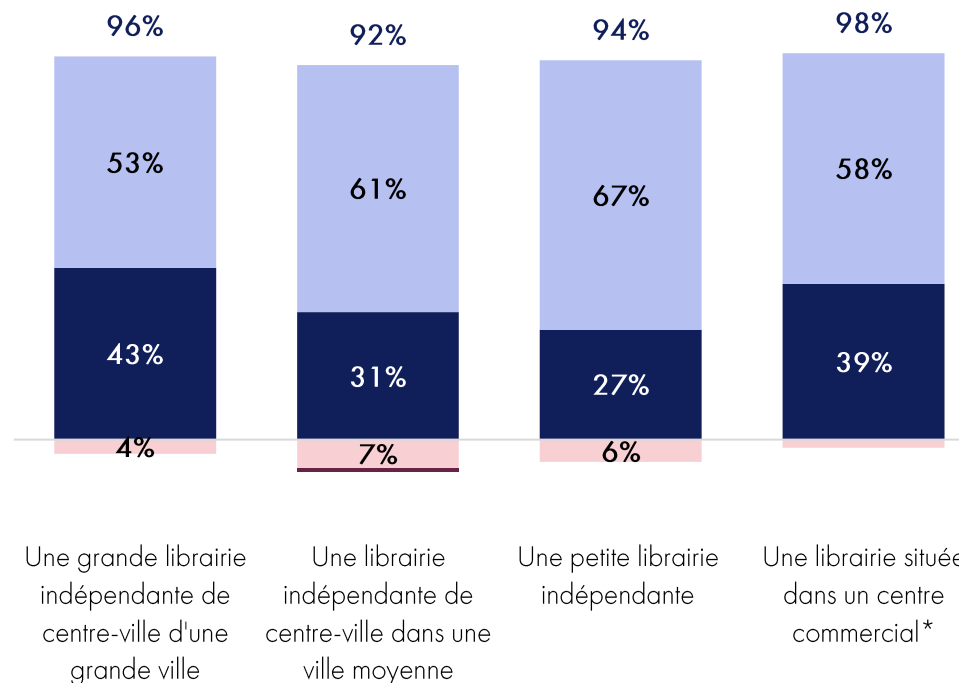


**Oui : 94%**

-4 pts/2022  
= / = pts/2019

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

Selon le type de librairie fréquentée

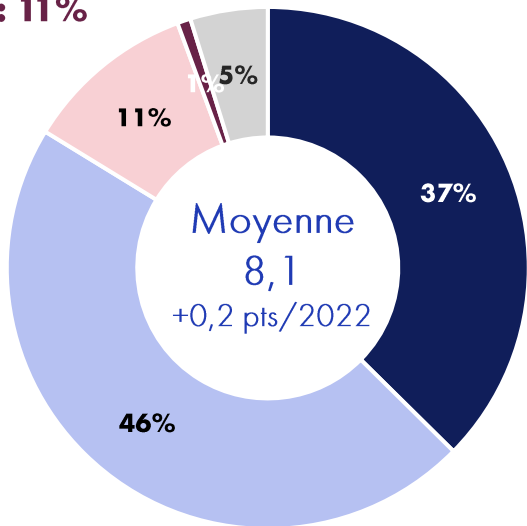


# 84% des clients qui commandent à distance sont satisfaits du service offert par leur libraire

Tout bien considéré, donnez une note de 0 à 10 en fonction de votre degré de satisfaction à l'égard du service de commande de livre que vous propose votre librairie.

Base : clients des librairies indépendantes qui commandent en ligne auprès de leur librairie, n = 318

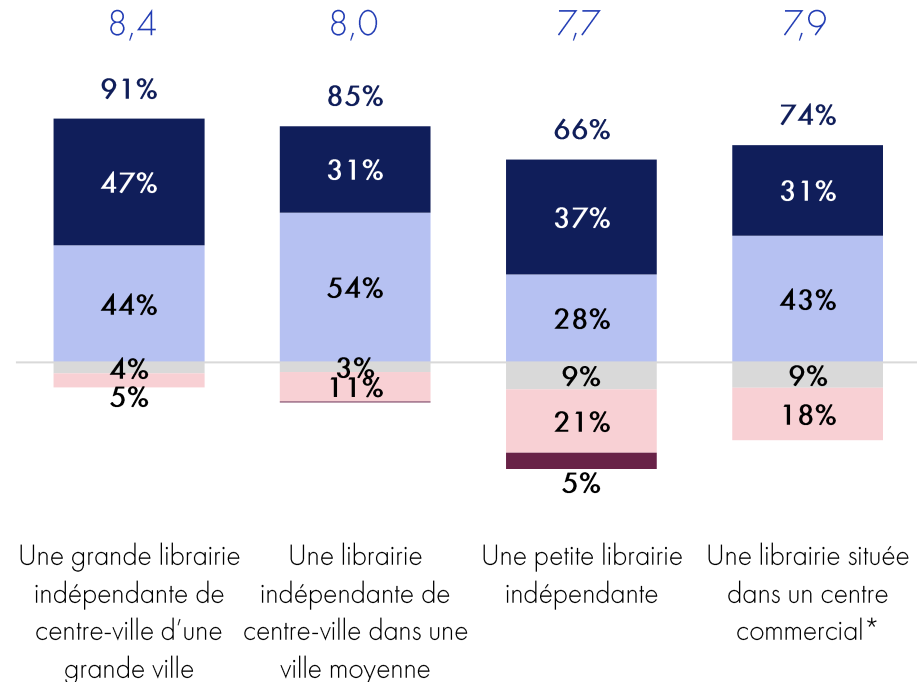
**Non : 11%**



**Oui : 84%**

- Note de 9-10
- Note de 7-8
- Note de 5-6
- Note de 0 à 4
- Sans opinion

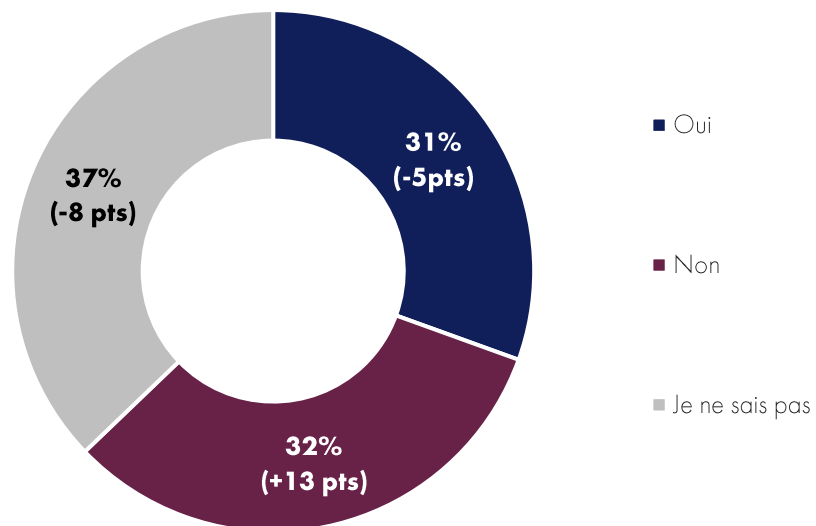
Selon le type de librairie fréquentée



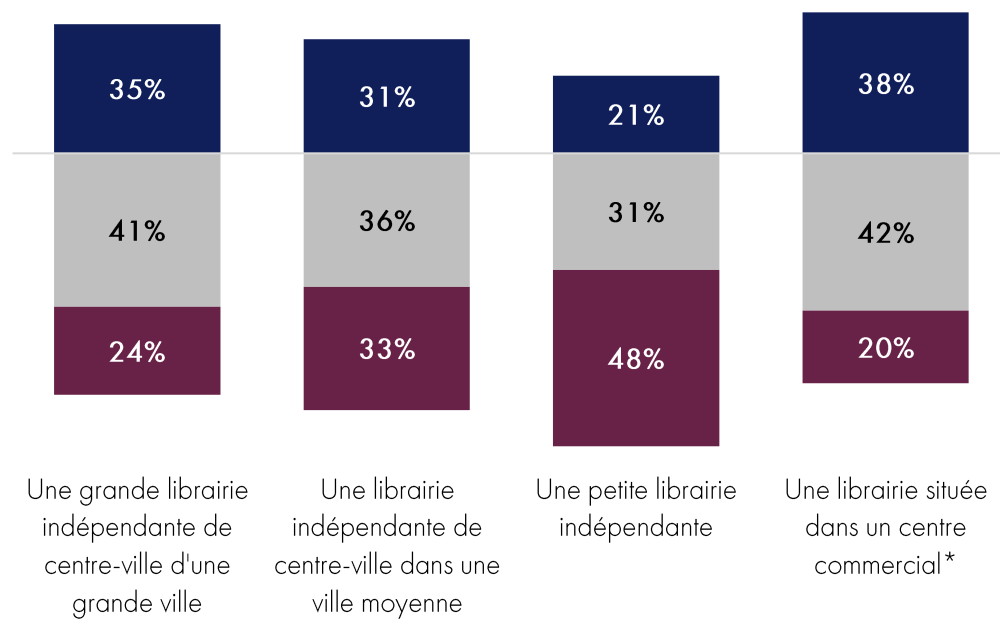
# Plus du tiers des clients déclarent encore ne pas savoir si sa librairie est présente sur Internet

Votre librairie a-t-elle un site Internet, ou une page Facebook, un compte Twitter ou Instagram ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



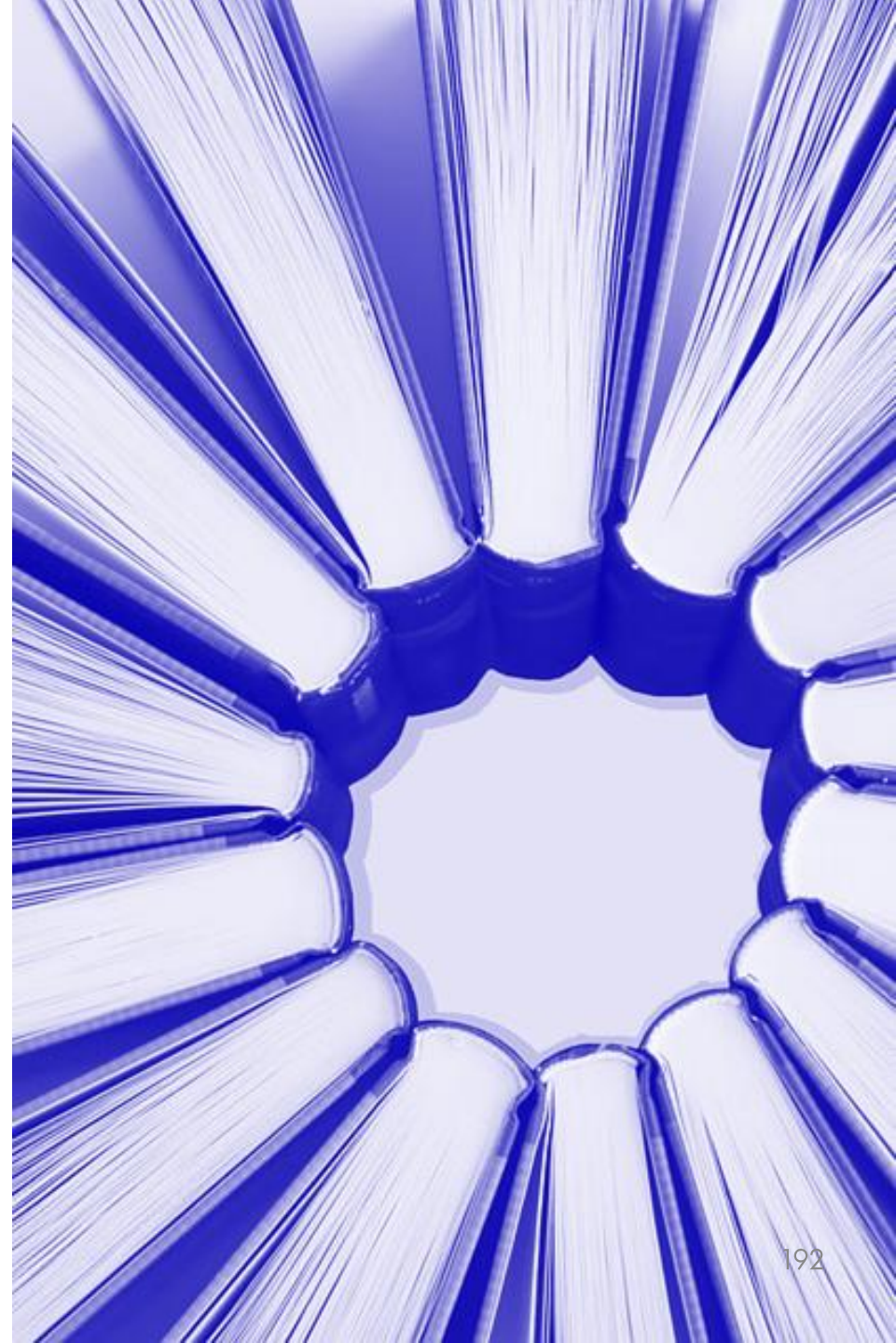
Selon le type de librairie fréquentée



# La librairie principale

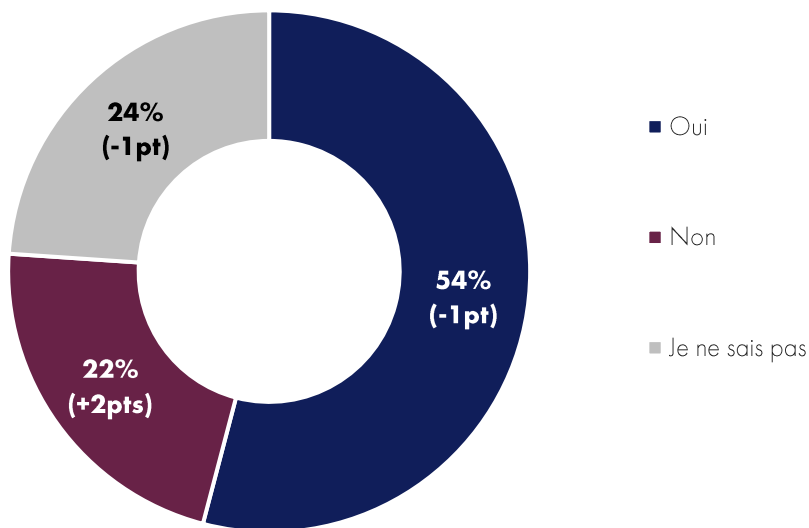
---

Évènementiel

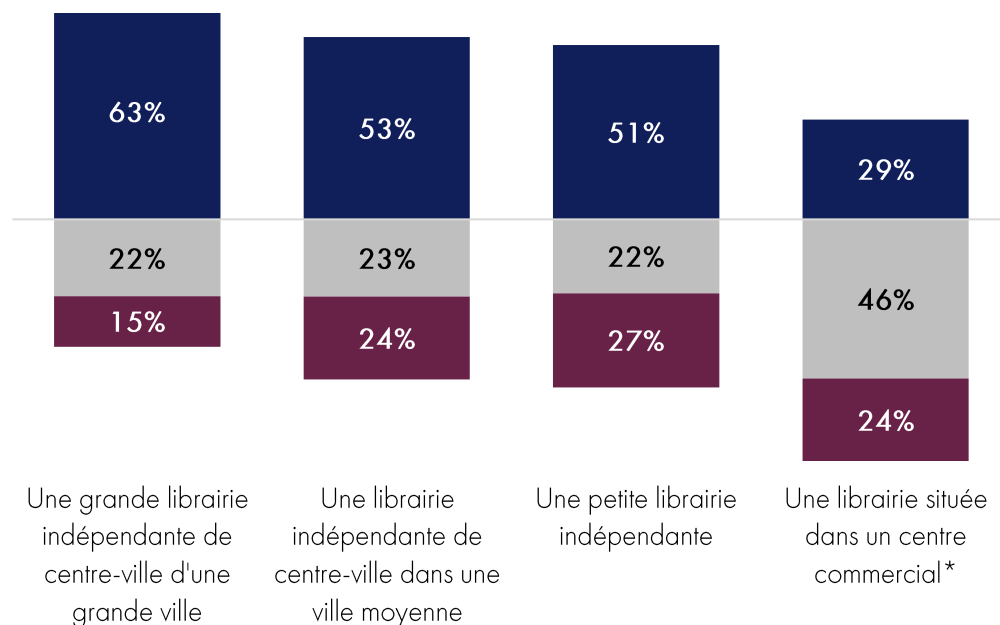


# Une librairie sur deux organise des évènements autour du livre.

Est-ce que votre librairie organise des évènements, tels que des séances de dédicace, des conférences, des débats... ?  
 Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



Selon le type de librairie fréquentée

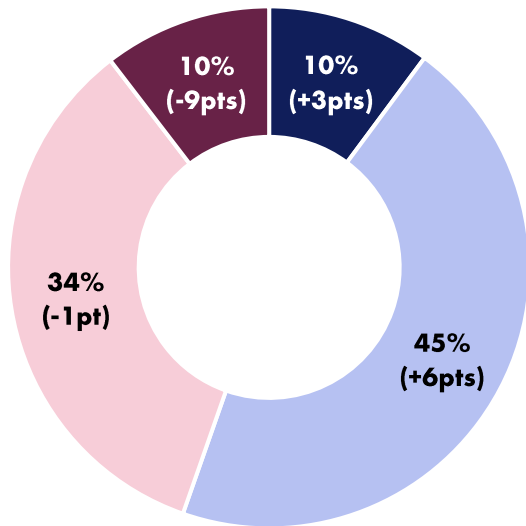


# Une majorité de clients dont la librairie n'organise pas d'évènement se dit intéressée

Et si votre librairie organisait des évènements tels que des séances de dédicaces, des conférences, des débats..., dans quelle mesure seriez-vous susceptible d'être intéressé(e) ?

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie n'organise pas d'évènements, n = 246

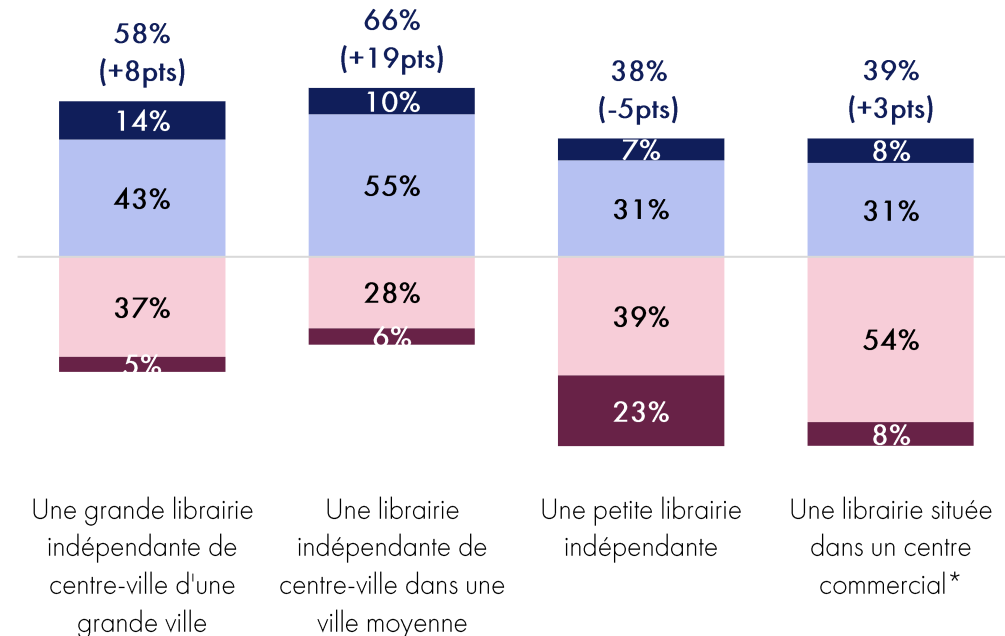
**Pas intéressé : 45%**  
(-9 pts/2022)



**Intéressé : 55%**  
(+9 pts/2022)

- Très intéressé(e)
- Plutôt intéressé(e)
- Plutôt pas intéressé(e)
- Pas intéressé(e) du tout

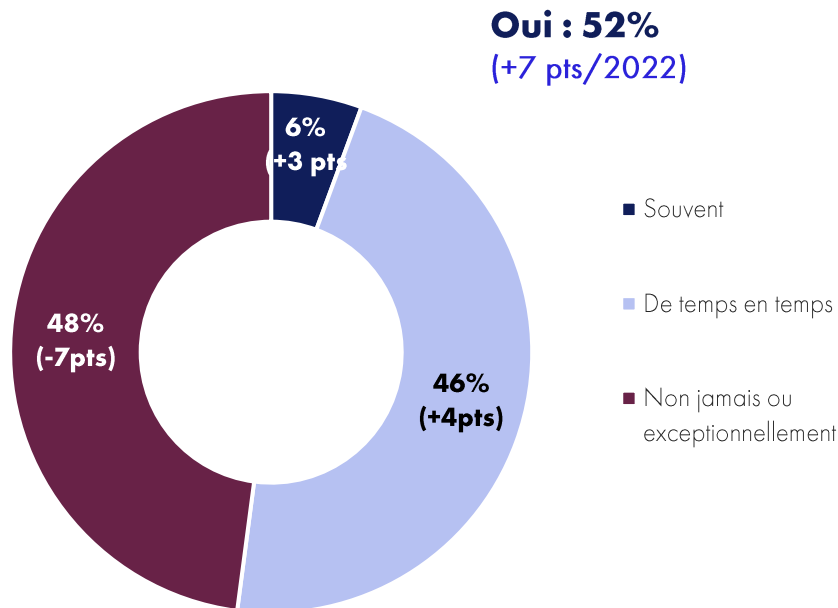
Selon le type de librairie fréquentée



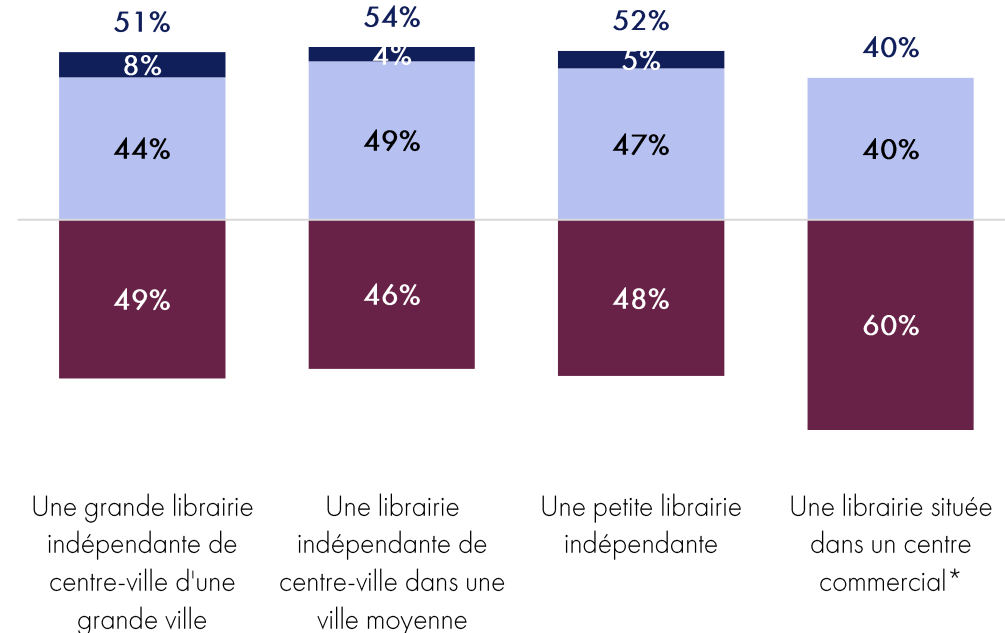
# La participation aux évènements organisés par les librairies est en hausse depuis 2022

**Vous arrive-t-il d'assister aux évènements ou animations organisés par votre librairie ?**

Base : clients dont la librairie organise des évènements, n = 595



Selon le type de librairie fréquentée

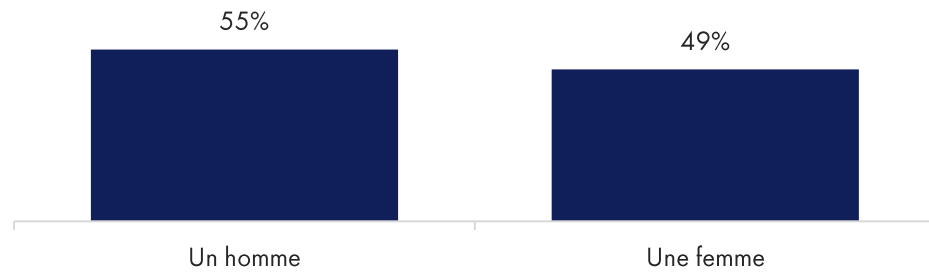


# Les évènements organisés par les librairies attirent d'avantage les gros clients et les retraités

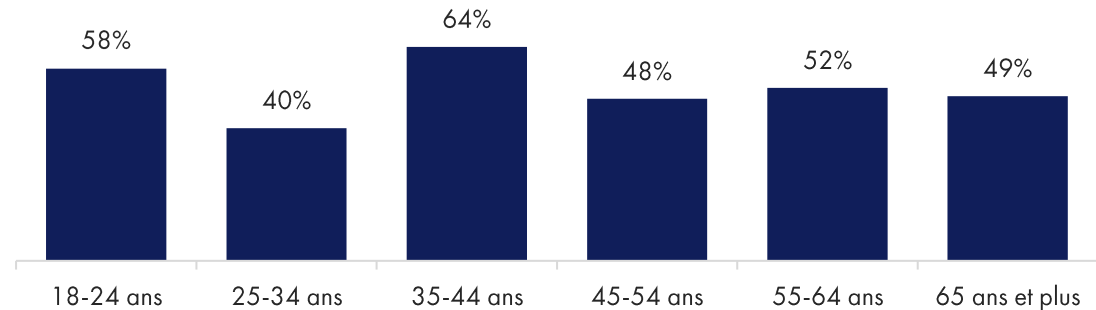
**Vous arrive-t-il d'assister aux évènements ou animations organisés par votre librairie ?**

Base : clients dont la librairie organise des évènements, n = 595

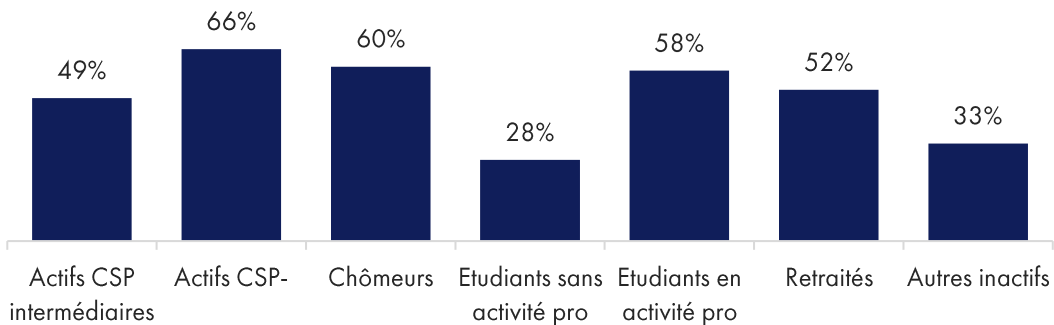
Assistent aux évènements en fonction du genre



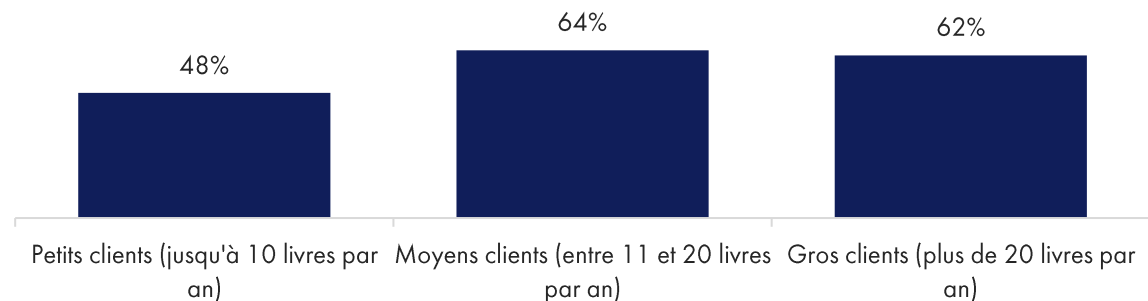
Assistent aux évènements en fonction de l'âge



Assistent aux évènements en fonction de la situation professionnelle



Assistent aux évènements en fonction du type de clients



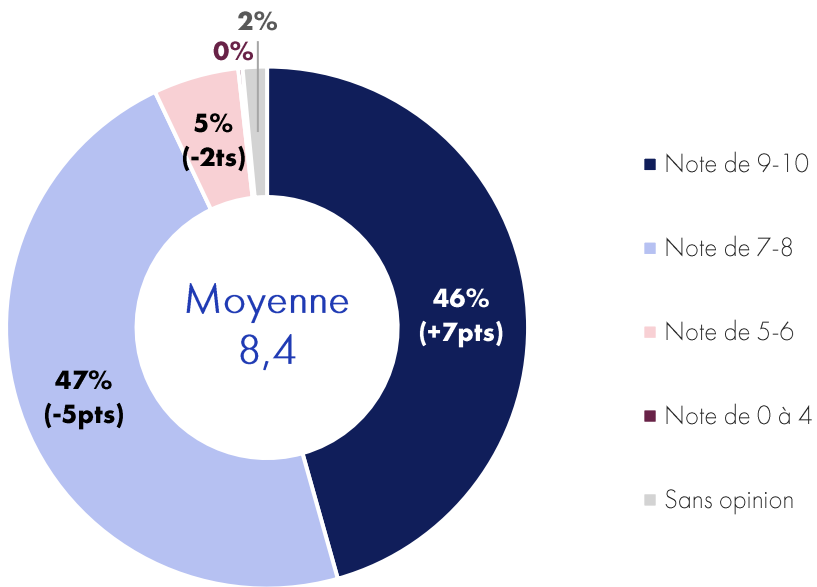
# Un haut niveau de satisfaction à l'égard des événements organisés par les librairies

**Veillez donner une note de 0 à 10 selon votre degré de satisfaction à l'égard des événements ou animations organisés par votre librairie.**

*Base : participant au moins de temps en temps aux événements organisés par son libraire, n = 300*

**Non : 6%**  
(-2 pts / 2022)

**Oui : 93%**  
(+2 pts/2022)



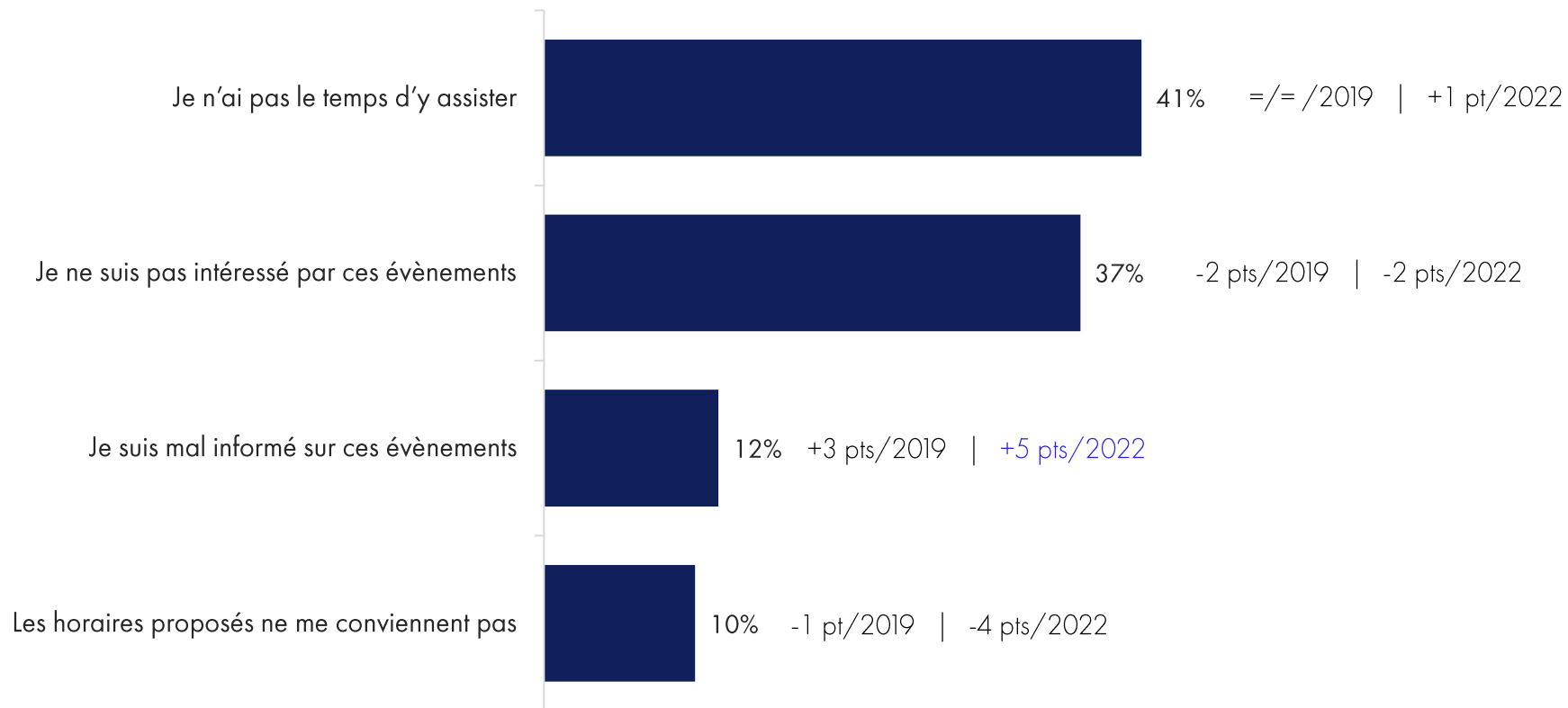
Evolution satisfaction



# Une « accélération du temps » qui ne favorise pas la participation aux évènements

Pourquoi n'assistez-vous pas aux évènements ou animations organisés par votre librairie ?

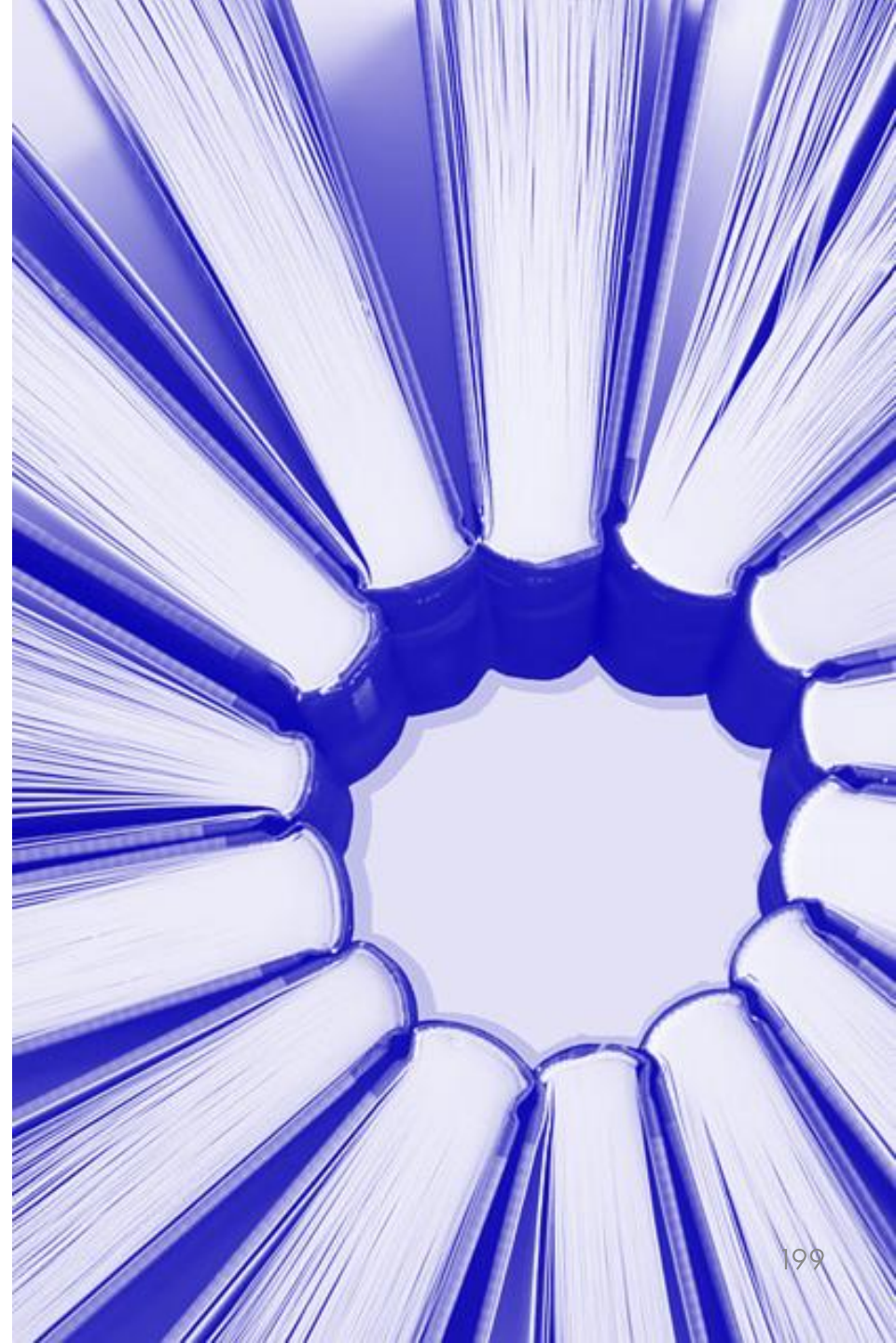
Base : Ne participent pas aux évènements organisés par son libraire, n = 295



# La librairie principale

---

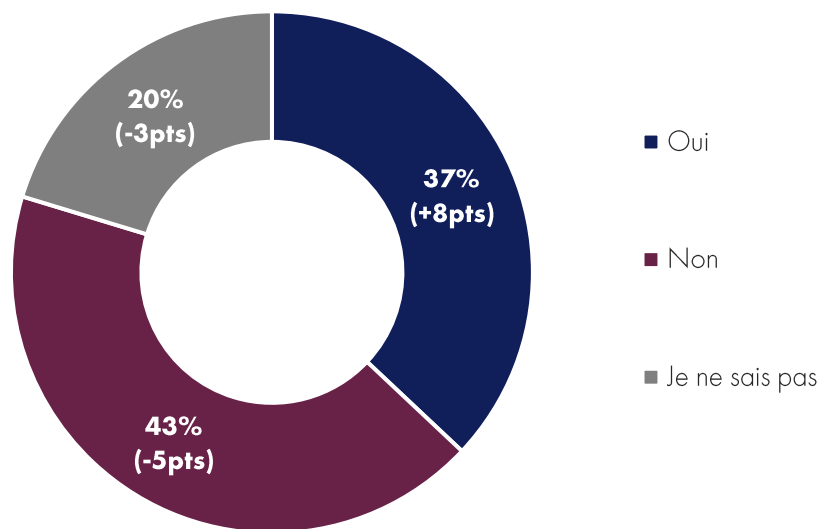
Le marché de l'occasion



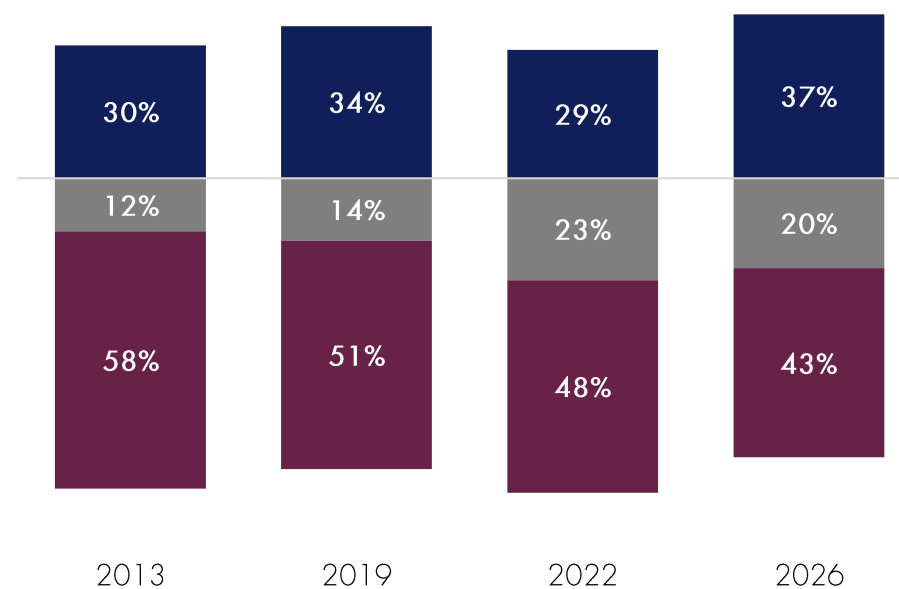
# L'implication dans le marché de l'occasion des libraires progressent

Votre librairie vend-elle des livres d'occasion ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



Évolution



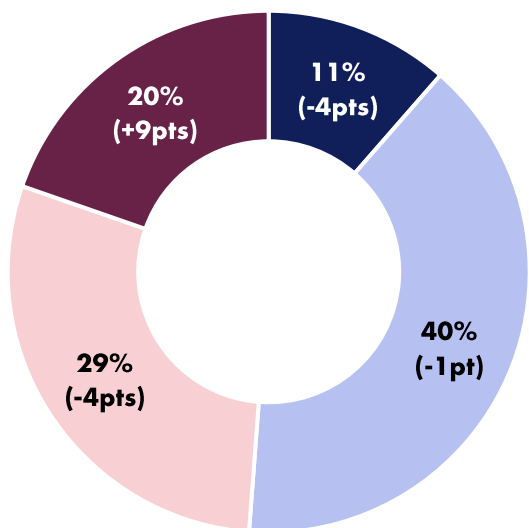
# Un client sur deux des librairies offrant des livres d'occasion en achète

## Achetez-vous des livres d'occasion dans votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie principale vend des livres d'occasion, n = 394

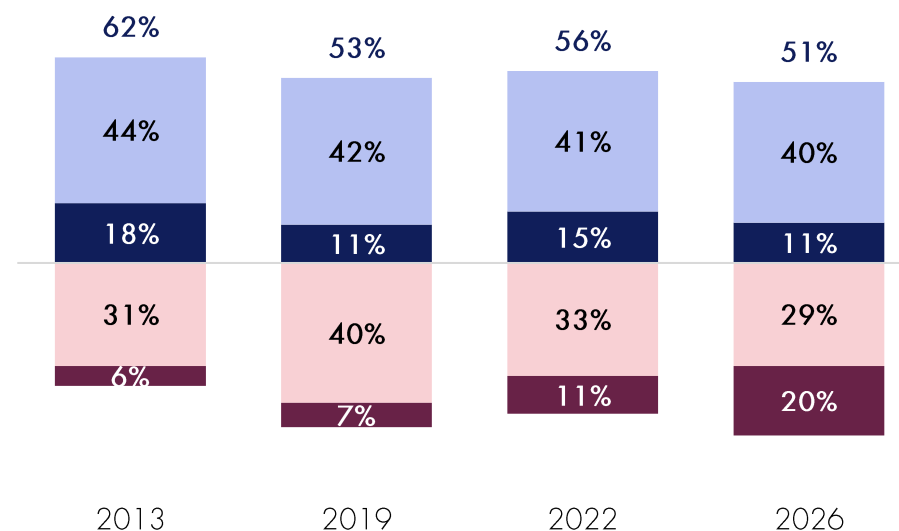
**Non : 49%**  
(+5 pts/2022)

**Oui : 51%**  
(-5 pts/2022)



- Souvent
- De temps en temps
- Rarement
- Jamais

### Évolution

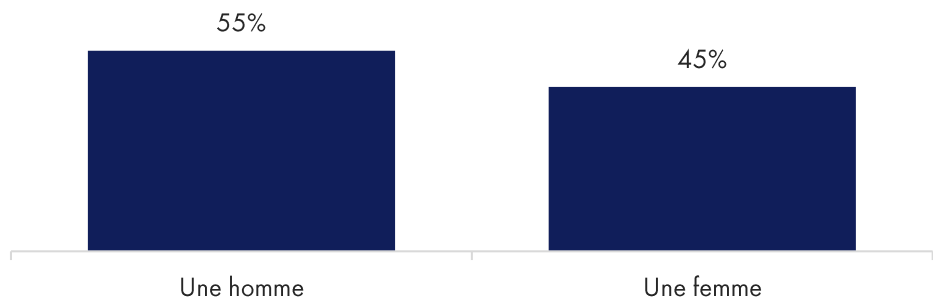


# La propension à l'achat d'occasion dans sa librairie est plus forte chez les hommes et les personnes précaires

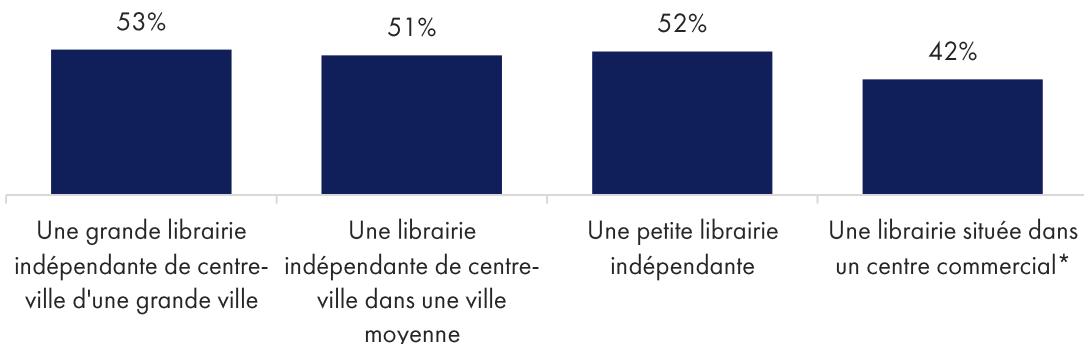
## Achetez-vous des livres d'occasion dans votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie principale vend des livres d'occasion, n = 394

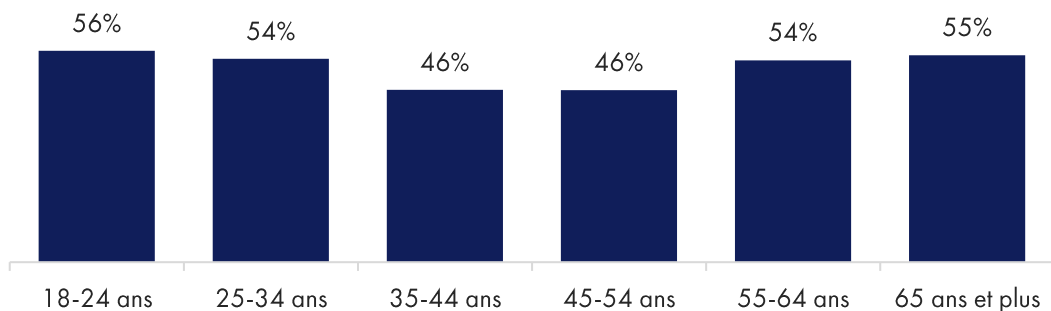
En achètent souvent en fonction du genre



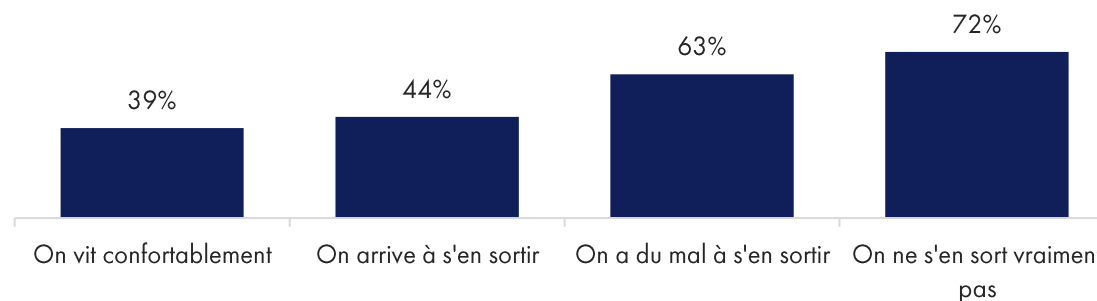
En achètent souvent en fonction du type de librairie fréquentée



En achètent souvent en fonction de l'âge



En achètent souvent en fonction de la contrainte budgétaire



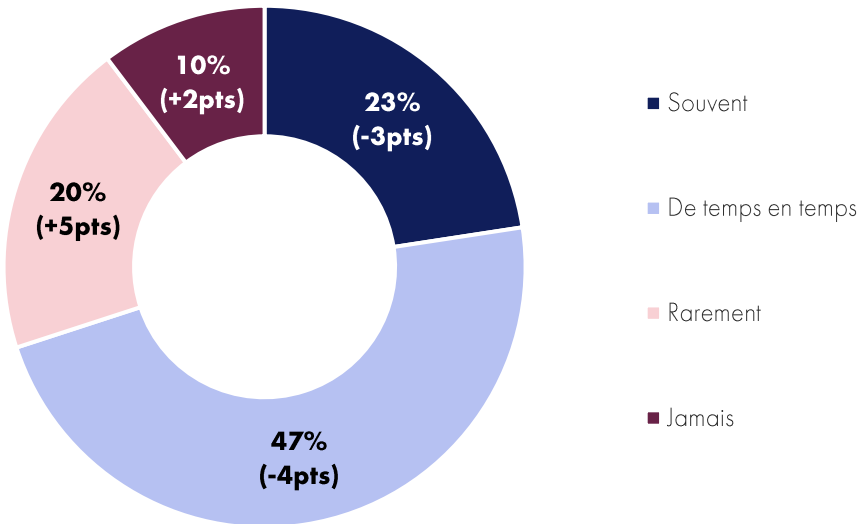
# La vente de livres d'occasion reste une offre qui séduirait une nette majorité des clients, mais cet attrait paraît diminuer

Si votre librairie décidait de vendre des livres d'occasion, utiliseriez-vous ce service ?

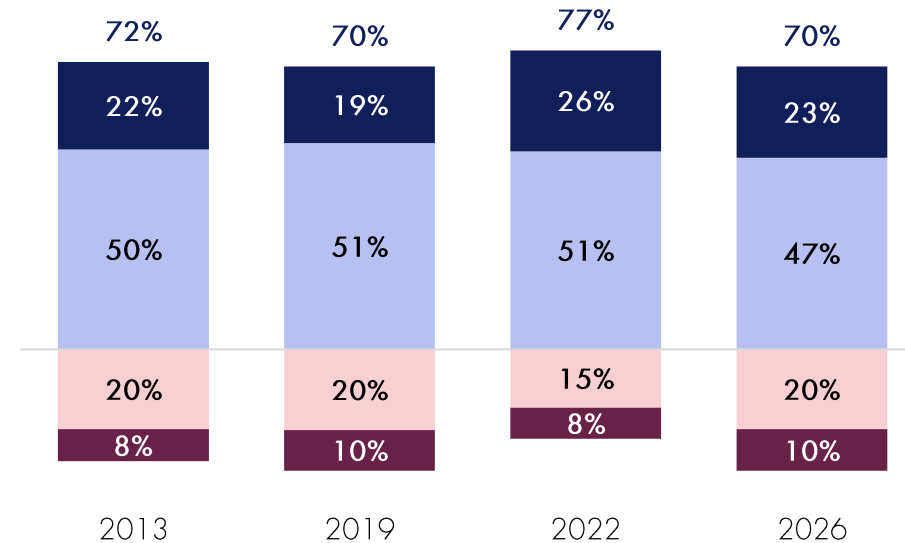
Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie principale ne vend pas de livres d'occasion, n = 709

**Non : 30%**  
(+7 pts /2022)

**Oui : 70%**  
(-7 pts/2022)



Évolution

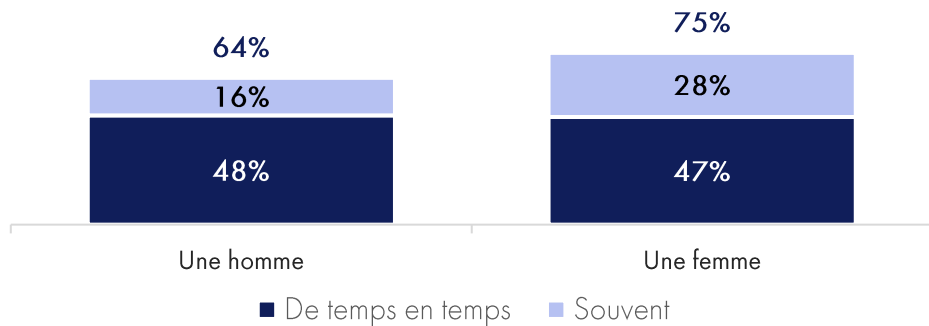


# Profils des potentiels acheteurs d'occasion : davantage des femmes, des personnes diplômées et des adultes dans la vie active

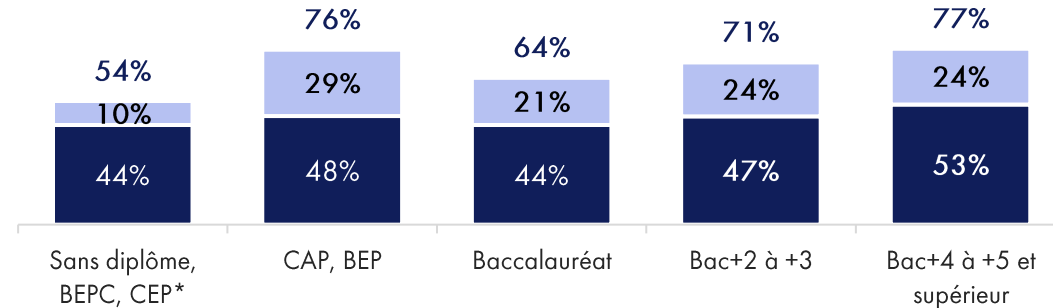
Si votre librairie décidait de vendre des livres d'occasion, utiliseriez-vous ce service ?

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie principale ne vend pas de livres d'occasion, n = 709

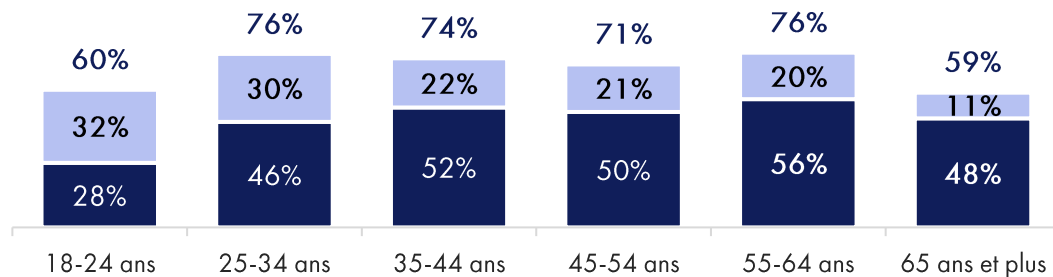
Propension à utiliser le service en fonction du genre



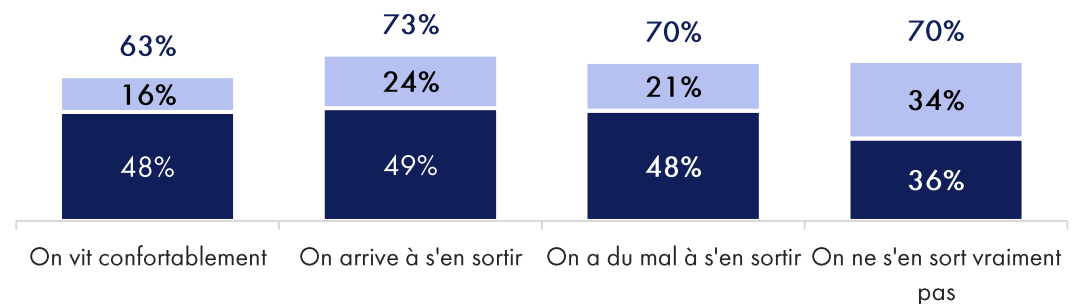
Propension à utiliser le service en fonction du niveau de diplôme



Propension à utiliser le service en fonction de l'âge



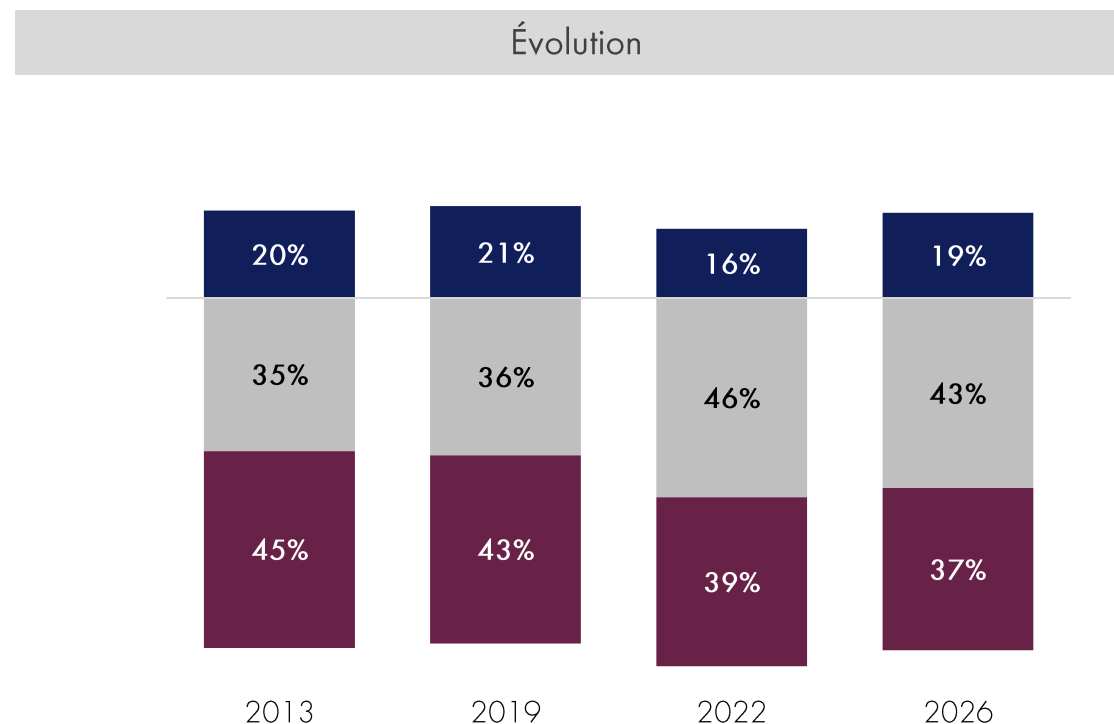
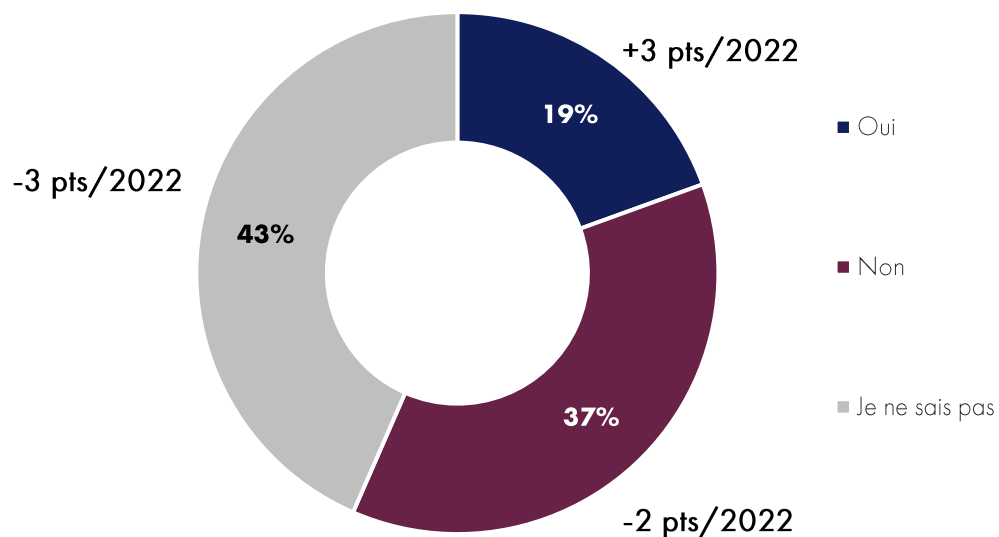
Propension à utiliser le service en fonction de la contrainte budgétaire



# Le rachat de livres aux clients : 43 % des clients ne sont pas en mesure de dire si leur librairie offre ou pas ce service

Votre librairie rachète-t-elle des livres d'occasion à ses clients?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

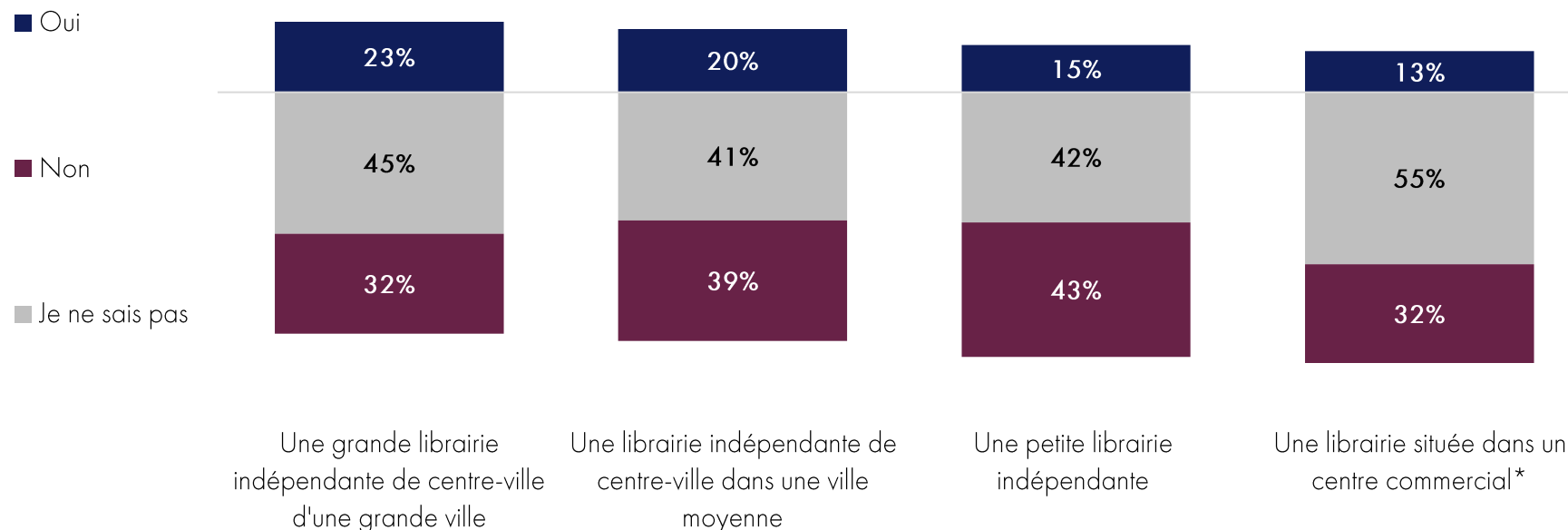


# Les grandes librairies, en pointe sur le rachat de livres d'occasion

Votre librairie rachète-t-elle des livres d'occasion à ses clients?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Selon le type de librairie fréquentée



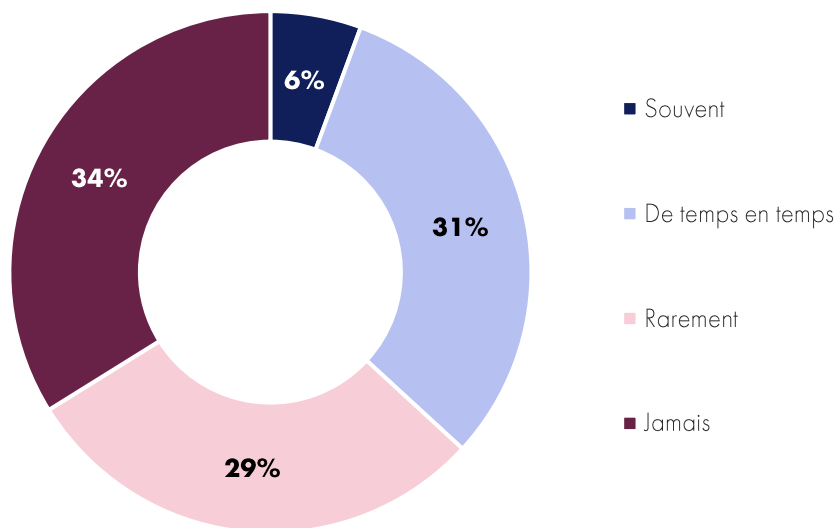
# La revente de livres d'occasion est assez peu développée

## Revendez-vous des livres d'occasion dans votre librairie ?

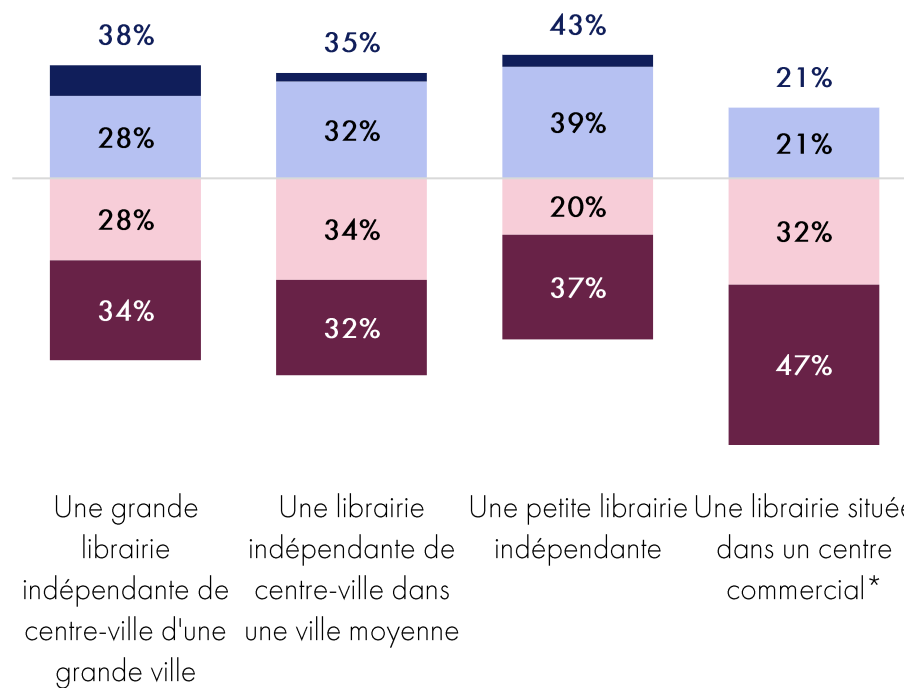
Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie rachète des livres d'occasion, n = 213

**Non : 63%**

**Oui : 37%**



% Revendant des livres d'occasion en fonction du type de librairie principale



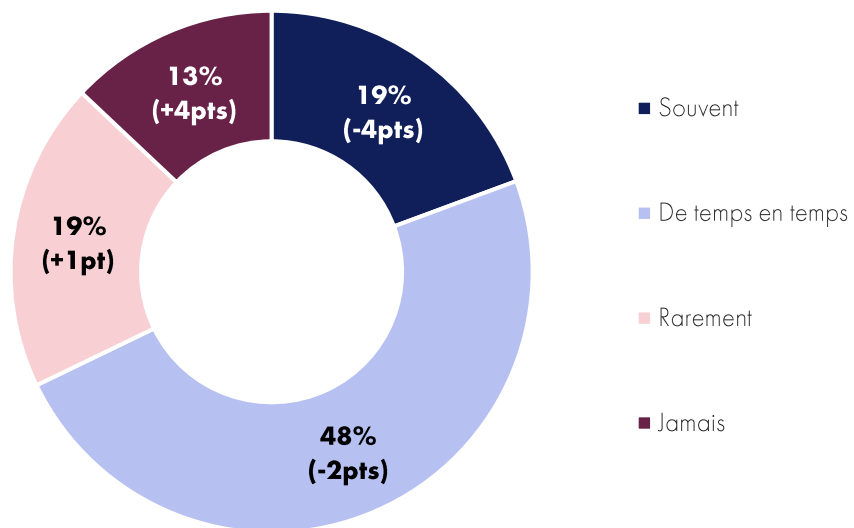
# Un intérêt toujours fort, mais en baisse, pour le rachat de livres d'occasion

Si votre librairie décidait de racheter des livres d'occasion à ses clients, utiliseriez-vous ce service ?

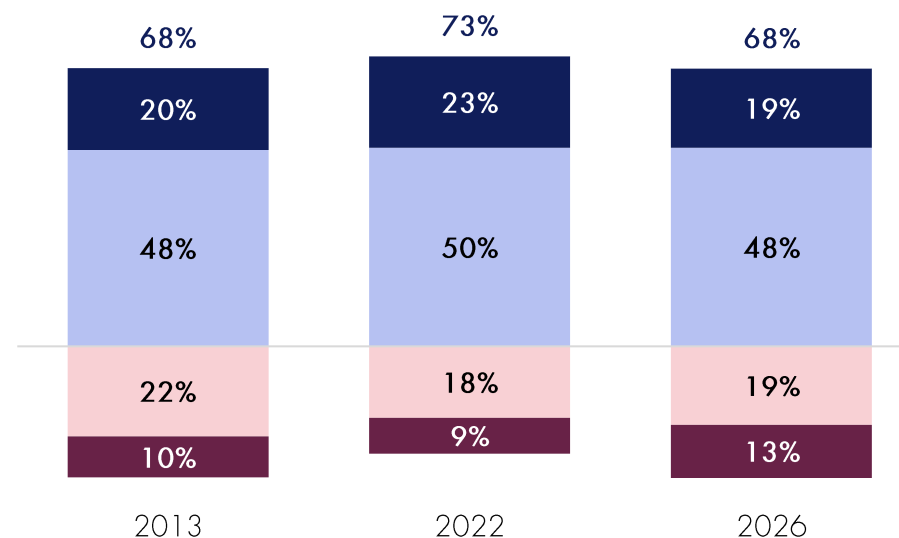
Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie principale ne rachète pas de livres d'occasion, n=890

**Non : 32%**  
(+5 pts/2022)

**Oui : 68%**  
(-5 pts/2022)



## Évolution

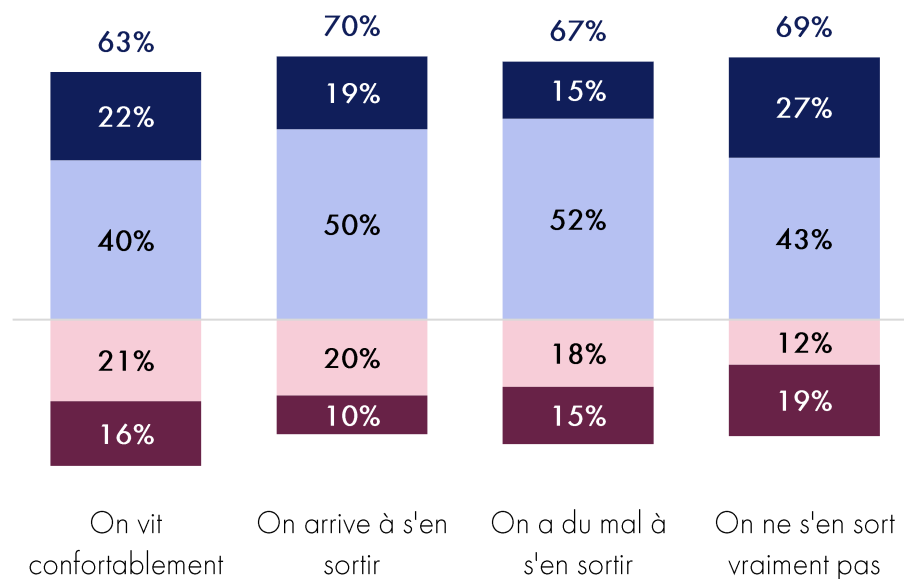


# Une attirance pour le service de rachat peu dépendant de l'aisance financière et de l'intensité des achats

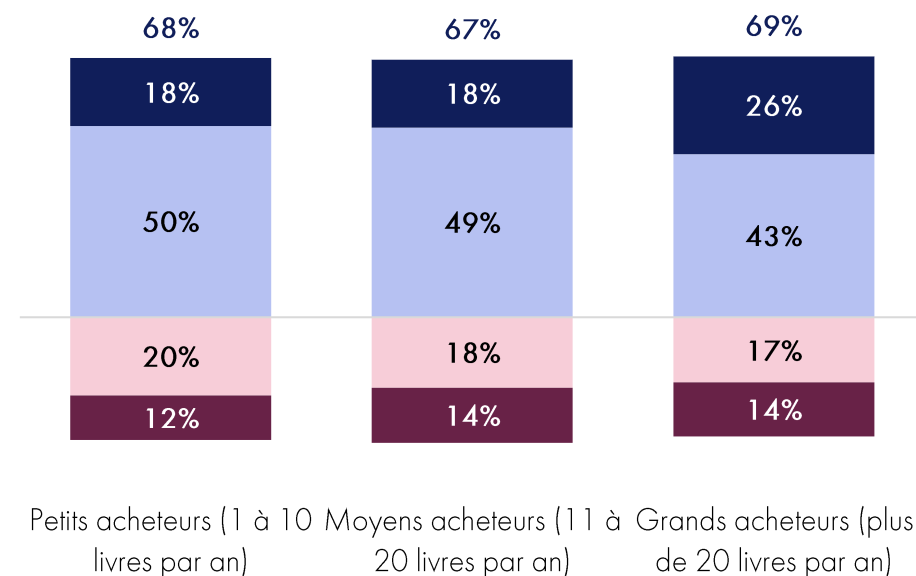
Si votre librairie décidait de racheter des livres d'occasion à ses clients, utiliseriez-vous ce service ?

Base : clients des librairies indépendantes dont la librairie principale ne rachète pas de livres d'occasion, n=890

Selon la contrainte budgétaire



Selon la quantité de livres achetés par an

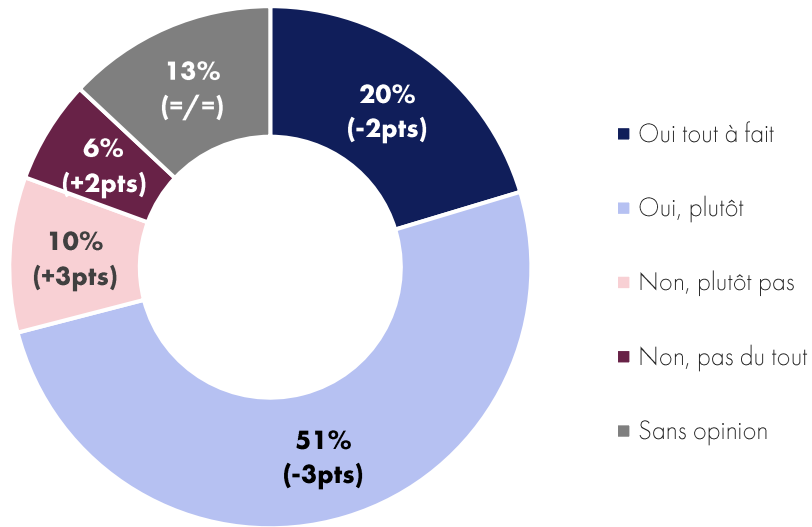


# Un fort intérêt, mais en diminution, pour une formule « avec reprise »

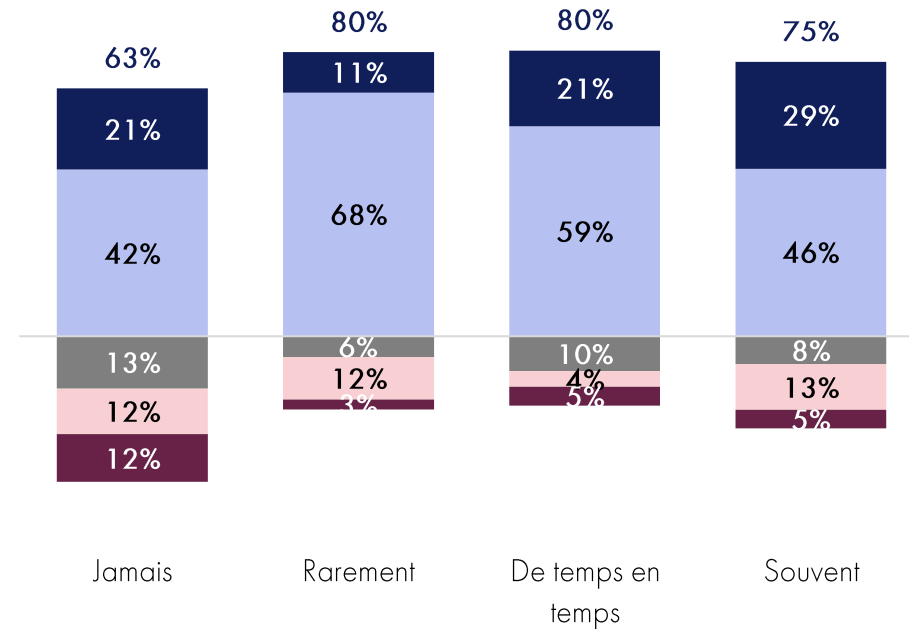
Imaginez une formule dans laquelle au moment de vous vendre un livre, votre libraire s'engagerait sur un prix de reprise (pour le revendre ensuite d'occasion). Une telle formule serait-elle susceptible de vous intéresser ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

**Oui : 71%**  
**(-5 pts/2022)**



Selon la fréquence d'achat en occasion

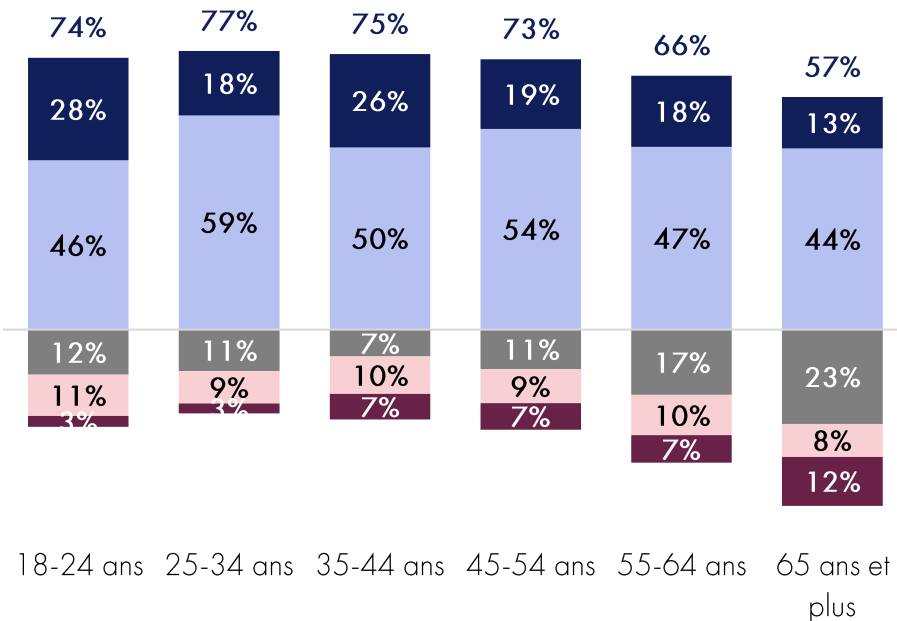


# Un fort intérêt pour une formule « avec reprise », en particulier chez les jeunes

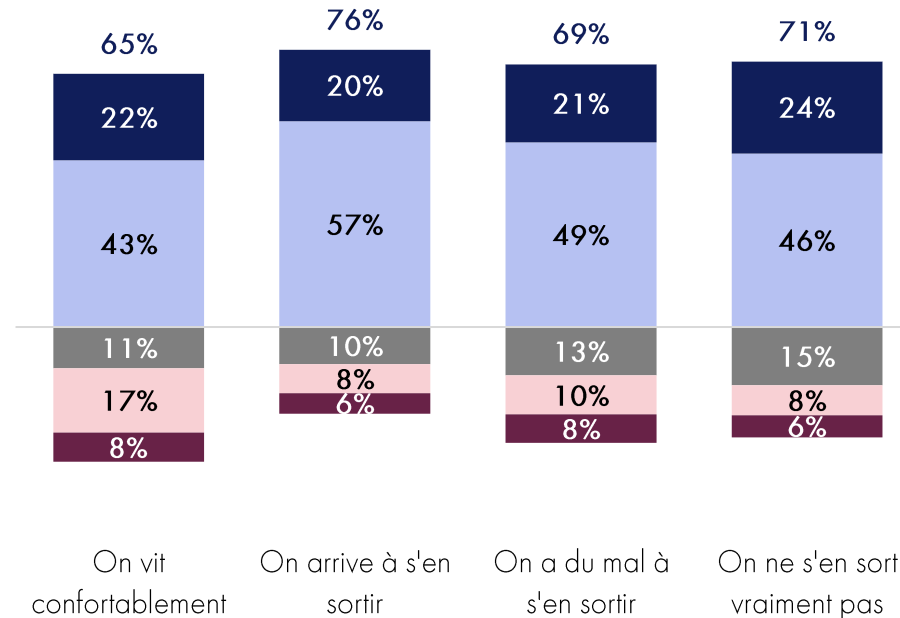
Imaginez une formule dans laquelle au moment de vous vendre un livre, votre libraire s'engagerait sur un prix de reprise (pour le revendre ensuite d'occasion). Une telle formule serait-elle susceptible de vous intéresser ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Selon l'âge



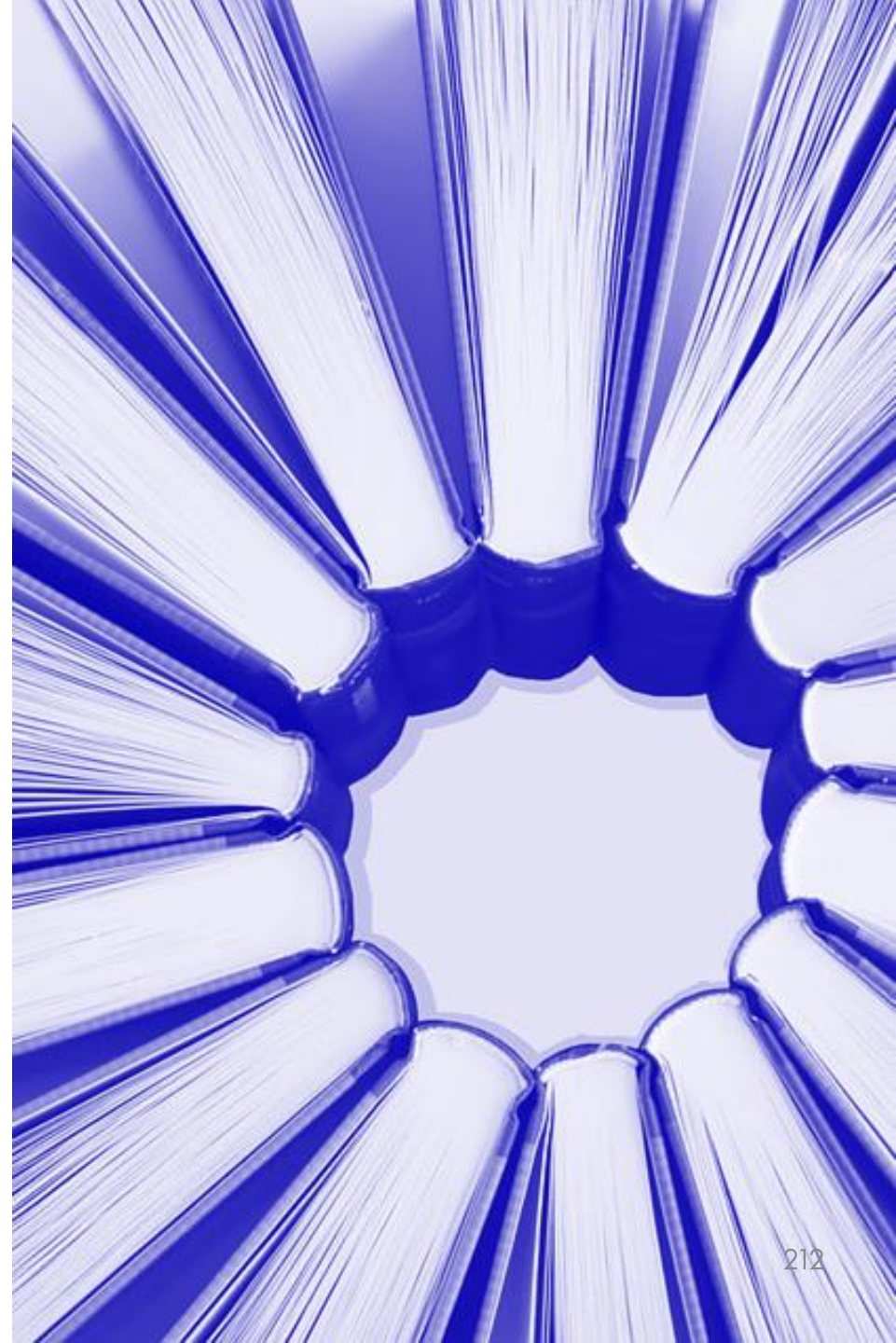
Selon la contrainte budgétaire



# La librairie principale

---

Les offres et services complémentaires

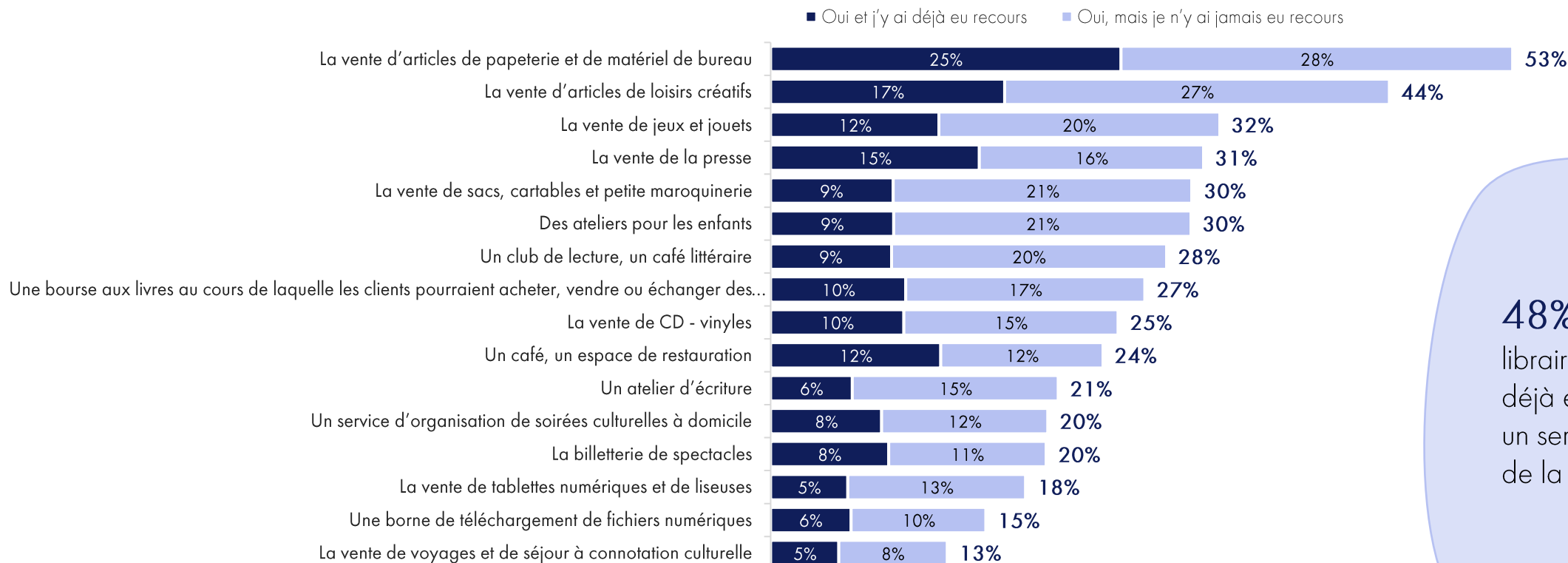


# La plupart des offres complémentaires ne sont proposés que par une faible part des librairies indépendantes

Voici une liste d'offres complémentaires aux livres qu'une librairie est susceptible de proposer à ses clients. Merci d'indiquer si votre librairie les propose et si vous les trouvez utiles.

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

## Ma librairie le propose



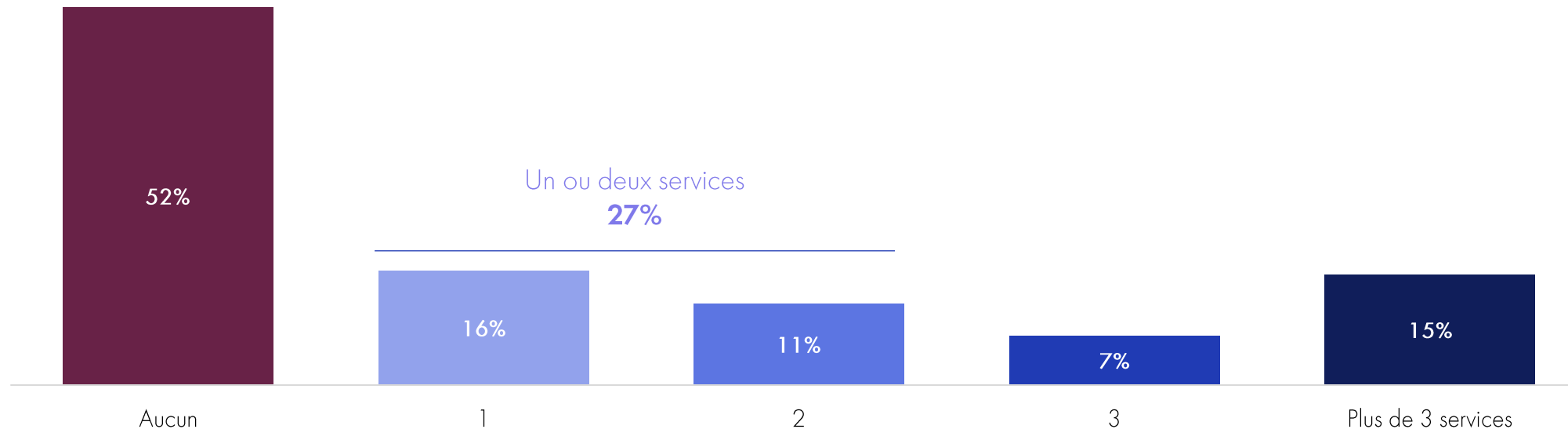
48% des clients des librairies indépendantes ont déjà eu recours à au moins un service complémentaire de la liste

# Une diversification des activités utilisée par la moitié des clients des librairies indépendantes

## Distribution des clients selon le nombre de services utilisés

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Nombre de services complémentaires auxquels les clients ont recours

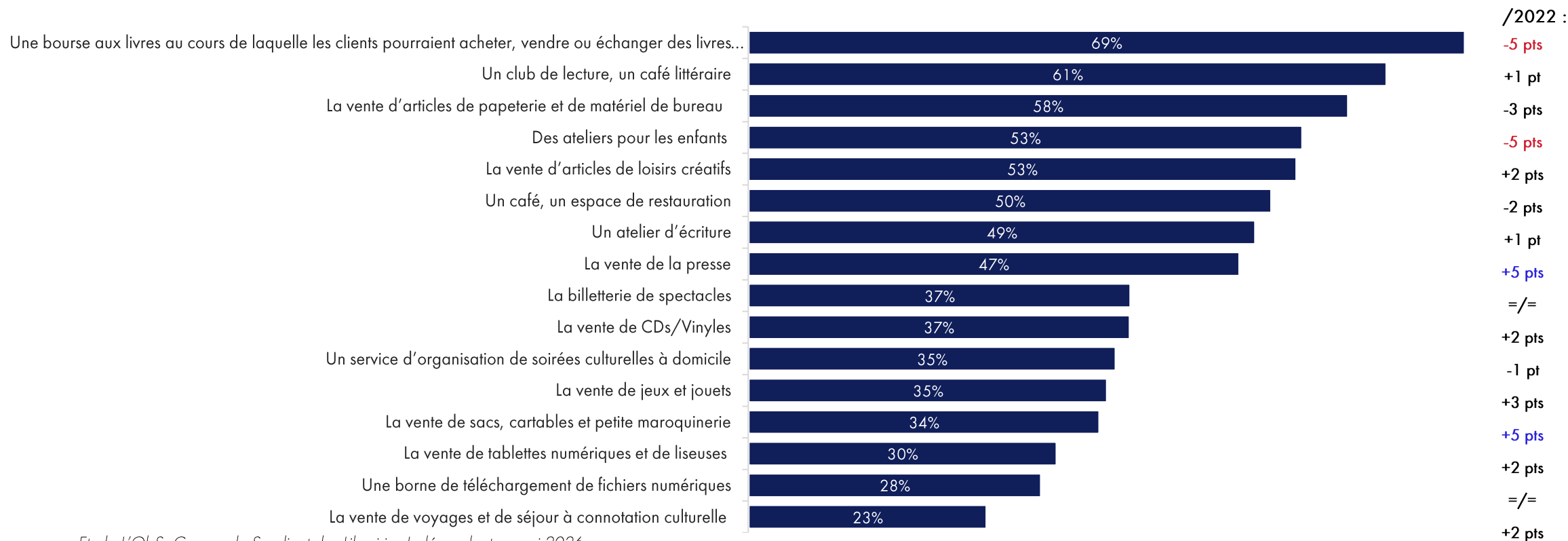


# L'évaluation de l'utilité des offres complémentaires : quelques-unes sortent du lot

Voici une liste d'offres complémentaires aux livres qu'une librairie est susceptible de proposer à ses clients. Merci d'indiquer si votre librairie les propose et si vous les trouvez utiles.

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

## Je trouve cette offre utile



# Une très large majorité des clients ayant accès aux offres complémentaires les trouvent utiles

Voici une liste d'offres complémentaires aux livres qu'une librairie est susceptible de proposer à ses clients. Merci d'indiquer si votre librairie les propose et si vous les trouvez utiles.

Base : clients qui disposent du service, base multiple : n entre 132 et 577

Utilité perçue parmi les clients qui disposent du service



# L'enthousiasme des clients dont la librairie n'offre pas l'accès aux offres complémentaires est plus mesuré. Une prime pour les activités d'animation

Voici une liste d'offres complémentaires aux livres qu'une librairie est susceptible de proposer à ses clients. Merci d'indiquer si votre librairie les propose et si vous les trouvez utiles.

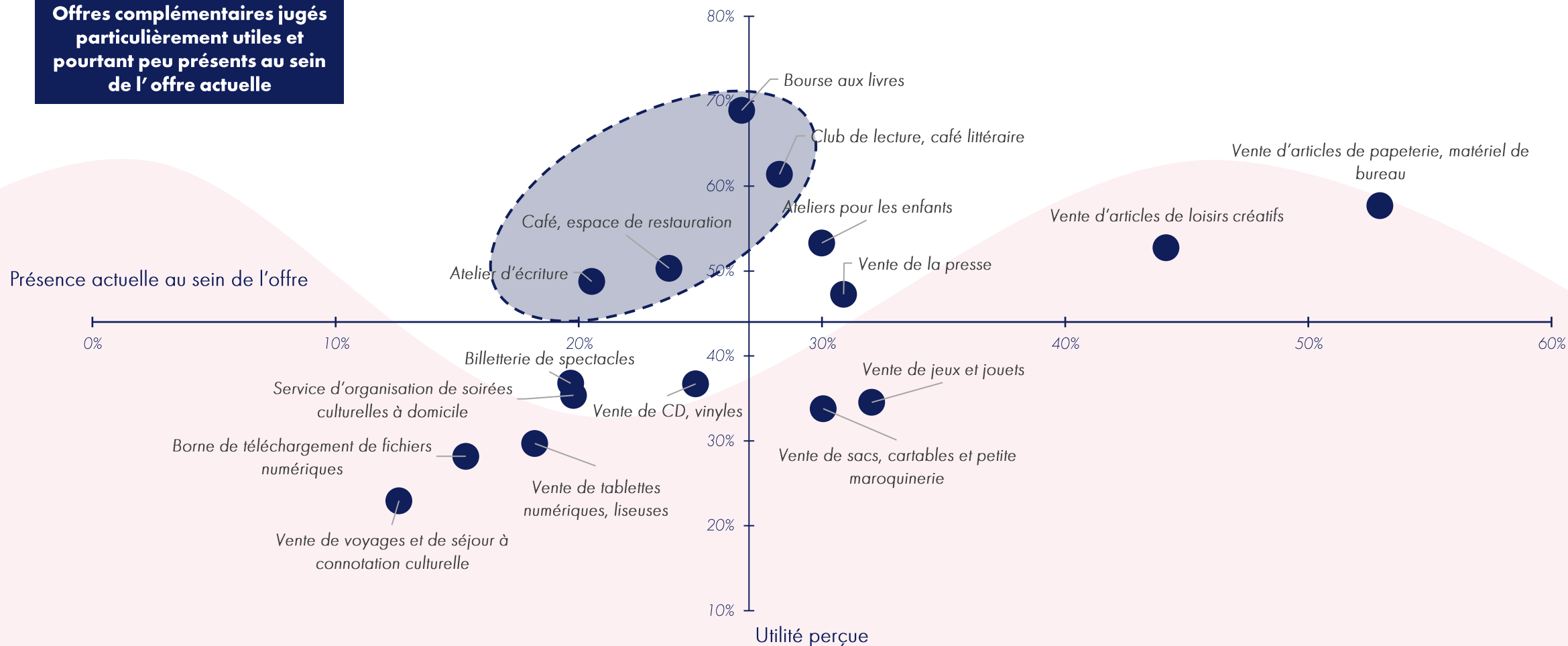
Base : clients qui ne disposent pas du service, base multiple : n entre 527 et 662

Utilité perçue parmi les clients qui ne disposent pas du service



# Cartographie des offres complémentaires en fonction de leur utilité perçue et de leur présence au sein de l'offre actuelle

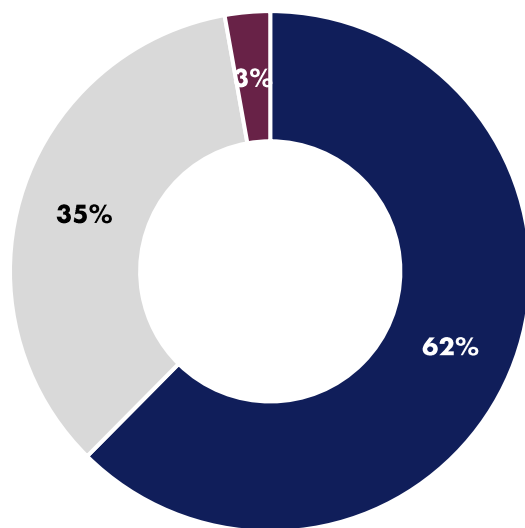
**Offres complémentaires jugés particulièrement utiles et pourtant peu présents au sein de l'offre actuelle**



# Les clients apprécient la diversification des activités de leur librairie, seule une très petite minorité (3%) se dit gênée

Vous avez déclaré que votre librairie proposait des offres complémentaires à la seule vente de livres. Comment voyez-vous cet élargissement des activités des librairies ?

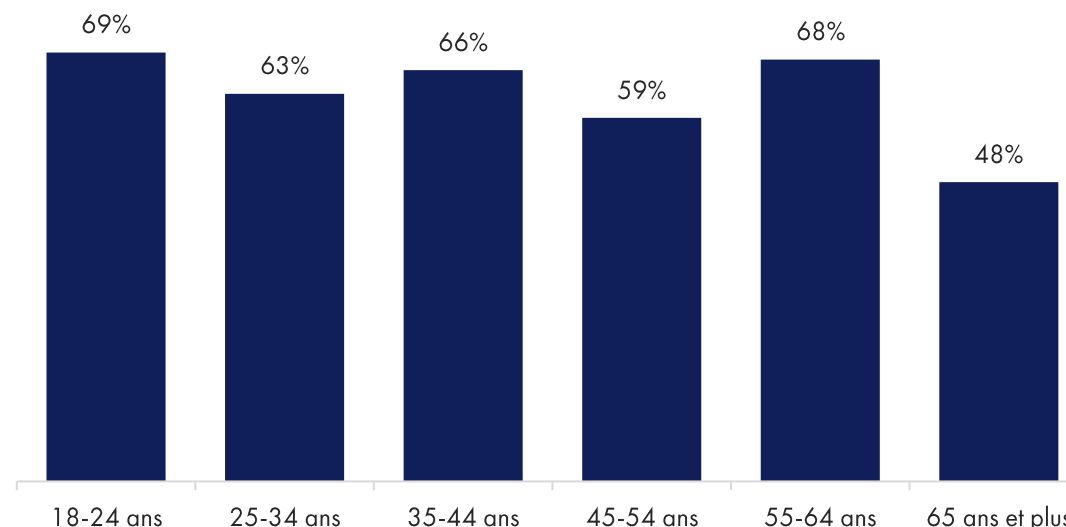
Base : clients dont la librairie propose des produits ou services complémentaires à la vente de livres, n = 895



- C'est une bonne chose que les librairies se modernisent et proposent d'autres articles ou d'autres services
- Cela vous est égal, vous n'y prêtez pas vraiment attention
- Cela vous dérange, les libraires devraient se concentrer sur leur cœur de métier : vendre des livres

## Part des clients qui apprécient la diversification des activités de leur librairie en fonction de l'âge

- % « C'est une bonne chose ... »



# La fidélisation

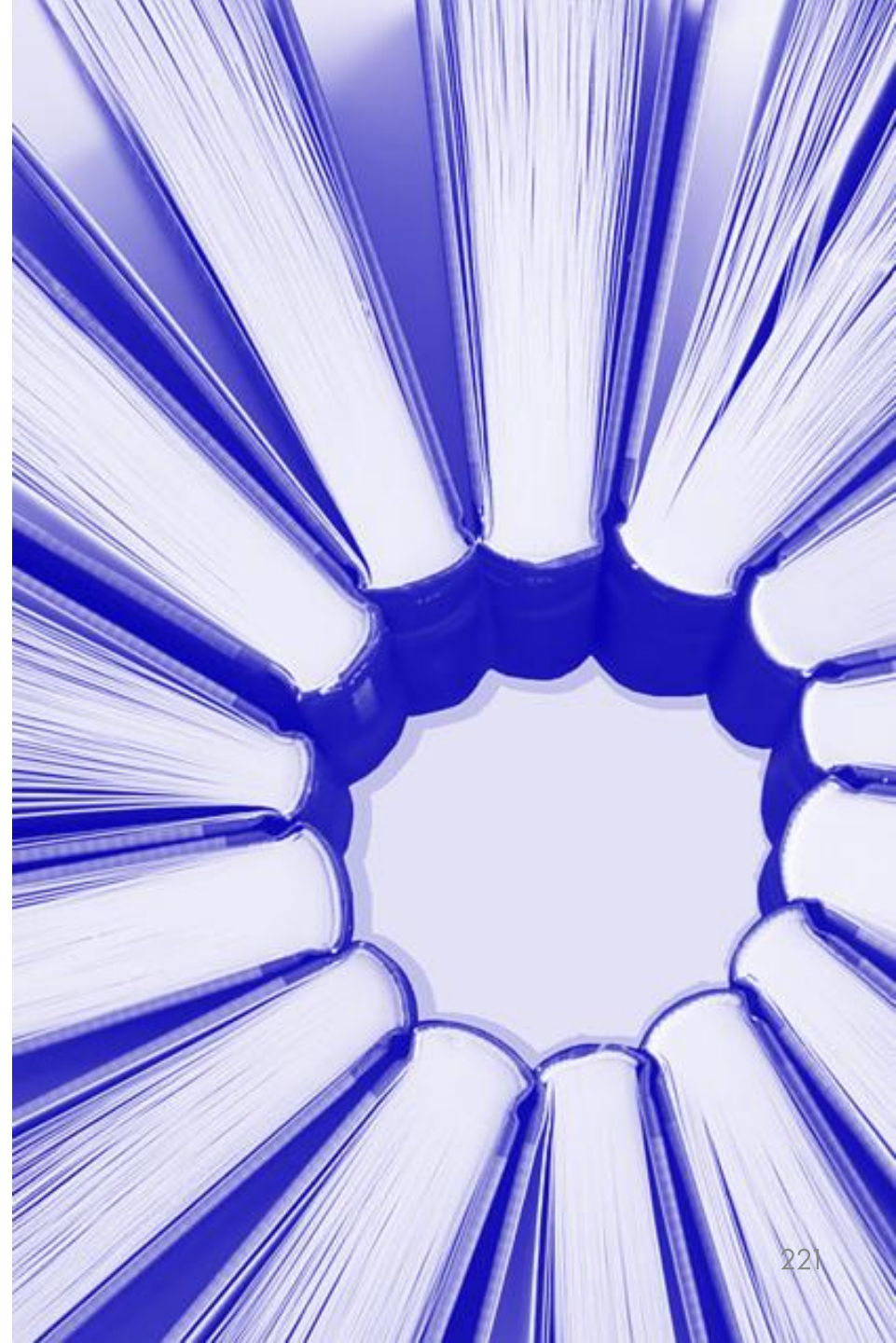
---



# La fidélisation

---

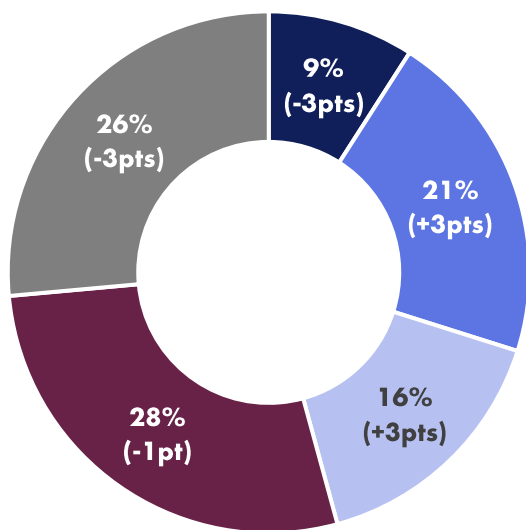
Remise sur le prix des livres



# Près d'une librairie sur deux applique la remise de 5 %. Elles sont de moins en moins nombreuses à l'appliquer systématiquement

Est-ce que votre librairie pratique la remise de -5% sur le prix des livres neufs ?

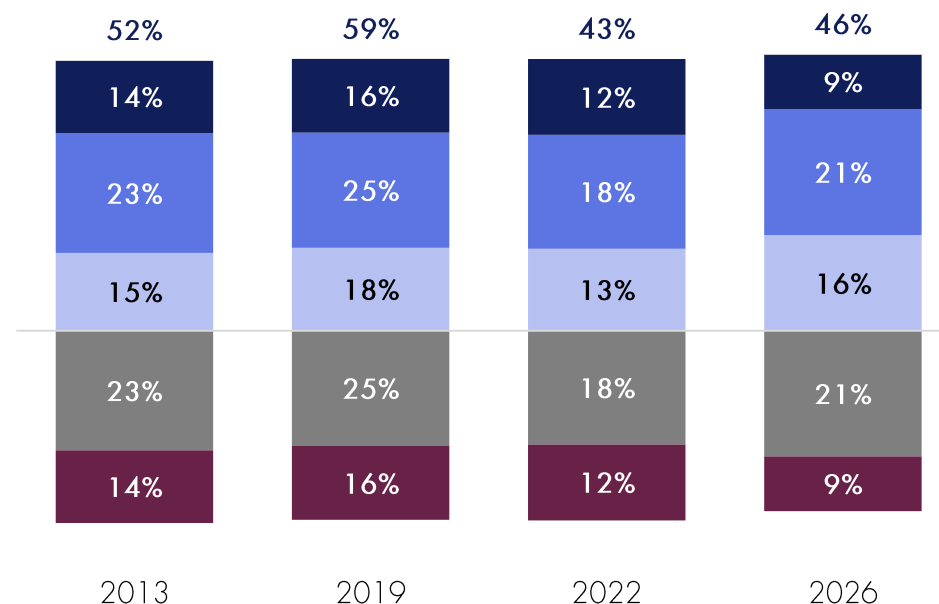
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



**Oui : 46%**  
(+3 pts/2022)

- Oui, systématiquement
- Oui, mais seulement pour les clients qui possèdent la carte de fidélité
- Oui, mais occasionnellement (geste commercial)
- Non
- Je ne sais pas

Évolution

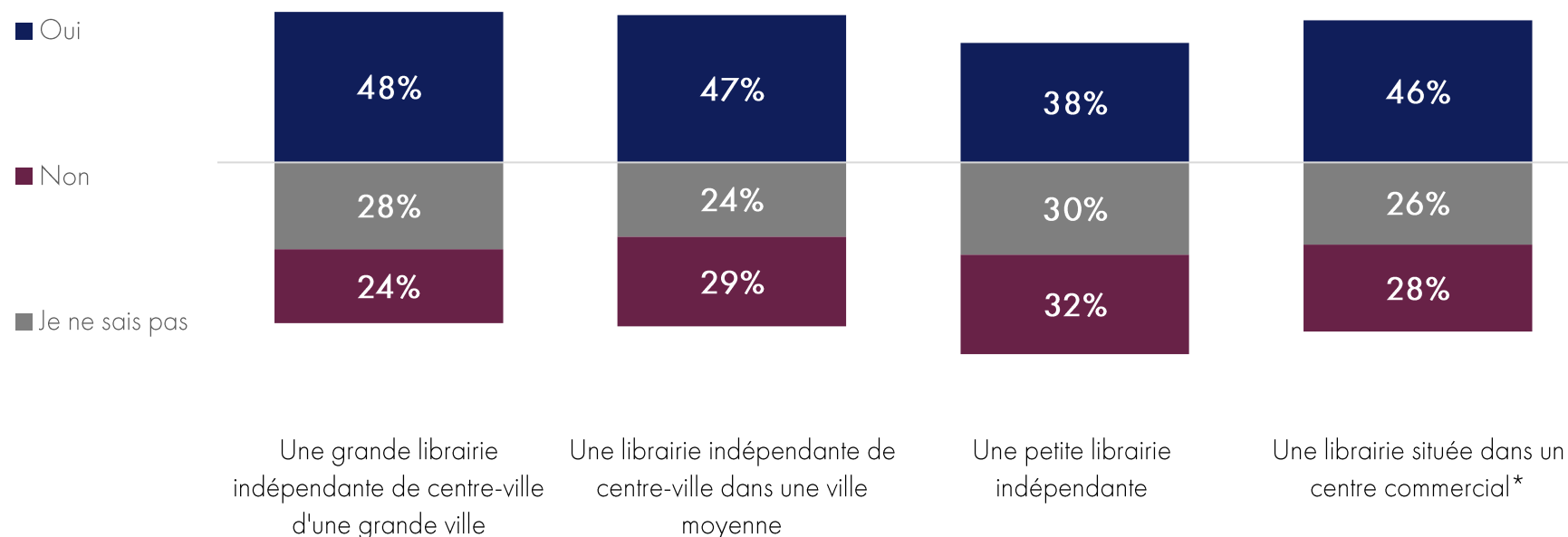


# Les petites librairies pratiquent un peu moins souvent la remise de 5%

Est-ce que votre librairie pratique la remise de -5% sur le prix des livres neufs ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

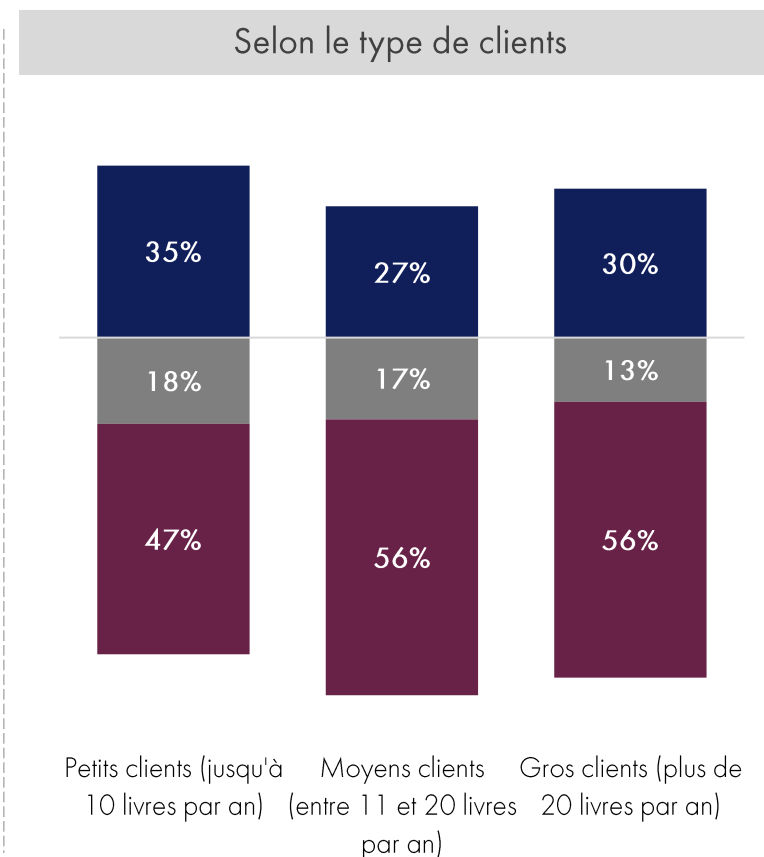
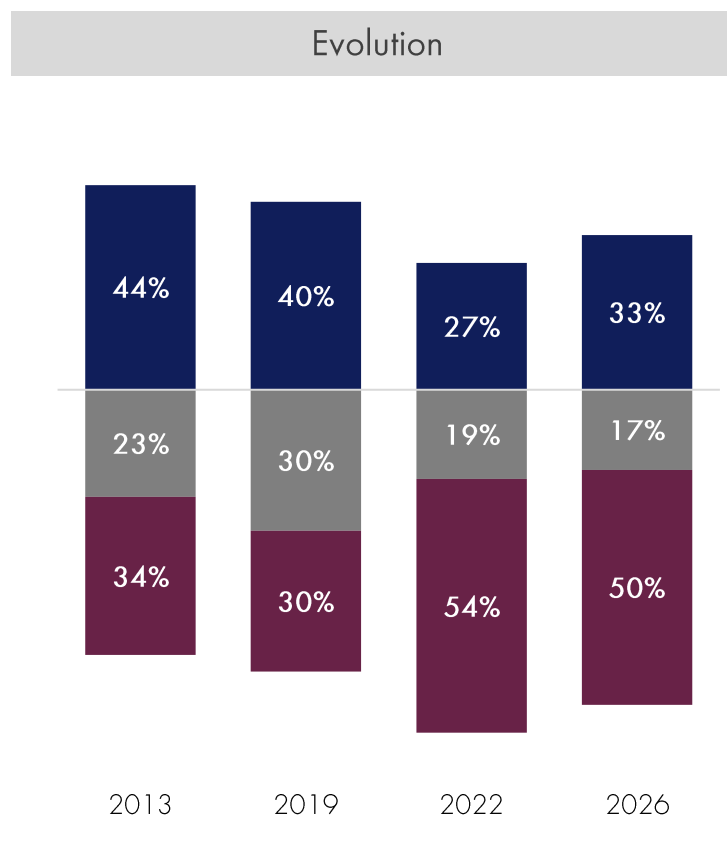
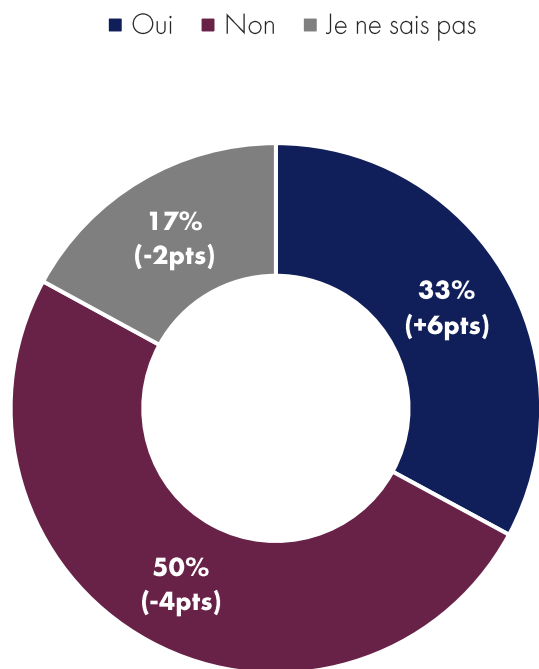
Selon le type de librairie fréquentée



# Le risque d'évasion de la clientèle en cas d'arrêt de la pratique de -5% est modéré mais non négligeable

Si votre librairie arrêtaient de pratiquer la remise -5% sur le prix des livres, pensez-vous que vous réaliseriez une part moins importante de vos achats de livres auprès d'elle ?

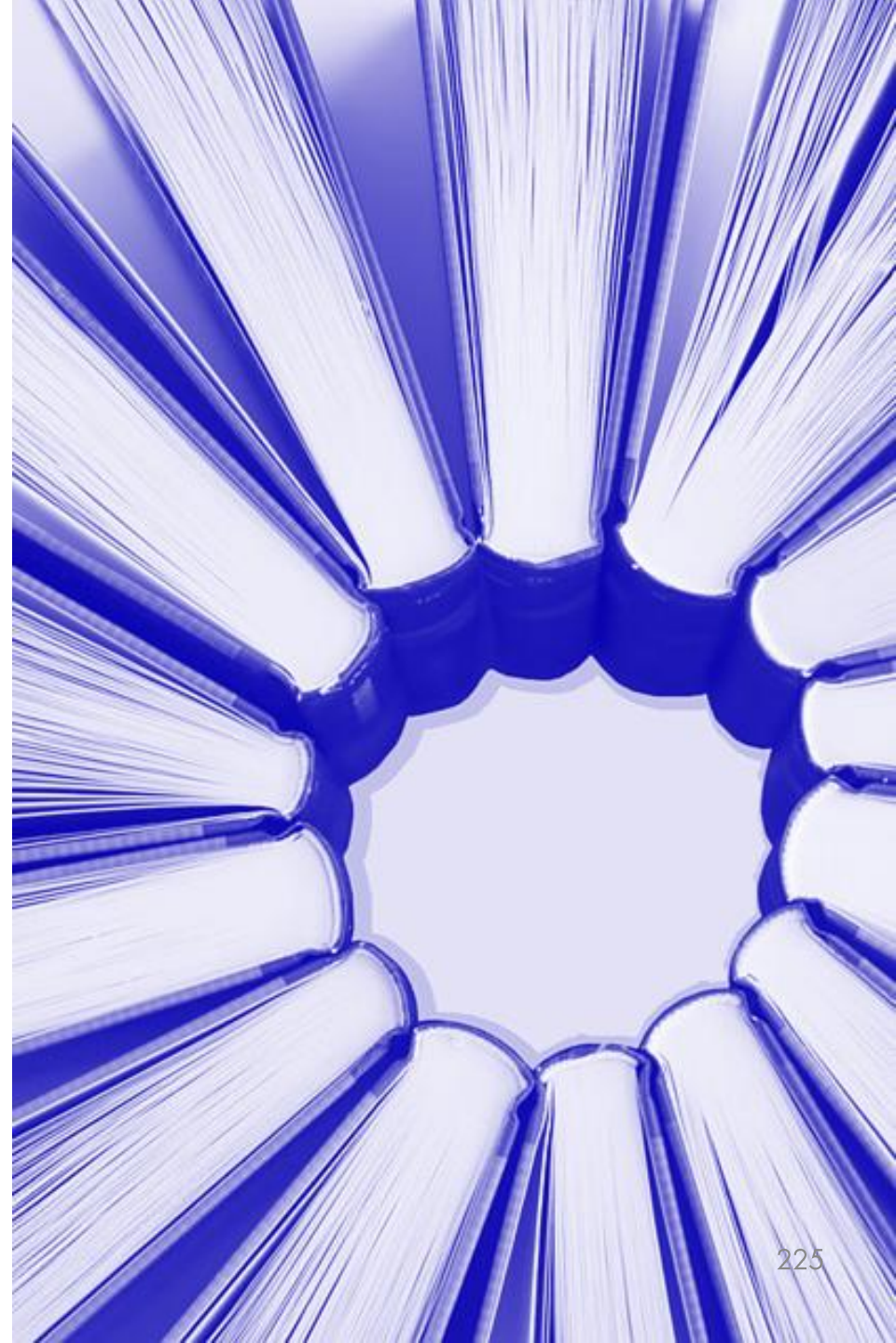
Base : bénéficiant d'une remise de 5% systématique, n = 320



# La fidélisation

---

Carte de fidélité et formule  
« client privilégié »



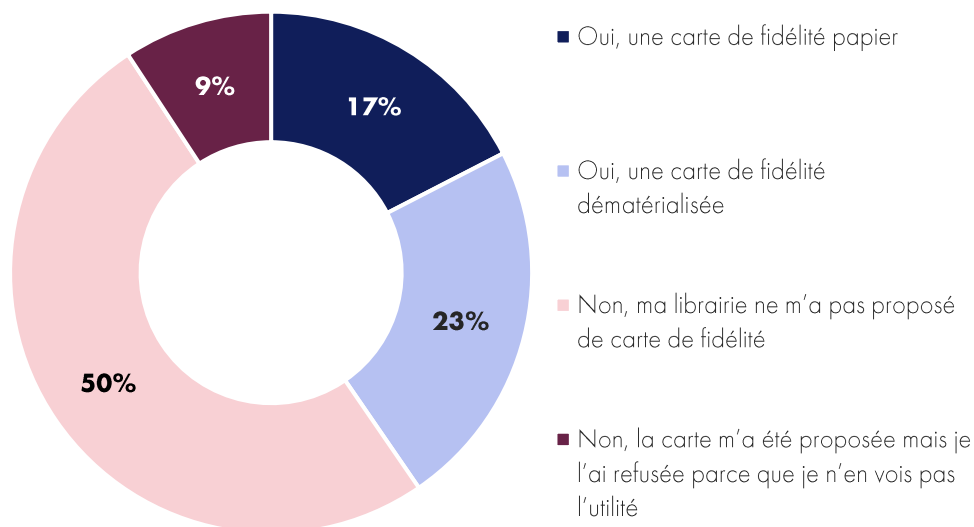
# La part de clients porteurs d'une carte de fidélité augmente après avoir été relativement stable au cours des 9 dernières années

Est-ce que vous possédez la carte de fidélité de votre librairie ?

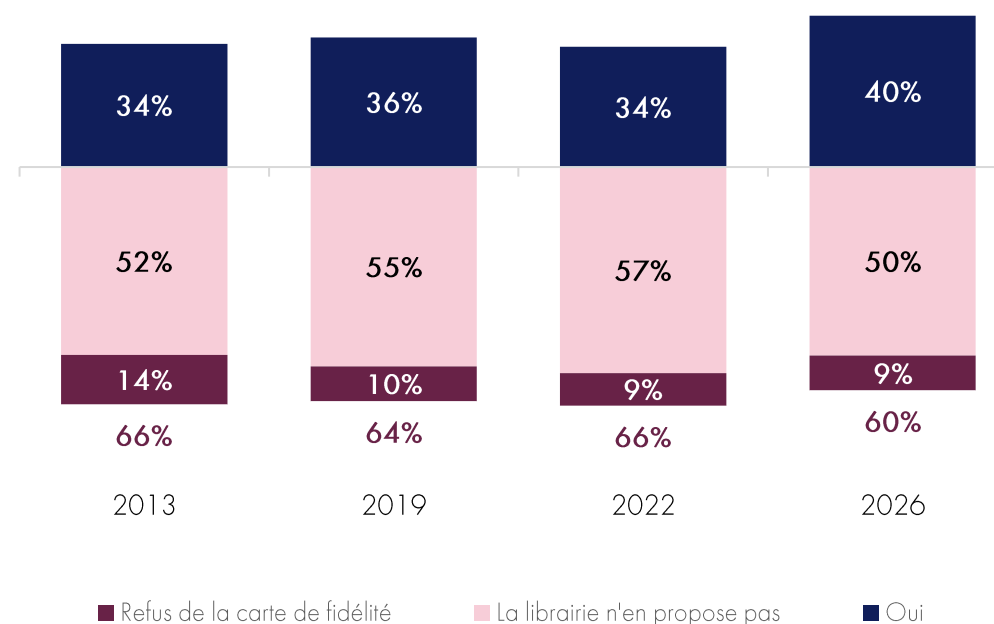
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

**Non : 60%**  
**(-7 pts/2022)**

**Oui : 40%**  
**(+7 pts/2022)**



Évolution



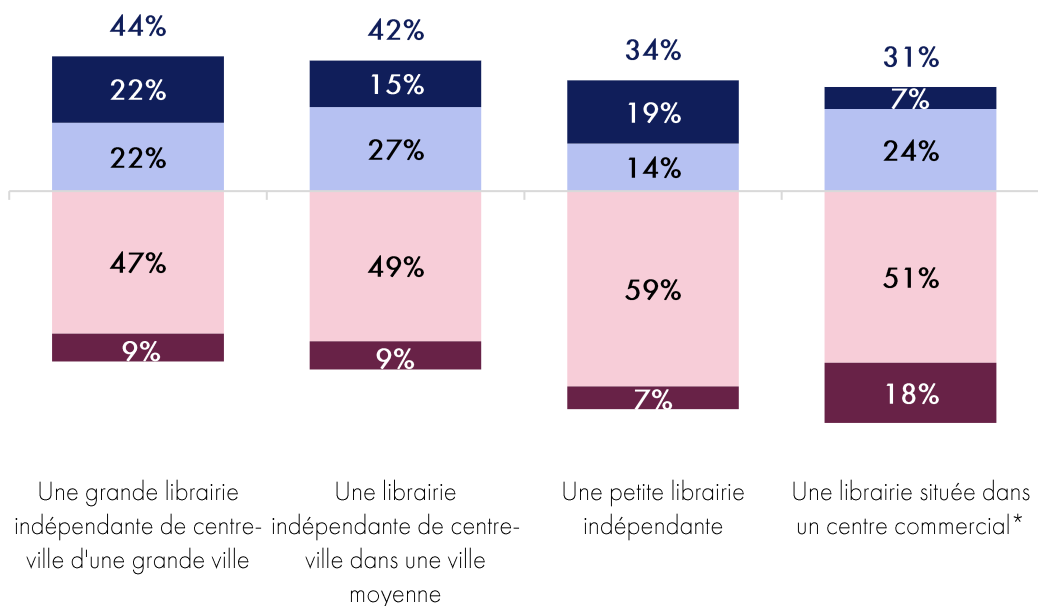
# Les cartes fidélité, légèrement plus répandues dans les librairies de grande ville

Est-ce que vous possédez la carte de fidélité de votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

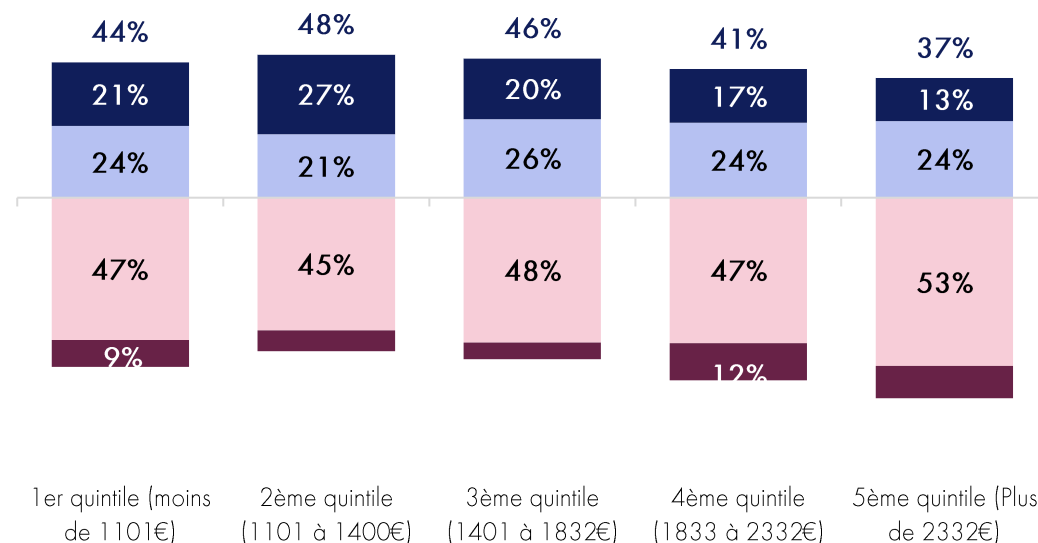
Selon le type de librairie fréquenté

■ Carte de fidélité dématérialisée ■ Carte de fidélité papier  
■ La librairie n'en propose pas ■ Refus de la carte de fidélité



Selon le niveau des revenus du foyer (par unité de consommation)

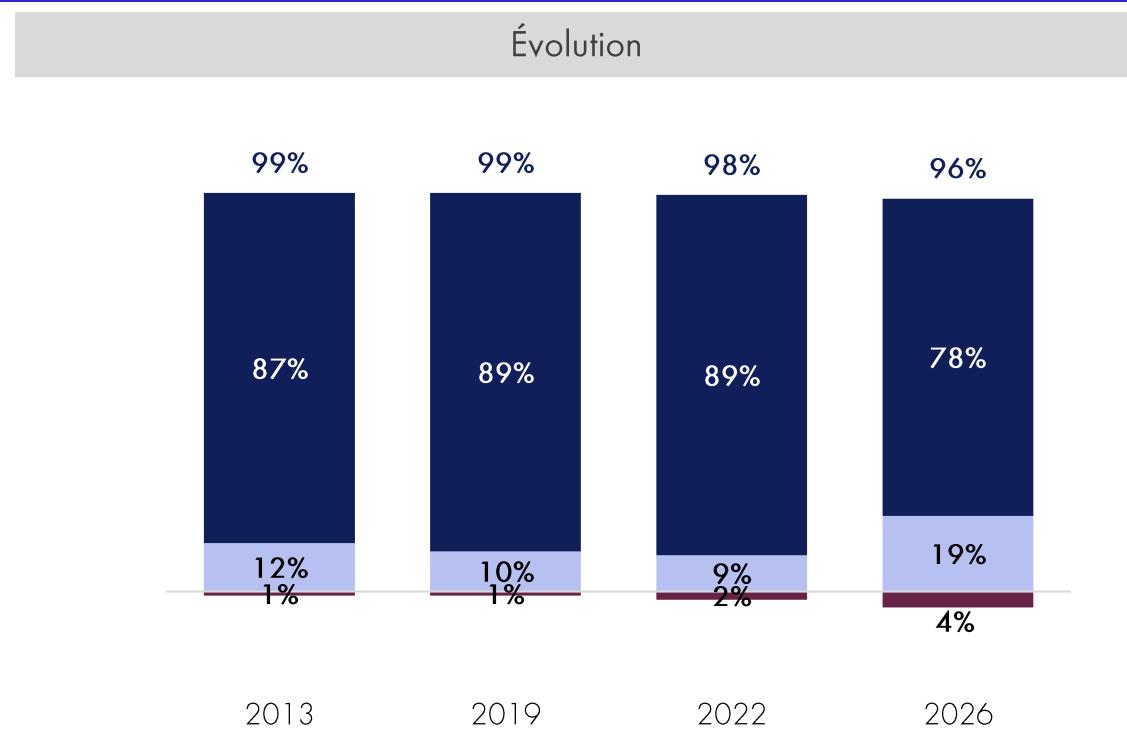
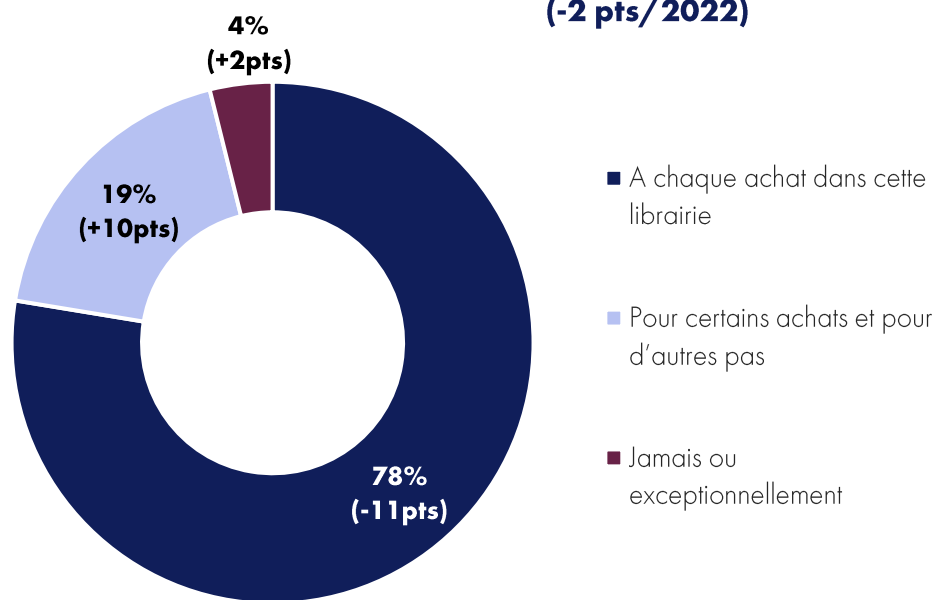
■ Carte de fidélité dématérialisée ■ Carte de fidélité papier  
■ La librairie n'en propose pas ■ Refus de la carte de fidélité



# L'usage de la carte fidélité parmi les clients porteurs est globalement stable, mais cette stabilité cache une chute brutale du taux d'utilisateurs systématiques depuis quatre ans

## Utilisez-vous votre carte de fidélité ?

Base : clients porteurs d'une carte de fidélité, n = 440



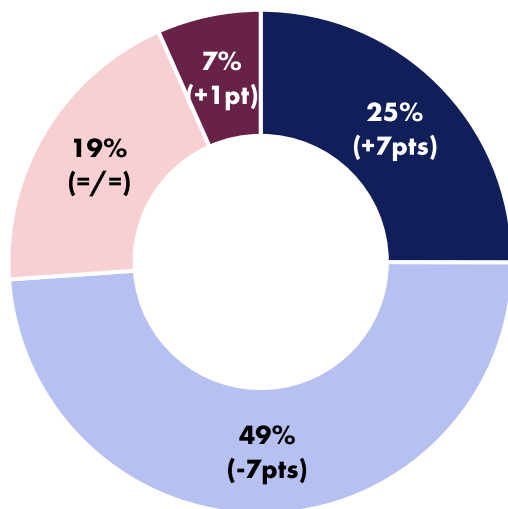
# Un intérêt encore plus fortement répandu pour un programme de fidélité de la part des librairies qui n'en ont pas

Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) à ce que votre librairie vous propose une carte de fidélité ?

Base : clients dont la librairie ne propose pas de carte de fidélité, n = 562

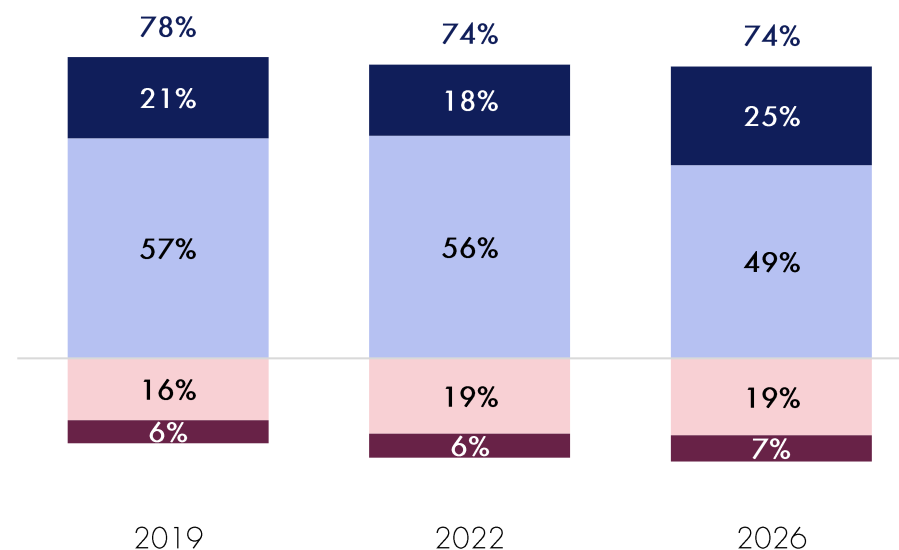
**Pas intéressé : 26%**  
(+1pt/2022)

**Intéressé : 74%**  
(= /= /2022)



- Je serais très intéressé(e)
- Je serais plutôt intéressé(e)
- Je ne serais plutôt pas intéressé(e)
- Je ne serais pas tout intéressé(e)

## Évolution

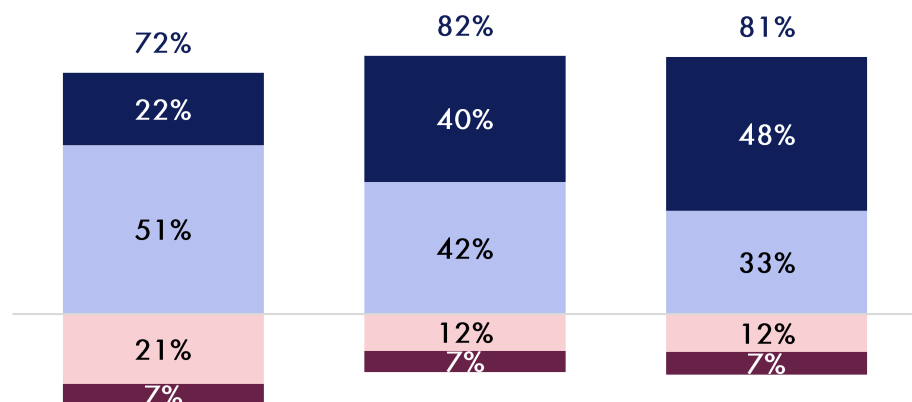


# Un intérêt encore plus fortement répandu parmi les gros acheteurs

Dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) à ce que votre librairie vous propose une carte de fidélité ?

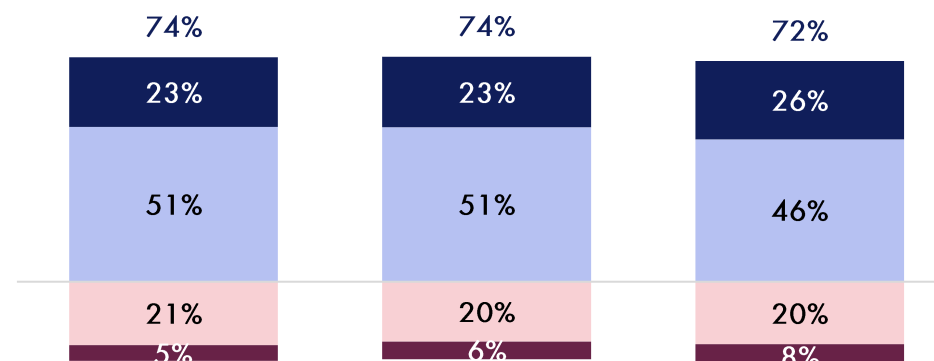
Base : clients dont la librairie ne propose pas de carte de fidélité, n = 562

Selon la quantité de livres achetés en librairies indépendantes



Petits clients (jusqu'à 10 livres par an) Moyens clients (entre 11 et 20 livres par an) Gros clients (plus de 20 livres par an)

Selon la contrainte budgétaire



On vit confortablement On arrive à s'en sortir On a du mal à s'en sortir ou on s'en sort vraiment pas

■ Je serais plutôt intéressé(e) ■ Je serais très intéressé(e)  
 ■ Je ne serais plutôt pas intéressé(e) ■ Je ne serais pas tout intéressé(e)

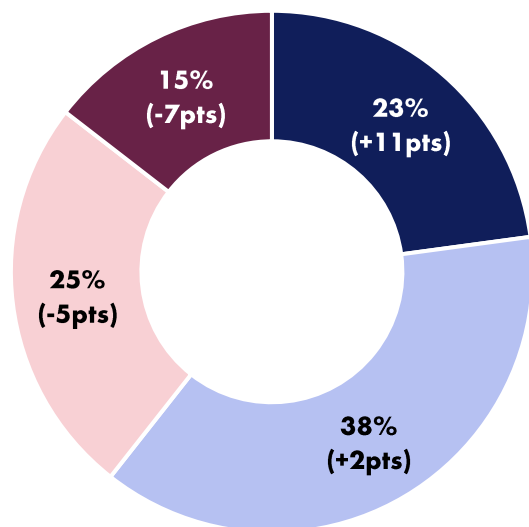
# Un intérêt marqué pour une formule d'abonnement « client privilégié »

Imaginez une formule « client privilégié » qui vous serait proposée par votre librairie\* [...]. Quel serait a priori votre intérêt pour une telle formule ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

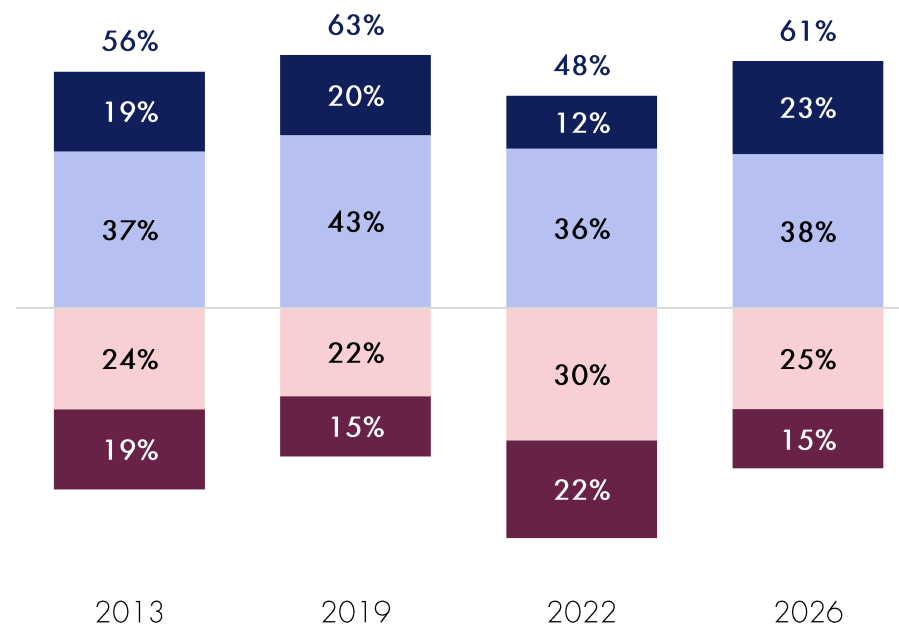
**Pas intéressé : 39%**  
(-13 pts/2022)

**Intéressé : 61%**  
(+13 pts/2022)



- Je serais très intéressé(e)
- Je serais plutôt intéressé(e)
- Je ne serais plutôt pas intéressé(e)
- Je ne serais pas tout intéressé(e)

Évolution



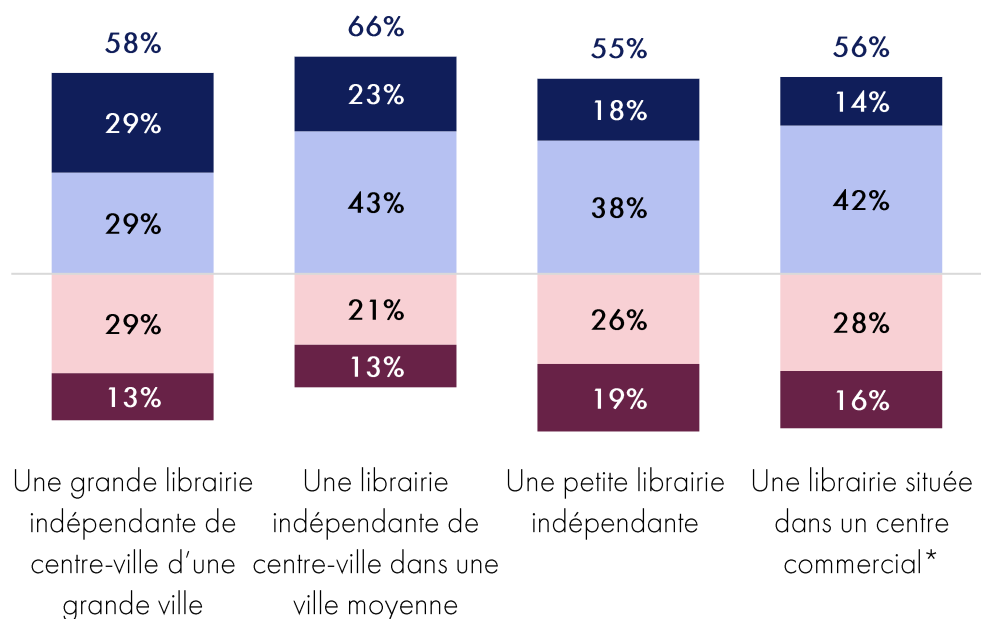
\* Cette formule consisterait à accorder un certain nombre d'avantages au client - réductions, avant-premières, rencontres avec des auteurs, services en ligne... - moyennant une cotisation annuelle. *Etude L'ObSoCo pour le Syndicat des Librairies Indépendantes, mai 2026*

# Un intérêt pour la formule plus fort chez les clients moyens des librairies moyennes

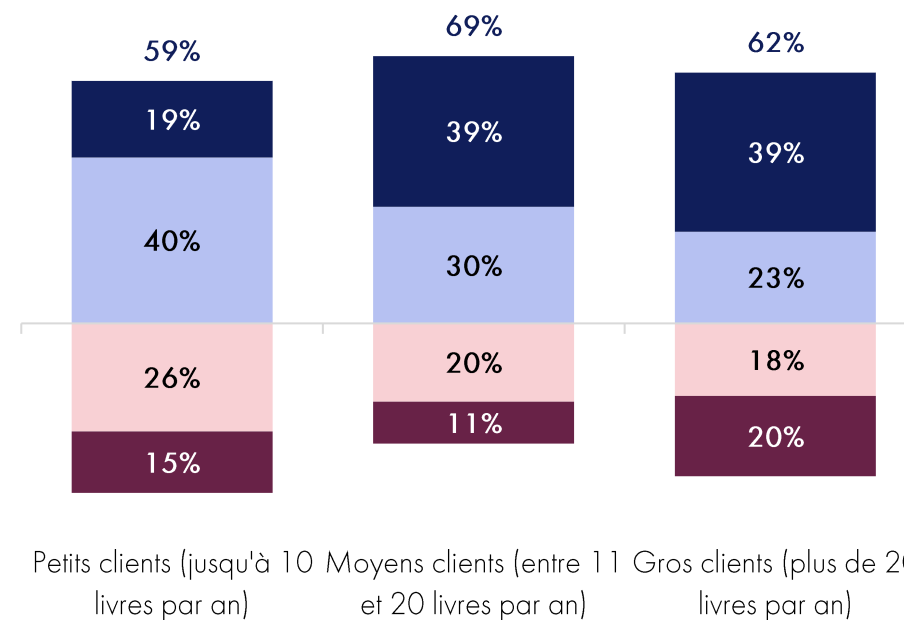
Intérêt pour la formule « client privilégié » proposée par sa librairie

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Selon le type de librairie fréquentée



Selon le type de clients



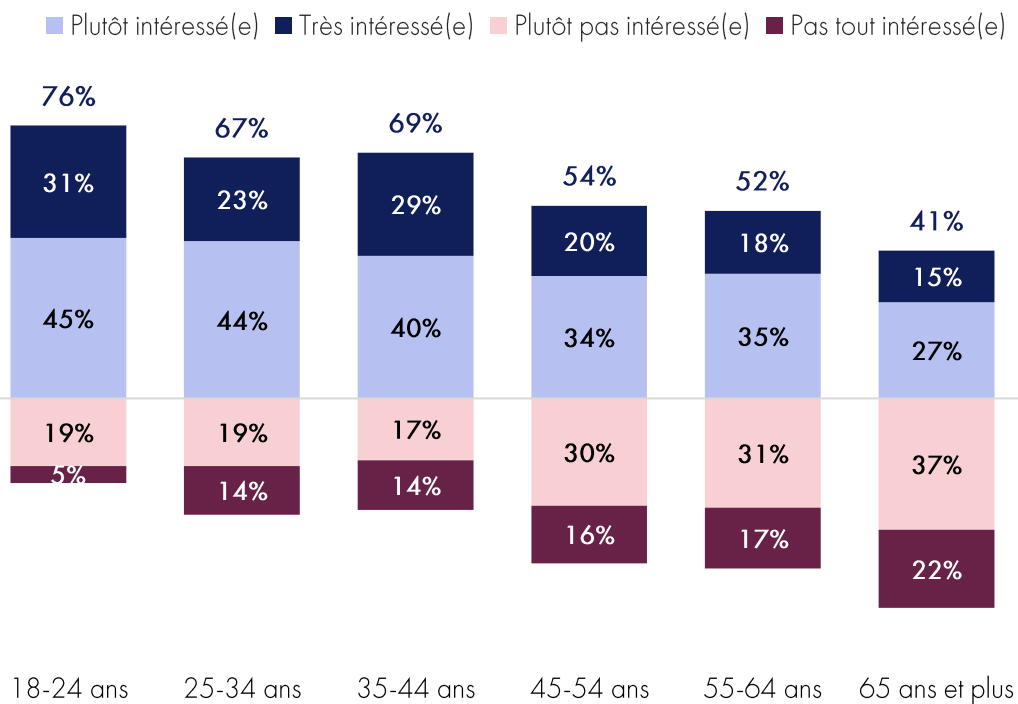
■ Plutôt intéressé(e) ■ Très intéressé(e) ■ Plutôt pas intéressé(e) ■ Pas tout intéressé(e)

# Les jeunes et les clients les plus précaires, davantage séduits par une formule « client privilégié »

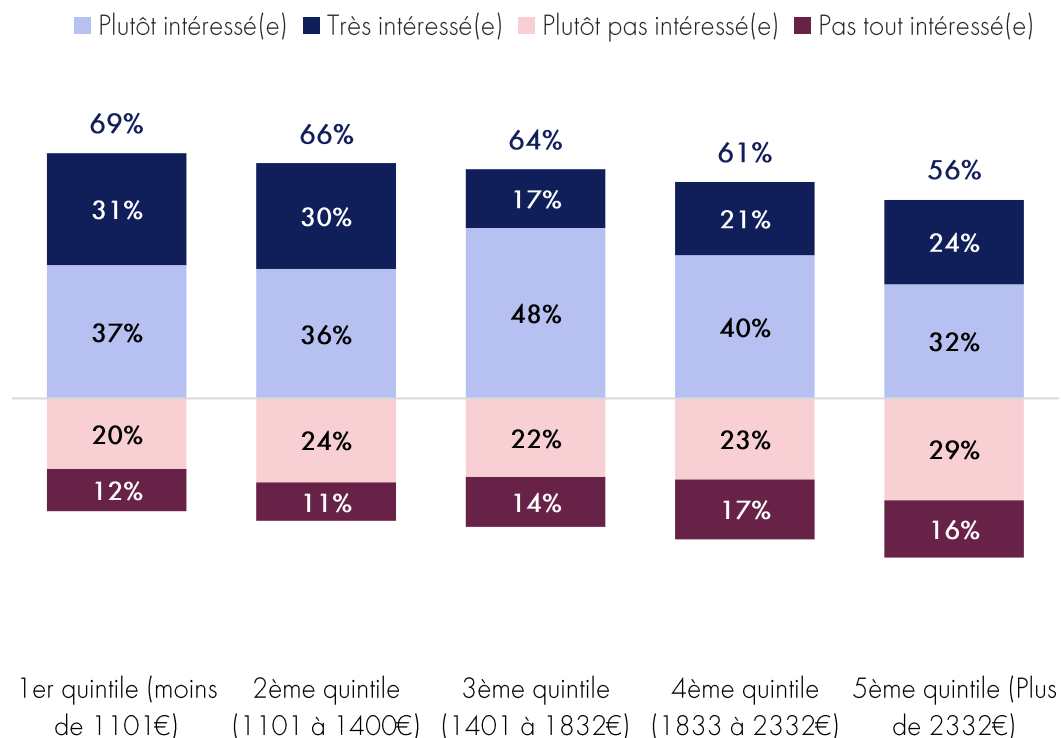
Intérêt pour la formule « client privilégié » proposée par sa librairie

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Selon le type de librairie fréquentée



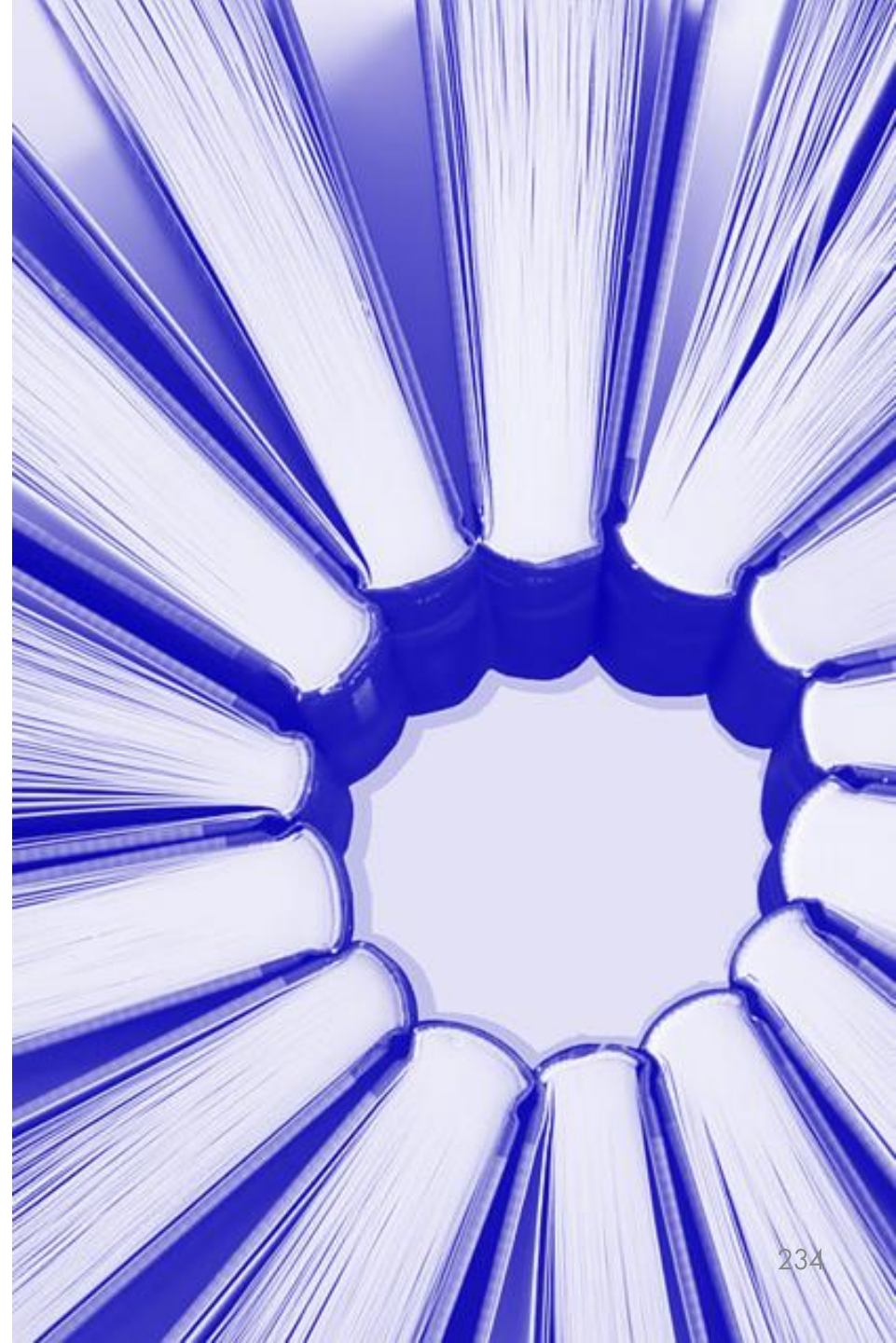
Selon le type de clients



# La fidélisation

---

Attachement et critères de  
fidélité



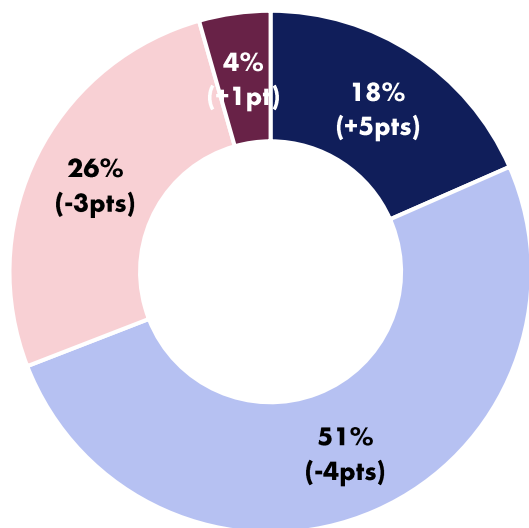
# 69 % des clients se considèrent comme des clients fidèles de leur librairie principale

Vous estimez-vous comme étant un client fidèle de votre librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

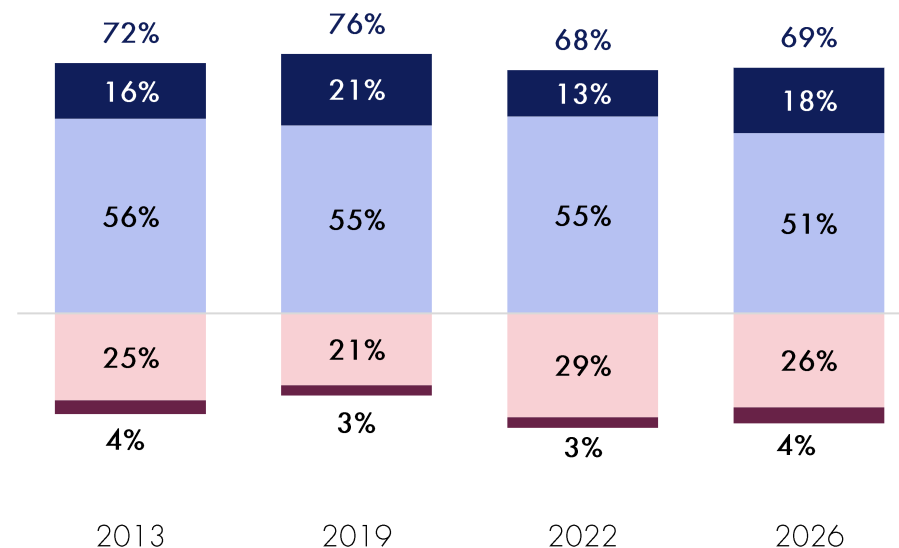
**Non : 31%**  
(-1 pt/2022)

**Oui : 69%**  
(+1 pt/2022)



- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout

## Évolution

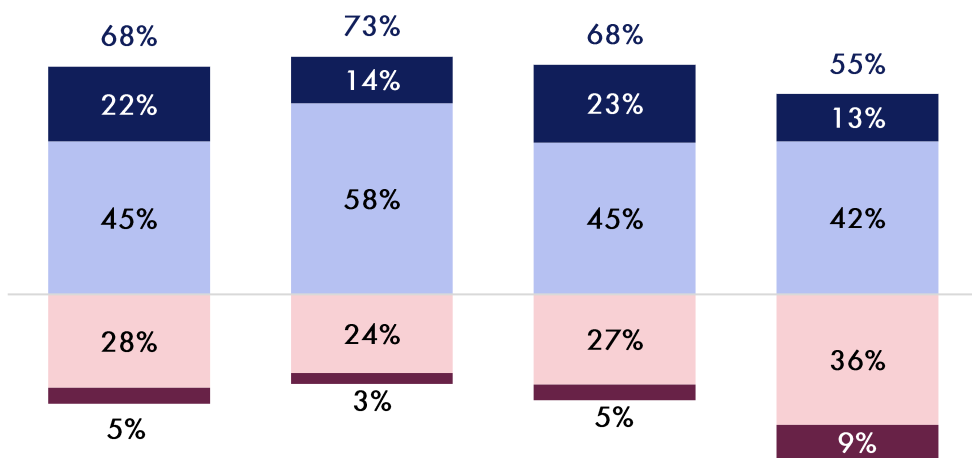


# La fidélité déclarée est à son plus haut niveau pour les librairies de centre-ville de villes moyennes et chez les gros acheteurs de livres

**Vous estimez-vous comme étant un client fidèle de votre librairie ?**

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

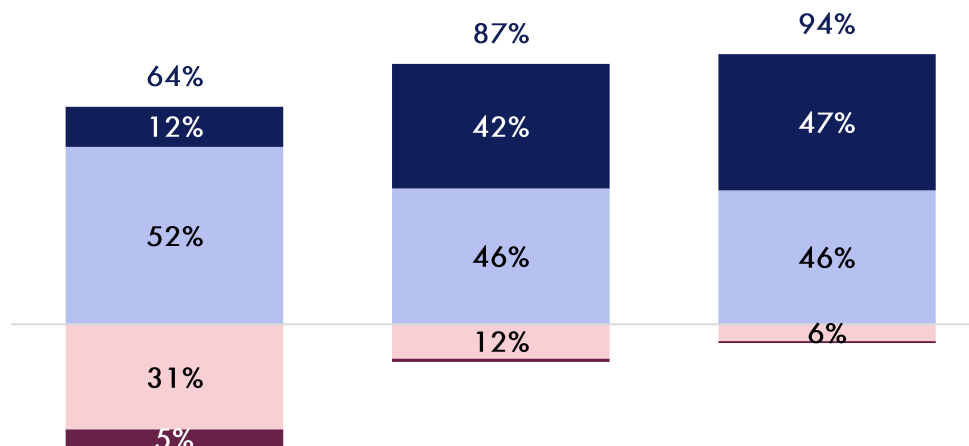
Selon le type de librairie fréquentée



Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville  
 Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne  
 Une petite librairie indépendante  
 Une librairie située dans un centre commercial\*

■ Oui, plutôt ■ Oui, tout à fait ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

Selon le type de clients



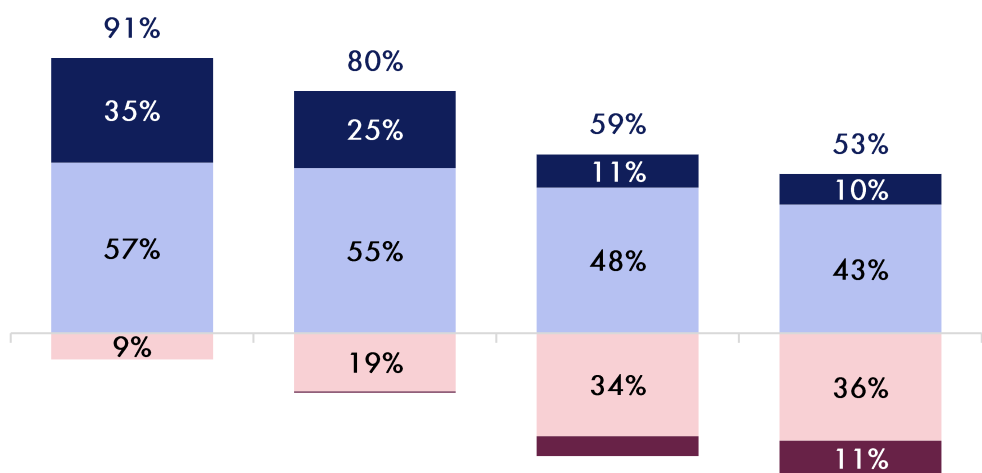
Petits clients (jusqu'à 10 livres par an)  
 Moyens clients (entre 11 et 20 livres par an)  
 Gros clients (plus de 20 livres par an)

# Les librairies situées au sein de centres commerciaux génèrent moins fréquemment un sentiment de fidélité

**Vous estimez-vous comme étant un client fidèle de votre librairie ?**

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

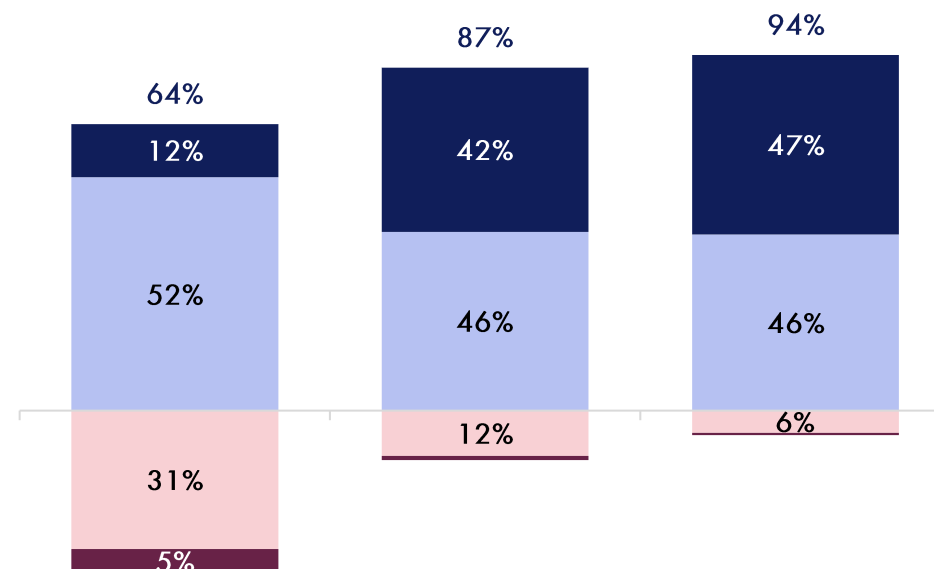
Selon la possession d'une carte de fidélité de sa librairie



Porteurs d'une carte de fidélité papier    Porteurs d'une carte de fidélité dématérialisée    Clients dont la librairie ne propose pas de carte    Clients qui ont refusé la carte de fidélité

■ Oui, plutôt    ■ Oui, tout à fait    ■ Non, plutôt pas    ■ Non, pas du tout

Selon le type de clients



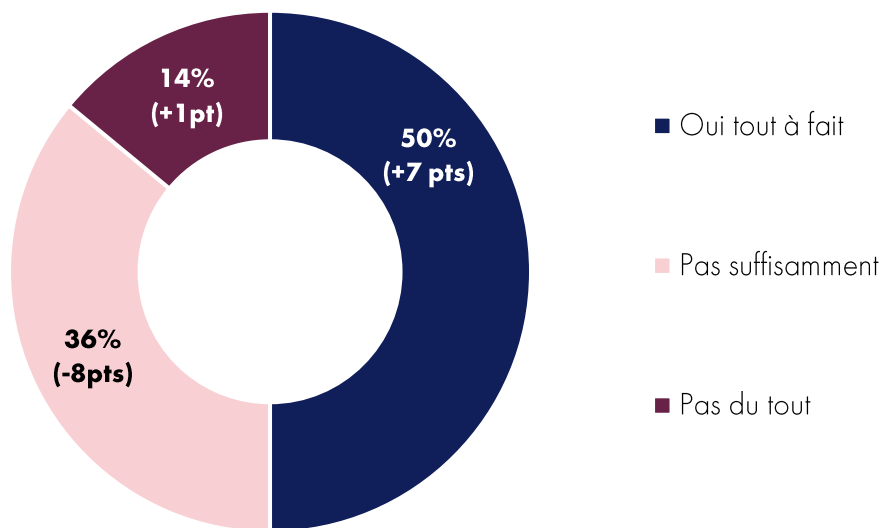
Petits clients (jusqu'à 10 livres par an)    Moyens clients (entre 11 et 20 livres par an)    Gros clients (plus de 20 livres par an)

# La fidélité : trop peu récompensée pour une moitié des clients des librairies indépendantes, mais ça s'améliore

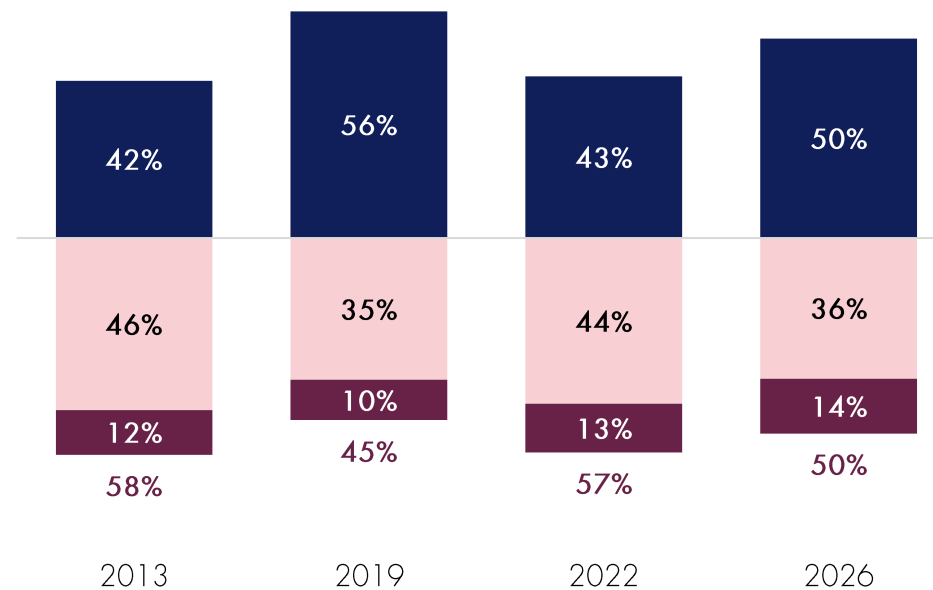
Estimez-vous que votre librairie reconnaît et récompense comme il se doit votre fidélité ?

Base : clients s'estimant fidèles, n = 756

**Non : 50%**  
**(-7 pt/2022)**



Évolution

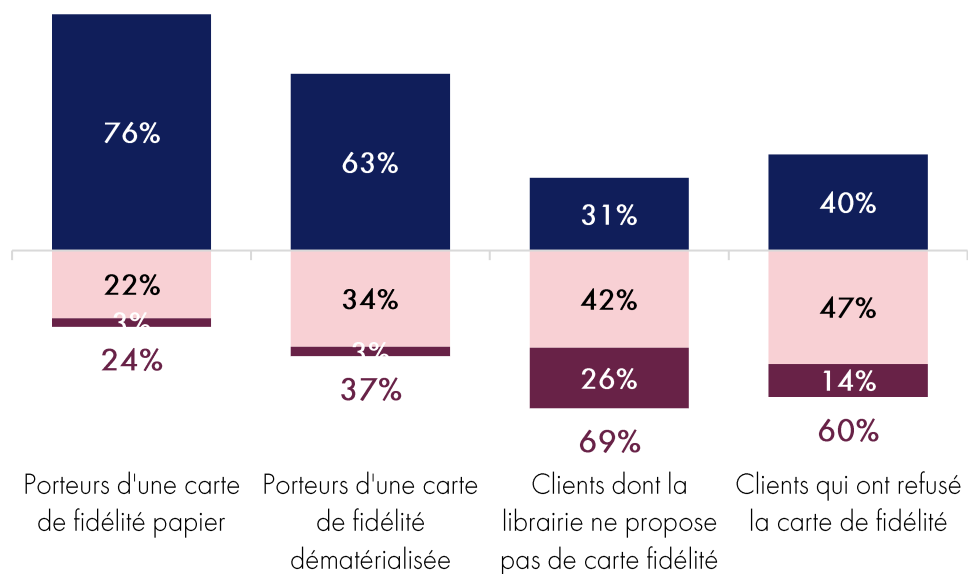


# Les clients porteurs d'une carte apprécient davantage la manière dont les librairies reconnaissent et récompensent leur fidélité

Estimez-vous que votre librairie reconnaît et récompense comme il se doit votre fidélité ?

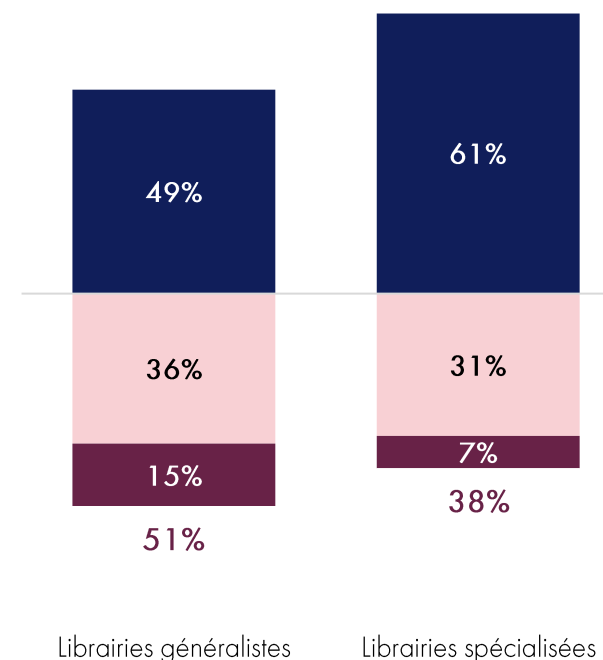
Base : clients s'estimant fidèles, n = 756

Selon la possession d'une carte de fidélité



■ Oui, tout à fait ■ Pas suffisamment ■ Pas du tout

Selon le type de librairie fréquentée

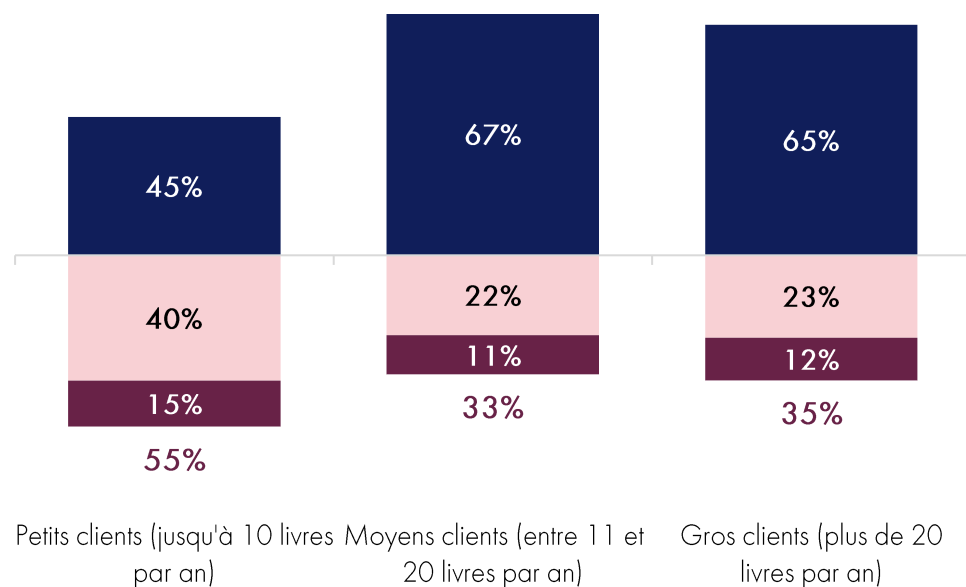


# C'est parmi les petits acheteurs de livres que la proportion de clients estimant leur fidélité mal récompensée est la plus élevée

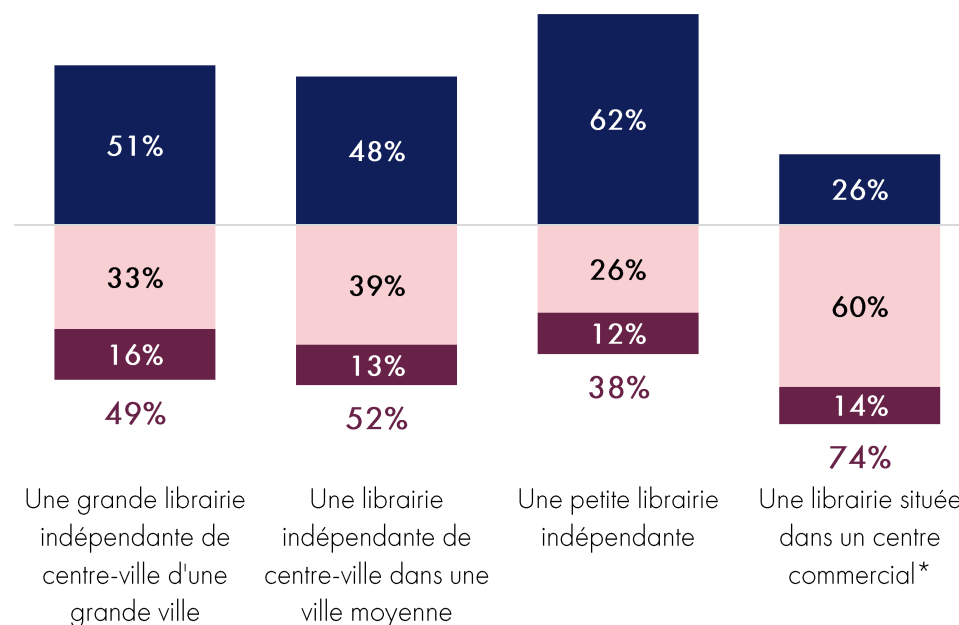
Estimez-vous que votre librairie reconnaît et récompense comme il se doit votre fidélité ?

Base : clients s'estimant fidèles, n = 756

Selon le type de clients



Selon le type de librairie fréquentée



■ Oui, tout à fait ■ Pas suffisamment ■ Pas du tout

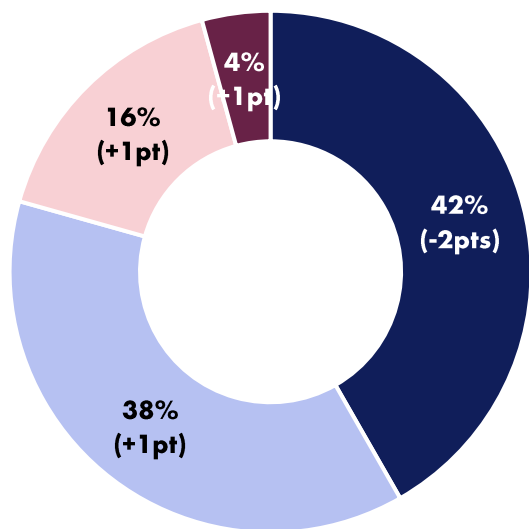
# Une fidélité toujours forte couplée à un fort attachement

Si votre librairie devait déplacer son point de vente de sorte que vous auriez besoin de 10 minutes supplémentaires pour vous y rendre, pensez-vous que vous continueriez à fréquenter votre librairie avec la même fréquence ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

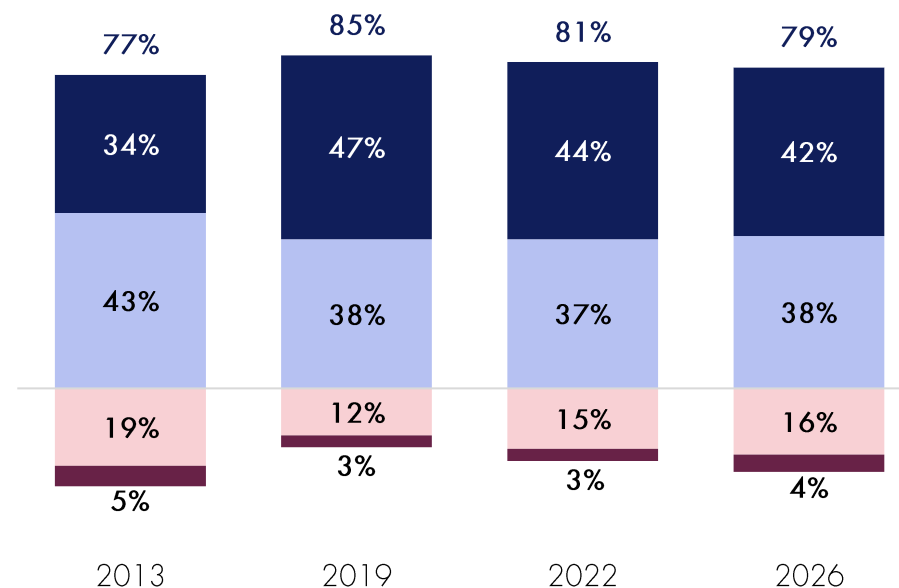
**Non : 21%**  
(+2 pt/2022)

**Oui : 79%**  
(-2 pt/2022)



- Oui certainement, cela ne changerait en rien mes habitudes
- Je continuerais de fréquenter ma librairie, mais un peu moins souvent
- Je fréquenterais sans doute beaucoup moins ma librairie
- Je cesserais probablement de fréquenter ma librairie

## Évolution

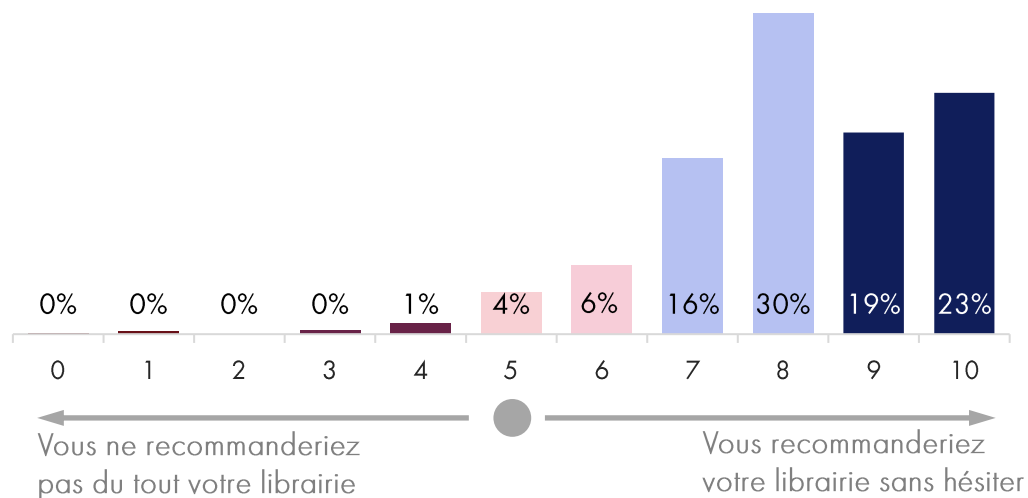


# 88% des clients recommanderaient leur librairie. Un « Net Promoter Score » très élevé

Sur une échelle de 0 à 10, à combien évalueriez-vous la probabilité que vous recommandiez votre librairie (à un ami ou un collègue par exemple) ?

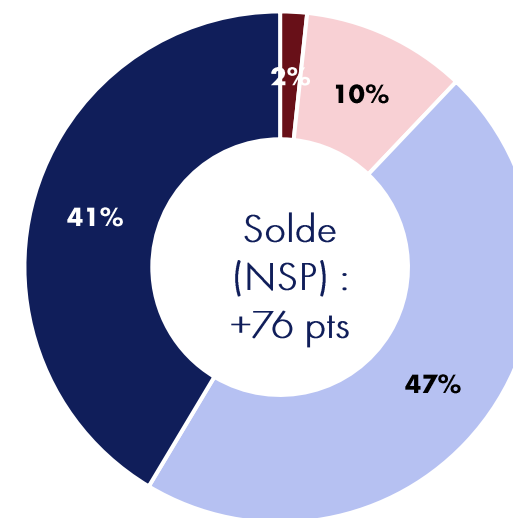
Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Moyenne : 8,1  
Ecart-type : 1,5



Seraient peu enclins à recommander : 12%

Recommanderaient probablement : 88%

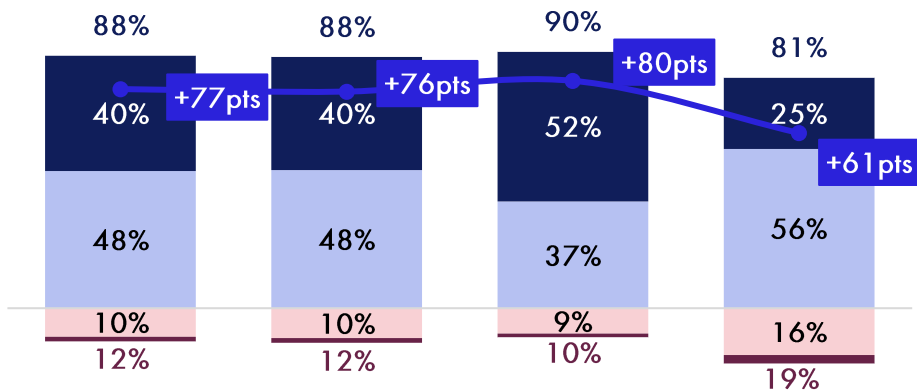


# Un NPS en léger retrait pour les librairies spécialisées

## Probabilité de recommander sa librairie

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Selon le type de librairie fréquentée



Une grande librairie indépendante de centre-ville d'une grande ville

Une librairie indépendante de centre-ville dans une ville moyenne

Une petite librairie indépendante

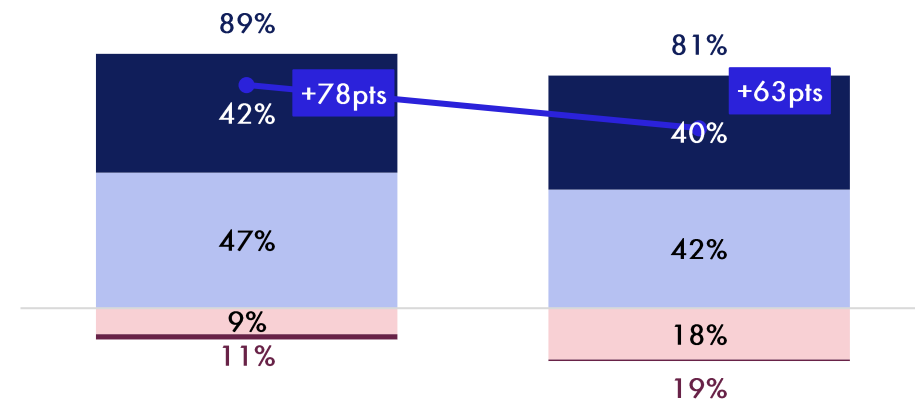
Une librairie située dans un centre commercial

Recommenderaient plutôt [7 à 8] ST Non

Recommenderaient tout à fait [9 à 10] ST Oui

Solde

Selon le style de librairie fréquentée



Une librairie généraliste dans laquelle on trouve un peu de tout

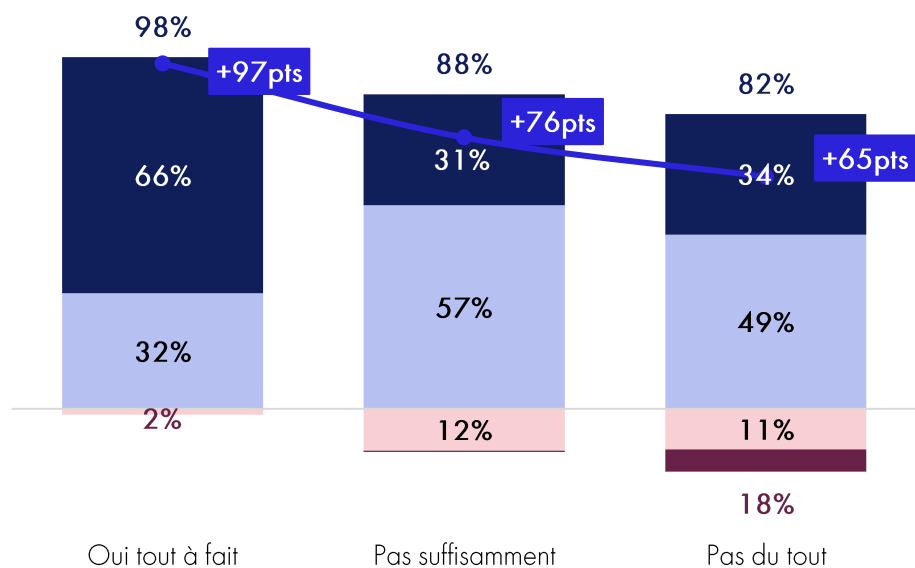
Une librairie spécialisée dans un domaine spécifique

# Le sentiment d'être justement ou non récompensé pour sa fidélité pèse sur la disposition à la recommandation

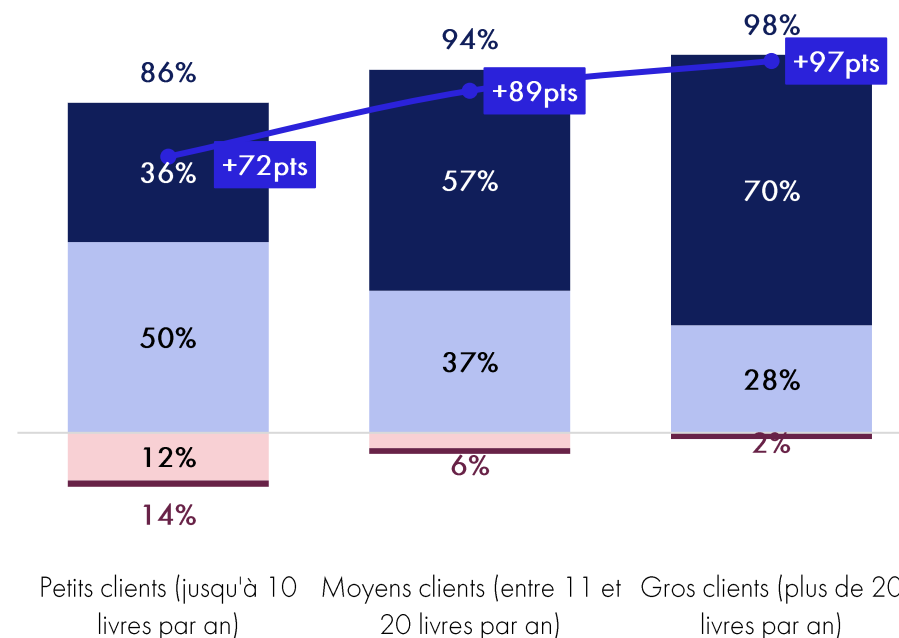
## Probabilité de recommander sa librairie

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104

Selon le sentiment d'être récompensé par sa librairie pour sa fidélité



Selon le type de clients



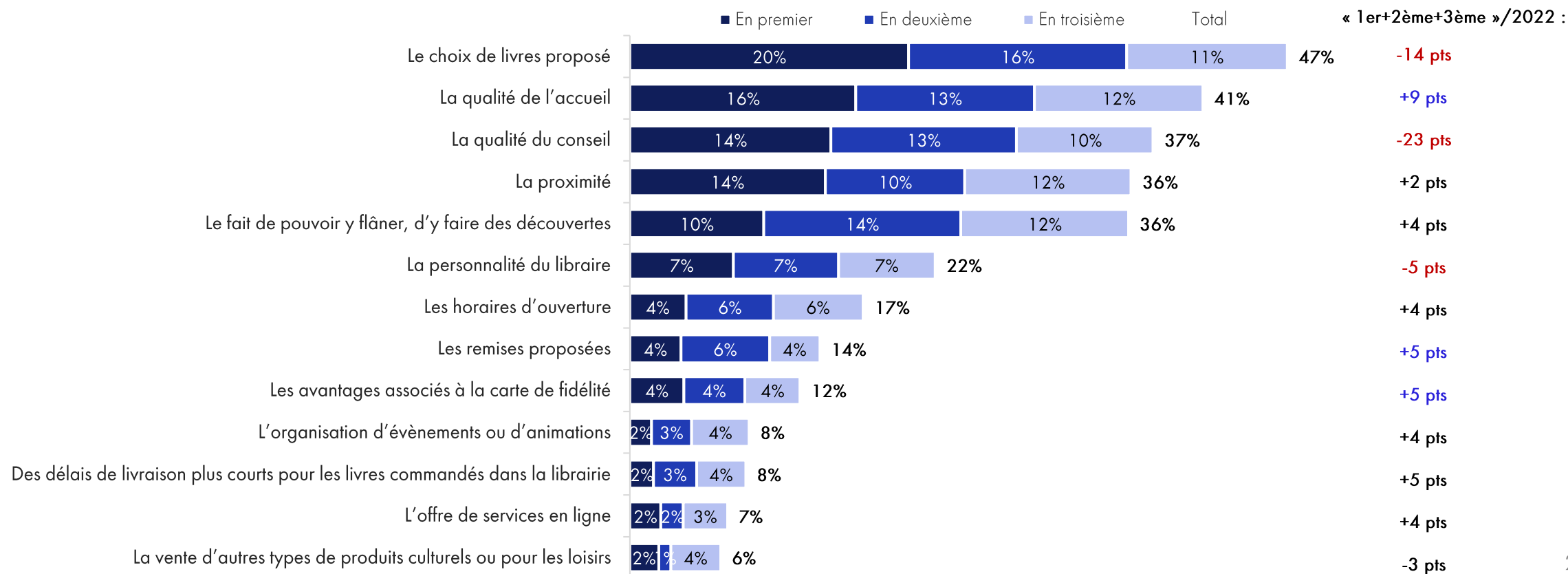
Recommanderaient plutôt [7 à 8]      Recommanderaient tout à fait [9 à 10]  
ST Non      ST Oui

Solde

# Le choix et la qualité de l'accueil et du conseil restent, avec la proximité, les premiers leviers de fidélisation

Pour finir, qu'est-ce qui vous paraît le plus important pour accorder sa fidélité à une librairie ?

Base : clients des librairies indépendantes, n = 1104



# Les raisons de la non- fréquentation des librairies indépendantes

---



## Profils des « acheteurs » clients et non-clients des librairies indépendantes

	Clients des librairies indépendantes	Acheteurs non-clients
Femmes	48%	55%
Moins de 35 ans	33%	28%
65 ans et plus	13%	18%
Actifs CSP+	22%	14%
Actifs CSP-	26%	27%
Etudiants	9%	7%
Retraités	16%	23%
Ménages modestes (1 <sup>er</sup> quintile de niveau de vie)	17%	21%
Ménages aisés (dernier quintile de niveau de vie)	35%	28%
Résidents des agglomérations de moins de 10 000 habitants	26%	40%
Résidents des agglomérations de plus de 200 000 habitants	53%	29%
Sans diplôme, CEP, BEPC	12%	19%
Diplômés de l'enseignement supérieur	50%	37%
« A gauche » ou « très à gauche »	30%	17%
« A droite » ou « très à droite »	28%	36%
Achètent plusieurs fois par mois sur Internet	40%	40%
Petits acheteurs de livres (moins de 10 par an)	48%	65%
Gros acheteurs de livres (plus de 20 par an)	20%	12%

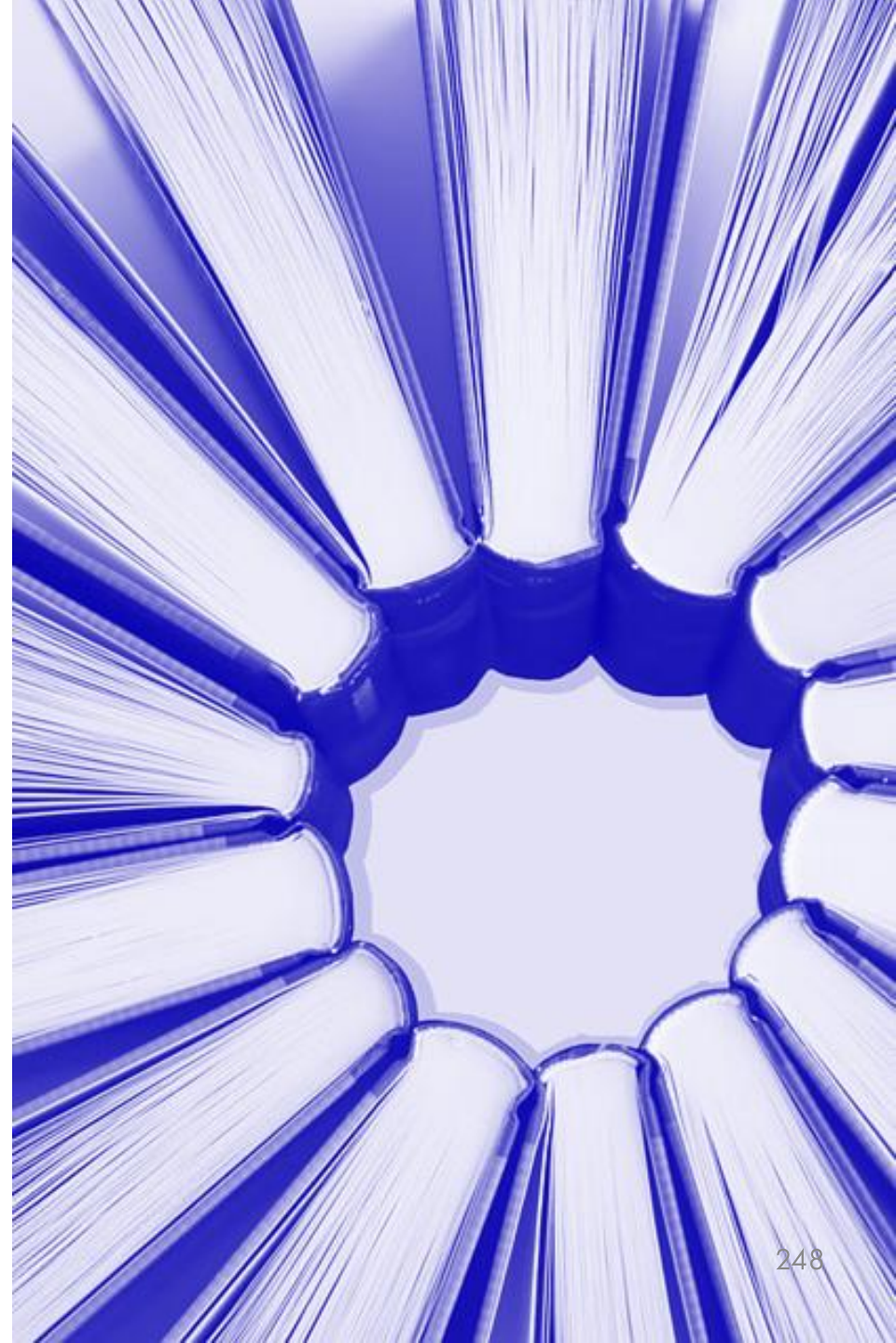
### Parmi les « acheteurs » non-clients :

- Légère surreprésentation des femmes
- Population en moyenne légèrement plus âgée
- Sous-représentation des actifs (et en particulier des actifs CSP+) et surreprésentation des retraités
- Population en moyenne légèrement plus modeste
- Surreprésentation des résidents des agglomérations les moins densément peuplées
- Population en moyenne nettement moins diplômée
- Sensibilité politique fréquemment plus à droite de l'échiquier politique
- Propension aux achats en ligne aussi répandu que chez les clients
- Habitudes de lecture moins intenses

# La non-fréquentation des librairies indépendantes

---

L'historique de la relation

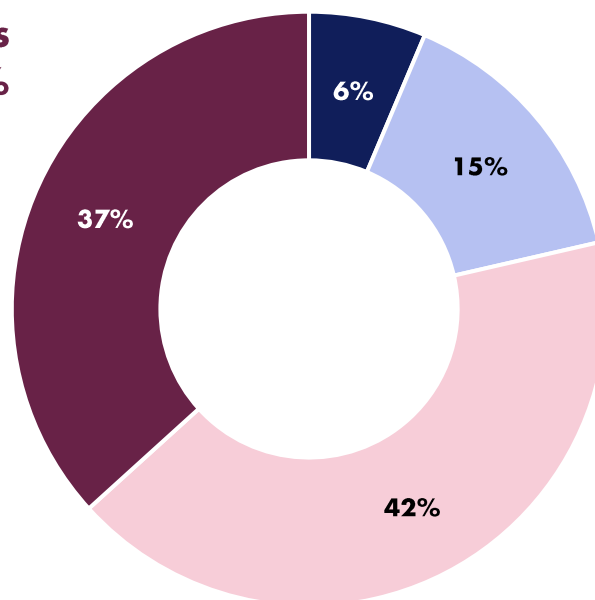


## 21 % des non-clients ont été clients de la librairie indépendante dans le passé

Avez-vous déjà acheté des livres dans une librairie indépendante ?

Base : "acheteurs" de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

Rarement  
ou jamais  
79%



Oui  
21%

- Oui, je réalisais auparavant l'essentiel de mes achats de livres en librairie
- Oui, je réalisais auparavant une partie de mes achats de livres en librairie
- Oui, mais exceptionnellement
- Non

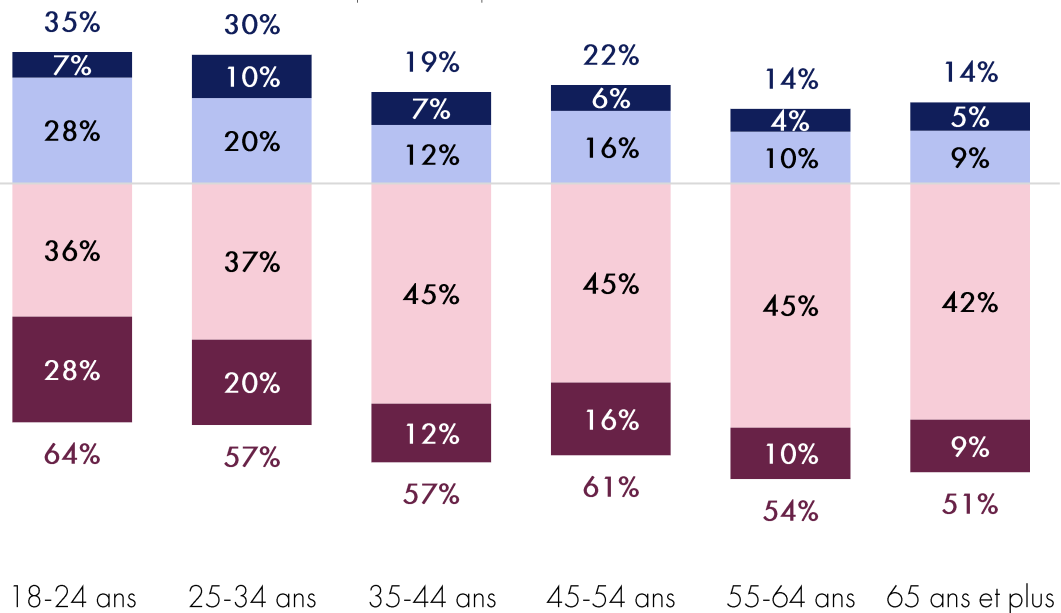
# La fuite de clientèle est plus importante chez les jeunes et les hommes

Avez-vous déjà acheté des livres dans une librairie indépendante ?

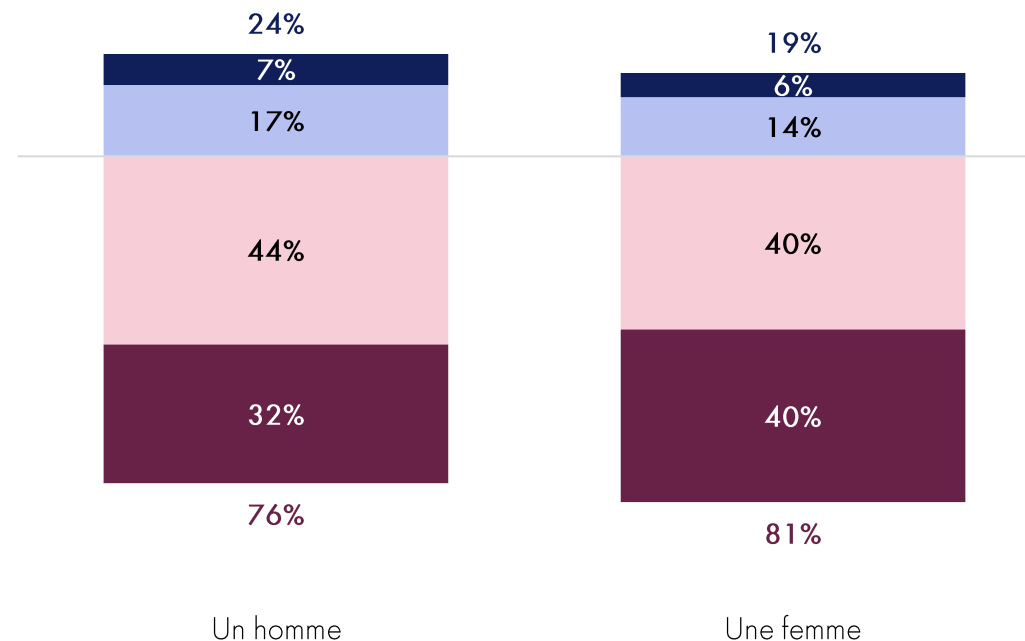
Base : "acheteurs" de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

Selon l'âge

- N'ont jamais acheté en LI
- Ne réalisaient qu'exceptionnellement des achats
- Réalisaient auparavant l'essentiel de leurs achats de livres en librairie
- Réalisaient auparavant une partie de leurs achats de livres en librairie



Selon le genre

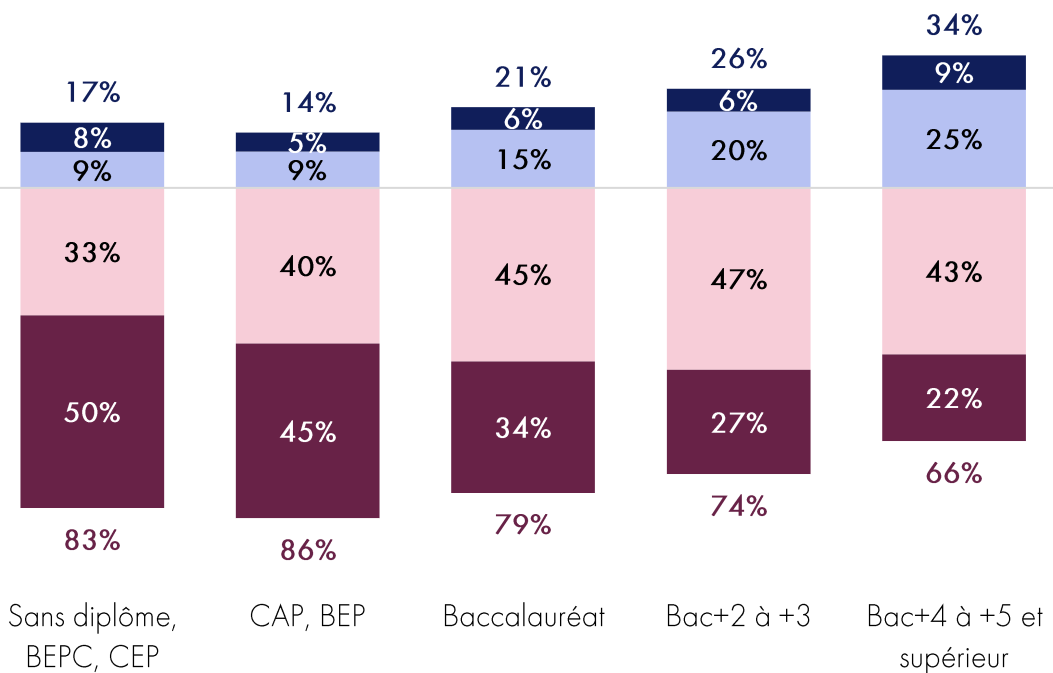


# ...mais aussi chez les plus diplômés et ceux au niveau de vie le plus faible...

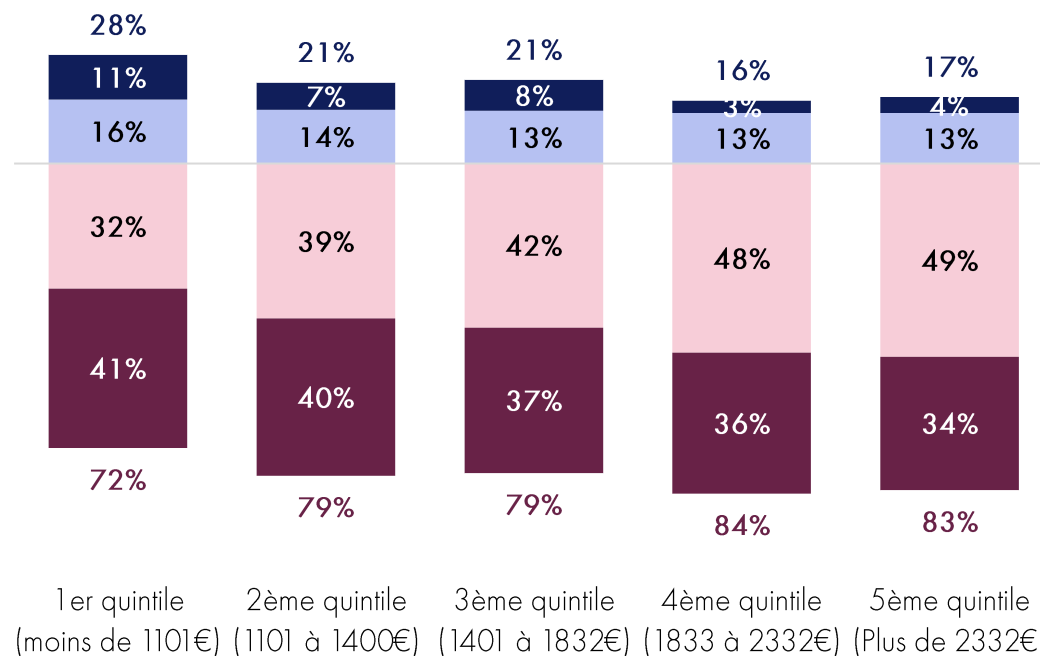
Avez-vous déjà acheté des livres dans une librairie indépendante ?

Base : "acheteurs" de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

Selon le niveau de diplôme



Selon le niveau de vie

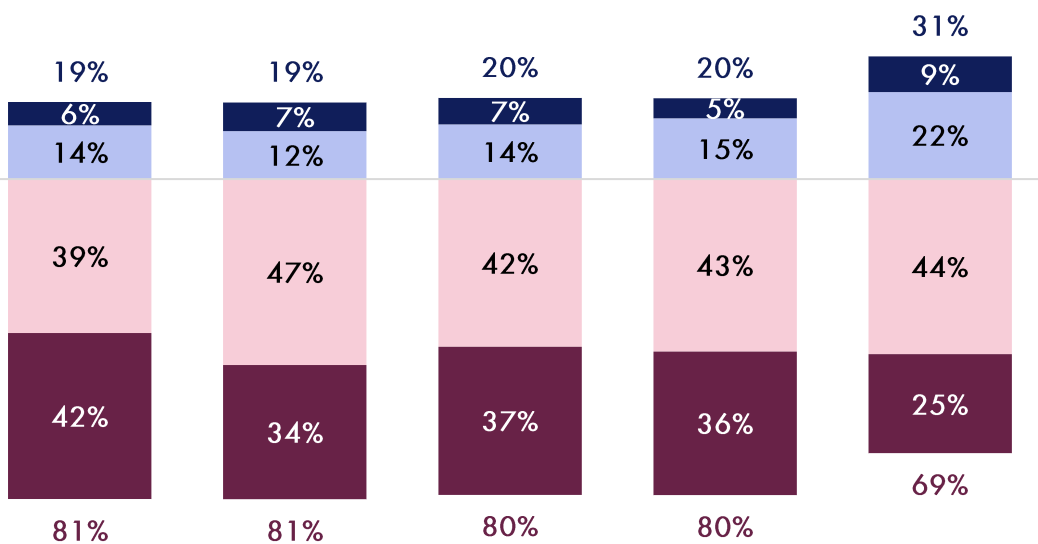


## ... ainsi que chez les habitants de l'agglomération parisienne et les plus gros acheteurs de livres

Avez-vous déjà acheté des livres dans une librairie indépendante ?

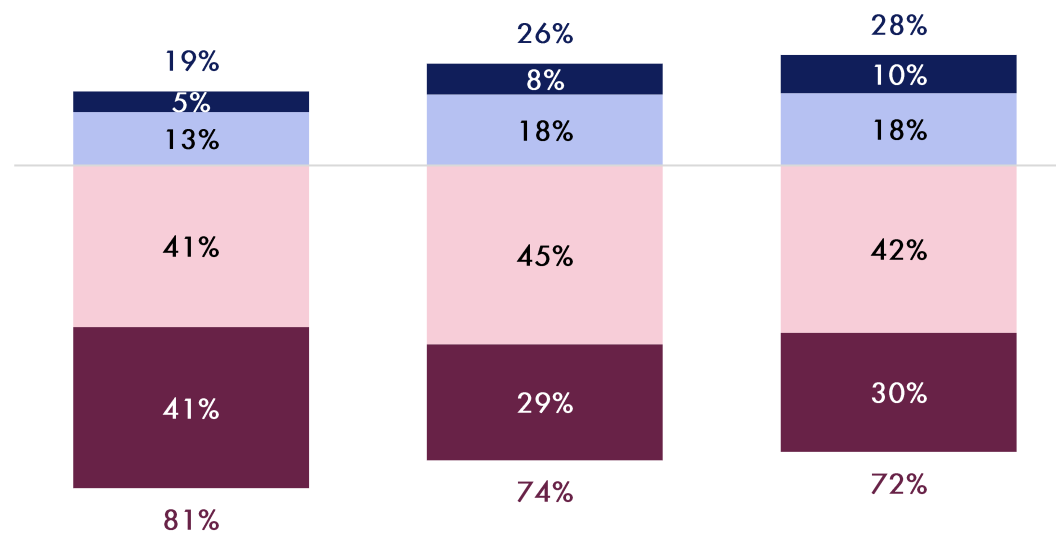
Base : "acheteurs" de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

Selon la taille de l'agglomération de résidence



Moins de 10 000 habitants    De 10 000 à 50 000 habitants    De 50 000 à 200 000 habitants    De 200 000 à 2 millions d'habitants    Agglomération parisienne

Selon le type d'acheteurs non-clients

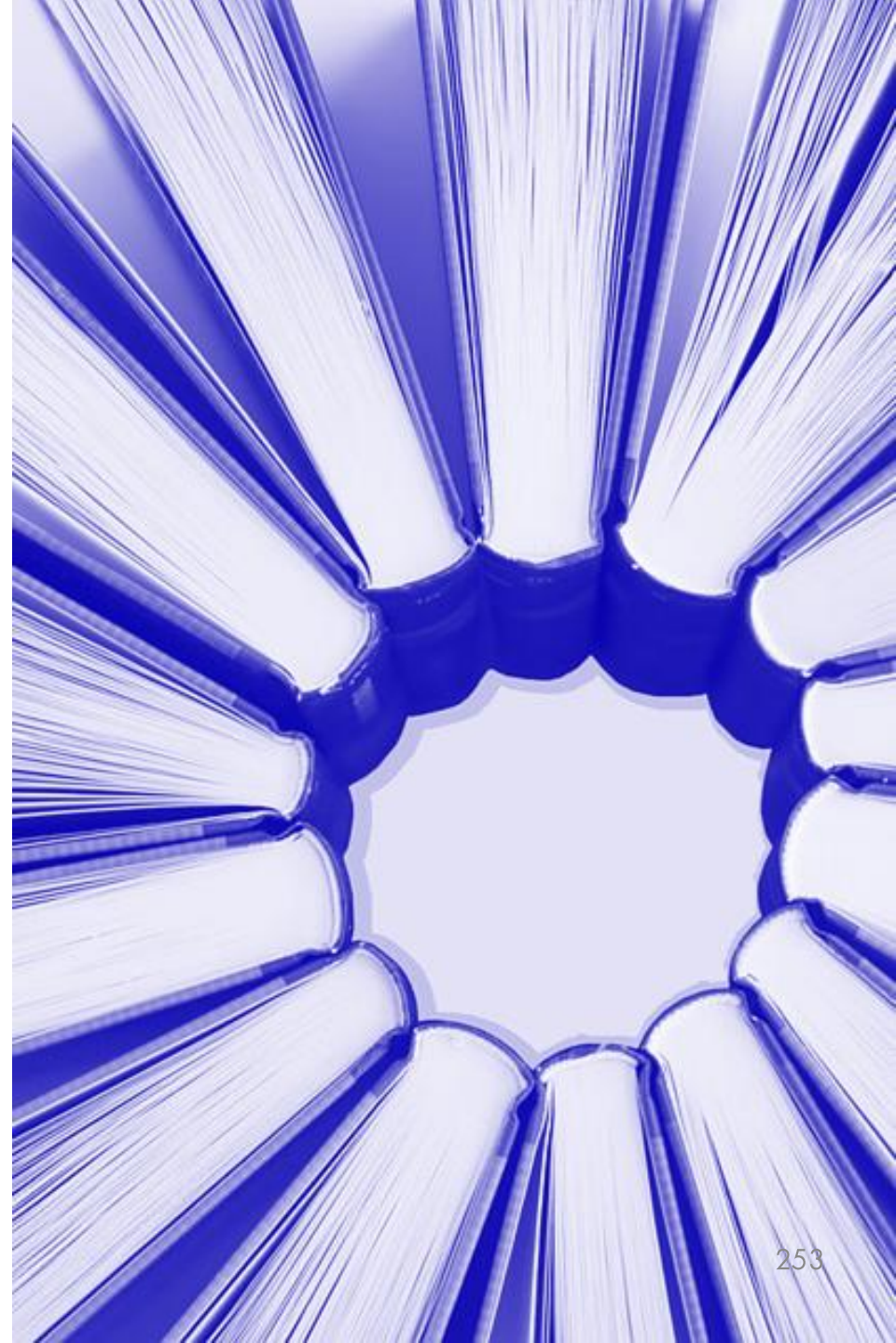


Petits acheteurs non-clients (moins de 10 livres achetés par an)    Moyens acheteurs non-clients (entre 10 et 20 livres par an)    Gros acheteurs non-clients (plus de 20 livres par an)

# La non-fréquentation des librairies indépendantes

---

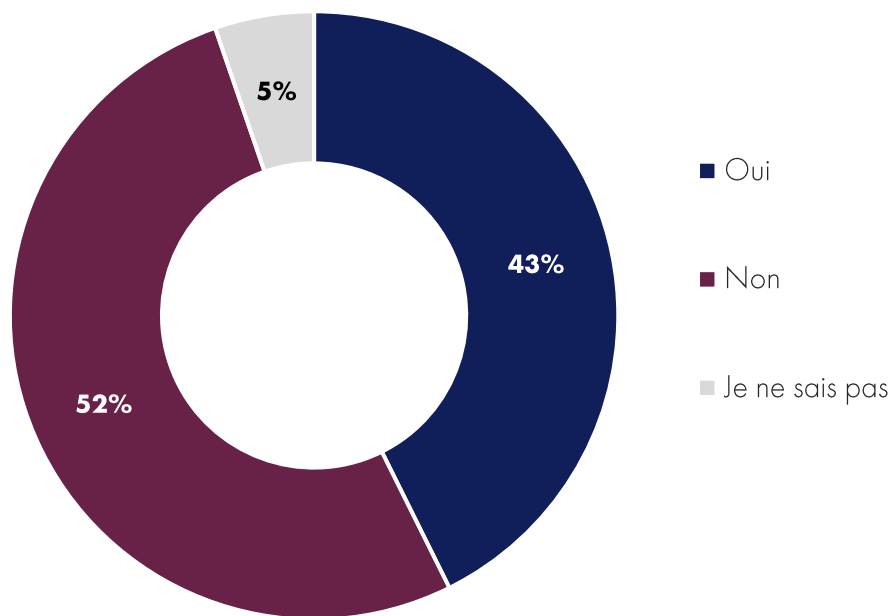
## L'accessibilité



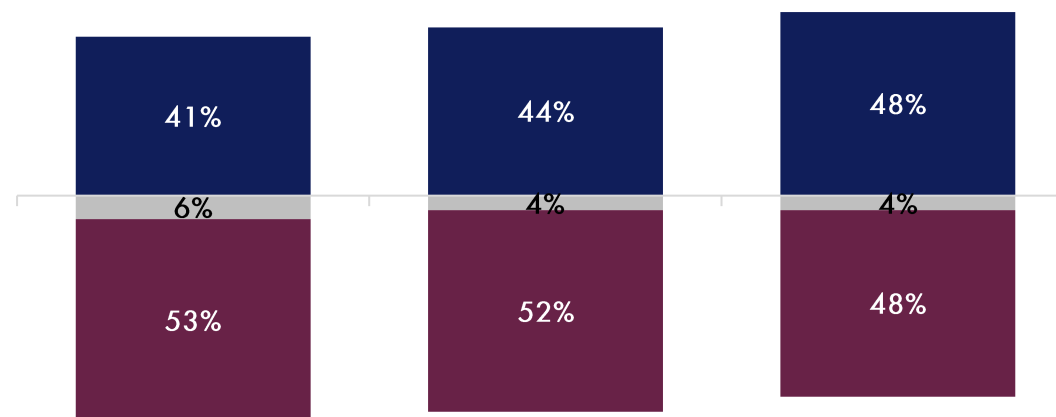
## Dans plus d'un cas sur deux, les acheteurs de livres qui ne fréquentent plus les librairies indépendantes disent ne pas en avoir à côté de chez eux

Disposez-vous d'une librairie à proximité de votre domicile ou lieux de vie (pas plus de 15 minutes à pied ou en voiture) ?

Base : « acheteurs » de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691



En fonction de la quantité de livres achetés chaque année



Petits acheteurs non-clients (moins de 10 livres achetés par an)

Moyens acheteurs non-clients (entre 10 et 20 livres par an)

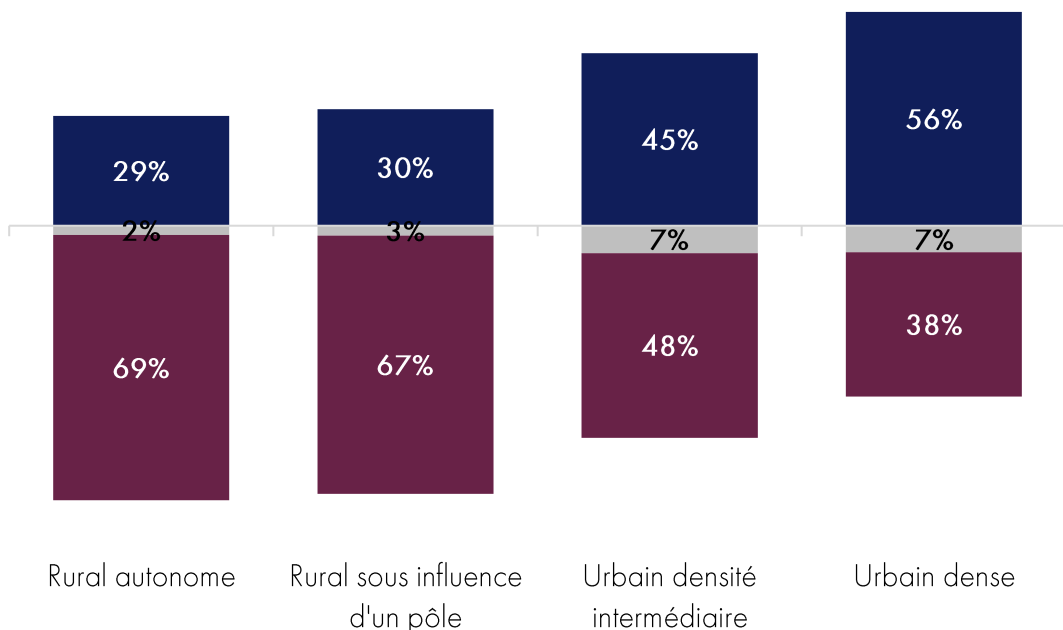
Gros acheteurs non-clients (plus de 20 livres par an)

# Un accès aux librairies problématique pour les habitants des zones rurales et des petites agglomérations

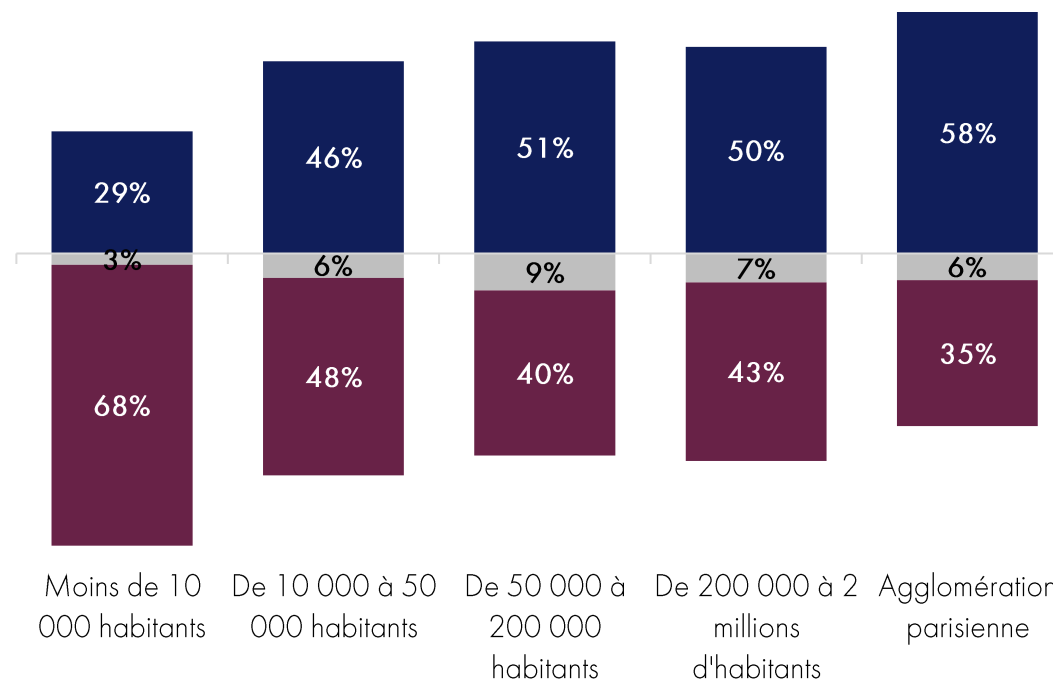
Disposez-vous d'une librairie à proximité de votre domicile ou lieux de vie (pas plus de 15 minutes à pied ou en voiture) ?

Base : « acheteurs » de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

En fonction de la densité de la commune de résidence



En fonction de la taille de l'agglomération de résidence



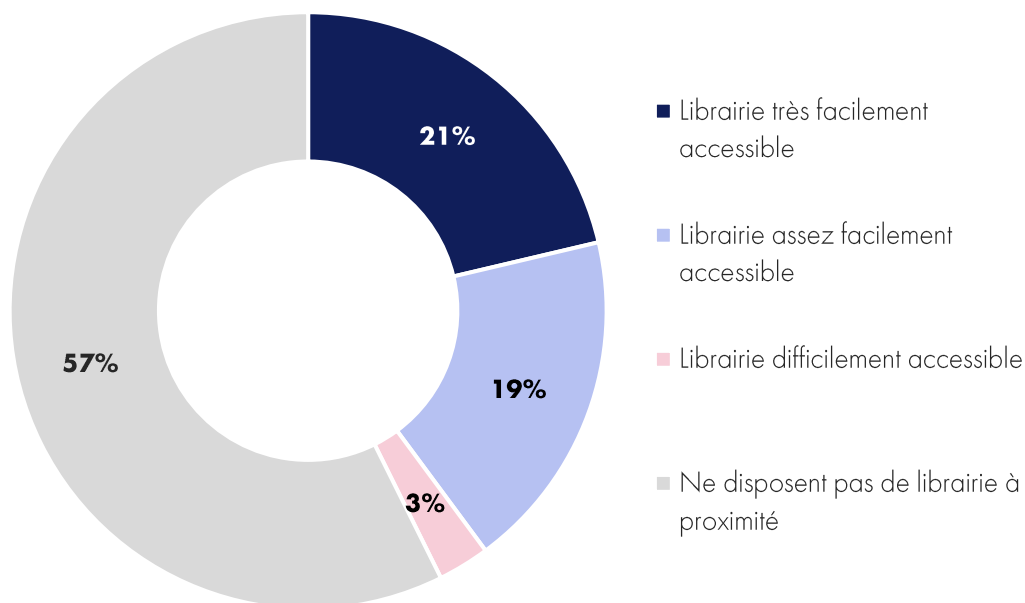
# Moins de la moitié des non-clients (40%) disposent d'une librairie facilement accessible pour eux

Cette librairie est-elle facilement accessible pour vous (en termes de distance mais également en termes d'horaires d'ouverture, de facilité à se garer à proximité, d'accès en transport en commun, etc.) ?

Base : « acheteurs » de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

**Pas de librairie ou difficilement accessible**  
60%

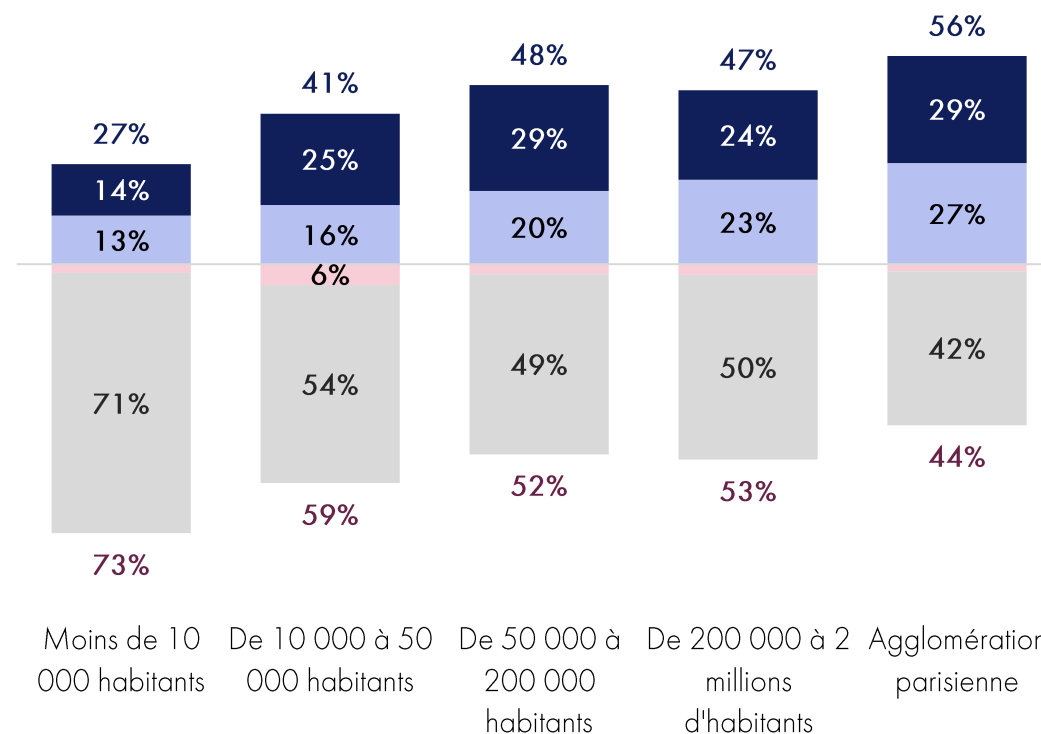
**Librairie facilement accessible**  
40%



Guide de lecture : 21% des « acheteurs » non-clients disposent d'une librairie très facilement accessible.

Etude L'ObSoCo pour le Syndicat des Librairies Indépendantes, mai 2026

En fonction de la taille de l'agglomération de résidence



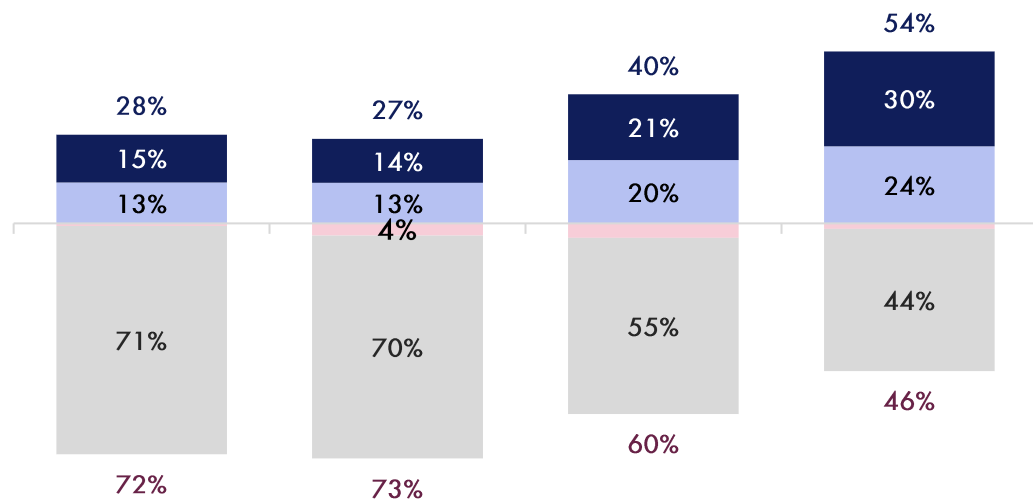
# Dans les communes rurales, seul un quart des « acheteurs » non-clients disent disposer d'une librairie facilement accessible

Cette librairie est-elle facilement accessible pour vous (en termes de distance mais également en termes d'horaires d'ouverture, de facilité à se garer à proximité, d'accès en transport en commun, etc.) ?

Base : « acheteurs » de livres non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

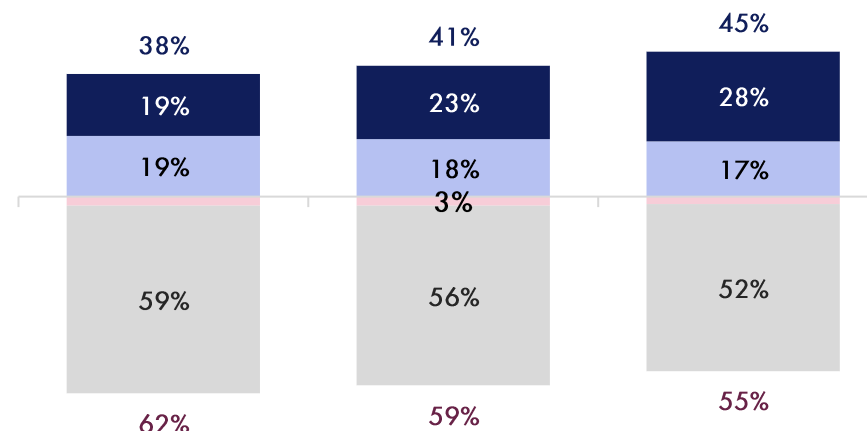
En fonction de densité de la commune de résidence

- Librairie assez facilement accessible
- Librairie très facilement accessible
- Librairie difficilement accessible
- Ne disposent pas de librairie à proximité



Rural autonome    Rural sous influence d'un pôle    Urbain densité intermédiaire    Urbain dense

En fonction de la quantité de livres achetés chaque année

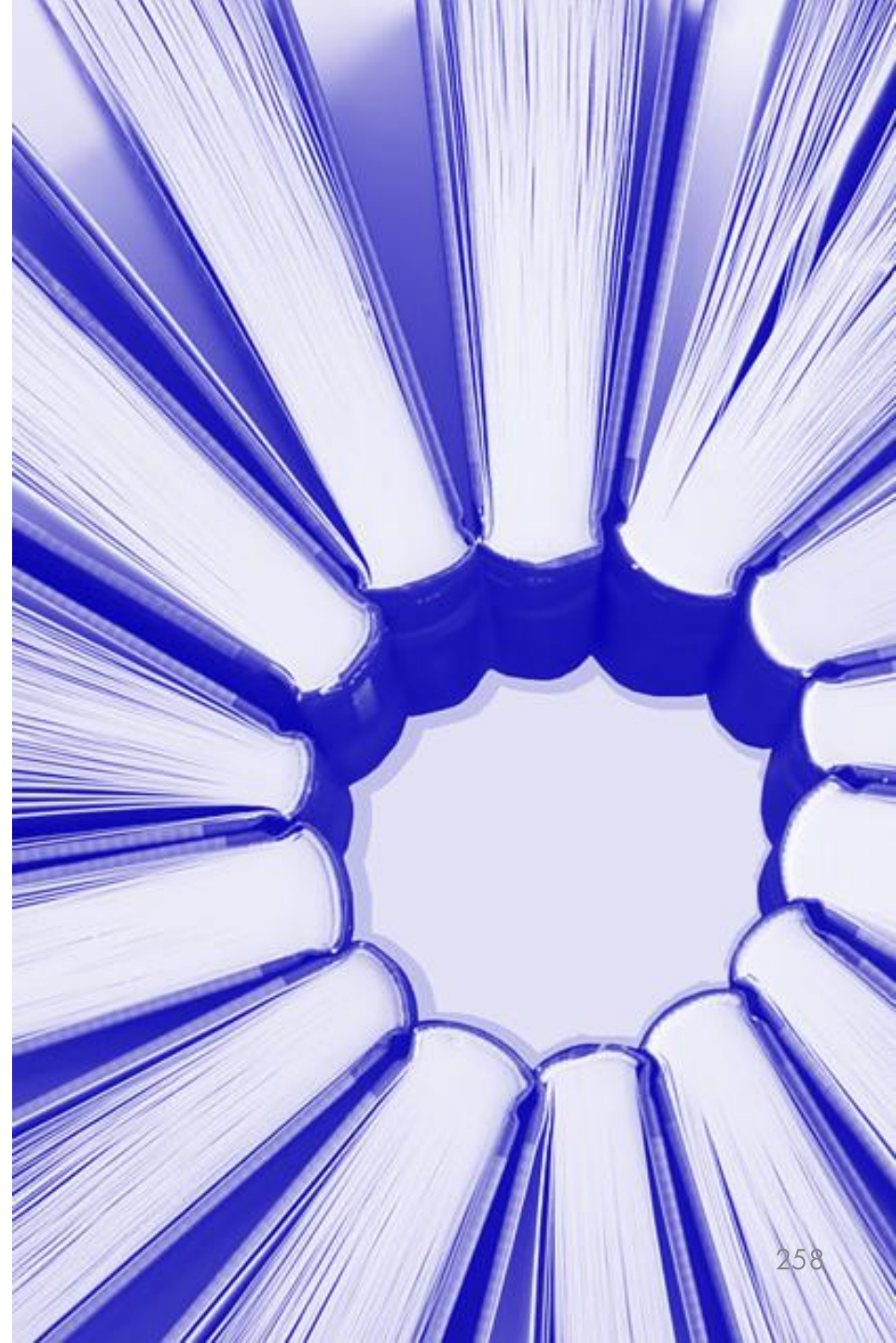


Petits acheteurs (moins de 10 livres achetés par an)    Moyens acheteurs (entre 10 et 20 livres par an)    Gros acheteurs (plus de 20 livres par an)

# La non-fréquentation des librairies indépendantes

---

## Raisons de non-achat



## Les enjeux d'accessibilité et d'habitudes restent prédominants dans les raisons de non-fréquentation des librairies indépendantes

**Vous avez déclaré ne pas avoir acheté de livres dans une librairie indépendante (hors librairie de centre commercial) au cours des 12 derniers mois. Pourquoi n'achetez-vous pas vos livres en librairie ?**

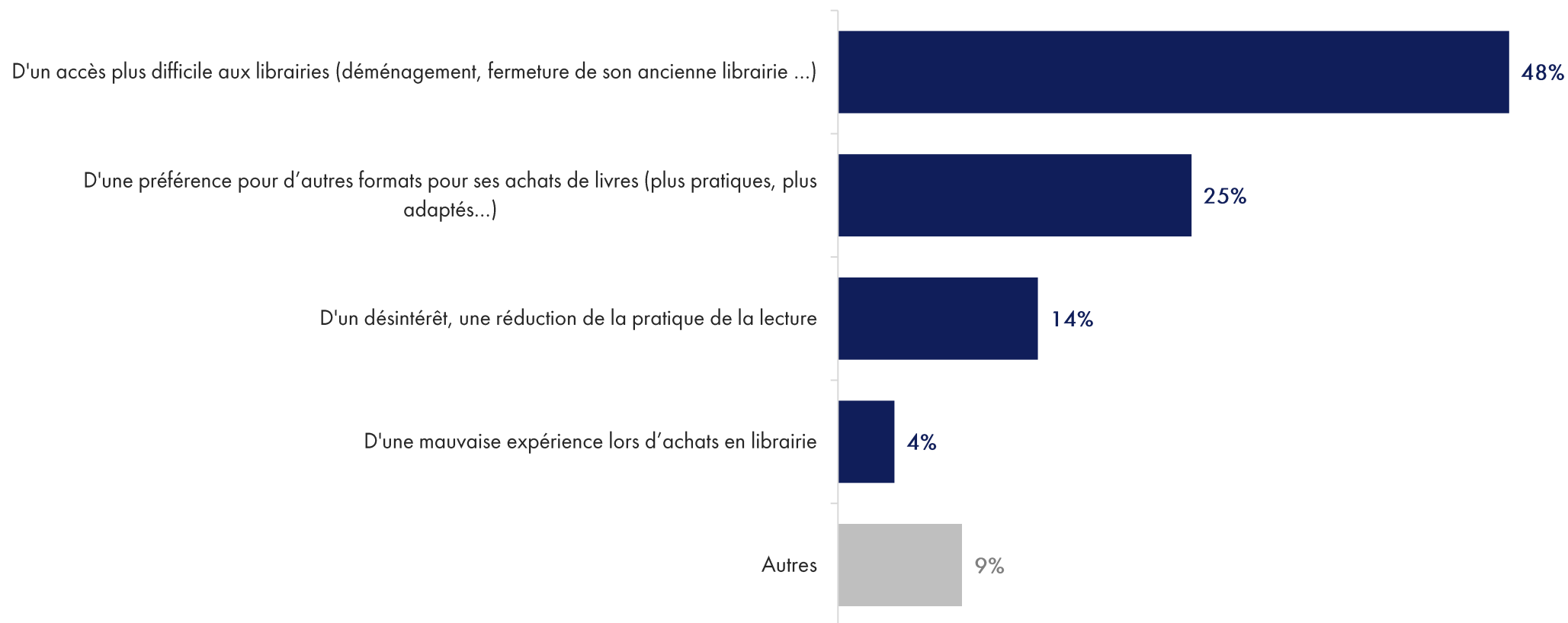
Base : acheteurs non-clients des librairies indépendantes, n = 1691



## Pas d'opposition de principe à la fréquentation des librairies ou de préférence très marquée pour d'autres formats, mais plutôt des contraintes techniques

Les raisons pour lesquelles vous ne faites plus vos achats de livres en librairie/pour lesquelles vous n'avez jamais vraiment fréquenté les librairies relèvent avant tout...

Base : acheteurs non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

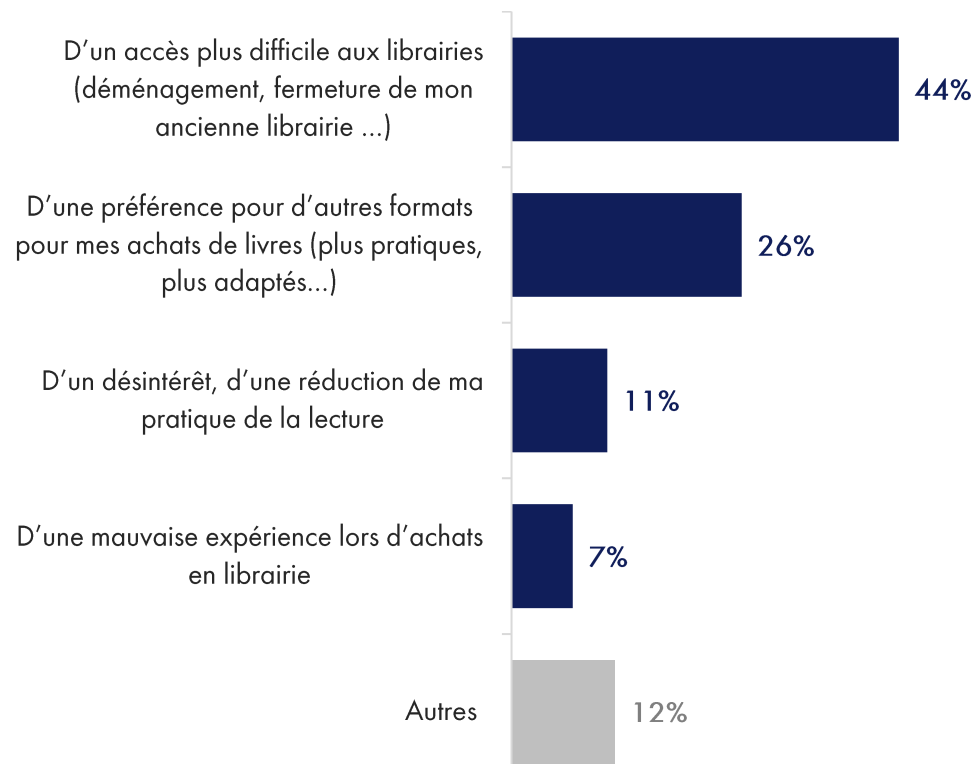


## Pas d'opposition de principe à la fréquentation des librairies, mais plutôt un manque d'habitude

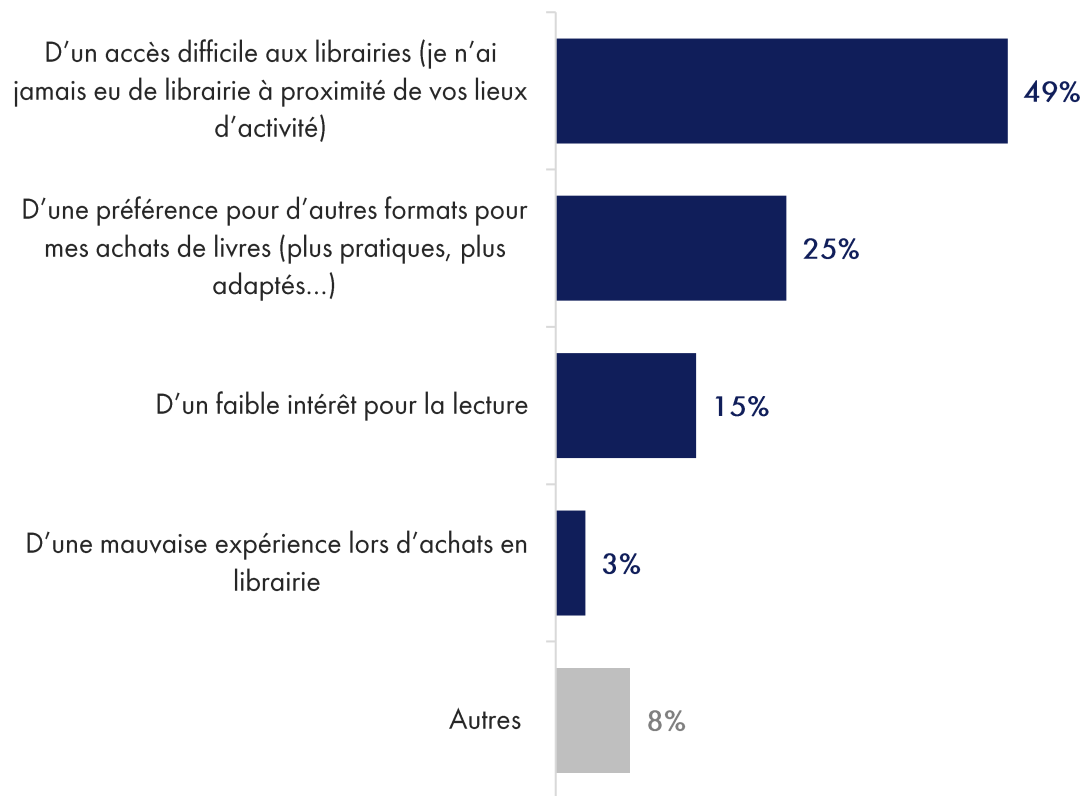
Les raisons pour lesquelles vous ne faites plus vos achats de livres en librairie/pour lesquelles vous n'avez jamais vraiment fréquenté les librairies relèvent avant tout...

Bases : anciens clients des librairies indépendantes, n = 358 / individus n'ayant jamais ou seulement exceptionnellement fréquenté les librairies indépendantes, n = 1333

### Pour les anciens clients des librairies indépendantes



### Pour les individus n'ayant jamais été clients des librairies indépendantes



« Merci de décrire en quelques mots la mauvaise expérience que vous avez vécu lors d'achats en librairie ? »

" Un vendeur trop zélé qui voulait m'imposer ses lectures.

Homme, 25-34 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-

" J'aime sélectionner mes livres librement sans avoir un garde-chiourme à côté de moi, qui me cuisine sur mes recherches. C'est ce qui s'est passé la dernière fois que je me suis aventuré dans ce type de librairie.

Homme, 25-34 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-

" Les prix élevés et la personne prétentieuse

Homme, 55-64 ans, habitant dans un grand pôle urbain, actif CSP intermédiaire

" La librairie à côté de mon domicile fait des discours et conférences pro-palo donc je n'y vais plus .

Homme, 35-44 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-

" Très mauvais accueil car certainement pas forcément le bon physique pour rentrer dans une librairie.

Homme, 55-64 ans, habitant en couronne périurbaine, actif CSP-

" Temps de commande hyper longue pour avoir un livre commandé

Femme, 25-34 ans, habitante du centre ville d'une grande métropole, étudiante

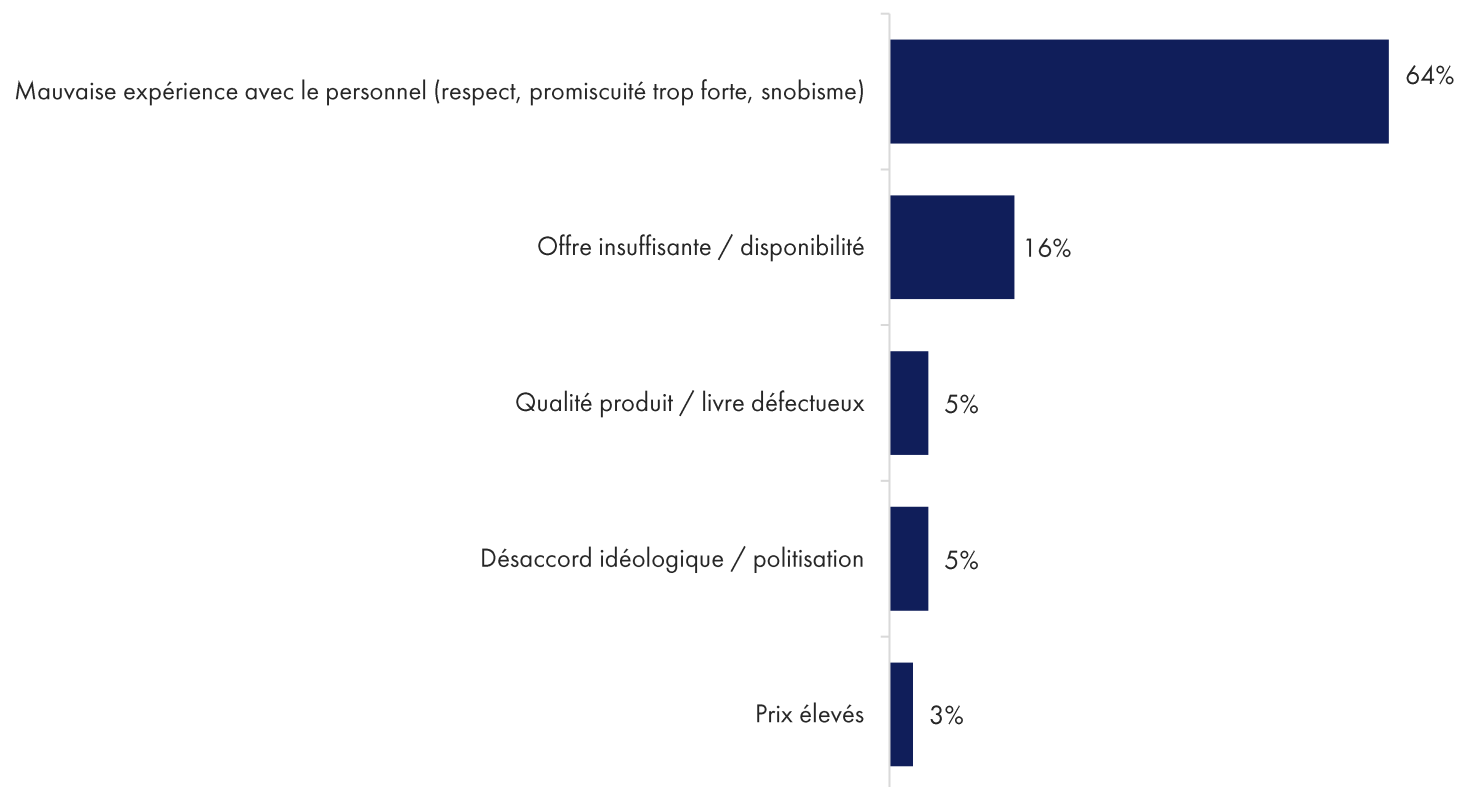
" vendeur trop politisé

Homme, 55-64 ans, habitant en couronne périurbaine, inactif

## Les (très rares) cas de mauvaise expérience relèvent majoritairement d'interactions mal vécues avec les libraires

Merci de décrire en quelques mots la mauvaise expérience que vous avez vécu lors d'achats en librairie ?

Base des non-clients ayant vécu une mauvaise expérience en librairie : n=61 – Recodification des réponses à la question ouverte



# La fréquentation des librairies : une question d'habitude davantage qu'un enjeu lié à l'expérience

Dans quelle mesure les propositions suivantes correspondent-elles à votre opinion sur le fait de se rendre en librairie ?

Base : non-clients des librairies indépendantes, n = 1691

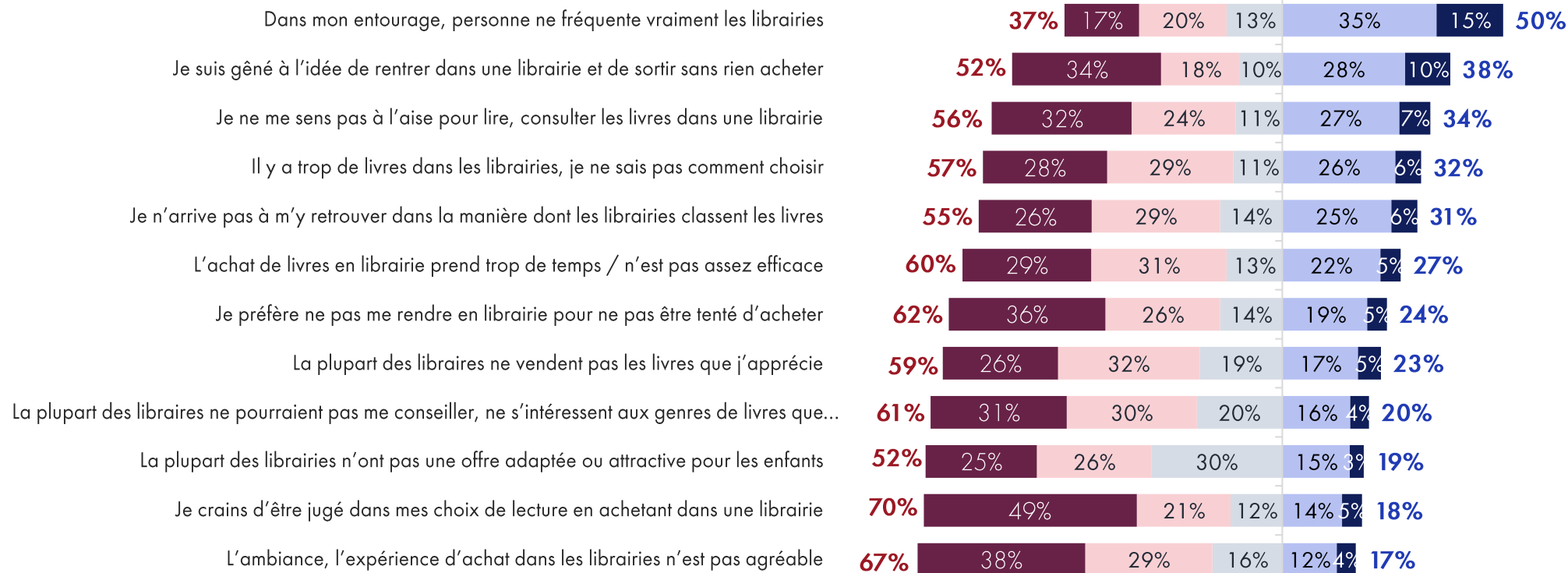
Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Sans opinion

Plutôt d'accord

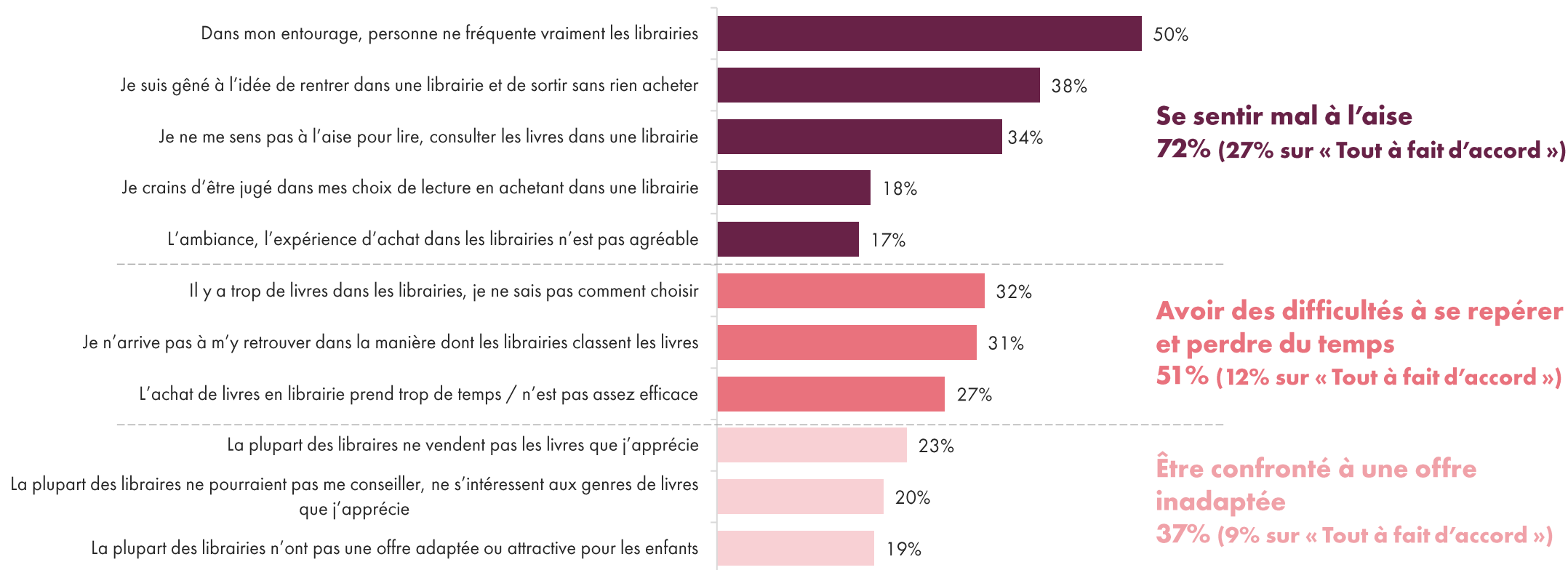
Tout à fait d'accord



# Le malaise, repoussoir le plus important pour les non-clients des librairies

## Freins majeurs à la fréquentation des librairies indépendantes

Base : non-clients des librairies indépendantes, n = 1691 – « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord » - Individus ayant sélectionné au moins un item dans chacune des catégories suivantes



« Considérez-vous qu'il y a quelque chose qui manque dans les librairies. Une offre ou un service que les libraires pourraient ajouter et qui vous inciterait à les fréquenter ? »

" les choix des mangas sont trop restreints, on retrouve souvent les mêmes titres qui sont pas forcément intéressants.

*Homme, 55-64 ans, habitant d'une commune isolée, retraité*

" Renforcer l'espace café et thé car ça peut vraiment se démarquer et attirer du monde.

*Homme, 65 ans et plus, habitant en couronne périurbaine, retraité*

" Il faudrait pouvoir consulter la liste des livres disponibles.

*Homme, 25-34 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP-*

" Un abonnement peu élevé avec sélection de livres à acheter ou pas.

*Homme de 45-54 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP+*

" des promotions sur d'anciens livres ou la proposition d'acheter ou revendre des livres d'occasion

*Homme, 65 ans et plus, habitant d'un grand pôle urbain, retraité*

" Des journées d'animations de présentation des livres choisis

*Femme, 25-34 ans, habitante d'un grand pôle urbain, active CSP intermédiaire*

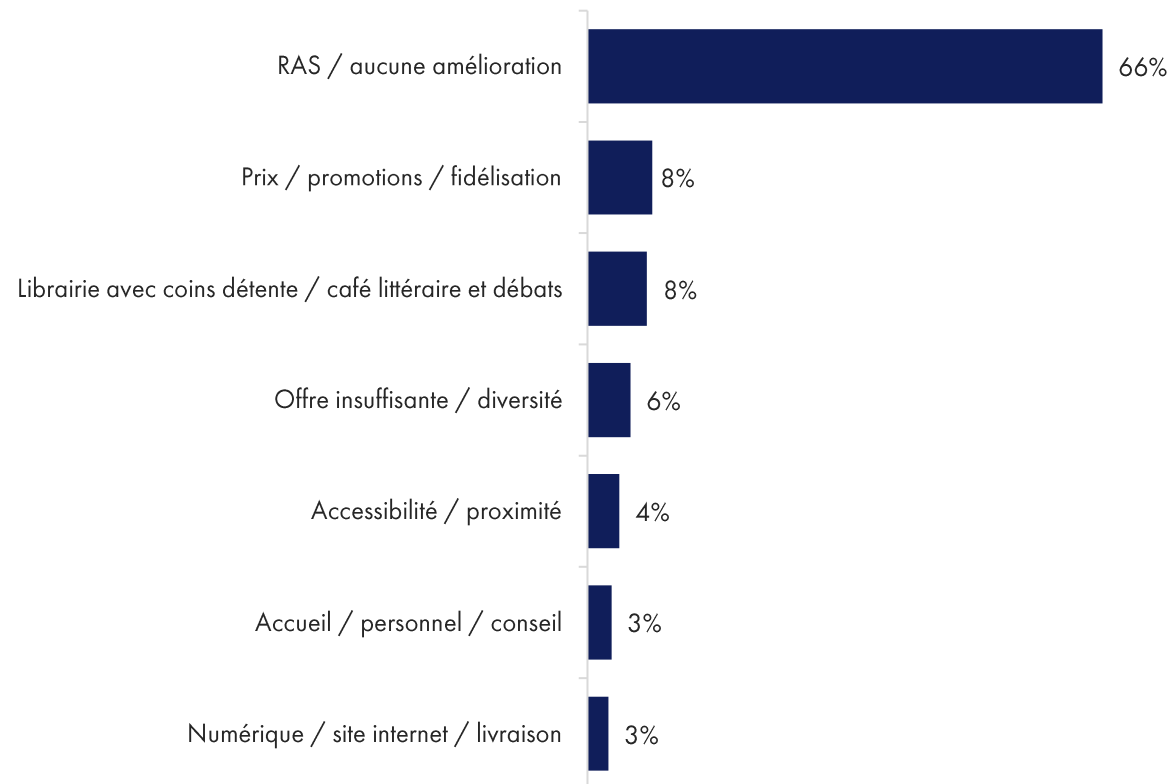
" Laisser le temps aux clients de choisir de toucher les livres de feuilleté ou même de commencer à lire sans être harcelé par le commerçant

*Homme, 25-34 ans, habitant d'un grand pôle urbain, actif CSP intermédiaire*

## Les non-clients sont peu loquaces sur les facteurs qui pourraient les conduire à fréquenter les librairies indépendantes

Considérez-vous qu'il y a quelque chose qui manque dans les librairies. Une offre ou un service que les libraires pourraient ajouter et qui vous inciterait à les fréquenter ?

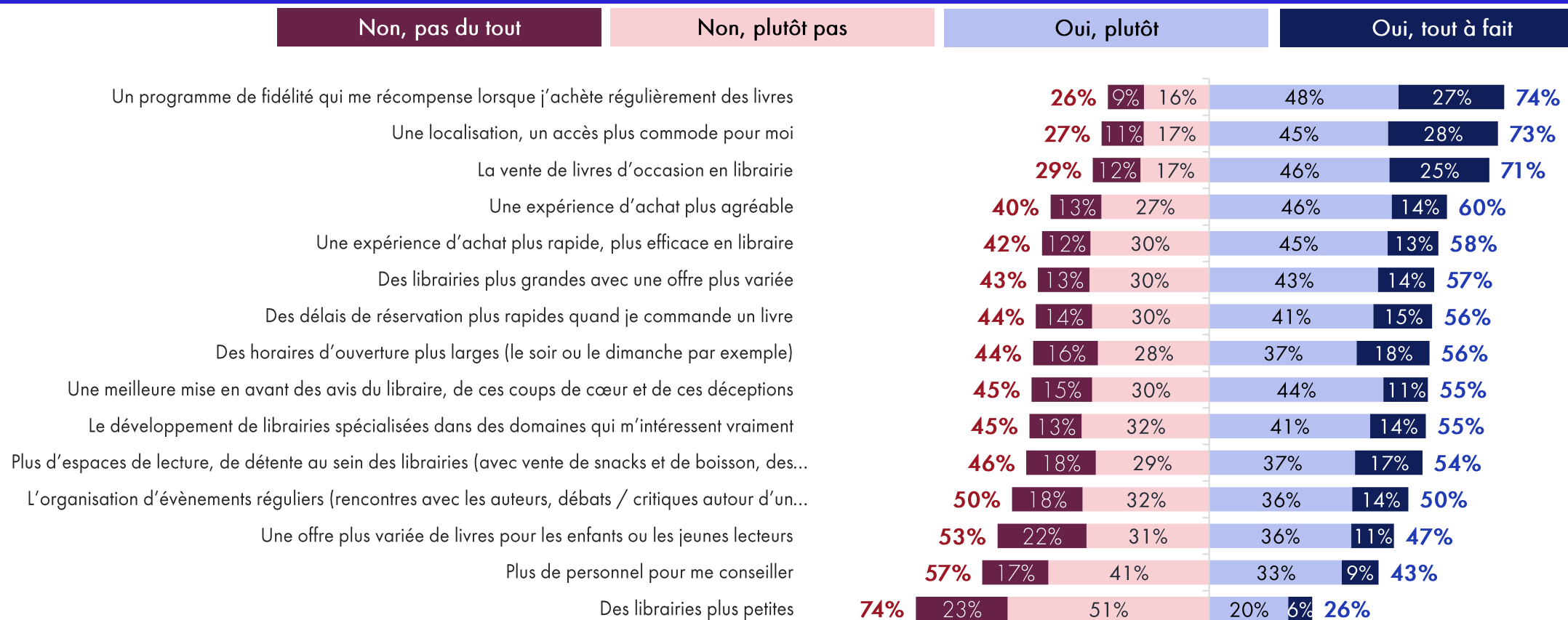
Base des non-clients = 1691 – Recodification des réponses à la question ouverte



# Programme de fidélisation et implication dans le marché de l'occasion constituent les premiers leviers directement identifiés par les non-clients

## Les propositions suivantes pourraient-elles vous inciter à fréquenter les librairies ?

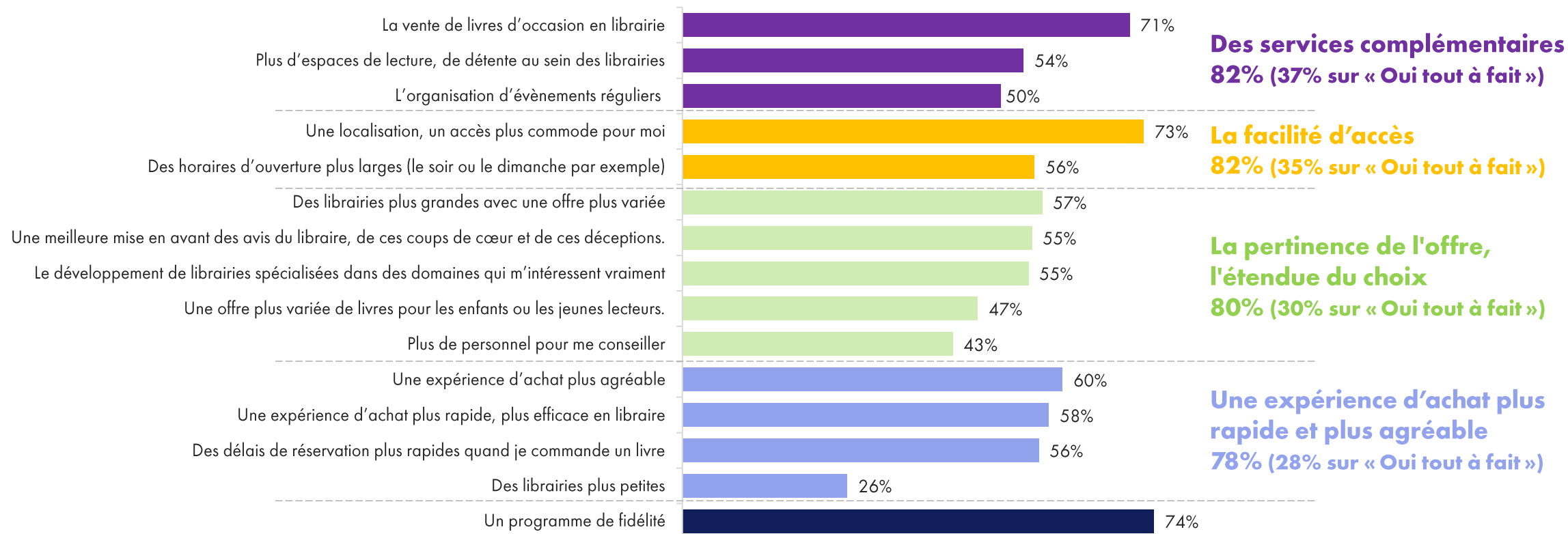
Base : non-clients des librairies, n = 1691



# Les services complémentaires et l'accessibilité représentent les deux catégories de leviers les plus importantes

## Leviers de fréquentation majeurs des librairies indépendantes

Base : non-clients des librairies indépendantes, n = 1691 – « Oui tout à fait » + « Oui plutôt » - Individus ayant sélectionné au moins un item dans chacune des catégories suivantes





# Contacts

---

**Philippe MOATI**

Cofondateur de L'ObSoCo

[p.moati@lobsoco.com](mailto:p.moati@lobsoco.com)

09 81 04 57 85

**Boris DESCARREGA**

Directeur associé de L'ObSoCo

[b.descarrega@lobsoco.com](mailto:b.descarrega@lobsoco.com)

09 81 04 57 85