



Lettre d'information N° 32-Septembre 2015

Cette lettre vous est proposée par votre partenaire INTERSUD et sera diffusée à ses fidèles clients

Résister aux géants du web

Hôtellerie-restauration, musique, librairies : la révolution numérique a touché de plein fouet nombre de secteurs. Certains acteurs, pourtant, ont trouvé la bonne idée pour résister à l'envahisseur et se révèle des partenaires commerciaux fiables !

Si le web élargit, presque à l'infini, l'horizon des possibles- et des marchés solvables-, il met aussi la concurrence mondiale à simple portée de clic.

Accélérateur de la mondialisation, il a totalement révolutionné le secteur des achats industriels, par exemple. Mais il a aussi mis à mal des pans entiers de l'économie, de la musique -l'une des premières touchées par la numérisation-, au livre.

L'hôtellerie, par exemple, fait les frais de l'émergence quasi-conjointe de deux rouleaux compresseurs pourtant issus d'horizons très différents : les centrales de réservations internationales d'une part -les fameuses OTAs, telles Expedia ou Bookings-, et les systèmes de mise en relation entre touristes et logeurs particuliers de l'autre (Airbnb, Wimdu, Homeaway, etc.).

Les premières ont en quelques années laminé les marges : impossible pour un hôtelier, même couronné de trois étoiles, de ne pas figurer sur ces sites à la notoriété internationale. Mais leurs commissions, souvent supérieures à 15%- et allant parfois jusqu'à 30%-, et des contrats de plus en plus précis (sur le nombre et le prix des chambres à mettre à disposition via les sites), ont rendu ces établissements de plus en plus dépendants de ces centrales, à des conditions de moins en moins lucratives.

Les secondes, elles, ont démultiplié les possibilités d'hébergement proposées aux voyageurs, et notamment aux touristes, attirés par des tarifs souvent plus bas et la possibilité de réduire leurs coûts de restauration.

Dans la restauration, un phénomène identique est en cours. Fort de son succès, le site La Fourchette par exemple a augmenté ses exigences à l'égard des restaurateurs : commissions sur les réservations, exigences de réduction de tarifs supérieures pour les consommateurs font grincer bien des dents.

Dans d'autres secteurs d'activité, la facilité de l'achat en ligne a drastiquement restreint l'activité du commerce de détail. Le livre en constitue un exemple parfait : une étude réalisée en 2013 pour le syndicat de la librairie et le ministère de la culture et de la communication constatait tout simplement que la survie des librairies relevait presque de "l'anomalie économique", tant leur situation économique s'était dégradée entre 2005 et 2011.

Ainsi, notait ce rapport, " le taux de résultat net de l'ensemble de la branche est tombé à 0,6%(1) en 2011, faisant de la vente de livres en magasin spécialisé l'un des secteurs les moins rentables du commerce de détail. A l'échelle des petites librairies (moins de 300 K€ de chiffre d'affaires), la situation est encore plus critique. Prises en tenaille entre la chute de leurs ventes et la hausse chronique de leurs charges – loyers et frais de transport en tête –, elles affichaient un taux de résultat net moyen de -0,6% en 2011"

Décitre, Joseph Gibert, Chapitre, Virgin : quelques grands noms du secteur ont du reste été contraints à



d'importantes restructurations, voire à la fermeture !

Des initiatives innovantes

Dans tous ces secteurs cependant, certains acteurs ont réussi à desserrer l'étau. Grâce à des initiatives innovantes.

Né au printemps 2013 à Nantes, le site fairbooking.com en constitue un premier exemple. Géré par une association à but non lucratif, il permet aux visiteurs de trouver l'hôtel correspondant à leurs souhaits en termes de localisation, prix, nombre d'étoiles, etc.. La réservation, en revanche, se fait en direct soit via un lien vers le site de l'hôtel, soit par téléphone. Les hôteliers ainsi contactés s'engagent à offrir aux visiteurs leur meilleur tarif, ainsi qu'un petit "plus" représentant environ la moitié de la commission ainsi économisée : petit déjeuner gratuit, surclassement, diminution du prix de 10%, etc. Les hôteliers affiliés -déjà plus de 1500- versent une cotisation annuelle de 150 à 400 euros pour financer le site, qui ne perçoit en revanche aucune commission.

La démarche est différente pour la start-up Myroomin qui, elle, veut contrer la concurrence de Airbnb et consorts. Sur ce site, au design ressemblant à s'y méprendre à celui d'AirBnbn, le visiteur choisit non un établissement hôtelier, mais une chambre précise, mise en valeur sous toutes ses coutures. Reste à savoir si les commissions perçues par Myroomin seront inférieures à celles des OTAs.

Côté restaurants, les initiatives commencent aussi à émerger, telle l'union des bons repas, initiative -encore en version d'essai- très comparable à celle de Fairbooking.

Dans le livre, la recette miracle n'a pas encore été trouvée, malgré la mise en place du plan Librairie en 2013. Cependant, il semble bien que la création en 2009 du label de qualité LiR -librairie de référence-, octroyé, pour trois ans seulement, par le ministère de la culture, constitue un soutien dans la stratégie des libraires indépendants orientés vers la qualité.

Les librairies labellisées, qui à ce titre, peuvent bénéficier d'aides publiques et de la part des éditeurs, sont désormais plusieurs centaines. Dans une étude publiée en 2013 pour le Syndicat de la librairie française et le ministère de la culture, les experts constataient que ces détaillants affichaient une hausse de 8,5% de leur chiffre d'affaires pour la période 2005-2011 contre environ -10% pour le secteur. Preuve que miser sur la qualité et la diversité de l'offre, mais aussi offrir des animations autour du livre, peut constituer une arme anti-crise.

Mais d'autres initiatives sont intéressantes : le développement de sites internet collectifs - (Leslibraires.fr, Placedeslibraires.fr, Lalibrairie.com, Librest.com.) permet également aux petits libraires d'être des acteurs du numérique. Des offres de lecture en streaming se développent également. La profession a de son côté lancé l'observatoire de la librairie : c'est un outil informatique destiné à aider les libraires à piloter leur commerce grâce à des indicateurs de gestion qu'ils peuvent comparer avec ceux de leurs confrères. Evolution des achats par rayon, concentration des ventes, âge du stock, sont quelques uns des indicateurs suivis. Lancé à l'essai début 2015, l'observatoire -payant- compte environ 200 libraires, selon le Syndicat de la Librairie Française. Celui-ci, en tous cas, n'a pas hésité à intituler les troisièmes rencontres de la librairie, qui se sont tenues en juin à Lille : ["libraire, un métier d'avenir !"](http://libraire, un métier d'avenir !) Dans tous les secteurs, même en difficulté, des acteurs arrivent en tous cas à tirer leur épingle du jeu. Intersud vous aide à mieux les reconnaître.