



HAL
open science

La prescription amatrice comme levier de communication littéraire : Babelio ou la monétisation de la recommandation sociale autour du livre

Floriane Vidal

► To cite this version:

Floriane Vidal. La prescription amatrice comme levier de communication littéraire : Babelio ou la monétisation de la recommandation sociale autour du livre. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-04138056

HAL Id: dumas-04138056

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04138056>

Submitted on 22 Jun 2023

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

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

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Management de la communication

La prescription amatrice comme levier de communication littéraire Babelio ou la monétisation de la recommandation sociale autour du livre

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Elsa Tadier

Nom, prénom : VIDAL Floriane

Promotion : 2014-2015

Soutenu le : 02/10/2015

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je souhaite remercier l'ensemble des personnes qui m'ont aidée à mener à bien ce mémoire, que ce soit par leurs conseils ou leur soutien :

Elsa Tadier, ma tutrice universitaire, pour m'avoir orientée quand j'hésitais sur mon sujet, et pour m'avoir orientée, conseillée et soutenue dans la progression de mon travail.

Thibaut Thomas, mon tuteur professionnel, pour avoir accepté de me suivre et de m'encourager dans ce projet, de même que pour m'avoir transmis de nombreuses informations et conseils constructifs.

Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio, pour avoir pris le temps de répondre à toutes mes questions et m'avoir permis d'assister à une conférence réservée aux professionnels. Son aide a été précieuse.

Eglantine Gabarre, Responsable du marketing digital des éditions Delcourt, pour sa réactivité et pour avoir accepté de répondre à mes questions avec patience et bonne humeur.

Mes proches, mes collègues et mes camarades du CELSA, pour m'avoir donné leur avis et m'avoir encouragée tout au long de mes recherches.

Table des matières

Introduction	4
PARTIE 1 : Babelio, média optimisé pour la recommandation littéraire amatrice	11
A. Babelio, entre réseau et média littéraire pour les amateurs de livres	11
a. La mise en scène de l'amateur par ses contributions et espaces d'expression	11
b. Le ciblage d'une certaine catégorie d'amateurs par des références culturelles et pratiques.....	15
B. La mobilisation des hommes et des données au service d'une recommandation efficace.....	19
a. Recourir à l'intelligence collective pour améliorer le site	19
b. Optimiser la recommandation par les liens entre utilisateurs et œuvres.....	21
c. Une interconnexion entre acteurs mais aussi entre espaces de promotion et d'achat.....	27
PARTIE 2 : La mise en place d'une nouvelle relation marchande par la création de valeur et l'échange de services.....	29
A. Entre contribution évaluative et évaluation de la contribution, une création de valeur pour les œuvres et les membres de Babelio	29
a. La communication par l'évaluation : levier de valorisation des œuvres	29
b. L'évaluation des membres : de l'amateur à l'expert reconnu par la communauté	32
B. Données/donnant : la construction de nouveaux échanges avec les professionnels du livre.....	37
a. La contribution-recommandation : une monnaie d'échange avec les professionnels du livre.....	37
b. Les contributions : une valeur de recommandation maintenue hors de Babelio	41
c. La publicité via Babelio : de la recommandation amatrice à la recommandation professionnelle.....	43
PARTIE 3 : La prescription amatrice, outil incontournable de modernisation du marketing relationnel et digital	47
A. Reconsidérer le rôle des amateurs pour engager une relation durable	47
a. Aborder les amateurs comme de réels producteurs de recommandations.....	47
b. Etablir une relation de confiance avec les lecteurs pour éviter l'écueil du <i>digital labor</i>	51
c. Favoriser la proximité grâce aux nouveaux outils du numérique.....	56
B. Recourir à la prescription amatrice en ligne pour moderniser et maximiser sa communication.....	59
a. Utiliser la prescription amatrice comme outil d'optimisation de la communication	60
b. Mobiliser les amateurs pour combler la non-prescription professionnelle	63
c. Offrir une recommandation plus efficace auprès des amateurs grâce aux innovations numériques.	66
Conclusion	69
Bibliographie	75
Annexes.....	78
Résumé.....	130
Mots-clés.....	131

Introduction

L'arrivée du numérique a provoqué de grands bouleversements dans l'ensemble des domaines culturels. Le livre connaît actuellement de profondes mutations : mutation du support, avec l'apparition du livre numérique et du livre audio, mutation des pratiques, avec le développement des tablettes qui permettent par exemple des annotations partagées avec d'autres lecteurs, et, par conséquent, une mutation dans l'organisation-même de son écosystème. Les bouleversements qu'a connus l'industrie musicale n'ont pas donné une image très positive du numérique aux professionnels du secteur culturel¹, entre l'impression d'une dématérialisation massive de la musique due au déclin du support CD, le piratage, le modèle des abonnements, du streaming, et la baisse conséquente des prix. De son côté, le secteur du livre doit également faire face à des changements remettant profondément en question les rôles, les produits et les services. Il convient donc aujourd'hui pour les professionnels de trouver de nouveaux modèles économiques et de s'adapter selon de nouveaux modes de commercialisation et de communication.

Le livre numérique a déjà induit des évolutions significatives dans le domaine. Alors qu'il s'implante petit à petit en France², ce média a vu le développement et l'apparition d'acteurs tels que les auteurs autoédités ou les *pure players* de l'édition. Désormais, la chaîne du livre ne peut plus être définie en tant que telle, remodelée en un réseau où l'ensemble des acteurs peut interagir directement les uns avec les autres : les auteurs échangent avec les lecteurs, les éditeurs entrent directement en contact avec leurs publics grâce aux réseaux sociaux, où se forment des groupes d'intérêts autour des œuvres. La désintermédiation, c'est-à-dire le fait, pour les acteurs du livre, de pouvoir communiquer directement entre eux, de pouvoir faire leur propre promotion, sans passer par d'autres acteurs (l'auteur s'adresse au lecteur final sans passer par l'éditeur et le libraire, par exemple) crée ainsi un nouveau rapport entre les professionnels et les amateurs. Cela pousse à se demander comment la communication doit être orientée pour profiter pleinement de toutes les opportunités qu'offre Internet. Les auteurs, notamment, ont bien compris l'intérêt d'un réseau social tel que Twitter pour faire la promotion de leurs livres directement auprès des lecteurs. Il s'agit donc pour l'ensemble du marché du livre de trouver un équilibre dans lequel chaque professionnel retrouvera la place qui garantira la valeur ajoutée de son métier.

Parallèlement, certaines professions comme celle de libraire semblent plus fragiles face à de tels changements, incapables pour certains de rivaliser avec Amazon et ses services rapides et gratuits. Les tentatives de création de plateformes centralisatrices destinées à aider la profession à mettre un pied sur Internet et à y développer sa visibilité n'ont jusque-là pas rencontré le succès escompté³. Il s'agit donc aujourd'hui de savoir comment se rapprocher des lecteurs alors qu'ils sont sur la toile et que les libraires sont dans leurs boutiques. Pour cela,

¹ BENHAMOU Françoise, « Petite histoire d'une industrie qui chantait... ». In *Le livre à l'heure numérique : papier, écrans, vers un nouveau vagabondage*, Seuil, 2014, p.23-28

² NORA Dominique, « Jusqu'où ira le livre numérique ? ». In : Bibliobs – Actualité littéraire par l'Obs [en ligne]. 22 mars 2014. Disponible sur < <http://bibliobs.nouvelobs.com/salon-du-livre-2014/20140320.OBS0581/jusqu-ou-ira-le-livre-numerique.html> >

³ SOLYM Clément, « Fin de 1001libraires, malgré 'un geste défensif à un prix acceptable' ». In : Actualitté – Les univers du livre [en ligne]. 18 mai 2012. Disponible sur < <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/fin-de-1001libraires-malgre-un-geste-defensif-a-un-prix-acceptable/33390> >

certains n'ont pas hésité à franchir le pas de la création d'un site web, à proposer des réservations en ligne, etc. afin d'optimiser leurs services. Mais la question du prix et de la gestion de tels outils de communication se pose, dans un métier où la proximité géographique a toujours été une force et ne suffit plus aujourd'hui à attirer de nouveaux clients.

Un autre basculement majeur induit par le numérique a été la démocratisation de la pratique de la critique, dans des secteurs très variés. Auparavant réservé aux journalistes, libraires, universitaires ou critiques professionnels dans le domaine littéraire, le jugement des ouvrages de l'esprit est devenu accessible à un public bien plus large et amateur. Plus généralement, c'est la notion d'évaluation qui s'est ouverte au grand public, en laissant plus ou moins de place à l'argumentation. Si le blogueur publie des billets sur son site à l'adresse de ses lecteurs, des sites tels qu'Amazon proposent soit de noter le produit en cochant des étoiles, soit de commenter, soit les deux. Les visiteurs ont alors toute la liberté d'évaluer les produits et services comme ils le souhaitent, et d'influencer alors les actes d'achat des autres. L'avènement des réseaux sociaux donne une dimension encore différente, avec une variété d'actions possibles, du commentaire au clic sur « j'aime », en passant par le partage et les messages privés. La facilitation de l'interconnexion des plateformes par des liens à présent ancrés dans les habitudes de navigation (le petit « f » bleu de Facebook, le « G+ » rouge de Google+, etc.) permettent une démultiplication de la diffusion des avis, et donc de la communication sur tous types de contenus. La mise en réseau des acteurs du livre, et plus particulièrement des lecteurs amateurs, a favorisé l'apparition d'une recommandation sociale plus ou moins formelle, se voulant représentative des goûts du public ou de certaines catégories de lecteurs. Par là-même, la plupart des livres ont trouvé leurs ambassadeurs, qu'il s'agisse de produits grand public ou de sujets plus pointus, là où la prescription professionnelle (journalistes, libraires) peut parfois freiner l'accès de certaines œuvres au public.

Une telle évolution a fait bouger les lignes sur le monopole des professionnels quant à la pratique de la critique. En se démocratisant, cette dernière s'est faite porte-parole des goûts des lecteurs auprès du public et des professionnels. Le point de vue des lecteurs amateurs, au sens des non-spécialistes, a ainsi gagné en visibilité auprès des éditeurs, libraires, bibliothécaires, etc. au point d'ériger de nouveaux rapports de pouvoirs entre eux. Il n'est alors plus nécessaire d'être libraire, universitaire, journaliste pour faire entendre son avis sur les œuvres et, surtout, pour être écouté. Se pose alors la question de la légitimité des amateurs à se conseiller sur leurs choix de lecture (et donc d'achat). En critiquant en masse, les amateurs font valoir la recevabilité de leurs avis. Ce n'est plus l'expert – « celui qui sait », qui est *a priori* le seul capable de dire ce qui doit être lu ou non – qui a le monopole de la critique, mais chaque personne ayant fait une expérience de lecture et pouvant exprimer son point de vue.

Ce sont donc finalement les leviers de la recommandation sociale et de la multiplication des lecteurs prescripteurs sur Internet qui ont progressivement fait basculer la balance en faveur d'une reconsidération de la place de l'amateur dans le réseau du livre. De l'image de simple consommateur, il est désormais perçu par certains professionnels comme un producteur de contenus, participant ainsi à la promotion des œuvres. Cela a entraîné des transformations majeures sur le marché du livre, dans la mesure où chaque agent voit son rôle et ses relations aux autres acteurs redéfinis. L'apparition de communautés spontanées autour du livre a renforcé

cette idée que les lecteurs amateurs avaient trouvé en Internet de nouveaux espaces d'expression libre, tant sur le fond que sur la forme. Le Guide de la bonne lecture⁴, créé au début des années 2000, en est un des premiers exemples. Le nom-même de ce site sous-entend une validation des lectures (qu'est-ce qu'il convient de lire et, par extension, ce qu'il n'est pas bon de lire), et donc une prescription de la part des usagers du site. L'ouverture de la critique à d'autres publics laisse donc aux amateurs la possibilité de définir eux-mêmes les normes de lecture. Ceux-ci se sont alors rassemblés autour de forums, de blogs puis de sites de plus en plus sophistiqués, tels d'immenses clubs de lecture, afin d'échanger sur les œuvres, se conseillers les uns les autres et s'entraider sur les choix de livres à lire.

Ces plateformes ont cependant connu un renouveau avec des précurseurs nord-américains tels que Goodreads⁵ ou Librarything⁶. Alors qu'il n'existait que de simples groupes constitués spontanément par des passionnés, des plateformes plus professionnalisées ont fait leur apparition. L'objectif affiché au grand public est de proposer un espace d'échange entre passionnés, proposant notamment la constitution de bibliothèques numériques personnelles. Chaque utilisateur peut également y critiquer ses livres et se créer un réseau « d'amis » avec qui partager ses affinités littéraires sous diverses formes (conversations privées, forums, etc.). Le modèle économique de ces plateformes se fonde alors sur l'analyse et la monétisation des données ainsi générées, qui ouvrent de nouvelles perspectives aux professionnels. Là où les services presse envoyaient auparavant des livres gratuitement aux bloggeurs afin d'obtenir une prescription auprès de leurs communautés (plus ou moins grandes), les groupes de lecteurs sur de telles plateformes offrent une visibilité bien supérieure aux œuvres en les référençant et en les critiquant. Par ailleurs, les informations renseignées par les amateurs eux-mêmes offrent la possibilité d'alimenter des algorithmes de recommandation en fonction de leurs goûts. Plus il y a d'informations renseignées dans la base de données, plus le site sera alors capable de faire des recommandations adaptées aux besoins de chacun.

Deux enjeux se présentent alors sur de telles plateformes : la motivation des utilisateurs à contribuer, et la réutilisation de leurs données à des fins commerciales. En rejoignant ces sites, les amateurs peuvent partager leur passion, démontrer leur capacité à critiquer et conseiller d'autres lecteurs. Les notions de reconnaissance et de partage d'information ont donc été des leviers fondamentaux pour favoriser l'engagement et la fidélisation de milliers de lecteurs. En créant du lien avec ses utilisateurs – et *entre* ses utilisateurs - tout en leur proposant des outils facilitant leur pratique de la lecture (listes de livres, possibilité d'échanger des livres, etc.), la plateforme se rend utile à ses usagers, incitant au partage et à la contribution. Plus il y a d'inscrits, plus il y a d'informations, et plus le site devient incontournable pour les utilisateurs et les visiteurs. Par conséquent, avec l'augmentation du nombre d'inscrits sur ces réseaux, tout l'enjeu pour les professionnels est de déterminer comment profiter pleinement d'une telle concentration de leur public, à travers les services de ces plateformes.

⁴ <http://www.guidelecture.com/>

⁵ <http://www.goodreads.com/>

⁶ <http://www.librarything.fr/>

Plus précisément, la question est de savoir **dans quelles mesures le numérique reconfigure-t-il la pratique prescriptive littéraire, et comment cette évolution, qui peut être perçue comme un inconvénient, peut-elle représenter un levier stratégique pour les professionnels du livre ?**

En effet, si les amateurs sont ainsi réunis sur des plateformes également destinées à servir les intérêts des professionnels, quelles sont les articulations entre ces différents publics ? Comment chacun peut-il y trouver son compte ?

La notion de prescription est ici entendue au sens de la définition d'une norme orientant le choix de lecture, et donc potentiellement d'achat des amateurs. Cette prescription peut représenter un levier stratégique en ce qu'elle serait pour les professionnels du livre (auteurs, éditeurs, bibliothécaires, etc.) un réel moyen de développer une communication numérique plus efficace que celle actuellement en place.

Afin d'étudier cette question, le choix du terrain s'est porté sur le site Babelio⁷. Se revendiquant comme un des premiers médias littéraires français online en nombre de visiteurs, Babelio a été la première plateforme du genre à se créer dans l'hexagone. Entièrement dédiée au livre, elle rassemble une communauté de 230 000 membres, soit 230 000 prescripteurs potentiels, et près de 3 millions de visiteurs uniques, soit 3 millions de récepteurs de cette prescription. Babelio ne propose cependant pas directement la vente de livres : les critiques amatrices portent sur des lectures effectuées hors du site et sur divers supports (livre papier, numérique ou audio). Il est par ailleurs possible, via les notices de livres de Babelio, de cliquer sur des liens vers Amazon. Les achats réalisés grâce à ces liens permettent à Babelio de gagner une part des bénéfices réalisés par le site de vente, et au lecteur de concrétiser sa recherche de lecture en s'appropriant l'œuvre. De plus, Babelio bénéficie aujourd'hui d'un référencement très efficace sur les moteurs de recherche, et propose une diversité de services aux professionnels (éditeurs, bibliothécaires majoritairement). Ceux-ci vont de la location d'espaces publicitaires ciblés, au sponsoring d'emailings pour promouvoir une œuvre directement auprès des membres du site, en passant par des opérations marketing basées sur l'envoi gratuit d'un livre aux amateurs en échange d'une critique, ou encore la location des données de Babelio pour enrichir les notices des livres sur les sites des éditeurs et bibliothèques. Il est donc intéressant d'en analyser les mécanismes afin de comprendre comment la recommandation sociale entre lecteurs peut être mobilisée au service de la communication littéraire.

Pour répondre à la problématique énoncée plus haut, il est tout d'abord possible de poser la question des nouveaux espaces d'expression dont disposent les amateurs : **ces réseaux professionnalisés s'adressant aux amateurs ne seraient-ils pas en effet optimisés pour une recommandation littéraire efficace ?** Par « efficace », il est entendu ici qu'en proposant un média grâce auquel les lecteurs peuvent librement prendre la parole, et sous diverses formes, Babelio favoriserait l'échange, la recommandation sociale et donc la promotion des œuvres par le public.

Par ailleurs, **la contribution amatrice en ligne, qui repose essentiellement sur l'accumulation de données, ne serait-elle pas la source d'une création de valeur ? Et si cette valeur est bel et bien existante, ne pourrait-elle**

⁷ <http://www.babelio.com/>

pas alors permettre l'instauration d'une nouvelle forme de relation marchande avec les professionnels ? En évaluant les œuvres, en générant des données, les lecteurs créeraient une valeur réutilisable par les professionnels à des fins promotionnelles.

Enfin, **la prescription amatrice ne serait-elle pas aujourd'hui indispensable aux professionnels du livre dans une optique de développement de leur marketing, au sens général mais également – et surtout – aux sens digital et relationnel ?** Avec les évolutions dues au numérique et la diffusion de pratiques telles que celles proposées sur Babelio, les professionnels du livre pourraient aujourd'hui trouver un moyen de se rapprocher de leurs publics pour proposer une communication digitale plus précise, plus adaptée et plus efficiente.

Afin de vérifier ces hypothèses, il a tout d'abord été nécessaire de mener une analyse sémiologique du site Babelio. L'iconographie permet de comprendre les imaginaires du littéraire sur lesquels Babelio se fonde, mais il a également été nécessaire d'explorer les pratiques des lecteurs : formes évaluatives, échanges (dans les commentaires, le forum), quiz et listes proposés, de même que les termes utilisés (notamment pour se comprendre ce qui génère l'imaginaire de communauté sur ce site). La communication de Babelio en tant que telle ainsi que ses services promotionnels ont également été étudiés. Les argumentaires commerciaux⁸, la présentation d'opérations marketing ou encore l'analyse des espaces publicitaires et des emailings ont permis de déterminer la manière dont Babelio présente ses services aux amateurs et aux professionnels, mais également comment les échanges marchands sont articulés. Ainsi, d'une part, l'observation de l'ensemble de ces éléments a permis d'appréhender les représentations de la figure de l'amateur sur cette plateforme et les imaginaires qui s'y bâtissent pour favoriser la participation et la recommandation sociale. D'autre part, cela a facilité la compréhension du modèle économique de Babelio et des liens qui existent alors entre les différents acteurs que le site rassemble. Cet aspect a ensuite été complété par des entretiens exploratoires. Un premier entretien avec Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio⁹, a permis d'expliquer de nombreux aspects du site qui ne sont pas toujours perceptibles par un utilisateur. Dans un deuxième temps, un entretien avec Eglantine Gabarre, Responsable du marketing digital des éditions Delcourt¹⁰, a donné le point de vue d'un professionnel partenaire de la plateforme sur les utilisations actuelles et potentielles d'un site comme Babelio. Grâce à cet échange, il est possible de comprendre comment ce réseau prétend s'inscrire dans des opérations de communication et quelles sont alors les stratégies mobilisées pour en faire un levier marketing supplémentaire auprès du public. La consultation d'interviews des fondateurs de la plateforme dans des articles et vidéos a permis de combler les éventuels manques d'information sur les collaborations mises en place avec les professionnels.

Par ailleurs, la consultation d'ouvrages et de productions théoriques ont permis d'éclaircir certaines notions clés telles que l'évaluation ou la communauté. Ces concepts ont été des piliers pour la réflexion sur ce travail, afin de comprendre quelles formes et quels intérêts l'évaluation amatrice peut revêtir aujourd'hui, et comment les influences se créent alors entre les utilisateurs. La consultation d'études sur d'autres plateformes dédiées aux

⁸ Ces documents sont en libre accès sur le profil SlideShare de Babelio, disponible sur <http://fr.slideshare.net/Babelio>

⁹ Voir annexe 18, p.110-124

¹⁰ Voir annexe 19, p.125-129

critiques littéraires amatrices a également été essentielle. Cela a permis de mieux saisir la mise en scène de la passion pour le livre, et la manière dont l'écriture peut répondre à deux enjeux pour l'amateur : un besoin d'expression et la recherche d'un certain statut¹¹. La très récente notion de *digital labor* a également pu être abordée afin de déterminer les limites de tels systèmes économiques. Certains chercheurs considèrent en effet que la monétisation des données par les entreprises telles que Babelio constitue une forme d'exploitation des internautes, au profit des entreprises¹². Cette conception de l'utilisation des données et de leur récupération à des fins commerciales suppose de se questionner sur les relations marchandes entre professionnels du livre et amateurs.

Enfin, des articles de presse ont permis de remettre en contexte les influences du numérique dans le domaine du livre, et de comprendre l'évolution de la critique amatrice en ligne, ainsi que les diverses questions qu'elle a pu soulever. Cela a également mis en lumière les difficultés de certains professionnels¹³, là où d'autres au contraire profitent pleinement des avantages du numérique¹⁴.

Aussi, dans un premier temps, ce travail cherchera à appréhender le fonctionnement de Babelio. Il s'agira de comprendre comment la figure de l'amateur est mise scène, présentant celui-ci comme un critique et prescripteur de lectures. Par extension, cela vise à saisir quelle est la place laissée aux prescripteurs professionnels sur une telle plateforme, notamment les journalistes, dans la mesure où Babelio se présente avant tout comme un site pour lecteurs au sens large. De plus, l'analyse du site aura pour objectif de mettre en lumière les mécanismes faisant que les amateurs acceptent de participer, de générer des données, autour de la construction d'imaginaires du collectif. La question de la création de liens entre les hommes et entre les œuvres par le traitement des données sera également abordée pour déterminer quels sont les ressorts d'une telle plateforme, et comprendre comment l'homme et l'ordinateur participent d'une recommandation sociale efficace.

Un deuxième temps de réflexion permettra de se pencher sur la question de la création de valeur issue de la contribution des amateurs, pour voir comment celle-ci peut ainsi s'articuler avec les enjeux communicationnels des professionnels du livre. Il s'agira d'analyser les dispositifs d'évaluation qui permettent de valoriser des œuvres et des contributeurs, et de voir comment des leviers marketing réutilisent les pratiques et données pour communiquer plus efficacement envers les lecteurs amateurs.

¹¹ Voir la thèse d'Etienne Candel : *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture* [Texte imprimé] : *les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs*. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007. – 427p

¹² CARDON Dominique, CASILLI Antonio. *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* Paris : INA éditions, 2015. 104p.

¹³ FRANCE 24. « La célèbre librairie parisienne La Hune a fermé définitivement ses portes ». In : France 24, Infos, news et actualité, l'information internationale en direct [en ligne]. 15 juin 2015. Disponible sur <<http://www.france24.com/fr/20150615-librairie-paris-la-hune-fermeture-litterature-mythique-culture-gallimard-edition-saint-germain>>

¹⁴ GARY Nicolas. « France : les auteurs indépendants au cœur de la rentrée 2015 ». In : Actualité – Les univers du livre [en ligne]. 24 août 2015. Disponible sur <<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/l-autoedition-part-integrale-de-la-rentree-litteraire/60169>>

Enfin, dans un troisième temps, ce travail proposera de comprendre comment il est possible d'aller plus loin dans l'utilisation de tels sites et la mobilisation des critiques amatrices pour développer un marketing plus près des lecteurs et utilisant les nouveaux leviers numériques. La question est ainsi de savoir comment les échanges entre amateurs et professionnels permis par des sites comme Babelio peuvent être à l'origine d'une relation durable, dans le respect des intérêts de chacun des acteurs. Plus encore, il s'agira de définir la manière dont la prescription amatrice peut permettre de proposer une communication plus fine, plus efficiente, et plus adaptée aux modes de communication d'aujourd'hui que les outils dont les professionnels disposaient jusqu'ici (achat d'espaces publicitaires, relations presse, prépublication d'extraits, etc.), et qui offraient peu de connaissance client.

PARTIE 1 : Babelio, média optimisé pour la recommandation littéraire amatrice

Créé en 2007, Babelio se présente aujourd'hui comme « un réseau social dédié aux livres et aux lecteurs. Il permet de créer et d'organiser sa bibliothèque en ligne, d'obtenir des informations sur des œuvres, de partager et d'échanger ses goûts et impressions littéraires avec d'autres lecteurs.¹⁵ ». En se définissant ainsi, Babelio se positionne comme un entre-deux numérique faisant appel aux imaginaires du livre comme objet personnel et objet prescrit par un professionnel. En effet, la notion de « bibliothèque » fait écho à la fois à la manière que chacun a de ranger, trier ses livres pour ensuite pouvoir les voir et les manipuler plus facilement, mais c'est également un lieu public où des professionnels, des spécialistes proposent des œuvres et des informations à leur sujet, et où les lecteurs se rencontrent. Babelio joue donc sur cette ambivalence du lieu personnel et personnalisable et du lieu de prescription professionnelle, faisant se croiser les imaginaires grâce au numérique et proposant un double usage de la plateforme. Ainsi, cette dernière se présente comme un moyen de lier les internautes et les œuvres par une variété de pratiques. Par ailleurs, en misant sur la démocratisation de la critique et la possibilité offerte à un large public d'évaluer les produits culturels sur Internet, Babelio puise sa légitimité dans le nombre important de ses utilisateurs et visiteurs. Il se positionne ainsi en média de référence au service de la promotion des œuvres, comme une bibliothèque *par et pour les amateurs*, et se revendique comme un véritable outil de prescription littéraire, dont la force est garantie par le dynamisme et les contributions de ses membres.

A. Babelio, entre réseau et média littéraire pour les amateurs de livres

En s'adressant « aux lecteurs », Babelio ouvre la pratique prescriptive à un public élargi, un public amateur. Cependant, derrière cette notion polysémique qui peut laisser penser que tout un chacun peut intégrer une telle plateforme, Babelio cherche à recruter un public particulier à travers des usages et des codes précis : de grands amateurs de livres et de critiques qui sont aussi des critiques amateurs.

a. La mise en scène de l'amateur par ses contributions et espaces d'expression

La critique littéraire est une pratique ancienne longtemps réservée à certains professionnels en lien avec le monde du livre. La démocratisation de la prescription littéraire qui s'est faite jusqu'à aujourd'hui est en grande partie due à des dispositifs numériques laissant la place à l'expression du grand public, et pousse à reconsidérer les rapports de légitimité, entre celle des professionnels acquise tout au long des siècles, et celle des amateurs développée en quelques dizaines d'années.

L'inscription du réseau social dans la continuité d'une pratique historique

Née dans l'Antiquité avec la rhétorique et le souci de définir des règles littéraires, la critique est une pratique qui n'a pris son essor en France que bien plus tard. Entre le XVII^{ème} et le XIX^{ème} siècle, elle se fera analytique, dans un souci de rationalité et d'argumentation. Ce sont à cette époque majoritairement les érudits et les auteurs eux-mêmes - donc des personnes considérées comme lettrées et éduquées, ayant une certaine connaissance de la littérature - qui vont s'atteler à définir ce qu'est une œuvre répondant aux règles de l'Art. Des préfaces voire des œuvres littéraires entières sous forme de critiques argumentées voient alors le jour, notamment dans le domaine du théâtre. Puis vient une critique littéraire plus historique, dont le but est d'observer les œuvres dans

¹⁵ www.babelio.com

leur contexte. Les professeurs universitaires, historiens et philosophes deviennent alors les figures prépondérantes de la critique, tirant leur légitimité d'institutions telles que la Sorbonne et diffusant leurs idées à travers des œuvres écrites mais également des cours donnés à leurs élèves. La Nouvelle critique, apparue dans la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, s'accorde davantage à comprendre les significations de l'œuvre, laissant de côté l'auteur. Les textes ainsi proposés par des professionnels des sciences humaines se proclament comme des œuvres, faisant de la critique une littérature en elle-même et non un genre à part.

Ainsi, si ce sont essentiellement des poètes, des grammairiens et des écrivains qui ont initié la pratique séculaire de la critique, elle s'est peu à peu ouverte à d'autres publics, comme les universitaires, les journalistes, et elle constitue aujourd'hui un métier à part entière : critique littéraire. Les acteurs de cette pratique, des professionnels du monde littéraire ont pu gagner leur légitimité grâce à leurs productions, leurs enseignements, leurs débats mais également grâce à l'appui de grandes intuitions (notamment scolaires) dont ils faisaient et font partie. Orale et écrite, cette pratique a pris plusieurs formes au cours de son histoire, entre livres dédiés à la critique et salons mondains, cafés littéraires et articles de journaux, mais toujours avec cette idée que les professionnels de la prescription littéraire tirent leur légitimité de leur expérience et de leurs connaissances.

L'arrivée d'Internet et l'essor des blogs a permis aux amateurs de littérature de s'approprier peu à peu cette pratique, en révélant leur avis aux yeux de tout le monde. Là où les formes normatives antérieures de la critique (cours, livres) ne s'ouvraient qu'aux personnes socialement reconnues comme légitimes, Internet propose un espace d'expression universellement accessible où toute personne peut s'exprimer sur une œuvre, et peut donc être potentiellement lue et considérée comme légitime par d'autres. La constitution de forums consacrés aux groupes d'amateurs dans les années 1990 puis les réseaux sociaux dans les années 2000 ont largement démocratisé la critique qui fait aujourd'hui l'objet de sites dédiés où elle prend des formes variées. Entre écrit et oralité, entre évaluation notée ou discours argumenté, ce jugement des ouvrages de l'esprit¹⁶ s'est fait synonyme de prescription. Les critiques des amateurs se sont multipliées, médiatisées par des dispositifs laissant la parole à la masse de lecteurs désireux de faire part de leurs expériences de lecture. L'abaissement des contraintes littéraires et cognitives¹⁷ ont elles aussi participé à cette popularisation de la critique, laissant le champ ouvert aux différents niveaux et goûts littéraires.

C'est dans ce contexte que Babelio s'est créé avec pour ambition d'être le plus grand réseau social pour lecteurs en France. En se calquant sur des exemples nord-américains tels que LibraryThing¹⁸ ou Goodreads¹⁹, Babelio offre plusieurs possibilités à ses membres : se créer une « bibliothèque » personnelle – au sens d'une base de données individuelle sur les œuvres lues ou à lire, que l'on va classer et évaluer - noter et critiquer ses livres, se créer un réseau avec d'autres lecteurs et ainsi, découvrir d'autres œuvres à lire, etc. Babelio propose ainsi des interactions avec ses lectures qui ne sont pas réalisables avec une bibliothèque traditionnelle « physique », mais

¹⁶ REY Alain. « Critique ». In : *Dictionnaire culturel en langue française*, Paris, Dictionnaires Le Robert, p.2007.

¹⁷ Dominique Cardon, « Internet par gros temps », in *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* Paris : INA éditions, 2015. p.47

¹⁸ <http://www.librarything.fr/>

¹⁹ <http://www.goodreads.com/>

en mettant la critique au cœur des activités du site. Cette dernière peut par ailleurs être valorisée par des « j'apprécie » (équivalent des « j'aime » de Facebook) ou encore commentée pour alimenter le débat entre amateurs. Ainsi, bien qu'elle soit écrite, la critique sur Babelio tend à reproduire un modèle de conversation autour du livre, un modèle ancien dans la mesure où il fait écho aux cercles et clubs de lecteurs, ainsi qu'aux salons mondains qui se réunissaient il y a plusieurs siècles pour parler des œuvres et de leurs auteurs.

La double face de l'amateur

L'amateur sur Babelio est omniprésent, mais jamais mentionné. Le site parle de *lecteurs*, ce qui laisse la porte ouverte à un public très large, les professionnels du livre étant eux-mêmes des lecteurs. Par ailleurs, lors de l'inscription sur le site, il est proposé de préciser le statut de la personne (libraire, éditeur, bibliothécaire, lecteur, etc., voir figure ci-contre). Les utilisateurs ont donc la possibilité d'informer l'équipe du site de leur statut, cette catégorisation n'étant cependant pas obligatoire.

Quel type de lecteur êtes-vous ?	
<input type="checkbox"/>	auteur/écrivain
<input type="checkbox"/>	lecteur
<input type="checkbox"/>	éditeur
<input type="checkbox"/>	bouquiniste
<input type="checkbox"/>	libraire
<input type="checkbox"/>	bibliothécaire
<input type="checkbox"/>	autre

1 Statut à renseigner dans le profil de membre Babelio

Si les professionnels peuvent s'inscrire sur un site tel que Babelio, c'est qu'il faut distinguer deux définitions de l'amateur : d'une part, « l'amateur de », celui qui aime, issu du latin *amare* (aimer), et qui cultive une grande affection pour un domaine, une activité, en l'occurrence, les livres. Ce statut est a priori celui qui correspond à tous les membres du site dans la mesure où il s'adresse avant tout aux passionnés de lecture, aux « fanatiques » comme Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio, peut en appeler certains (voir l'entretien avec lui en annexe 18, p.111). Ces amateurs-ci sont avant tout définis par une caractéristique liée à leur sensibilité, qui fait qu'ils vont se rassembler sur des plateformes telles que Babelio pour échanger sur leur passion. Parallèlement, « l'amateur » sur Babelio est celui qui pratique une activité de façon non professionnelle, pour son plaisir, et qui n'est donc pas rémunéré pour cela. Une panoplie d'activités sont proposées aux membres du site : constituer une bibliothèque, catégoriser ses livres par des étiquettes, choisir une couverture parmi les éditions existantes, ajouter une citation, etc. mais la principale demeure la critique, présente sur différentes parties du site (page d'accueil, profils des membres et notices des œuvres).

Cette pratique amatrice passe notamment par la diversité des productions sur le site. La notion de « critique » est en effet très vague sur Babelio, ce qui permet une interprétation très personnelle par les membres²⁰. La confusion se fait donc parfois parmi les membres de Babelio, pour qui le choix est laissé entre critique, analyse, avis voire même chronique (qui sous-entend plutôt la notion d'actualité). L'intérêt de recourir aux amateurs pour rédiger des critiques semble donc à première vue avant tout numérique. Faire parler des œuvres, recueillir les « *goûts et impressions littéraires* », quelle que soit la forme, quel que soit le niveau des productions,

Critiques, analyses et avis

2 Nomenclature de la partie dédiée aux œuvres sur les notices de livres

²⁰ Des conseils pour critiquer sont présents dans le forum, dans une partie intitulée « Masse Critique, comment publier une chronique ? » où il est notamment précisé : « *Veillez à étayer votre propos : que le livre vous ait plu ou pas, évitez les avis dithyrambiques en deux lignes ou les attaques non justifiées* » et « *Critiquez le fond ou la forme, le travail de l'auteur ou de l'éditeur, le style ou la construction, le dessin ou le scénario...comme bon vous semblera* ». Outre le titre de cette discussion qui prête à confusion avec « chronique », la liberté semble tout de même très large quant à la rédaction d'une critique. Disponible sur <http://www.babelio.com/forum/viewtopic.php?t=7646>

permet de générer des contenus autour des œuvres qui favorisent ensuite le référencement du site auprès des internautes en quête d'informations.

Une contribution amatrice en négatif par rapport aux professionnels

Outre la diversité des pratiques de la critique, la mise en scène des amateurs sur Babelio passe par une mise en face à face des contributions des membres avec celles des professionnels. Les notices des œuvres proposent un résumé « éditeur » et un résumé « membres », et les critiques des amateurs sont les premières présentées sur la page, suivies juste en dessous par les critiques de la presse (voir figures ci-contre). Les amateurs sont donc mis en valeur à la fois par les espaces d'expression qui leur sont dédiés mais également par le parallèle qui est fait avec les professionnels. La mise en page met à égalité ces deux types d'acteurs en les présentant dans des zones de même taille, de même forme, mais en accordant une visibilité et un rôle privilégiés aux amateurs²¹. Cela permet également aux visiteurs et aux membres du site de faire un tri entre les prescripteurs, de comparer les avis professionnels et amateurs et de consulter le type de critiques de leur choix. Cette différenciation tient également dans l'espace d'expression qu'est le forum, certaines parties étant dédiées aux professionnels (les bibliothécaires par exemple).

Ainsi, le statut d'amateur sur Babelio est

d'autant plus valorisé qu'il apparaît en négatif par rapport aux professionnels, qui sont visuellement mis à part, minorés par rapport au reste des contributeurs. Le statut d'amateur n'est pas perçu comme péjoratif sur Babelio mais est au contraire mis en valeur par le nombre de contributeurs et l'espace d'expression qui lui est dédié. Ce sont les critiques professionnelles qui sont un complément d'information et non l'inverse. Les non-professionnels amateurs de livres sont invités à s'essayer à l'exercice de la critique, médiatisés et mis en avant dès l'accueil du site par un encart dédié aux « lecteurs les plus actifs de la semaine », devant la partie réservée à la presse.

4 Résumés proposés sur les notices des œuvres, "éditeur" ou "membres", mais toujours intégrés par des membres du site

3 Exemple de parties distinctes réservées aux critiques : celles des membres, et celles de la presse (notice de l'œuvre Nous rêvions juste de liberté de Henri Loevenbruck)

²¹ La partie « résumé éditeur » est remplie par les membres du site eux-mêmes.

b. Le ciblage d'une certaine catégorie d'amateurs par des références culturelles et pratiques

L'intérêt premier de Babelio, tant pour les amateurs que pour les professionnels, est que ce réseau social est entièrement dédié à la lecture. Contrairement aux réseaux sociaux généralistes tels que Facebook ou Twitter, les membres présents sont rassemblés autour d'une même passion : le livre. Le mot « livre » est ici entendu comme une œuvre de l'esprit, et non comme un objet. En effet, pour s'ouvrir les portes de nouvelles formes de lecture, Babelio s'adresse à tous les passionnés du livre, quelles que soient leurs pratiques de la lecture (livres papier, numériques, ou audio).

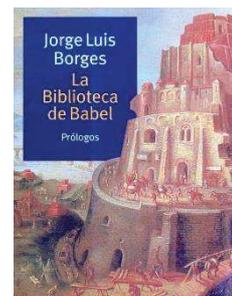
Pour créer un environnement qui soit propice à l'adhésion des membres et visiteurs, Babelio joue sur des références et représentations du livre et du littéraire qui font écho à une imagerie du livre présente sur de nombreux sites de lecteurs²². Ces références peuvent être réparties en trois groupes : les représentations à l'objet-livre - et les pratiques d'écriture qui l'entourent - les références à la culture littéraire et, enfin, les références aux pratiques des lecteurs.

L'imagerie du livre et de l'écriture comme points de repère

La première de ces références passe par des codes visuels renforçant l'imaginaire du manuscrit et du livre en tant qu'objet de papier. Babelio creuse ainsi un écart avec son statut de plateforme numérique en jouant sur les représentations traditionnelles du livre, posant cet objet comme référent culturel de la lecture. Cette dimension symbolique est d'autant plus importante que cet objet incarne toutes les formes de lecture, papier, audio et numérique. Le livre est alors comme sacralisé²³. Le logo du site en est la représentation la plus évidente : des livres de tailles et de couleurs différentes sont rassemblés de façon anarchique autour d'une tour évoquant celle de Babel²⁴ telle qu'elle peut parfois être représentée (voir figures ci-dessous). La volonté de Babelio est cependant avant tout de faire référence à l'œuvre de Borges, *La bibliothèque de Babel*, dans laquelle l'auteur évoque une bibliothèque imaginaire contenant tous les livres possibles²⁵. Le site transmet ainsi l'idée que tous les goûts et pratiques de lecture, toutes les bibliothèques sont acceptés sur Babelio. Le logo représente ce qui fait la richesse du réseau, et son objectif : rassembler toutes les bibliothèques en une seule, la plus complète et hétéroclite possible.



7 La tour de Babel,
de Tobias Verhaecht, 1602-1610



5 Couverture de l'œuvre de J. L. Borges,
La bibliothèque de Babel,
aux éditions emecé (Argentine)

²² CANDEL Etienne. *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture* [Texte imprimé] : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007.

²³ CANDEL Etienne, « L'œuvre saisie par le réseau ». In : *Communication et langages* n°155. Paris : Armand Colin, mars 2008. p.102-104

²⁴ La Tour de Babel est un épisode biblique évoqué dans la Genèse. Les descendants de Noé auraient voulu construire cette tour dont le sommet atteindrait les cieux. Courroucé, Yahvé aurait alors décidé de disperser les hommes sur Terre et de leur faire parler des langues différentes afin qu'ils n'entreprennent plus de tels projets.

²⁵ Voir annexe 18, p.110, interview de Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio, où la référence littéraire est présentée comme l'origine du nom du site, et non la référence biblique.

Cette référence au livre, mais également à l'écriture, sont très présents dans différentes parties du site : les pictogrammes qui accompagnent les titres de rubrique (sur l'accueil du site, sur le profil d'un lecteur, etc.) convoquent des stéréotypes : le crayon, le stylo plume, une feuille remplie de lignes sont autant d'indices, de traces de l'objet et des pratiques qui gravitent autour du lui (voir annexe 3, p.84 sur les références au livre et à l'écriture). La référence à l'écrit et particulièrement au manuscrit est évidente et fait écho à l'activité principale des membres de Babelio qu'est la rédaction de critiques sur leurs lectures, mais également au support initial de l'écrit qu'est la page de papier. L'écriture paraît même supplanter la pratique de la lecture ou, du moins, en est une suite logique. Comme l'explique Etienne Candel, « *l'activité de l'inscription, par les participants, de discours secondaires sur les œuvres, se situe dans la continuité de cette pratique de lecture* »²⁶. La complémentarité des signes iconiques fait ainsi écho aux pratiques des lecteurs dont la passion semble susciter l'envie de prendre la parole sur les œuvres.

Cette évocation du livre comme objet passe enfin par des photographies : la bannière en arrière-plan du logo représente une bibliothèque sur laquelle les livres sont alignés, et le diaporama en dessous, composé de 3 images, représente diverses mises en scène du livre (une bibliothèque, une femme qui lit et un livre ouvert avec des pages en train de tourner). Cette partie de l'accueil indique au visiteur comment utiliser Babelio : *partager* sa bibliothèque, *découvrir* celle de ses amis et leurs critiques et enfin, *dénicher* ses prochaines lectures. L'ordre et le choix des mots révèlent les trois étapes fondamentales : il faut d'abord donner ses propres informations, puis les partager avec les autres et, enfin, *dénicher* des lectures intéressantes. Le verbe « dénicher » est fort en ce sens qu'il implique à la fois un certain effort dans la recherche d'une œuvre, mais aussi le fait de pouvoir trouver une œuvre exceptionnelle. Dans le même temps, ce verbe reflète une certaine proximité physique, la trouvaille d'un livre que l'on aurait faite dans les rayons d'une bibliothèque ou d'une librairie. Le terme est donc d'autant plus fort qu'il poursuit la logique de références à l'objet-livre, consolidant l'imaginaire de la bibliothèque traditionnelle. Babelio propose donc de faire des rencontres intéressantes à la fois avec des hommes et des livres. Pour aider les membres et visiteurs dans leur quête de leur prochaine lecture, les icônes agissent comme des guides visuels aidant à comprendre les différentes parties du site et expliciter les pratiques concernées. Par exemple, l'image d'un stylo pour la rubrique des « membres les plus actifs de la semaine » (voir figure ci-contre) permet de comprendre que l'activité principale sur Babelio est liée à l'écrit (en l'occurrence les critiques), laissant au média livre le privilège de la lecture et à Internet celui de l'écriture²⁷. Cela permet également de valoriser la pratique de l'écriture, en valorisant les auteurs. L'objectif est ainsi d'inciter à venir participer, à écrire à son tour, afin que chaque lecteur puisse devenir à son tour critique.

 **Lecteurs les plus actifs cette semaine**

8 Le stylo comme symbole de l'activité des membres de Babelio, en écho à la pratique écrite de la critique sur le site

²⁶ CANDEL Etienne, « L'œuvre saisie par le réseau ». In : *Communication et langages* n°155. Paris : Armand Colin, mars 2008. p.104

²⁷ *Ibid.*, p.105

Des références littéraires pour lecteurs avertis

Outre ces références iconographiques, Babelio joue sur des références littéraires et culturelles. L'exemple le plus évocateur est le nom du site, couplage de « Babel » et « biblio ». Comme évoqué plus haut, ce nom fait écho à l'œuvre de Borges, *La bibliothèque de Babel*²⁸. Le jeu de mots et la référence ne sont totalement compréhensibles que par des personnes connaissant l'œuvre de Borges²⁹, et le nom pourrait même se présenter comme la promesse de la constitution de cette bibliothèque exhaustive, une promesse qui ne peut être tenue que grâce aux contributions des membres du site. La deuxième partie du nom est quant à elle plus explicite : « biblio » pour bibliothèque, en lien direct avec l'activité principale des membres du site. Ainsi, la référence littéraire n'empêche pas de comprendre le fonctionnement du site, ni de s'inscrire et d'être un utilisateur. Elle marque cependant un premier pas dans les échos culturels qui peuplent le site et qui ne peuvent être entendus que par un public averti.

En effet, parallèlement, les fondateurs de Babelio ont placé des références dans différents endroits du réseau. Les insignes, par exemple, sont un élément central du réseau social (voir définition et explication en annexe 12, p.100-102). C'est par eux que les membres peuvent évaluer leur progression sur le site, que ce soit en termes de connaissance (sur les genres littéraires, notamment) ou de contribution (invitation d'amis, nombre de critiques, de citations, etc.). Plusieurs de ces insignes jouent sur les références littéraires. Par exemple, l'insigne récompensant le fait d'avoir bien rempli son profil est intitulé « Portrait de Dorian Gray », en référence à l'œuvre d'Oscar Wilde. Dans la description-même de cet insigne, l'équipe de Babelio appuie cette référence en écrivant un petit paragraphe dont la compréhension ne peut être perçue que par des lecteurs connaissant l'histoire³⁰. Ces clins d'œil sont autant de moments de complicité avec les lecteurs connaissant les œuvres citées, car ils peuvent saisir la référence. A l'inverse, il est possible de se demander quelle référence se cache derrière un éventuel insigne dont le nom ne serait pas compréhensible. Les références sont très larges, allant de la Bible (« Saint Pierre ») à la mythologie grecque (« Sphinx ») et peuvent parler à des publics aux affinités littéraires très variées. Cependant, la variété de ces références semble fonctionner comme un message du site sur le type de lecteurs auquel il s'adresse : des lecteurs avertis, ayant une certaine expérience et une certaine culture littéraire, pourront apprécier ces clins d'œil faits à la littérature, contrairement aux autres.

L'intégration de pratiques : Babelio, outil de lecture

Enfin, la troisième référence que Babelio fait à l'attention de ses lecteurs concerne les pratiques liées au livre. Il est par exemple possible de s'échanger des ouvrages grâce à une option que les membres peuvent cocher quand ils sont sur la notice d'un livre (cf. figure ci-contre). Toute une partie du forum y est également consacrée. Ainsi, lorsqu'un lecteur désire échanger un livre, il le coche dans sa bibliothèque personnelle et se met en relation avec des lecteurs intéressés, soit par le forum, soit par messagerie privée. Les



9 Statuts applicables à un livre

²⁸ Dans cette œuvre, Borges imagine une bibliothèque dans laquelle tous les livres possibles et imaginables seraient rassemblés. Voir annexe 18, p.110, interview de Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio.

²⁹ D'autres peuvent penser au mythe biblique, bien qu'il n'ait pas de rapport avec le site.

³⁰ « Cet insigne distingue les lecteurs qui se sont présentés à la communauté. On ne saurait garantir qu'ils restent éternellement jeunes, mais leur portrait sur Babelio est complet. » L'équipe de Babelio fait ici référence au personnage principal du *Portrait de Dorian Gray* qui reste jeune toute sa vie alors qu'un portrait de lui vieillit à sa place. Description disponible sur <http://www.babelio.com/insignes/43/Portrait-de-Dorian-Gray>.

lecteurs se rencontrent ensuite ou s'envoient les livres par voie postale. Bien qu'il ne soit pas nouveau, ce principe connaît un véritable développement avec Internet et la facilité de communiquer pour se faire passer des œuvres. Certains sites Internet y sont même dédiés³¹. Cette pratique représente néanmoins un inconvénient de taille pour les professionnels dans la mesure où elle vise à éviter l'achat de livres en rentabilisant sa bibliothèque. L'option « pense-bête » (voir figure ci-dessus) est également intéressante dans la mesure où elle rappelle ce que les bloggeurs ou passionnés du livre appellent « PAL » pour « pile à lire ». Il s'agit de tous les livres en attente de lecture et qui sont mis de côté en attendant de finir les autres. D'autres références plus originales et humoristiques ont été initiées par l'équipe de Babelio avec, par exemple, la possibilité de créer un bandeau personnalisé à mettre sur la couverture de son livre³². L'intérêt de ces pratiques intégrées au site est que les lecteurs vont pouvoir se servir de Babelio comme d'un véritable outil pour leur lecture, comme un service tout-en-un, à la fois informatif et pragmatique. Cela participe d'une certaine fidélisation à la plateforme, rendant les membres plus captifs dans la mesure où ils n'ont alors pas besoin de se rendre sur d'autres sites ou d'utiliser des outils différents pour gérer leurs lectures, et où toutes leurs informations et leurs échanges peuvent être concentrés au même endroit.

Les références comme un appel au public des grands lecteurs

Ainsi, Babelio propose différents niveaux de références au livre et au littéraire qui demandent d'avoir une certaine culture et une certaine pratique de la lecture pour que le site soit utilisé et compréhensible dans sa totalité. Ces références fonctionnent comme des indications sur le fait que Babelio, dans son utilisation au quotidien, ne s'adresse pas simplement « aux lecteurs » dans leur ensemble, mais en particulier aux grands lecteurs. Si la définition de grand lecteur reste relative, les études s'accordent pour dire qu'est grand lecteur une personne lisant au moins 20 livres par an³³. Il s'agit donc de personnes dont la pratique de la lecture est soutenue et régulière.

Si une telle communication envers les grands lecteurs est essentielle pour Babelio, c'est qu'ils constituent un argument marketing de poids auprès des professionnels du livre dans les démarchages. En effet, 95% des membres de Babelio seraient de grands lecteurs. Or, si l'on suit la logique présentée par l'étude d'Etienne Candel à propos des sites de lecteurs, l'écriture (et donc ici la critique) est une suite logique à l'activité de lecture qui répond à un besoin d'expression. Il faudrait ainsi considérer « l'activité critique comme la part complémentaire, naturelle, de l'activité de lecture. Le discours critique de l'amateur est vu comme une nécessité »³⁴. Le potentiel prescriptif de ces grands lecteurs est donc considérable, d'autant que s'ils se recommandent des œuvres entre

³¹ Voir par exemple Bibliotroc disponible sur <http://www.bibliotroc.fr/> et BigLib disponible sur <http://www.biglib.fr/>

³² Exemple de bandeau proposé : « Prix de rattrapage ». Disponible sur <http://www.babelio.com/bandeaux.html>

³³ Dans son étude *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Olivier Donnat prend comme définition du grand lecteur une personne lisant au moins 20 livres par an. Une étude IPSOS sur « Les Français et la lecture » menée en février 2015 prend les mêmes références et Babelio considère comme grands lecteurs les membres du site lisant au moins deux livres par mois (cf. études sur le SlideShare de Babelio).

³⁴ CANDEL Etienne. Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture [Texte imprimé] : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007.p.26

membres de Babelio, ils les recommandent également aux 2,5 millions de visiteurs uniques qui se rendent sur le site régulièrement³⁵. Ainsi, même si Babelio ne freine l'inscription d'aucun internaute, le site met en place une réelle qualification des membres.

L'enjeu par la suite pour le site est double. D'une part, l'objectif est technique, puisqu'il s'agit d'avoir un bon référencement : plus il y aura de contenus sur une œuvre, plus les pages de Babelio apparaîtront en premier dans les résultats des moteurs de recherche. D'autre part, Babelio a un enjeu économique important. En effet, celui-ci cherche à accroître sa notoriété puisque sa volonté est d'être le site de référence en matière de critiques et d'information littéraire. Dans ses présentations commerciales, Babelio n'hésite d'ailleurs pas à comparer son nombre de visiteurs uniques à celui de sites tels que Bibliobs ou Livres Hebdo, deux médias de référence dans le domaine littéraire. L'objectif est ainsi d'avoir de bonnes retombées auprès de ses visiteurs en termes d'achats suite aux recommandations des membres du réseau, mais également grâce à la location des différents espaces publicitaires disponibles sur le site.

B. La mobilisation des hommes et des données au service d'une recommandation efficace

Si Babelio recherche une certaine catégorie de lecteurs, l'important est également de parvenir à instaurer une synergie entre tous en créant des liens, à la fois entre ces amateurs, mais également entre les informations qu'ils génèrent. Cela participe de la création d'un réseau et d'une base de données qui pourront permettre une recommandation littéraire dynamique, sociale et technique, qui servira notamment aux éditeurs et bibliothécaires dans leurs échanges avec Babelio.

a. Recourir à l'intelligence collective pour améliorer le site

Avoir de nombreux lecteurs présents sur la plateforme ne suffit pas : l'enjeu réside en effet dans la construction d'un groupe social dans lequel les échanges sur les livres seront favorisés par la reconnaissance des différents amateurs comme acteurs du site, et donc des personnes de confiance pour la recommandation littéraire. L'objectif est ainsi de favoriser la contribution autour d'un projet commun de constitution d'une grande bibliothèque virtuelle. Plus il y aura d'informations sur les livres, plus ils auront de visibilité et donc de chances de trouver de nouveaux lecteurs – et acheteurs.

L'imaginaire de la communauté pour consolider les liens entre utilisateurs

Babelio parvient, techniquement et socialement, à mettre en place un système de recommandation qui permette d'influencer une large population. Cela passe tout d'abord par l'imaginaire que le site construit autour de ses membres, aussi bien dans sa description que dans ses prises de parole. Pour rappel, Babelio se présente comme « *un réseau social dédié aux livres et aux lecteurs. Il permet de créer et d'organiser sa bibliothèque en ligne, d'obtenir des informations sur des œuvres, de partager et d'échanger ses goûts et impressions littéraires avec d'autres lecteurs.* ». En se positionnant comme réseau social, Babelio propose de répondre aux critères de définition de ces plateformes qui ont été énoncés aux débuts de leur développement. En effet, selon Danah Boyd et Nicole Ellison en 2007, le réseau social se définit comme « *un service basé sur le web permettant aux individus*

³⁵ L'ensemble des chiffres sur les membres et visiteurs de Babelio sont issus de leurs présentations commerciales disponibles sur leur compte SlideShare : <http://fr.slideshare.net/Babelio>

de (1) construire un profil public ou semi-public au sein d'un système délimité, (2) définir une liste d'autres usagers avec qui ils partagent une relation et (3) voir et traverser leur liste de relations et celles créées par d'autres membres du système. La nature et la dénomination de ces relations pouvant varier d'un site à l'autre. »³⁶. Ainsi, Babelio promet au public la possibilité d'établir un profil, de créer des liens (il est possible sur Babelio de se connecter à des « amis », comme sur Facebook) et de pouvoir passer au travers de toutes les relations existantes sur le site, afin de faire des découvertes sociales et littéraires.

Parallèlement, l'idée de communauté revient régulièrement dans les prises de parole de Babelio, notamment sur le forum, de même que dans les propos de certains inscrits. Il est possible de croiser des termes tels que « babéliens », « babelionautes » au détour des commentaires et conversations et Babelio appelle ses inscrits « membres » (voir des exemples en annexe 4 p.85). La mise en scène de la communauté passe ainsi essentiellement par les mots dans tous les espaces d'expression mis à disposition des inscrits. Cela renforce l'imaginaire de la communauté au sens où elle est communément définie, à savoir « *un groupe social dont les membres vivent ensemble, possèdent des biens communs, ont des intérêts, un but commun* »³⁷. Ainsi, les membres de Babelio partagent un espace d'expression et participent tous à la construction d'une bibliothèque virtuelle qui sert de référence littéraire aux internautes.

L'idée de réseau social et de communauté est également fondamentale dans une optique de fidélisation et donc de bon fonctionnement du site. En créant du collectif, du lien entre les membres, Babelio propose une implication plus profonde encore que le simple fait de remplir sa bibliothèque et de critiquer. Les inscrits contribuent pour eux-mêmes, pour les autres, et échangent à ce propos, devenant ainsi des « lecteurs actifs » (comme cela figure sur l'accueil du site). Ils sont engagés dans un réseau où ils sont en interaction avec d'autres acteurs qui peuvent leur apporter des informations et à qui ils apportent eux-mêmes des informations en retour en participant activement, renforçant ainsi leur statut de « babéliens », et permettant à Babelio d'exister.

Cependant, en revenant aux origines-mêmes de ce qu'est une « communauté virtuelle », la « communauté babélienne » ne semble reposer que sur un imaginaire qui s'est largement développé avec le web et l'apparition des réseaux sociaux. Dominique Cardon rappelle en effet dans la préface de l'œuvre de Fred Turner *Aux sources de l'utopie numérique* le fait que les premières communautés virtuelles se sont formées sur fond de contestations sociales, par la culture hippie et avec la démocratisation du web. Les revendications de ces nouveaux internautes portaient sur une volonté d'égalité et de lien social, promettant les mêmes pratiques pour tous³⁸. Babelio,

³⁶ « *We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.* » (traduction personnelle) BOYD Danah, ELLISON Nicole. « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship ». In : *Journal of Computer-Mediated Communication* [en ligne]. 2008. Disponible sur <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>

³⁷ REY Alain. *Dictionnaire culturel en langue française*, Paris : Dictionnaires Le Robert, 2005. p.1701

³⁸ CARDON Dominique. « Préface, Les origines hippies de la révolution digitale ». In : *Aux sources de l'utopie numérique, De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand, un homme d'influence*. Caen : C&F éditions, 2012. p.11-32.

comme de nombreux sites aujourd'hui, semble donc profiter d'un abus de langage devenu courant qui est de considérer que tout groupe social sur Internet réuni sur une même plateforme (au sens général ou en groupe) serait une communauté. Il s'agit davantage d'un imaginaire que d'une réalité. Les « membres » de Babelio ayant des pratiques différentes, des objectifs différents et un statut différent (selon les insignes), l'idéal égalitaire n'est en fait pas atteint. La plateforme sert de point de rassemblement pour les amoureux du livre qui y puisent de l'information et s'en servent comme un outil d'échange de leurs avis. Le partage d'affinités communes permet cependant la formation de groupes d'intérêt (notamment dans le forum) qui vont être plus facilement identifiables et qui vont ainsi pouvoir être mobilisés autour d'opérations d'enrichissement du site, ou mieux ciblés par les professionnels.

Le collectif comme outil d'enrichissement de la base de données

L'idée de communauté est donc pour Babelio un levier de participation grâce à un discours misant sur l'intérêt commun, à savoir celui de donner un maximum d'informations pour faire découvrir de nouvelles œuvres aux autres internautes. Les appels à contributions sont réguliers et visent à « donner envie de lire » (cf. figure ci-

contre). L'enjeu derrière consiste à enrichir la base de données au mieux afin de disposer d'un maximum d'informations qui alimenteront les algorithmes de recommandation du site, faisant alors ressortir des œuvres à la



10 Appel à la contribution auprès des lecteurs de Babelio

visibilité parfois limitée. En effet, plus le site contient de données, plus les algorithmes peuvent puiser de l'information et donc faire des recommandations précises aux différents membres. L'intérêt commercial est donc grand puisque certaines œuvres n'étant pas (ou peu) critiquées ou résumées, elles ne peuvent être visibles dans les propositions automatiques. Les internautes ont ainsi le sentiment de participer à l'intérêt commun en nourrissant la base de données qui les renseignera par la suite sur leurs prochaines lectures.

b. Optimiser la recommandation par les liens entre utilisateurs et œuvres

Si la constitution d'un groupe social « babélien » est importante pour favoriser la contribution, il est d'autant plus essentiel que les membres du site soient liés entre eux de manière plus forte encore. En effet, en créant des liens entre les amateurs grâce à leurs affinités – en les faisant devenir « amis » - Babelio leur permet de voir les actualités des uns et des autres et favorise ainsi la recommandation sociale. Il en va de même pour les œuvres qui peuvent être reliées les unes aux autres par divers critères, mais surtout grâce à la constitution d'un réseau de liens hypertextes. Pour cela, les algorithmes sont un outil puissant et essentiel, puisant dans la base de données générées par les utilisateurs pour recommander à la fois des personnes et des œuvres.

Un profil visant les rapprochements par affinité littéraire

La définition de Babelio comme un réseau social pour lecteurs rappelle que même si la pratique de la lecture est solitaire, elle a toujours été sociale. Comme l'explique Marc Jahjah, « même dans la solitude d'une chambre, une pratique de lecture implique des savoir-faire acquis au sein d'une communauté, que réactive l'acte de lecture et

qu'il convoque donc implicitement. »³⁹. Ainsi, lire a toujours été un acte permettant une mise en relation, que ce soit dans l'apprentissage de la lecture ou bien dans l'échange qui suit l'acte de lire. Babelio cherche donc à favoriser cette sociabilité, à rappeler cette communauté dont parle Marc Jahjah en proposant à ses membres de créer des liens entre eux. L'objectif derrière cette mise en relation par affinités littéraires est d'optimiser la recommandation et la diffusion des œuvres auprès d'un public plus large.

Cette sociabilité passe par la notion « d'amis », comme sur d'autres réseaux sociaux tels que Facebook. Les utilisateurs ont la possibilité d'inviter et de se connecter à des proches qu'ils connaissent déjà, ou bien de se faire de nouveaux « amis » au sens de nouveaux contacts. Ainsi, bien qu'il soit intéressant d'inviter sur Babelio des proches ayant un intérêt pour les livres, la vraie richesse du site - pour les amateurs - repose sur le fait de rencontrer des personnes qu'ils ne connaissent pas forcément mais avec qui ils partagent des goûts littéraires similaires. C'est ainsi que des groupes d'intérêt, tels que des clubs de lecture du forum, peuvent se former, créant un réseau à l'intérieur du réseau autour d'œuvres ou de thématiques communes.

Cette mise en relation est favorisée par le système des pages de profil de lecteurs de Babelio. Ces pages renseignent divers types d'informations rendues publiques :

- informations personnelles (nom, âge, lieu de vie, présentation, site éventuel)
- auteurs lus
- étiquettes ou tags associés aux lectures
- lectures du moment ou à venir
- actualité du membre (ajout d'une critique, citation, appréciation d'un contenu, etc.)
- réussite aux quiz
- lecteurs proches (selon les affinités)
- livres favoris (choix de 6 livres)
- liste de livres à lire
- livres sélectionnés au hasard dans sa bibliothèque
- bilan des contributions et insignes (insignes gagnés, progression) et contributions appréciées

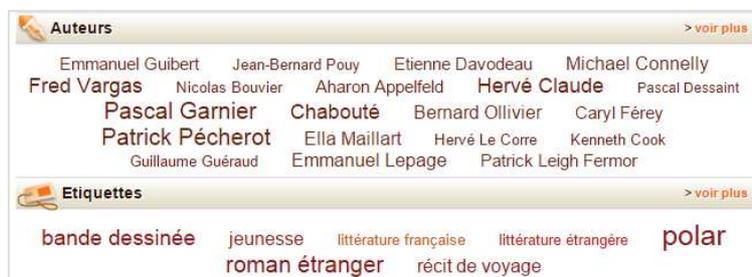
Les informations sont riches et apportent aux autres membres des indications importantes sur les points communs et différenciants qui existent entre eux. Ces éléments « d'évaluation de l'affinité » peuvent être classés en trois grandes catégories⁴⁰ :

Affinités littéraires	Bibliothèque	Activité sur le site
Auteurs	Livres piochés au hasard	Actualité du membre
Etiquettes	Livres en cours de lecture	Contributions apportées et appréciées
Livres favoris	Livres favoris	Insignes gagnés
Insignes gagnés	Livres à lire	Quiz
Lecteurs proches		

³⁹ JAHJAH Marc. « Qu'est-ce que la lecture sociale ? ». In INAGlobal.fr [en ligne]. 27 juillet 2014. Disponible sur <http://www.inaglobal.fr/edition/article/quest-ce-que-la-lecture-sociale-7725>

⁴⁰ Les informations personnelles n'apportent en soi pas de réel intérêt pour la comparaison, si ce n'est trouver une personne habitant près de chez soi pour d'éventuels échanges de livres facilités, ou d'aller visiter son blog.

Les membres peuvent ainsi se comparer selon différents critères qui vont donner des indications claires aux visiteurs du profil sur les goûts et pratiques de la personne. Pour faciliter la compréhension du profil visité, Babelio propose sur ses pages des systèmes simples et visuels grâce au traitement des données. Le principal dispositif est le nuage de mots, qui permet une comparaison rapide en ce qui concerne les auteurs et les étiquettes : plus le membre a lu tel auteur, plus le nom de l'auteur est écrit gros, le fonctionnement étant identique pour les étiquettes (cf. figure ci-contre). Il est alors simple de déterminer quels sont les intérêts de la personne et à quel degré, pour les comparer aux siens.



11 Exemple d'un nuage de mots figurant sur un profil de lecteur

Pour un rapprochement encore plus efficace entre deux profils, le réseau social propose un onglet « Comparer nos lectures » : en un clin d'œil, le visiteur du profil saisit les différences existant entre sa bibliothèque et celle du profil visité, ainsi que leurs différences d'appréciation d'une même œuvre (voir image en annexe 6, p.90). Les couvertures des livres en commun sont représentées, et le système du nuage de mots est réutilisé pour montrer les thématiques qui intéressent l'autre membre (« *untel s'intéresse davantage /moins que vous à...* »). Par ailleurs, la statistique y tient une place fondamentale, puisque Babelio fournit deux chiffres : le pourcentage de thèmes de lecture communs et l'indice de proximité littéraire⁴¹. Ce dernier chiffre détermine sur le profil de chaque membre qui sont ses « lecteurs proches ». Une gradation est proposée, entre 1 et 100, allant des lecteurs « très proches » aux « proches ». Ce système numérique offre à chaque membre l'occasion de faire de nouvelles rencontres au plus près des goûts et références renseignés dans leur profil.

Ainsi, le traitement numérique et visuel des données permet aux membres de Babelio d'identifier rapidement leurs affinités et de déterminer quelles seront les sources d'information les plus pertinentes pour eux, offrant la possibilité de constituer un réseau de personnes aux goûts similaires. L'outil de comparaison se fait outil de légitimation selon la proximité des goûts littéraires de chaque membre. Aussi, un profil qui sera particulièrement semblable au nôtre deviendra un modèle, une référence en laquelle on aura confiance et/ou vers laquelle on se tournera pour recueillir des avis littéraires. Cela est d'autant plus simple qu'une fois deux membres de Babelio devenus « amis », l'actualité de l'un apparaît sur le fil d'actualité de l'autre et vice versa dans la rubrique « Mon accueil », qui est une page personnalisée, comme le fil d'actualité de Facebook par exemple. Chaque membre a alors l'opportunité de découvrir de nouvelles œuvres grâce aux contributions des autres, qui sont autant de formes prescriptives, dans le sens où ce qui intéresse un utilisateur peut potentiellement intéresser ses « amis ».

⁴¹ « L'indice de proximité littéraire est calculé en fonction de la taille des bibliothèques, de la rareté des livres en commun, des auteurs partagés, des notes données etc. Le lecteur le plus proche de vous sur Babelio a un indice de proximité de 100 par défaut. » Définition disponible sur www.babelio.com

Par ailleurs, les interactions entre membres de Babelio se font par différentes voies : commentaires, clics sur « j’apprécie » - équivalent Babelio du « j’aime » de Facebook - le forum (cœur des conversations), ainsi que les messages privés. Les membres n’ont pas besoin d’être « amis » pour entrer en contact par l’un de ces canaux, ce qui facilite la mise en communication de l’ensemble des inscrits. Il est alors très simple de partager des informations, enrichir des contenus, laisser son avis. Toutes ces interactions permettent à l’équipe de Babelio de mesurer l’intérêt porté par les membres à certaines thématiques, certaines œuvres. L’intérêt pour les professionnels se fait alors : en se constituant en réseaux, en groupes d’affinités qui interagissent, les membres du site génèrent une grande quantité d’informations mettant au jour des débats, des tendances, de nouvelles thématiques, etc. qui constituent des jeux d’influence au sein des divers groupes. Toutes les contributions et les échanges entre les membres de Babelio vont permettre aux uns et aux autres de découvrir de nouvelles œuvres, de nouveaux auteurs et ainsi favoriser la consommation de livres par des actions, des conseils, des recommandations. Les informations ainsi récupérées vont avoir un intérêt stratégique dans la mesure où, une fois analysées, elles vont pouvoir être utilisées dans des démarches marchandes⁴².

Des œuvres qui se font écho pour favoriser la découverte

Les liens entre les œuvres, garantis par des placements stratégiques de liens hypertextes, sont tout aussi importants que les liens entre les membres du réseau. L’objectif d’une inscription sur Babelio étant de faire de nouvelles découvertes de lectures, il est important que des ponts soient aussi créés entre les livres pour permettre aux visiteurs et membres de trouver la nouvelle lecture qui correspondra à leurs attentes. La réponse à ce besoin est représentée par les pages (ou « notices ») des livres sur Babelio. Chaque œuvre dispose d’une page dédiée, dans laquelle plusieurs informations sont disponibles (voir un exemple en annexe 5, p.87-88)⁴³ :

- informations de base sur l’identité du livre : titre, ISBN, éditeur, résumé (*non cliquables*)
- lecteurs actuels du livre
- note moyenne donnée par les membres (*non cliquable*)
- auteur
- étiquettes attribuées par les membres (*avec le système du nuage de mots*)
- critiques et analyses des membres de Babelio (*non cliquables, renvoient aux membres*)
- auteurs proches de celui qui a écrit l’œuvre en question
 - autres livres de l’auteur
- autres livres classés dans cette catégorie (par exemple, pour *Le Petit Prince* : conte philosophique)
- suggestions de Babelio pour consulter d’autres livres si celui-ci est apprécié
- listes contenant ce livre
- quiz relatifs à ce livre
- vidéos sur l’auteur et l’œuvre (*partie centrée sur l’œuvre*)

Comme pour la page de profil des membres, il est ici possible de catégoriser ces différentes informations selon les liens qu’elles créent entre les œuvres :

⁴² Voir partie 2 sur les relations marchandes entre amateurs et professionnels via Babelio.

⁴³ Seules les informations sur l’œuvre sont évoquées ici, et non les possibilités d’action comme l’ajout d’une citation ou la notation de l’œuvre, car elles ne permettent pas de créer des ponts entre les œuvres.

Liens selon la proximité des genres	A la croisée des deux	Liens induits par les pratiques des autres membres
Auteur de l'œuvre (accès à sa page)	Etiquettes	Lecteurs qui lisent ou ont lu ce livre
Autres livres de l'auteur	Autres livres classés dans cette catégorie	Listes
	Suggestions par Babelio	Quiz
	Auteurs proches	Vidéos

Chaque catégorie représente une nouvelle manière de découvrir une œuvre. Les connexions entre les auteurs sont par exemple un outil de découverte d'un nouveau style d'écriture, mais pas d'un nouveau genre⁴⁴. Les liens hypertextes amènent ainsi à élargir son horizon tout en restant dans des univers assez proches. La notice consultée au départ constitue ainsi un carrefour des possibles en termes de découvertes, laissant le visiteur suivre ses affinités littéraires pour trouver de nouvelles lectures. Cependant, ces liens ne verraient pas le jour sans les contributions des membres. En effet, la catégorie au centre du tableau, à la croisée des deux autres, représente l'intérêt même de Babelio : c'est par leurs contributions que les membres du site vont catégoriser les œuvres et, par extension, grâce aux algorithmes, créer des liens entre elles. En renseignant des étiquettes, des fiches d'auteurs, etc. les utilisateurs de Babelio donnent des informations qui peuvent ensuite être traitées pour rapprocher des auteurs et des œuvres littéraires selon diverses caractéristiques. De cette manière, la recommandation se fait auprès des autres membres et visiteurs du site. Il est donc dans l'intérêt des auteurs, des éditeurs et des bibliothécaires que les utilisateurs de Babelio contribuent au maximum pour que les liens présents sur de telles pages soient multipliés, et ainsi favoriser la recommandation. Les auteurs et éditeurs bénéficient ainsi d'une publicité indirecte pour leurs œuvres, et les bibliothécaires, qui louent la base de données de Babelio, disposent de notices enrichies et pertinentes pour leurs usagers.

Une seconde étape peut être nécessaire à la prise de décision de lecture. En effet, le fait d'être renvoyé vers une page ne donne pas d'indications sur la qualité de l'œuvre, sur son intérêt. Il s'agit donc pour le membre, une fois qu'il est arrivé sur la notice d'une œuvre inconnue, de consulter les évaluations laissées par les membres. Celles-ci sont présentées soit sous forme de notes sur 5 (qui correspondent aux 5 étoiles cochées par les membres selon leur niveau d'appréciation de l'œuvre) soit sous forme d'une critique rédigée. C'est alors que la prescription joue également son rôle : selon la réception de ces critiques et notes par le visiteur, celui-ci décidera ou non de lire un nouveau livre.

Cependant, un type spécifique de lien existe dans les notices : les recommandations proposées par Babelio. Le contenu de cet encart est généré par un algorithme semblable à celui du site Amazon et se base sur les bibliothèques des autres membres pour conseiller un livre. L'efficacité de cet outil est conditionnée par les

⁴⁴ Par exemple pour un lecteur d'Harry Potter cherchant des auteurs proches de JK Rowling dans le genre du merveilleux, mais souhaitant aborder un style d'écriture nouveau, des propositions lui seront faites afin qu'il découvre plusieurs auteurs jeunesse comme Pierre Bottero, Philip Pullman, etc. conduisant à découvrir leurs œuvres.

contributions des membres et leur exactitude : une œuvre mal étiquetée sera ensuite mal conseillée. Les liens hypertextes ainsi proposés entre les œuvres s'apparentent aux prescriptions d'un libraire qui partirait des indications de son client pour lui conseiller une nouvelle lecture.

De leur côté, les liens induits par les pratiques des membres de Babelio sont d'autant plus intéressants qu'ils sont basés sur les habitudes de lecture des utilisateurs (donc de leurs profils) mais également sur leur créativité. La thématique des listes est particulièrement intéressante en ce qu'elle permet aux membres de créer des listes de livres selon des points communs décidés librement. La seule limite réside donc dans l'imagination des membres, qui créent des ponts entre les œuvres sur des sujets allant de la littérature anglaise du XIX^{ème} siècle à une collection de livres pour les tous petits sur le thème de l'éléphant. Cette pratique amatrice est doublement intéressante : elle offre une grande variété de liens entre les œuvres et elle est une opportunité pour les membres du site d'entrer en conversation. En effet, les autres membres de Babelio peuvent « apprécier » la liste et la commenter en faisant simplement part de leur avis ou en proposant des suggestions d'ajouts. Ainsi, la collaboration des membres du site permet un enrichissement constant des listes et augmente les probabilités de tomber sur telle ou telle œuvre. L'intérêt des listes est par conséquent de donner de la visibilité à certains livres en les plaçant en perspective avec d'autres œuvres qui ont un rapport plus ou moins direct. Les possibilités sont donc infinies et l'analyse des conversations autour de ces listes peut permettre de détecter de nouvelles façons d'aborder certaines œuvres.

Par ailleurs, les membres de Babelio peuvent également créer des quiz. Ils se présentent sous la forme de questions à choix multiple et portent sur des thématiques entièrement libres, du moment qu'elles ont un rapport avec le monde littéraire. Le sujet peut donc être un auteur, une œuvre ou bien un thème transversal à plusieurs œuvres (par exemple les couples célèbres, des livres en rapport avec Paris, etc.). Les quiz sont quelque peu fondés sur la même logique que les listes, en ce sens qu'ils peuvent être commentés et « appréciés ». Au niveau de leur présentation, il est également possible de voir des mots clés qui renvoient vers des étiquettes et créent alors des liens entre les œuvres (voir figures ci-dessous). Cette activité ludique est ainsi l'occasion de rencontrer des titres, des auteurs potentiellement intéressants au travers d'un jeu à la thématique libre. La différence avec les listes réside cependant dans le rapport aux autres membres qui n'est alors plus de la conversation mais de la compétition : une fois le quiz terminé, le score est affiché sur le profil du participant et il est classé par rapport aux répondants, incitant ainsi à participer.

Balade bucolique à Paris en métro
 Quiz du mois de mars 2015. Trouver le nom des stations de métro au nom évocateur, nature, jardin, parc, parfum, campagne....
 Thème : promenades, **métro parisien**, bucolique, Parcs, jardins

12 Ci-dessus, exemple de présentation d'un quiz, avec le titre, une courte description et des mots clés renvoyant vers des étiquettes (ci-contre) et permettant de trouver de nouveaux

The screenshot shows the Babelio interface for a quiz and a book list. The quiz is titled "Balade bucolique à Paris en métro" and is from March 2015. The theme is "promenades, **métro parisien**, bucolique, Parcs, jardins". Below the quiz, there is a list of books with their covers and titles:

- Metropolisson by Jamol Apin (2 critiques)
- Métro - RER : Une histoire, un avenir by Antoine Dupin (1 critique)
- Petite histoire des stations de métro by Pierre Miquel (2 critiques, 2 citations)
- La Saga du RER et le Maillon manquant by Christian Gerondeau
- Les archives inédites de la RATP : 1850 ... by François Sigel (2 critiques)
- La métromanie ou les dessous de la capit... by Jean Paulhan (1 citation)

On the right, there is a section "Affiner la sélection :" with a search bar containing "métro parisien" and a list of tags: roman, littérature française, romans policiers et polars, humour, histoire, récits, thriller, 20^{ème} siècle, france, suspense, meurtre, recueil, crime, guide, anglois, roman noir, bataille magique, photographie, Paris (France), photos, juif, romantisme, fêtes, tueur en série, ironie, obsessions nazisme, police romantique, huis-clos, robots, réseaux, insolite, policier français. At the bottom, there is a search bar with "OK" and "Ou recherchez une étiquette".

Babelio possède donc une force prescriptive dans ses notices. La richesse des liens hypertextes qui relient les œuvres en font un réseau très dense qui permet de trouver de nouvelles lectures en se basant plus ou moins directement sur les contributions des autres membres. Les possibilités de mise en visibilité d'un livre sont alors décuplées et offrent des perspectives de prescription très larges et créatives, pouvant également servir de sources d'inspiration aux professionnels.

c. Une interconnexion entre acteurs mais aussi entre espaces de promotion et d'achat

Si Babelio propose un nombre important de liens sur sa plateforme, qu'ils soient sociaux ou hypertextuels, le site a également optimisé les moyens de partager des contenus vers d'autres plateformes. Ainsi, les informations sur les livres ne sont pas immobiles, elles peuvent faire l'objet de publications sur Facebook, Twitter, Google + voire des envois par mail et des publications directement sur les blogs (voir annexe 7 p.91)⁴⁵. Tous ces partages passent par des icônes qui se sont ancrées dans les habitudes et pratiques des internautes (logo bleu de Facebook, « G » rouge de Google+, etc.). D'un simple clic, une critique se dédouble et se retrouve face à un nouveau public, potentiellement moins averti. L'espace réservé à ces liens est particulièrement mis en valeur, en haut à droite de la page, où l'œil se pose à la fin de son parcours horizontal. Les différences de couleurs attirent l'œil et proposent aux visiteurs de devenir les ambassadeurs de telle ou telle page. Cette connexion entre les plateformes représente un véritable enjeu de partage, de diffusion des contenus. Babelio ne se présente pas comme un concurrent des autres réseaux mais joue au contraire sur la complémentarité des publics présents sur ces différents sites pour décupler la communication et la visibilité des œuvres. Babelio propose donc des liens à partir de quasiment toutes ses pages : livre, auteur, liste, quiz, citations, critiques. Tout devient partageable, cette plateforme agissant comme un lieu de rassemblement qui sera le point de départ d'une diffusion plus large des messages, vers d'autres lieux d'expression, où d'autres publics seront touchés.

Deux catégories de professionnels profitent particulièrement de ce système : les éditeurs et les auteurs. Pour les premiers, l'avantage vient du fait que les espaces d'expression et de communication sont démultipliés et ce gratuitement, offrant aux œuvres une visibilité nouvelle et augmentée quand elles sont partagées sur d'autres plateformes. Les œuvres accèdent ainsi à un public potentiellement moins ciblé, moins spécialisé mais qui peut être intéressé par de tels produits. De leur côté, les auteurs profitent des partages depuis Babelio pour faire leur propre communication (voir des exemples en annexe 8, p.93). Nombre d'entre eux ont compris l'importance des réseaux sociaux pour valoriser leurs relations avec leurs lecteurs. Aussi, le partage des critiques depuis Babelio est particulièrement intéressant en ce sens que toutes les critiques et citations peuvent être exportées sur d'autres supports. Ils peuvent ainsi communiquer sur leur actualité littéraire et faire savoir à tous leurs publics quelles ont été les réactions des lecteurs. En complément, Babelio propose d'envoyer un tweet directement aux auteurs lorsqu'une critique est écrite sur le site à propos de leur œuvre. Cela permet d'établir un lien entre le site et l'auteur, mais aussi de communiquer sur l'œuvre auprès des communautés suivant Babelio et l'auteur. Les écrivains peuvent aussi partager des actualités les concernant qui sont publiées sur Babelio (interview,

⁴⁵ Babelio a mis en place un widget permettant aux bloggeurs d'afficher leur bibliothèque directement sur leur blog, avec plusieurs options disponibles. Une image est disponible en annexe 7, p.91 sur les liens hors Babelio.

rencontre) afin d'alimenter leurs propres actualités sur d'autres plateformes⁴⁶. Tous ces échanges présentent un intérêt pour l'ensemble des acteurs : par les partages, Babelio se fait connaître, tandis que l'auteur bénéficie de contenus qui lui apportent promotion et crédit auprès de ses publics.

Enfin, un autre lien externe depuis Babelio non négligeable est celui de l'achat via Amazon. Babelio ne permet pas directement la vente de livres mais son partenariat avec le site⁴⁷ lui permet de proposer aux membres de Babelio et aux visiteurs de transformer leur visite en acte d'achat. Présenté en haut à droite de la notice d'une œuvre, au-dessus des icônes liées aux réseaux sociaux, bleu au milieu des tons plus chauds de Babelio, ce lien est particulièrement visible. Il représente la *concrétisation du parcours* du visiteur et l'efficacité de la recommandation faite par les membres du site. Son positionnement en haut de page transmet l'idée que l'acte d'achat est plus important encore que l'acte de promotion. La relation marchande est ainsi valorisée, comme une incitation à la prise de décision qui consiste à passer de la prescription à l'achat puis à la lecture en quelques clics. Puis viennent les réseaux sociaux qui proposent de partager cette lecture, avant de passer (encart en dessous) aux recommandations faites par l'algorithme de Babelio. L'organisation de la page propose ainsi une suite logique des étapes du parcours client, un parcours devenu sans fin grâce aux nombreuses recommandations proposées par le site.

Babelio offre aux amateurs de littérature un espace d'expression où ils peuvent devenir « critiques amateurs ». L'objectif du site, pour les utilisateurs comme pour les professionnels, est de permettre une prescription efficace entre utilisateurs et visiteurs, afin de favoriser la découverte (et l'achat) de nouvelles lectures. Babelio s'adresse avant tout à un public de grands lecteurs, en se posant comme réseau social, média littéraire et outil pratique pour la lecture. La mobilisation de ce public est fondamentale dans la mesure où ils sont la clé du bon fonctionnement du site. En produisant des contenus en nombre important (critiques, étiquettes, données personnelles, etc.), ils favorisent la création de liens entre les membres et entre les œuvres. De cette manière, Babelio parvient à construire un réseau de recommandation solide qui s'enrichit avec les actions et interactions de ses utilisateurs. La promotion ainsi faite sur les œuvres peut ensuite être partagée dans d'autres espaces d'expression dans une logique d'optimisation de la communication et de visibilité maximale.



Babelio est un véritable outil de mise en relation entre amateurs de livres, qu'ils soient professionnels ou non, à travers des échanges tels que des commentaires ou des messages privés. Cependant, si ce réseau représente un outil de promotion cohérent et pratique, notamment pour les éditeurs, dans la mesure où il est entièrement dédié au livre, il peut aussi être perçu comme une menace pour certains professionnels. Les libraires et

⁴⁶ Le réseau social propose par exemple des rencontres auteurs-lecteurs à la sortie d'un livre. Un compte-rendu est ensuite fait et figure sur le site, dans la newsletter et peut ainsi être partagé. Cela constitue une occasion supplémentaire pour l'auteur de valoriser son image et de faire connaître son œuvre.

⁴⁷ Depuis les débuts de Babelio, Amazon lui fournit une base de données de livres pour que le site puisse avoir de nombreuses références sur lesquelles les membres pourront générer du contenu, en échange de la présence d'un bouton « Acheter sur Amazon » sur toutes les notices des livres. Babelio touche également un pourcentage des ventes faites via ce bouton.

bibliothécaires notamment peuvent y voir une concurrence directe dans la mesure où leurs métiers reposent en grande partie sur la prescription, mais aussi par le fait que Babelio renvoie vers le site d'Amazon pour les achats. Quelle est alors leur valeur ajoutée ? Par ailleurs, la mise en réseau des amateurs ne suffit pas à constituer un levier de communication efficace, même pour les maisons d'édition. Le véritable enjeu de Babelio réside dans la génération, la gestion et la valorisation des contenus des amateurs pour en faire un outil de communication impactant.



PARTIE 2 : La mise en place d'une nouvelle relation marchande par la création de valeur et l'échange de services

Babelio est avant tout une entreprise dont le modèle économique est fondé sur la récolte, le traitement et l'analyse des données de ses membres. L'objectif à terme est de permettre aux professionnels d'offrir une nouvelle visibilité à leurs œuvres pour favoriser les ventes, ou bien de leur faire profiter plus ou moins directement de la multitude d'informations agrégées sur le site pour enrichir leurs propres outils de communication. Tout l'enjeu réside alors dans la compréhension et la captation de la valeur que ces internautes génèrent afin de proposer aux professionnels du livre une communication optimisée envers leurs cibles.

A. Entre contribution évaluative et évaluation de la contribution, une création de valeur pour les œuvres et les membres de Babelio

La valeur que Babelio engrange provient des données fournies par ses membres. En critiquant, en commentant, en notant, ces derniers donnent de la valeur aux œuvres mais également à eux-mêmes, la contribution étant un moyen d'évaluation de la performance et des connaissances des différents utilisateurs du site. Ce sont ces éléments, une fois traités, qui auront une véritable importance pour les professionnels du livre, notamment les éditeurs.

a. La communication par l'évaluation : levier de valorisation des œuvres

Le développement du web a démocratisé la pratique de la critique auprès d'un large public. Produits, contenus multimédias, sites, etc. tout est désormais évaluable, de diverses façons. Cette amplification contemporaine des procédures d'évaluation a également été favorisée par l'appropriation sociale des médias informatisés⁴⁸. En maîtrisant de mieux en mieux les technologies qui leurs sont offertes, les internautes apprennent à exprimer et partager leurs avis, qu'ils soient positifs ou négatifs. « *Loin [d'être une] opération mentale purement subjective ou logique* », l'évaluation se définit davantage comme une « *production de valeurs et de jugements [qui] apparaît à la fois comme le résultat et l'opérateur de normes sociales de pensée et d'action* »⁴⁹. Aussi, cette pratique est un exercice toujours encadré, orienté, et qui enferme l'internaute dans une certaine forme d'expression, selon des manières de faire préétablies et standardisées, culturellement intégrées.

⁴⁸ GOMEZ-MEJIA Gustavo, « L'évaluation à l'épreuve des médias informatisés ». In *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. p.39

⁴⁹ BOUCHARD Julie, « La médiatisation de l'évaluation et les flux de valeurs ». In : *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. p.1

Cette pratique de l'évaluation est au fondement même de Babelio, où les œuvres sont passées au crible : style, intrigue, personnages, couverture, etc. Si la constitution d'une bibliothèque numérique personnelle est l'argument par lequel Babelio attire ses publics, l'intérêt est ensuite et surtout de pouvoir juger cette bibliothèque. Le jugement ainsi établi sera un repère pour les autres membres dans leur décision de lecture.

Pour ce faire, Babelio propose plusieurs instruments d'évaluation à ses membres. Ceux-ci peuvent être répartis en trois catégories : la notation, la classification et l'argumentation. La première de ces formes d'évaluation repose sur une action rapide de la part des membres, et présente à première vue peu de valeur ajoutée dans la mesure où elle ne donne que peu d'indications sur l'intérêt d'une œuvre. Elle se présente sous la forme de 5 étoiles à cocher, une pratique d'évaluation très ancrée dans les pratiques évaluatives sur le web synonymes de verdict. Les étoiles, signes traditionnel d'un espace d'évaluation chiffrée, peuvent être sélectionnées selon l'appréciation du membre de Babelio. Une

fois que les membres ont voté, la moyenne sur 5 apparaît en chiffres sur la fiche du livre (jusqu'aux centièmes, voir figure ci-contre), donnant une vision très précise de l'avis général. L'avantage de ces « formes synthétiques sémiotiques » est avant tout



13 Exemple d'évaluation chiffrée :

Au-dessus des résumés, la note globale sur 5.

En haut à droite, la possibilité de noter par des étoiles

de fournir une compréhension rapide de l'énoncé et donc de savoir si on doit lire ou non l'œuvre ainsi notée⁵⁰. Si elles sont utilisées par habitude et commodité, elles semblent cependant ne pas convenir à un public de lecteurs avertis dont les nuances sur le jugement des œuvres sont plus larges qu'un comptage de 1 à 5. Il a été demandé plusieurs fois sur le forum qu'il soit permis de cocher des « demi-étoiles » afin de nuancer l'intérêt pour un livre. Ces requêtes révèlent la limite d'une telle évaluation sur un site comme Babelio : le chiffre ne suffit pas, est trop imprécis et ne peut laisser le lecteur s'exprimer autant qu'il le voudrait. La complémentarité avec les autres modes d'évaluation (notamment l'argumentation) semble alors indispensable pour offrir un réel espace d'exposition des points de vue.

La classification quant à elle vient des étiquettes, mais aussi de l'ajout d'un livre à la liste des favoris ou à la liste des livres à lire. En qualifiant l'œuvre par des thématiques (histoire, humour, voyage, etc.), ou par une forme de favoritisme, les contributeurs du site donnent en effet une évaluation pouvant être appréciée par les autres car elle reflète l'intérêt de certaines œuvres. Les étiquettes sont plus objectives (bien qu'issues du choix des membres) dans la mesure où elles sont utilisées pour qualifier les genres et thématiques du livre, et le placer dans une catégorie censée être commune et reconnue par l'ensemble des utilisateurs⁵¹. En voyant les étiquettes, un internaute doit donc pouvoir estimer l'intérêt que le livre présente pour lui en peu de temps, selon ses goûts

⁵⁰ CANDEL Etienne. *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture* [Texte imprimé] : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007. p.80

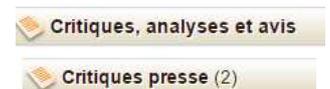
⁵¹ Les membres de Babelio ont toute la liberté de mettre des étiquettes personnelles (« lu en 2011 » par exemple). Cependant, ces étiquettes ne figurent pas dans les fiches des livres, par souci d'organisation.

et les thèmes qu'il recherche. L'ajout d'une œuvre à la liste de livres favoris (ou « livres pour une île déserte » tel que Babelio les nomme, voir figure ci-contre) est un autre indice de l'importance accordée à une œuvre. Les livres ainsi choisis sont considérés comme indispensables et incontournables par leurs lecteurs. Une fois encore, une telle évaluation ne fait preuve d'aucune argumentation et reflète simplement un intérêt personnel pour l'œuvre, exprimé à travers un « tableau des incontournables ». Il en va de même pour la partie des livres « à lire », qui symbolise l'intérêt potentiel de cette (ou ces) œuvre pour le membre. Ainsi catégorisés, ces livres sont ensuite mis en valeur sur la page de profil du lecteur par des encarts qui les mettent à part des autres parties du site, permettant au lecteur de manifester un intérêt, comme s'il pointait du doigt ces œuvres pour mieux les montrer. Il serait par ailleurs intéressant de voir un classement des livres les plus mentionnés dans chacune de ces catégories, afin d'en observer les évolutions et déterminer si des tendances s'en dégagent. L'évaluation classificatoire proposée par Babelio est donc une nouvelle forme rapide de l'évaluation, autant pour le membre qui évalue le livre que pour le visiteur en quête d'avis.



14 Livres à lire et favoris

L'argumentation correspond quant à elle aux évaluations écrites par les membres du site. Véritable cœur de Babelio, elles sont un moyen de comprendre quelles sont les valeurs ajoutées ou les défauts des livres d'après les lecteurs. Elles sont nommées de plusieurs façons sur le site : parfois chroniques dans le forum, on les retrouve généralement notées « critique, analyse, avis », ces trois mots apposés les uns à côté des autres (cf. figure ci-contre). Une forme de gradation de l'exercice de la critique semble donc proposée par Babelio : *la critique* évoque la définition même du jugement porté sur une œuvre d'art, faisant écho au monde professionnel, en référence *au critique*, dont le métier même est d'évaluer des ouvrages de l'esprit. Le fait que la partie réservée aux médias soit intitulée « critiques de la presse » en est une révélation : en publiant *une critique*, l'amateur se pose comme l'égal d'un journaliste. *L'analyse* est un terme qui tend vers plus d'objectivité ou du moins, un effort de recherche, de logique dans la manière d'aborder l'œuvre et de la juger, contrairement à *l'avis*, qui semble plus accessible à tous, comme une expression plutôt spontanée et générale du jugement. Aussi, Babelio laisse ici le champ libre à une diversité de lecteurs-critiques qui vont pouvoir s'exprimer à leur manière : un simple avis, une analyse poussée, une critique se voulant sérieuse et quasi-professionnelle, etc. et ce dans le nombre de signes choisi par l'auteur du contenu. Cette variété de formes d'évaluation donne plus ou moins d'indications aux lecteurs et, surtout, pourra impacter différemment les décisions de lectures des personnes qui les liront. La force des critiques repose donc d'une part sur le fait de pouvoir écrire, de pouvoir mettre en visibilité leur pensée, leur point de vue aux yeux de tous, et d'autre part sur la possibilité pour les lecteurs de structurer cette pensée, de faire preuve de rigueur dans leur manière de parler du livre et ainsi, de faire part d'une argumentation poussée sur l'œuvre⁵².



15 Nomenclature des parties réservées aux critiques

⁵² Voir la vidéo de l'émission Entrée Libre du 5 octobre 2011 où une femme membre de Babelio explique l'intérêt qu'elle a à s'être inscrite sur le site : structurer sa pensée, faire des critiques longues. Disponible sur http://www.dailymotion.com/video/x2jzxln_babelio-05102011_webcam

En évaluant ainsi les œuvres de façons complémentaires, les membres de Babelio permettent d'en estimer l'intérêt de manière plus ou moins rapide, et leur font donc gagner en valeur. La qualité des contributions écrites, la note donnée, l'exhaustivité des étiquetages sont autant de moyens de juger de l'importance d'une œuvre, déterminée par une communauté de lecteurs. Par extension, cela lui fait gagner en visibilité auprès des visiteurs et membres. L'enjeu aujourd'hui pour l'équipe de Babelio n'est pas d'avoir le plus d'évaluations possible sur un petit nombre de livres, mais plutôt d'avoir au moins une évaluation sur le plus de livres possible⁵³, car c'est de cette façon que chaque œuvre peut être valorisée, visible et donc recommandée. Il devient alors important de favoriser la contribution évaluative, mais surtout les critiques, c'est-à-dire des argumentations de qualité. L'idée est ainsi de mettre en lumière des œuvres peu connues, de niche, avec l'aide des lecteurs, afin que la recommandation sociale soit effective et efficace.

b. L'évaluation des membres : de l'amateur à l'expert reconnu par la communauté

Par l'acte de critique et plus largement de contribution au site, Babelio ne permet pas uniquement une évaluation des œuvres : le réseau social offre également la possibilité d'évaluer les membres. Ainsi, ceux-ci gagnent également en valeur auprès de la communauté. Cette deuxième couche d'appréciation est rendue possible par deux dispositifs.

L'évaluation de l'évaluation

Le premier de ces dispositifs est l'évaluation de l'évaluation elle-même, ou du moins, des jugements rédigés. Chaque critique peut être commentée ou « appréciée » (au sens du « j'aime » de Facebook qui trouve ici son équivalent sur Babelio), et ce de manière tout autant argumentée – l'équipe du site demandant même explicitement que les commentaires soient constructifs (cf. figure ci-dessus). L'évaluation évaluée donne alors de la valeur à la contribution du membre – et au membre lui-même - par des retours qualitatifs (commentaires) et quantitatifs (nombre de « j'apprécie » cliqués). L'appréciation d'une œuvre peut ainsi être sans cesse évaluée, laissant le champ libre au débat entre lecteurs, et permettant parallèlement l'évaluation rapide de la popularité et de l'intérêt de la critique. De cette manière, un membre dont les contributions sont largement « appréciées » et commentées positivement verra sa légitimité augmenter auprès des autres membres et visiteurs, le positionnant comme référent dans cette pratique.



Votre commentaire (constructif, bien entendu)...

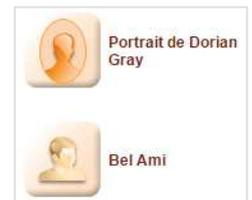
16 Encart permettant de laisser un commentaire sous une critique

Les insignes, représentation symbolique du pouvoir des membres

D'autre part, Babelio a mis en place un système de badges – ou « insignes » dans le vocabulaire du site - qui permettent d'évaluer les contributions des membres et de leur donner un certain statut au sein de la communauté. Ces badges sont répartis par Babelio en trois catégories : les « Premiers pas », les « Insignes » et les « Experts », chaque catégorie distinguant des contributions bien particulières (l'annexe 12, p.100-102, montre tous les insignes de Babelio et en donne les définitions pour mieux se représenter leurs genres, leur organisation et leur fonctionnement).

⁵³ Voir l'interview de Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio, annexe 18, p.110

Les « Premiers pas », comme leur nom l'indique, sont 9 badges dédiés à la compréhension du fonctionnement du réseau social. Ils permettent de « valider » l'adoption des pratiques propres à Babelio par ses membres (comme le fait de se connecter régulièrement, se faire des amis, etc.). Une fois une pratique acquise, le badge est définitivement remporté⁵⁴. Les « insignes » sont quant à eux plus nombreux (20) et plus complexes à obtenir. Ils fonctionnent selon un système de médailles (cuivre, argent, or) remportées selon le nombre de points obtenus par le membre grâce à ses contributions. Ils concernent davantage des pratiques de lecteurs au sens large que de membres de Babelio, et les participations ainsi récompensées ont pour but de permettre l'enrichissement du site et une meilleure organisation⁵⁵. Certaines de ces participations sont même limitées à quelques contributeurs (les plus actifs)⁵⁶. Un premier niveau de différenciation se fait donc avec ces Insignes dont la difficulté d'obtention renforce d'autant plus la spécificité du membre par rapport aux autres.



17 Exemples de badges "premiers pas"



18 Exemples d'Insignes

Enfin, les insignes Experts (plus de 60) sont indexés à la fois sur les goûts et la participation des membres⁵⁷. Tout comme les Insignes, ils se gagnent grâce à des points, et disposent d'un code visuel permettant de comprendre rapidement le statut du membre en question. Ces badges fonctionnent en effet comme des jauges qui se remplissent, faisant passer les membres du statut d'amateur (symbolisé graphiquement en haut à droite du badge par la lettre grecque δ) à celui d'adepte (lettre γ) puis chevronné (β) et, finalement, au statut d'expert (α) (voir figure ci-contre). Ils ne sont pas nommés selon une contribution mais selon un genre littéraire qui explicite les affinités littéraires des personnes les ayant remportés.



19 Exemples d'insignes experts de niveaux différents

Ces badges sont représentés graphiquement sur chaque profil de lecteur par un encart fonctionnant comme un tableau des trophées (voir figure ci-contre), en haut à droite et donc visible immédiatement (voir un exemple en annexe 6, p.89). Situés avant même la liste des livres de la personne, ils donnent une information supplémentaire sur le profil du membre tout en mettant en valeur ses savoirs et savoir-faire. Ces badges sont comme des indicateurs du statut, les « gallons » gagnés des membres qui permettent d'estimer la qualité et les connaissances d'une personne en quelques secondes. Ils donnent un crédit supplémentaire aux contributions des membres, formalisant ce qu'est la figure du « bon babélien », un expert actif et reconnu, comme pour les critiques professionnels.



20 Exemple d'un encart répertoriant les contributions d'un membre du site

⁵⁴ Par exemple : ajouter 10 membres Babelio à ses amis, ajouter 5 citations, etc.

⁵⁵ Quelques exemples : être le premier à avoir mis une citation sur un livre, avoir invité des amis, proposer le plus de livres à échanger, etc.

⁵⁶ Par exemple, l'insigne « éditeur » propose de rassembler plusieurs éditions d'une même œuvre (pour éviter la multiplication des « notices » de livres d'une même référence littéraire) mais n'est ouvert qu'aux plus actifs et après avoir contacté l'équipe de Babelio.

⁵⁷ « Les insignes experts sont attribués aux spécialistes ou amoureux d'une thématique littéraire, en fonction de la qualité et de la diversité de leurs contributions sur cette thématique : les chroniques de livres essentiellement, mais aussi les citations ou biographies d'auteurs. » Description disponible sur www.babelio.com/insignes/

Plusieurs formes de contributions sont proposées aux membres de Babelio pour obtenir ces badges. Il s'agit aussi bien de donner des informations sur soi et sur les œuvres, que de créer du lien avec les autres et favoriser l'inscription de nouveaux membres, par exemple. Ces participations peuvent être classées selon deux grands axes présentés dans le tableau suivant (également disponible en annexe 13, p.103)⁵⁸: d'une part, la typologie des informations que Babelio cherche à récolter, c'est-à-dire des contenus (critiques, citations, informations personnelles, etc.) ou du lien social, et de l'autre côté, les propriétés de ces informations recherchées (sont-elles plutôt qualitatives ou quantitatives ?). Les insignes Experts sont regroupés sous un même mot, car ils ont la même définition.

	Recherche de qualité	Recherche de quantité		
Contenus	Meilleurs auteurs de critiques Meilleures sélections de citations Archivistes Editeurs	Bibliophile A la page Experts Sphinx Bibliographe	Voltaire Copiste Graphomane Bibliophage 1 ^{ères} critiques 1 ^{ères} citations	Scribe Couverture Biographe Photographe Cinéaste
Social	Portrait de Dorian Gray Saint Pierre	 Libre échange	Prosélyte Messenger	Bel Ami

A la lumière de ce tableau, il apparaît que Babelio est majoritairement à la recherche de contenus en grande quantité afin d'enrichir sa base de données. Comme rappelé plus haut, c'est avant tout la diversité des œuvres qui est valorisée, plutôt qu'une petite quantité de livres très commentés. Le but pour le site est aujourd'hui d'encourager la découverte de nouvelles lectures. Plus il y aura de contenus renseignés sur le site, plus les recommandations (par l'ordinateur notamment) pourront être précises et adaptées aux attentes de la personne recherchant un livre. L'ensemble des insignes Experts se trouve plutôt du côté des contenus, qui doivent être à la fois de qualité et en quantité pour espérer être bien placé parmi ce groupe du réseau social.

La recherche de reconnaissance comme motivation

Afin de stimuler une telle production de contenus, Babelio mise sur deux choses : la proximité avec ses membres et leur valorisation d'une part, la thématique du jeu d'autre part, un jeu au bout duquel se trouve la récompense de l'insigne. Ainsi, lorsqu'elle s'adresse à ses membres à propos des insignes, l'équipe de Babelio utilise systématiquement l'impératif afin de leur parler directement. Cela permet à la fois de donner des conseils pour

⁵⁸ Ce tableau figure juste après l'explication de chaque insigne pour plus de clarté. Il reste cependant 4 badges n'entrant pas dans ces critères : celui des Généreux donateurs qui ont aidé financièrement le site à ses débuts, celui des Auteurs Babelio qui récompense les jeunes écrivains ayant publié des textes sur le site, ainsi que celui des Bloggeurs Babelio, qui distingue les membres bloggeurs ayant partagé le widget de Babelio sur leur propre blog (faisant ainsi la promotion du site). Enfin, l'insigne Haute Fidélité récompense les membres se rendant régulièrement sur le site.

obtenir un badge tout en demandant aussitôt de l'aide aux membres afin qu'ils optimisent la base de données⁵⁹ : ranger toutes les œuvres du même nom sous une seule page, regrouper les pages/fiches d'auteurs qui correspondent à la même personne mais qui ont des orthographes différentes, etc. Toutes ces manipulations demandent un grand travail que l'équipe seule de Babelio ne peut effectuer. Ainsi, en sollicitant la contribution des membres, le travail est facilité, plus rapide, et le site est amélioré pour une recherche de l'information plus efficace.

Pour motiver d'autant plus les membres à participer, Babelio a mis en place un système ludique autour des Insignes et des badges Experts⁶⁰. En contribuant, les membres marquent des points, et les points ainsi obtenus donnent une place dans le classement général de Babelio. Les membres peuvent ensuite voir quelles sont les évolutions des uns et des autres par un dispositif très visuel (voir figure ci-contre et l'annexe 14 p.104) de flèches rouges (descendantes), vertes (ascendantes) ou grisées (horizontales) ainsi que le nombre de places gagnées ou perdues. L'imaginaire très prégnant de la récompense, à travers la jauge qui se remplit ou encore les 3 types de médailles, renforce la notion de défi et de compétition. La valorisation passe alors aussi bien par cette récompense symbolique que par les mots qui sont utilisés pour la définir⁶¹.



21 Code visuel dans les classements des experts

Les badges étant un système partagé par toute la communauté, ils deviennent un étalon pour évaluer l'activité et la qualité des différents membres. Alors que la base de données se remplit, Babelio peut en effet profiter de ces contributions pour évaluer ses membres-lecteurs et voir quels sont ceux qui gagnent en valeur auprès de la communauté. Si cette notion de mise en valeur et de récompense est importante, c'est parce qu'elle répond à un besoin de motivation extrinsèque des participants⁶². Dominique Cardon distingue en effet dans *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* la motivation intrinsèque, qui vient du plaisir des internautes à participer, à donner, et la motivation extrinsèque, qui vient de l'extérieur, comme un salaire, ou une récompense pour la contribution effectuée. Cela participerait d'une « économie de la réputation » visant à singulariser les individus sur Internet. Ceci est d'autant plus vérifiable sur Babelio que plusieurs conversations dans le forum montrent que les membres du site souhaitent obtenir les badges, sans toutefois assumer cette volonté de récompense (des extraits sont disponibles en annexe 14, p.104). Les badges Experts sont la représentation-même de cette singularisation et de cette légitimité gagnée par certains membres qui, par leur activité, deviennent des références dans leurs domaines. Comme le rappelle Augustin Besnier : « [Sur Internet] ce n'est pas seulement le mode de jugement qui change, c'est aussi le statut de l'évaluateur. Car en exprimant ainsi son avis, c'est le rôle d'expert que l'internaute

⁵⁹ Pour obtenir le badge éditeur, Babelio demande ceci : « Associez des éditions de livres et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or ». Sous ce service demandé se cache une part essentielle du travail d'organisation des données : éviter les doublons des éditions d'un même livre afin de ne pas éparpiller les contenus (critiques, étiquettes, etc.) sur l'œuvre, et ainsi optimiser l'information pour l'ensemble des utilisateurs de Babelio.

⁶⁰ Les Premiers pas ne sont pas concernés car ils ne comportent pas de progression dans leur obtention.

⁶¹ Par exemple : *Meilleurs auteurs de critiques* : « Ils font partie des plus belles plumes de Babelio, et la qualité de leurs critiques est saluée par la communauté. » Description disponible sur <http://www.babelio.com/insignes/65/Meilleurs-auteurs-de-critiques>

⁶² CARDON Dominique, « Internet par gros temps », In : *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* Paris : INA éditions, 2015. p.58

endosse, sans avoir pourtant à justifier de compétences, ni à se soucier de sa réputation. »⁶³ C'est donc un enjeu de statut qui se joue pour les utilisateurs du site qui cherche la valorisation auprès des autres.

La légitimité acquise par les membres de Babelio provient donc de ce que la communauté (et l'équipe de Babelio) ont jugé que telle ou telle personne est digne d'être considérée comme experte, par opposition aux simples « adeptes » ou « amateurs » selon la terminologie du site. Aucune justification de compétences n'est demandée si ce n'est de contribuer régulièrement et correctement, et les membres sont ensuite récompensés symboliquement.

Le cadre de l'évaluation est cependant fondamental pour asseoir une telle expertise : le fait que Babelio soit un site entièrement dédié aux livres, où les personnes jugent des œuvres – et ce de manière totalement publique – avec la possibilité d'évaluer qualitativement et quantitativement, est très important⁶⁴. L'autorité des experts se construit sans obstacle à partir du moment où l'ensemble de la communauté a accepté les règles du jeu et reconnu les critères d'évaluation des compétences et connaissances des autres membres⁶⁵. Pour Etienne Candel, une telle légitimité dépend d'une certaine « *conception sociale de la critique* » qui donne un cadre au discours, cadre accepté par tous qui va « *attribue[r] en fait à certains participants exemplaires une place privilégiée.* »⁶⁶ Il convient cependant de mesurer cette question de légitimité. C'est en effet Babelio qui confère les badges en fonction des contributions et interactions des membres, cela ne signifie pas pour autant que certaines personnes soient imposées aux autres comme références dans les domaines évalués.

Récompenser pour mieux repérer les profils intéressants

L'évaluation des membres présente plusieurs intérêts. L'évolution progressive de leur statut permet aux membres d'avoir le sentiment de pouvoir se rapprocher des « vrais experts » que sont les professionnels en adoptant les mêmes pratiques (les insignes portant des noms de professions, comme « Editeur », en sont un symbole). L'objectif n'est cependant pas tant de créer de véritables experts de tel ou tel genre littéraire, mais plutôt de donner aux « amateurs de » livres des alternatives en termes de sources d'information (qu'ils soient professionnels ou non). Les amateurs ne remplaceront pas les experts⁶⁷, c'est d'ailleurs ce pourquoi Babelio met en parallèle les critiques de ses membres et les critiques de la presse. Bien au contraire, il est possible d'atteindre une véritable complémentarité entre « amateurs-experts » et professionnels comme le montrent les notices des œuvres. Leurs nombreuses expériences en tant que lecteurs sont mises à profit au sein d'une communauté, d'un espace d'expression partagé et dédié, afin que la recommandation sociale soit plus efficace. Par ses insignes, Babelio permet à chacun d'avoir des repères au sein d'une communauté de passionnés, comme des points

⁶³ BESNIER Augustin, « L'évaluation sur Internet : une démocratisation de l'expertise ? ». In *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. p.43

⁶⁴ Augustin Besnier rappelle que l'autorité d'une expertise vient de 3 critères : ce qui est évalué, la visibilité des évaluateurs (pseudo, profil) et la présence ou non de commentaires justificateurs. *Ibid.*, p.53

⁶⁵ « *Quelle que soit la réalité de cette légitimité, celle-ci doit nécessairement être présupposée pour que l'évaluation fasse autorité.* » *Ibid.*, p.52

⁶⁶ CANDEL Etienne. *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture* [Texte imprimé] : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007. p.22

⁶⁷ FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Le Seuil, Paris, 2010

d'information signalés qui peuvent être consultés à titre de conseil ou par simple complémentarité avec les « vrais » experts que sont les professionnels du livre.

Par ailleurs, ce système d'insignes est un moyen pour Babelio de trier ses membres afin de repérer rapidement ceux qui peuvent être intéressants dans un processus de prescription, c'est-à-dire ceux dont l'activité est importante et dont l'expertise est reconnue grâce à des signes partagés par l'ensemble des utilisateurs. En effet, en regroupant les membres selon les badges (science-fiction, humour, bande-dessinée, etc.), il est possible pour Babelio de distinguer les internautes qui auront le plus d'influence, ceux qui ont des points communs, etc. pour établir des groupes ou catégories de critiques amateurs capables par la suite de servir de levier dans des opérations menées en collaboration avec les maisons d'édition.

B. Données/donnant : la construction de nouveaux échanges avec les professionnels du livre

La valeur générée autour des profils et œuvres se constitue d'une part par les données brutes, mais aussi et surtout par leur traitement. De cette manière, les données peuvent être mobilisées au service des professionnels en créant de nouvelles relations aux lecteurs amateurs, faisant de ces derniers des relais de communication ou des producteurs de contenus qui seront ensuite utilisés pour mieux s'adresser aux publics, notamment ceux des éditeurs et bibliothécaires.

a. La contribution-recommandation : une monnaie d'échange avec les professionnels du livre

Le fonctionnement des insignes met en place un premier niveau d'échange sur Babelio, qui se situe entre le site et ses membres. Ces derniers proposent des contributions en échange d'un espace d'expression et d'information, espace dans lequel les amateurs peuvent être récompensés symboliquement. Cette démarche de valorisation des individus, si elle est en partie un moyen pour Babelio de fidéliser et remercier ses membres, est avant tout la base de son modèle économique. En effet, le deuxième niveau d'échange mis en place via ce réseau social se trouve entre les membres et les professionnels, par l'intermédiaire de Babelio, grâce aux différentes contributions. Celles-ci sont en effet récoltées, organisées, triées, analysées et utilisées afin d'apporter un ensemble de services aux professionnels du livre.

Masse Critique, le levier de l'imaginaire de la gratuité

L'offre majeure de Babelio s'appelle Masse Critique (l'annexe 11 y est dédiée, p.97). Outre le jeu de mots avec « critique », le nom de ce programme fait écho à la définition au sens figuré de la masse critique, à savoir le nombre minimum d'éléments nécessaires à l'effectuation d'une action (en l'occurrence, le nombre minimum de prescripteurs pour le déclenchement du bouche à oreille). Cette opération menée plusieurs fois dans l'année s'adresse uniquement aux maisons d'édition, quelle que soit leur spécialité (jeunesse, BD, manga, imaginaire, générale, etc.). Le principe : chaque maison propose 4 titres en 3 exemplaires, des titres qui sont publiés et non en cours de création. Les lecteurs postulent sur les œuvres qui les intéressent le plus et Babelio sélectionne les profils les plus pertinents, c'est-à-dire ceux qui sont les plus propices à écrire des critiques intéressantes sur ces livres. Une fois les cibles identifiées, Babelio fait parvenir les adresses postales à l'éditeur pour que celui-ci envoie les livres chez les membres de Babelio participant. Ces derniers ont un mois pour lire le livre et écrire une critique à son sujet (des relances sont régulièrement faites par Babelio).

Plusieurs points sont importants concernant Masse Critique. Tout d'abord, ces opérations ne concernent pas que les livres papier et existent avec des œuvres numériques, ce qui évite de se fermer les portes des maisons d'édition consacrées à ce format. De plus, Babelio impose certaines conditions à la participation : être inscrit sur le site et avoir déjà publié plusieurs critiques. Il faut également correspondre à la ligne éditoriale / au genre des livres proposés (avoir déjà lu des livres du même genre notamment). Ce sont donc des membres avec une certaine expérience de lecture qui sont prioritaires. Par ailleurs, Babelio ne fait aucune discrimination selon la taille de la maison d'édition participante : les règles sont les mêmes pour tous les éditeurs, ce qui laisse une chance aux plus petits de faire connaître leurs œuvres. Enfin, Masse Critique se décline en deux versions : une version gratuite, et une version payante, où le nombre de lecteurs est plus important (entre 20 et 50) et où leur sélection par Babelio est plus fine. Elle se fait selon le choix de l'éditeur, les goûts du lecteur et la qualité des critiques qu'il a déjà écrites. Par ailleurs, même si la version gratuite est calquée sur l'agenda des publications tout au long de l'année, la période de la version payante est décidée en collaboration avec l'éditeur. Chaque opération Masse Critique fait l'objet d'une communication importante de la part de Babelio, que ce soit sur le site, via les newsletters ou encore sur ses pages et profils des réseaux sociaux (Facebook et Twitter).

Le succès de telles opérations marketing auprès des membres de Babelio est avant tout dû à l'imaginaire de la gratuité figurant dans la présentation de l'opération. Les appels à candidature de chaque opération sont sensiblement tous présentés ainsi : « *Recevez un livre en échange d'une critique* ». L'énoncé est simple, affirmatif et met en avant la position de force du lecteur dans cet échange : écrire une critique (comme à son habitude sur Babelio) et recevoir gratuitement un livre pour ça. Bien entendu, il n'est pas garanti que le lecteur soit satisfait de cette lecture car, par la définition même de cette opération, aucune critique n'a été faite à son sujet, ou très peu. C'est pourquoi Babelio demande à ses lecteurs d'écrire en toute transparence leur avis sur les œuvres proposées. L'objectif n'est pas de faire plaisir à l'éditeur mais bien d'agir comme pour toutes les autres œuvres. Les participants n'hésitent d'ailleurs pas à signaler dans leurs critiques que le livre dont ils parlent leur a été envoyé dans le cadre de cette opération. C'est une transparence que certains professionnels apprécient⁶⁸ et qui est essentielle pour la crédibilité du site.

Un tel imaginaire met en place un jeu de pouvoir entre membres et professionnels. Les membres ont en effet l'impression de bénéficier d'un produit gratuit contre un service qu'ils ont l'habitude de faire sur le site – et qu'ils font d'eux-mêmes - avec pour seule contrainte le temps (30 jours). Babelio choisit d'ailleurs soigneusement ses mots pour s'adresser aux candidats⁶⁹. Gratuité, simplicité, tout concourt à donner une impression de privilège aux participants. L'aspect promotionnel n'est cependant pas explicitement mis en avant dans l'appel à participation. C'est notamment ici que réside le pouvoir des professionnels, qui bénéficient de la logique du don

⁶⁸ Cf. annexe 19, p. 112 : interview d'Eglantine Gabarre, Responsable du marketing digital des Editions Delcourt.

⁶⁹ Il est possible de lire dans la description de l'opération des textes tels que les « deux seules *conditions d'éligibilité* », « *Recevez chez vous gracieusement des livres et faites en votre critique publique, bonne ou mauvaise, comme bon vous semblera. Il n'y a rien d'autre à comprendre : un livre en l'échange d'une critique, c'est aussi simple que ça.* » Textes disponibles sur <http://www.babelio.com/massecritique.php>

telle que théorisée par Marcel Mauss⁷⁰, c'est-à-dire l'idée que le don pur n'existe pas. En donnant un livre gratuitement, les professionnels instaurent un lien avec les amateurs, une relation où ils dominent, dans la mesure où une obligation se met en place pour les lecteurs : payer leur dette sous forme d'une contribution écrite. En effet, si les éditeurs donnent un livre, les membres de Babelio doivent à leur tour faire un contre-don. Les étapes théorisées par Marcel Mauss sont alors respectées : l'éditeur donne, le lecteur reçoit en lisant et rend en critiquant. Cet échange de services génère une nouvelle forme de lien entre amateurs et professionnels, fondée sur la notion d'échange et la nécessité de respecter un engagement qui fait que le livre reçu par privilège n'est pas réellement un cadeau. Par ailleurs, bien que dans ce cadre, Babelio demande l'autorisation de ses membres pour utiliser leurs critiques dans des objectifs éditoriaux ou promotionnels, le site explicite l'inégalité qui réside dans ce rapport professionnels-amateurs. Il parle en effet d'une part de « tirage au sort » pour la sélection des membres participants, tout en précisant qu'il « *se réserve la possibilité d'écarter de la sélection les chroniqueurs dont la ligne éditoriale ne serait pas jugée compatible avec le programme Masse Critique.* »⁷¹ C'est ici que se révèle tout l'intérêt des insignes et de la qualification des membres.

En effet, Babelio peut rapidement savoir qui sont les personnes les plus habilitées à faire des critiques pertinentes et de qualité sur tel ou tel sujet grâce au traitement de ses données. Les insignes sont un moyen d'écrémer rapidement les candidats pour chaque opération, que ce soit en termes d'expertise ou de qualité de la contribution (voir sous-partie précédente). L'objectif : faire une sélection minutieuse de personnes qui pourront avoir une forte influence sur le reste de la communauté et sur les visiteurs. Ainsi, la force de l'opération Masse Critique (payante) est que toutes les conditions sont réunies pour qu'une œuvre soit visible : les contributeurs sont choisis selon le produit à promouvoir, la communication se fait sous forme de critiques, sur une plateforme dédiée aux livres, rassemblant des passionnés, et s'intègre donc parfaitement au support. Enfin, la période de déroulement de l'opération est choisie avec la maison d'édition. L'opération est donc optimisée pour une recommandation sociale efficace. Une initiative Masse Critique peut ainsi être intégrée dans une opération promotionnelle plus large, en renfort du reste des outils de communication. Sa courte période (un mois) permet aux professionnels d'avoir des retours rapides sur les œuvres, et donc une prescription opérationnelle rapidement, pour pouvoir ensuite profiter des critiques pour communiquer.

Masse critique, une opération pour les œuvres à la visibilité médiatique moindre

L'enjeu d'une opération Masse Critique n'est pas de faire connaître des œuvres qui auront une visibilité médiatique immédiate (comme des *bestsellers* par exemple). Il s'agit plutôt d'adresser aux lecteurs des œuvres moins connues voire de niche, sur des sujets ou des genres plus ou moins pointus, ou de faire connaître des auteurs en lesquels les éditeurs ont placé leur confiance et leurs investissements. C'est aussi l'occasion de proposer une alternative aux petites maisons d'édition afin qu'elles puissent montrer leur travail et trouver de nouveaux régimes de visibilité pour des œuvres ne pouvant bénéficier d'une communication plus coûteuse, comme de l'achat d'espace, par exemple. Eglantine Gabarre, Responsable du marketing digital des Editions

⁷⁰ MAUSS Marcel, *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Paris : Presses universitaires de France, Collection Quadrige, 2007.

⁷¹ http://www.babelio.com/conditions_mc.php

Delcourt, le rappelle: les « grosses licences » que les éditions Delcourt éditent ne passent pas par Babelio. Le réseau social sert davantage à communiquer sur des œuvres moins classiques, comme les romans graphiques⁷². Une opération Masse Critique est donc un véritable renfort pour amorcer une communication sur une œuvre et lui offrir de la visibilité, d'autant plus quand le sujet ne se prête pas à la critique journalistique. Aussi, quand les critiques professionnels ne s'intéressent pas au sujet, les éditeurs trouvent chez les amateurs de véritables relais de l'information, le tout étant qu'ils soient de qualité⁷³. La sélection des participants en amont doit donc être particulièrement fine afin d'assurer à l'éditeur une retombée efficace.

L'enjeu du bouche à oreille

Car l'enjeu principal d'une opération Masse Critique, c'est avant tout le bouche à oreille, ce qui fait le sens-même de Babelio. De telles opérations visent à trouver les personnes qui auront suffisamment d'aura et de légitimité auprès des autres pour influencer leurs décisions de lecture. L'intérêt d'un tel système est d'éviter l'aspect trop promotionnel d'une campagne, en misant sur le jeu des relations du membre participant. En critiquant, celui-ci diffuse un message personnel pour toucher des personnes potentiellement intéressées par cette œuvre au sein de son réseau. Ce sont l'expérience, l'autorité supposée et acceptée ainsi que la confiance que les autres membres placent dans cette personne qui favorisent la diffusion de l'œuvre au sein de la communauté.

Le recours au bouche à oreille est d'autant plus important que plus d'un quart des Français disent acheter un livre suite à la recommandation d'un internaute, un chiffre qui monte à 42% pour les moins de 35 ans⁷⁴. Les amateurs présents sur Internet pour échanger sur les livres constituent donc un canal complémentaire de communication capable d'avoir une influence significative pour certaines œuvres. De son côté, Babelio a mené sa propre étude⁷⁵ afin de déterminer comment ses membres découvrent leurs nouvelles lectures. Pour 80% d'entre eux, le bouche à oreille a une portée considérable, avec en premières sources les sites de lecteurs, les recommandations de leurs proches et les libraires. Il semblerait donc que, pour les habitués, de tels sites soient une source d'information littéraire régulière et de confiance, en complémentarité avec d'autres sources. Bien qu'il convienne de ne pas prendre cette étude comme représentative de ce que pensent toutes les personnes présentes sur des sites de lecteurs, elle est un argument marketing intéressant auprès des éditeurs, sans oublier

⁷² « Quand on communique sur Babelio, il faut communiquer aussi sur d'autres types de supports pour qu'il y ait un effet un petit peu général, Babelio ne suffit pas. Par contre ce qui est intéressant avec Babelio, c'est qu'on pouvait en effet, sur des titres qui avaient un enjeu d'exposition sur le web, de critique, la Masse Critique correspondait parfaitement à notre problématique, et donc à être relayés au maximum auprès des bloggeurs/bloggeuses, BD ou littéraires qu'importe. » Voir annexe 19, p.125, Interview d'Eglantine Gabarre, Responsable du marketing digital des éditions Delcourt

⁷³ « C'est aussi un des intérêts de ces opérations Masse Critique. [Les éditeurs] nous donnaient leurs bouquins et en échange on leur envoyait des critiques et souvent ils les lisaient parce que là-dedans, il y a beaucoup de livres qui n'ont jamais de critiques ailleurs, ou dans la presse ou quoi que ce soit, donc il y a un intérêt d'autant plus fort de l'éditeur à dire des choses dessus. » Voir annexe 18, p.121, Interview de Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio

⁷⁴ IPSOS. « Les Français et la lecture » [16 mars 2015]. Centre National du livre [en ligne]. Disponible sur <http://centrenationaldulivre.fr/fr/actualites/aid-666/les_francais_et_la_lecture>

⁷⁵ Babelio. « Le bouche à oreille au service du livre, quand le lecteur devient prescripteur », étude menée par Babelio auprès de ses membres [en ligne]. Décembre 2012. Disponible sur <http://fr.slideshare.net/Babelio/le-bouche-oreille-au-service-du-livre-quand-le-lecteur-devient-prescripteur>

que de telles opérations ont également pour conséquence d'améliorer le référencement d'une œuvre sur les moteurs de recherche.

b. Les contributions : une valeur de recommandation maintenue hors de Babelio

Le bouche à oreille généré sur Babelio a pour but de créer de nombreuses interactions autour d'une œuvre et ainsi favoriser la prise de décision de lecture par ses membres. Cependant, tout comme les liens hypertextes permettent de communiquer des critiques, citations, etc. sur d'autres plateformes que Babelio, il est possible pour les professionnels d'extraire les contenus de ce dispositif pour médiatiser ces évaluations dans d'autres occasions.

Pour les professionnels tels que les éditeurs et les bibliothécaires, l'enjeu de la réutilisation des contributions amateurs est grand, notamment à des fins d'enrichissement de l'information sur leurs propres plateformes. Le bouche à oreille - ou recommandation sociale - ayant une influence non négligeable dans le domaine littéraire⁷⁶, il est tout autant stratégique de les utiliser de façon plus directe vis-à-vis de leurs publics respectifs pour les aider dans leur prise de décision d'achat/emprunt.

Enrichir les sites vitrines

Pour les éditeurs, les critiques amateurs sont un moyen d'enrichir leur propre site Internet sur les notices de leurs livres (un exemple est disponible en annexe 9, p.94, avec la maison d'édition Bragelonne). Ainsi, les visiteurs retrouvent le contenu habituellement diffusé par le professionnel, agrémenté des expériences de lecture d'autres lecteurs. La complémentarité des deux types de contenus permet un équilibre entre la promotion de l'éditeur et la réception de l'œuvre par son public (les critiques mises en avant n'étant pas toujours entièrement positives). Le lecteur peut alors se faire une idée du contenu de l'œuvre autrement que par la couverture et le résumé, ce qui est intéressant quand la possibilité de feuilleter quelques pages n'est pas offerte. Le site de la maison d'édition, qui sert généralement de vitrine, devient alors également un lieu de recommandation où le lecteur peut se faire une meilleure idée de l'œuvre grâce à l'interprétation de « *ces signes comme la trace d'une expérience de lecture passée, et comme le début de sa propre expérience de lecture et de consommation.* »⁷⁷ Il n'est pas nécessaire alors d'aller sur des sites tels que Babelio ou des forums par exemple, toute l'information, les *expériences*, étant concentrées sur une même page. En se faisant une idée de l'œuvre directement sur le site de l'éditeur, le lecteur peut plus facilement et plus rapidement prendre sa décision de consommation.

Internet n'est cependant pas le seul support de « remédiatisation » par les éditeurs. Les critiques peuvent en effet être réutilisées dans des contextes « physiques » à savoir sur les salons littéraires. Babelio propose en effet de sélectionner une critique particulièrement appréciée sur telle ou telle œuvre et d'en faire un carré de papier apposé sur le livre sur le stand, sur le même système des bandeaux promotionnels qui recouvrent habituellement les livres (voir l'annexe 9, p.94, pour avoir deux exemples concrets). Cette démarche présente plusieurs intérêts. D'une part, elle met l'œuvre en valeur par un code visuel qui attire l'œil. Le bandeau sur un livre est toujours un

⁷⁶ *Les Français et la lecture*, IPSOS pour le Centre National du Livre, février 2015

⁷⁷ CANDEL Etienne. *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture* [Texte imprimé] : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007. p.81

support de communication qui apporte une information supplémentaire au potentiel lecteur, qu'il s'agisse d'une critique de presse ou encore d'un prix remporté. Par la couleur orange de ses carrés, Babelio joue sur des visuels repérables rapidement et facilement reconnaissables, qui distinguent une œuvre des autres. Pour une personne ne connaissant pas le site, le carré va être une source de curiosité, tandis qu'une personne connaissant Babelio saura par avance qu'elle pourra découvrir une recommandation de lecteur sur le livre.

D'autre part, comme pour le site de l'éditeur, l'intérêt est de partager un avis de lecteur pour compléter celui du professionnel. Le visiteur sur le stand dispose ainsi d'un avis qui *a priori* n'a pas d'objectif promotionnel à l'origine. Le potentiel lecteur peut ainsi profiter de l'expérience d'une autre personne, la critique mise en avant ayant été soigneusement choisie. La critique ainsi sortie de son contexte numérique ajoute un niveau de lecture et d'argumentation. L'avis de l'amateur qui a déjà expérimenté cette lecture attire l'œil, recommande, puis il est possible de consulter la couverture, le résumé, de feuilleter pour lire un passage, mais également d'avoir l'avis du professionnel qui tient le stand. En sortant ainsi de son cadre, la critique vient en renfort de la communication mise en place par le professionnel, permettant en quelque sorte la présence d'un lecteur lambda sur le stand qui saura conseiller les visiteurs dans leurs choix, comme un libraire pourrait le faire.

L'enrichissement des catalogues pour une meilleure expérience en bibliothèque

De leur côté, les bibliothèques ont un enjeu d'enrichissement de leur base de données et ce à moindre coût. Remplir les notices des livres prend énormément de temps et n'assure pas toujours d'avoir toutes les informations à disposition. Aussi, si certaines d'entre elles proposent à leurs lecteurs de noter les livres, toutes n'offrent pas la possibilité d'avoir un contenu complet sur les œuvres. Bien que l'enjeu pour les lecteurs soit ici moins fort dans le sens où il n'engage pas un acte d'achat, les bibliothèques ont tout de même un rôle de conseil et de mise à disposition d'informations pour aider leurs clients dans la recherche de leurs lectures. Le catalogue, outil central de la bibliothèque et relais privilégié avec les lecteurs, doit donc présenter un maximum de contenus pour leur permettre de faire le bon choix, dans la mesure où le nombre d'emprunts et le temps accordé sont limités.

Babelio propose aux bibliothèques plusieurs niveaux de services, regroupés sous le nom Babelthèque. Les catalogues sont enrichis en marque blanche⁷⁸ grâce aux contenus générés sur Babelio, qui sont loués et mis à jour régulièrement. Les bibliothèques louent ainsi la base de données de Babelio pour pouvoir donner un maximum d'informations à leurs lecteurs. La possibilité de noter et commenter eux-mêmes les livres sur le catalogue est tout de même laissée à ces derniers, ce qui génère indirectement une couche supplémentaire de recommandation sur la base de données de la bibliothèque elle-même. Parallèlement, les usagers profitent des critiques de presse et de professionnels présents sur Babelio, ou encore de contenus multimédias tels que des vidéos ou des émissions de radio. L'avantage communicationnel pour les bibliothèques est également la mise en valeur des acquisitions récentes dans leur catalogue grâce à des critiques sur ces références.

La recommandation sociale sert donc aussi bien à aiguiller un lecteur sur le choix de sa lecture qu'à signaler une nouvelle œuvre disponible dans la bibliothèque. L'expérience est d'autant plus riche que Babelio met à

⁷⁸ Ce qui signifie que la marque « Babelio » n'apparaît nulle part sur le catalogue de la bibliothèque cliente.

disposition des bibliothèques un algorithme de recommandation automatique selon la notice consultée. Les usagers naviguent ainsi d'une fiche à l'autre et peuvent plus facilement trouver des lectures adaptées à leur besoin, avec des suggestions pertinentes basées sur les expériences des autres lecteurs⁷⁹.

Enfin, l'autre point fort de la base de données de Babelio pour les bibliothèques est que cette base évolue avec les lecteurs, avec les membres de Babelio, et donc avec les tendances et les genres qui apparaissent. Aussi, s'il n'est pas possible pour une bibliothèque de faire apparaître sur ses étagères toutes les classifications existantes, elles peuvent faire appel aux étiquettes générées par les membres de Babelio pour proposer de nouvelles formes de recherche à leurs lecteurs. Ce dispositif est véritablement important en termes de visibilité des œuvres et de facilitation de la recherche par les lecteurs. Pour prendre un exemple, Pierre Fremaux, co-fondateur de Babelio, expliquait en 2011 dans une interview⁸⁰ que le terme « *bit lit* » (pour *bite literature* ou littérature relative aux vampires) n'était pas utilisé dans la classification des bibliothèques. Or, ce genre ayant pris une ampleur considérable avec des succès tels que la série *Twilight*, il est devenu important pour les bibliothèques de mettre à jour leurs outils pour permettre aux lecteurs d'affiner leurs recherches. Ainsi, pour prolonger cet exemple, placer des œuvres de la *bit lit* dans la catégorie jeunesse, même si cela n'est pas faux, ne permet pas de trouver des lectures similaires dans la mesure où la catégorisation n'est pas assez fine, et freine donc la recherche. Avec les étiquettes proposées par les lecteurs eux-mêmes, la classification peut se faire selon des codes et mots partagés par les lecteurs du genre, et ainsi faciliter la recommandation et la découverte de lectures répondant aux besoins des usagers des bibliothèques.

c. La publicité via Babelio : de la recommandation amatrice à la recommandation professionnelle
La valeur issue des contributions des amateurs réside également dans la qualification et la classification des œuvres et des lecteurs. De telles données peuvent être utilisées pour ensuite vendre aux éditeurs des espaces publicitaires⁸¹ et des emailings ciblés correspondant aux recherches des lecteurs selon la catégorisation des œuvres ou les profils des lecteurs. Elles peuvent prendre différentes formes : *display* (bannières, encarts, habillage de site), sponsoring de la newsletter ou envoi d'emailings ciblés (des exemples figurent en annexe 10, p.95-96). Pour les besoins de cette étude, seules les emailings ciblés et les publicités apparaissant sur les notices des œuvres seront analysés, dans la mesure où ils incarnent l'intérêt marketing de la base de données de Babelio enrichie par ses membres⁸².

⁷⁹ Cet algorithme fonctionne comme celui d'Amazon : il n'indique pas quels livres sont semblables à celui qui est consulté, mais quels autres livres ont lus/consulté les lecteurs qui ont déjà lu/consulté le livre en question.

⁸⁰ Voir la vidéo de l'émission « Entrée Libre » du 5 octobre 2011 : « Babelio : cyber club de lecture »

[enregistrement vidéo] In : Dailymotion. [4'49] Disponible sur http://www.dailymotion.com/video/x2jzxl_n_babelio-05102011_webcam

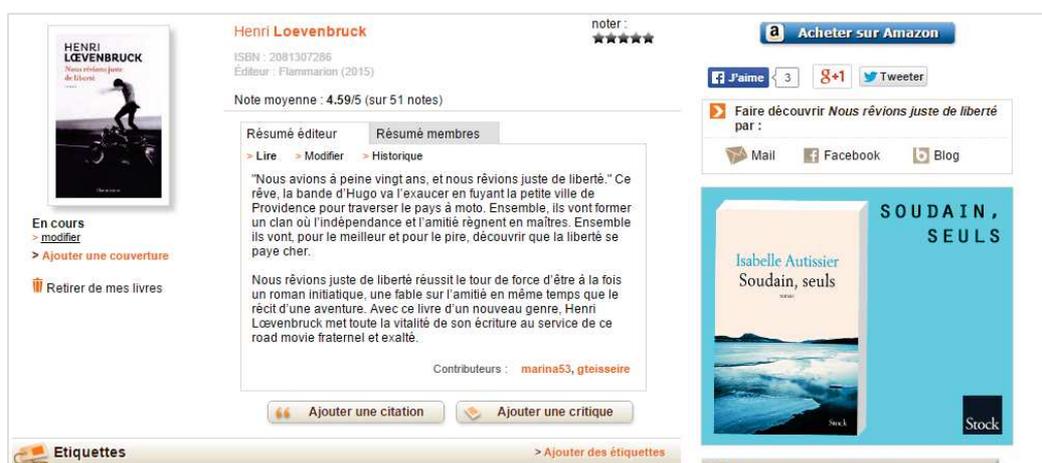
⁸¹ Selon Eglantine Gabarre, Responsable du Marketing digital des éditions Delcourt : « *Pour l'opération Masse Critique [expliquée plus haut], et même pour l'achat d'espace web, c'est vraiment un site complémentaire à notre travail, un plan de lancement qu'on peut faire qui est plus global. Je vais dire n'importe quoi mais on va aller sur Lire, on va faire un partenariat avec un média un petit peu plus puissant en généraliste, et Babelio est un très très bon complément en fait, ça c'est une réalité.* » Voir annexe 19, p.127

⁸² De plus, les publicités en page d'accueil font généralement écho à une actualité littéraire (rentrée littéraire, prix, etc.).

Le display, recommandation professionnelle parmi les recommandations

L'espace publicitaire sur Babelio profite d'un environnement propice à la découverte de nouvelles lectures et, par extension, à l'achat. Ainsi, la publicité reste cohérente avec l'espace dans lequel elle s'inscrit, en étant mise en parallèle de recommandations amatrices et professionnelles sur d'autres livres.

La disposition des encarts et habillages est importante dans la mesure où elle va favoriser la visibilité de la publicité (voir annexe 10, p.95-96, pour un aperçu plus clair des différents formats de display proposés par Babelio). Les encarts au format carré qui nous intéressent ici, dont le contenu est souvent réduit au strict minimum dans un souci de lisibilité (une image et une phrase), sont généralement placés dans la zone de la page la plus propice aux clics. Il s'agit de la partie de droite, où une grande majorité de liens hypertextes se trouvent, et où l'œil finit de parcourir l'écran (voir figure ci-dessous). L'emplacement n'est pas anodin : premièrement la publicité se trouve en haut de la page, où figurent les informations les plus importantes sur l'œuvre consultée (résumé, titre, auteur, etc.). Il n'y a donc pas besoin de dérouler la page pour les lire et donc pour voir la publicité. Ainsi, quand l'œil parcourt le haut de la page, il finit son chemin sur l'encart.



22 Exemple d'encart publicitaire, positionné à côté du résumé et des étiquettes, en haut de la notice

De plus, ce dernier est positionné dans une partie de la page qui invite soit à recommander, soit à découvrir une nouvelle lecture. En effet, au-dessus de l'encart, il est possible d'acheter le livre ou de partager sa notice (réseaux sociaux, blog, mail). Cette partie de la page est donc vouée se procurer un nouveau livre ou bien à le faire découvrir à d'autres personnes. En revanche, en dessous de l'encart se trouve un encadré au titre explicite : « Vous aimez ce livre ? Babelio vous suggère ». Il ne s'agit donc plus là de communiquer sur le livre mais de s'en procurer d'autres, qui répondraient aux mêmes besoins que le livre consulté. Ainsi placée entre la recommandation pour les autres et la recommandation pour soi, la publicité en encart semble s'adapter aux deux solutions : cliquer pour se procurer l'œuvre, ou cliquer pour la recommander à quelqu'un par la suite. Dans tous les cas, elle remplit l'objectif de Babelio qui est celui de faire découvrir de nouvelles lectures.

Le livre ainsi promu n'est pas positionné par hasard. Il renvoie en effet à certaines étiquettes ajoutées par les membres de Babelio. L'exemple ci-dessous compare les étiquettes de deux œuvres : celle de gauche correspond à la notice consultée, celle de droite renvoie aux étiquettes (consultées quelques mois après) de l'œuvre qui était alors promue sur cette même page (correspondant à l'image ci-dessus). Certains grands thèmes se retrouvent

(roman d'aventure, voyage, littérature française, suspense) et montrent ainsi que par certaines de leurs thématiques, ces deux œuvres ont une certaine proximité. L'enjeu pour l'éditeur est donc de catégoriser son œuvre au mieux pour permettre à Babelio d'ajuster le ciblage publicitaire afin qu'il corresponde aux étiquettes figurant sur la notice consultée. De cette manière, la publicité ne se positionne pas tant comme un encart intrusif mais comme une recommandation professionnelle qui implique la même finalité : se procurer un nouveau livre d'un certain genre ou traitant certaines thématiques.



23 A gauche : étiquettes de la notice de *Nous rêvions juste de liberté* de Henri Loevenbruck.
A droite : étiquettes de *Soudain, seuls* d'Isabelle Autissier.

L'habillage du site s'impose beaucoup plus aux yeux de l'internaute. Présent en haut et sur les côtés, il est impossible de lui échapper. Cela tient en grande partie au fait qu'il crée un décalage dans la mise en page générale du site, « poussant » l'ensemble des contenus vers le bas et cassant ainsi les l'esthétique habituelle de Babelio. De plus, ce format de publicité est généralement rempli de contenus, autant en haut que sur les côtés. L'habillage cherche ainsi constamment à entrer en interaction avec l'attention de l'internaute, quel que soit l'endroit de la page où il regarde. L'intention est donc bien de favoriser le clic au maximum pour renvoyer l'utilisateur vers un autre site, et ce en optimisant l'espace et la répartition générale des contenus de la publicité. Là encore, il est possible de mettre en place un lien direct entre la publicité et les contenus de la notice enrichie par les membres du site.

Une publicité pour Fyctia⁸³ datant du 16 août 2015 sur la page du tome 2 de la série *Divergente* en est un exemple concret (un visuel est disponible en annexe 10, p.95). Elle est intéressante en ce qu'elle ne concerne pas la promotion d'une œuvre mais d'une application directement en lien avec le domaine littéraire. Les codes et contenus mobilisés répondaient aux représentations généralement faites des lecteurs de la série de Veronica Roth, à savoir un public jeune et connecté. Par exemple, la photographie du mobile permet d'explicitier à la fois le support d'utilisation de cette application et les pratiques du public visé, qui communique beaucoup via smartphone. L'utilisation des hashtags renvoie aux imaginaires des réseaux sociaux, du partage et de la connexion, en résonance avec les logos de Facebook et Twitter sur la gauche qui invitent à rejoindre d'autres réseaux que Babelio. Les mots employés avec les hashtags font quant à eux directement écho aux genres des textes publiés sur Fyctia (*New romance, Young adult*), des thématiques également citées dans les étiquettes qualifiant *Divergente* selon les membres de Babelio (amour, jeune adulte/jeunesse).

Enfin, les commentaires de journalistes sur le côté, extraits d'articles, visent à légitimer Fyctia par des recommandations de professionnels, et font un parallèle avec les critiques de presse proposés par Babelio. La publicité agit ainsi par mimétisme avec le site où elle fait des échos aux contenus, favorisant sa cohérence. Dans

⁸³ Fyctia est une plateforme uniquement mobile proposant des concours d'écriture pour repérer les plumes de talent. Disponible sur www.fyctia.com

le souci de vérifier que cette publicité était ciblée et non proposée sur toutes les pages, un test a été fait sur deux autres notices : le tome 1 de la série *Hunger Games* (*young adult* également) et *Le Petit Prince*. La publicité pour Fyctia était effectivement présente sur la page du premier mais pas sur celle du deuxième, dans la mesure où *Le Petit Prince* s'adresse à un public différent.

Les professionnels du livre peuvent donc acheter des espaces publicitaires adaptés à leur budget et leurs objectifs : un habillage se prêtera plutôt à une communication de masse, pour donner de la visibilité au produit, tandis que l'encart, plus discret, joue plutôt sur une zone stratégique de la page se présentant comme un complément de recommandation à la notice.

L'emailing ciblé, pour envoyer la bonne recommandation au bon lecteur

Il est également possible pour les professionnels du livre de profiter des communications que Babelio envoie à ses membres, en passant notamment par des emailings publicitaires dédiés à une œuvre. Une fois encore, l'intérêt est de profiter d'un canal uniquement dédié au livre pour pouvoir mettre une œuvre en avant. L'emailing dédié présente l'avantage d'être ciblé : il concerne une seule œuvre, et est envoyé à certains lecteurs. Le choix de ces récepteurs est opéré par Babelio selon les données référencées dans les profils des membres du site, notamment les genres et auteurs appréciés. De nombreux contenus différents sont présentés dans l'emailing afin de fournir le plus d'arguments possibles aux cibles (un exemple est disponible en annexe 10, p.96) : bannière en entête (pour annoncer une sortie par exemple), résumé, bande annonce, interview de l'auteur, critiques de la presse, etc. Cette communication est en quelque sorte construite comme la notice de l'œuvre, sans les recommandations et encarts habituellement présents autour. Ainsi, même si la publicité est explicite, elle est censée répondre aux goûts et besoins des membres de Babelio en quête de nouvelles lectures.

Le renseignement puis l'analyse des données est ainsi un enjeu majeur pour de telles opérations promotionnelles. Toutes les contributions des membres de Babelio servent à définir des profils d'internautes ou d'œuvres qui vont ensuite permettre une mise en relation avec des publicités ciblées se voulant pertinentes – et donc bien plus efficaces – par rapport aux indications des contributeurs. Les efforts de communication pour toucher le bon public sont ainsi réduits puisque ce sont les internautes eux-mêmes qui renseignent toutes les informations nécessaires au ciblage.

En contribuant à l'enrichissement des données de Babelio, les internautes inscrits sur ce réseau donnent quantité d'informations sur eux, sur les œuvres, sur leurs pratiques et leurs profils. Toute cette activité génère alors de la valeur autour des œuvres et des membres, en les qualifiant, en leur attribuant des caractéristiques, en les singularisant les uns par rapport aux autres. La valeur ainsi créée peut alors être mobilisée dans une optique d'échange marchand avec les professionnels du livre, pour optimiser leurs opérations marketing et valoriser leurs outils de communication. La contribution amatrice présente donc un intérêt commercial et marketing dans la mesure où, une fois analysée, elle va pouvoir être utilisée pour mieux ajuster sa communication.



Prenant plusieurs formes, la recommandation amatrice constitue un levier stratégique fort à partir du moment où elle est abordée comme un ensemble d'informations qu'il est possible de classer et d'analyser. Babelio montre que la gestion des données générées par les amateurs permet une nouvelle approche de la communication, plus compréhensive et plus adaptée. Tout cela constitue le nouvel enjeu s'offrant aux professionnels du livre sur Internet. Il convient de déterminer comment ces nouvelles formes de prescriptions et d'informations peuvent être mobilisées pour une communication numérique plus efficace et durable.



PARTIE 3 : La prescription amatrice, outil incontournable de modernisation du marketing relationnel et digital

En s'ouvrant aux amateurs, la pratique de l'évaluation a profondément transformé les rôles et rapports entre amateurs et professionnels. La légitimité de ces nouveaux prescripteurs est petit à petit acceptée par des professionnels qui cherchent encore, pour certains, du positif dans le numérique. Le développement de plateformes sociales permet cependant de mieux connaître les publics grâce aux données récoltées, mais également de mieux les mobiliser dans une optique promotionnelle. Non pas un inconvénient mais plutôt une opportunité de développement communicationnel et commercial, Internet ouvre un champ des possibles très vaste aux professionnels du livre qui peuvent tous se rapprocher des lecteurs amateurs, soit pour apprendre d'eux, soit pour optimiser leur communication digitale.

A. Reconsidérer le rôle des amateurs pour engager une relation durable

Les plateformes telles que Babelio offrent aux éditeurs, bibliothécaires, auteurs et libraires une occasion d'aborder leurs publics différemment, non plus comme de simples consommateurs mais également comme des producteurs de valeur. Cette évolution représente une occasion de mettre en place une nouvelle forme de relation avec les amateurs, dans un schéma établissant des rapports plus égalitaires. Cela n'est cependant possible qu'à condition de trouver un équilibre dans cette relation.

a. Aborder les amateurs comme de réels producteurs de recommandations

Les amateurs de livres, en se rassemblant sur Internet, génèrent des contenus ayant un réel impact sur la promotion des œuvres. Leurs activités ont évolué et la prise en compte et l'utilisation de cette nouvelle forme de communication – pour les libraires notamment - passe en premier lieu par une reconsidération du rôle de l'amateur dans la prescription littéraire.

L'amateur, juge et producteur de contenus sur les œuvres

Si la critique a longtemps été le monopole des professionnels, Internet a permis un glissement de cette pratique vers un public plus large, moins averti. Les bloggeurs littéraires ont dans un premier temps pris la parole auprès de leurs communautés en quête d'informations sur de nouvelles lectures. Peu à peu, la pratique de l'évaluation s'est étendue aux sites marchands, qui ont ouvert la possibilité aux internautes de donner leur avis sur tout, produits comme services, afin d'orienter les décisions d'achat. Les réseaux sociaux offrent aujourd'hui un moyen de juger tous les contenus qui circulent sur Internet, images, vidéos, articles, n'importe qui pouvant évaluer n'importe quoi. Un simple clic sur « j'aime » ou des étoiles mettent en avant ce qui a de la valeur aux yeux du

public, permettant aux algorithmes de faire remonter dans les fils d'actualité ce qui remporte le plus de succès auprès du grand public.

Ce faisant, les consommateurs sont devenus juges et producteurs à travers leurs avis et notes, qu'ils laissent un peu partout sur la toile⁸⁴. Comme l'explique Gustavo Gomez-Mejia dans *La médiatisation de l'évaluation*, « la mise en place de rankings, ratings, et tops destinés à classer et à évaluer des contenus personnels, culturels, commerciaux et politiques n'a cessé de modifier la forme et la portée des sites Internet au fil des dernières décennies. Entre clics et compteurs, de nouvelles intermédiations nouent les intérêts d'acteurs très divers autour d'une série de prédicats évaluatifs devenus courants. »⁸⁵ Si ici il n'est question que d'évaluation quantitative (par des notations, etc.), cette forme de jugement couplée à la critique écrite des produits permet aux amateurs d'indiquer aux entreprises leurs goûts, besoins et d'édicter leurs propres standards de consommation. Tout cela se fait à travers des formes de recommandation entrées dans la norme. Le domaine littéraire n'échappe pas à ce nouveau type d'expression qui émane des amateurs, et les œuvres sont elles aussi jugées. Les notes et critiques amatrices se font de plus en plus nombreuses, gagnant ainsi en influence auprès du public.

Il convient donc pour les professionnels du livre, et en particulier les maisons d'édition, de ne plus considérer les lecteurs comme passifs et simples consommateurs. Bien au contraire, Internet leur offre aujourd'hui la possibilité de s'exprimer sur leurs lectures de façon plus ou moins argumentée, de devenir des ambassadeurs pour les œuvres qui les ont marqués. Loin d'être un inconvénient, cette nouveauté est davantage une opportunité à saisir pour les éditeurs. D'une part, la mise en place d'une veille permettrait d'obtenir facilement les avis sur les œuvres afin de déterminer comment celles-ci ont été accueillies par le public, quels sont les points forts et faibles des livres proposés et quelle est leur visibilité auprès du public. D'autre part, l'évaluation généralisée fait apparaître de nouveaux espaces de promotion (réseaux sociaux, vidéos, etc.), moins coûteux et directement en contact avec le public visé, sur lesquels les éditeurs doivent miser pour enrichir leurs campagnes de communication sur un livre. Cela suppose néanmoins d'avoir au moins un community manager mobilisé pour élaborer une stratégie de communication digitale et gérer les différents comptes, publications et interactions avec les publics.

Il est alors intéressant de prévoir plusieurs phases à la communication littéraire. Une veille constante en amont doit permettre de repérer les prescripteurs amateurs les plus susceptibles de valoriser l'œuvre et les espaces d'expression les plus dynamiques. Cela doit se faire en gardant une complémentarité avec les prescripteurs professionnels que sont les journalistes et libraires, car ils bénéficient encore d'une forte légitimité auprès d'un large public et – pour les libraires – se trouvent directement dans des espaces propices à l'achat. Dans un premier temps, des extraits peuvent être publiés dans des médias avant la sortie officielle, mais également proposés sur des sites de lecteurs tels que Babelio, pour susciter de l'intérêt, de la curiosité et de la conversation. La campagne peut ensuite se poursuivre par des envois gratuits du livre en échange d'un avis. Il est donc possible de passer

⁸⁴ « L'hybridation des internautes, cette foule d'individus ni tout à fait clients, ni tout à fait producteurs, ni tout à fait critiques, mais tout cela à la fois pour peu qu'on sache les intégrer dans un schéma de production et d'organisation qui les laisse s'exprimer. » DURAND Emmanuel, *La menace fantôme. Les industries culturelles à l'heure du numérique*. Paris : Presses de Sciences Po, Collection Les nouveaux débats, 2014. p. 43

⁸⁵ Gustavo Gomez-Mejia, « L'évaluation à l'épreuve des médias informatisés ». In : *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. p.37

par des envois aux bloggeurs et *booktubers* (prescripteurs faisant des vidéos de critique littéraire mises en ligne sur YouTube), notamment ceux qui auront présenté le plus d'intérêt à l'égard des extraits. Ceux-ci bénéficient de réseaux plus ou moins développés et étant de grands lecteurs et critiques réguliers, ils pourront entamer une première phase de bouche à oreille et donner à l'éditeur un aperçu de la réception de l'œuvre (quels groupes / types de lecteurs s'intéressent à ce livre ?). Puis, dans un troisième temps, il est possible d'enclencher des partenariats sur ce même principe avec des sites tels que Babelio pour développer le bouche à oreille sur des réseaux plus larges encore, en ciblant précisément les participants.

L'objectif pour la maison d'édition est non seulement de développer la notoriété du livre grâce aux réseaux de ces leaders d'opinion, mais également de récupérer des arguments promotionnels directement dans les critiques et échanges des amateurs. Les contenus ainsi générés pourront venir nourrir la communication des éditeurs (une explication plus poussée de l'utilisation de ces contenus se trouve en partie B, b : « Utiliser les prescriptions amatrices sur des supports variés pour maximiser l'effet de la recommandation »). L'objectif de cette stratégie est double : d'une part, elle vise à exploiter le nouveau statut de *producteur* des amateurs en leur faisant générer un maximum de contenus pour faire parler de l'œuvre et comprendre comment elle est reçue par le public. D'autre part, il s'agit de fonctionner en cascade, en faisant appel aux professionnels et bloggeurs dans un premier temps, dont les critiques vont pouvoir être mobilisées pour communiquer à un public amateur toujours plus large. Un suivi permanent et organisé de la campagne par le community manager est essentiel. Il doit permettre de déterminer quels sont les points forts de l'œuvre qui ont séduit les premiers leaders d'opinion, et ainsi réagir rapidement pour s'en servir de levier de communication auprès des lecteurs sur des sites comme Babelio, qui critiqueront à leur tour. Les contenus amateurs ainsi générés pourront être mobilisés dans de nombreux supports pour prolonger la campagne sur le long terme. Il faut néanmoins noter qu'un tel recours à la prescription amatrice est avant tout intéressant pour des œuvres dont l'auteur est peu connu ou s'adressant à des publics particuliers⁸⁶, afin d'activer le levier de la recommandation sociale.

Accepter la légitimité de la prescription amatrice

Pour que cela soit réalisable, il convient pour les éditeurs de comprendre que les changements apportés par le numérique en termes d'actions (clics sur « j'aime », partages, ajout de livres dans une bibliothèque virtuelle) et de contenus (conversations, critiques, étiquettes, listes, quiz) par les amateurs construit une nouvelle légitimité pour ces lecteurs. En critiquant, les amateurs disent quelque chose des œuvres, leur donnent une certaine valeur. Outre les *bestsellers*, certains livres sont largement plébiscités, définis comme des incontournables selon le jugement de la masse des lecteurs. C'est alors le nombre d'amateurs critiques et les actions (clics sur « j'aime », partages, etc.) en nombre qui font légitimité, là où cette dernière dépendait avant d'un statut de professionnel. Les réseaux tels que Babelio, rassemblant plusieurs centaines de milliers de contributeurs, produisent une grande quantité d'informations (catégorisation, résumés, critiques, etc.) qui participent à leur bon référencement sur les moteurs de recherche, les hissant au rang de nouveaux médias littéraires, accessibles parce que simples et gratuits. La critique y étant la pratique majeure, elle se fait prescription amatrice pour les amateurs.

⁸⁶ La partie B explicite pourquoi l'utilisation de telles pratiques est moins intéressante dans le cas des *bestsellers*.

Par ailleurs, si ces contributions gagnent en valeur, c'est parce qu'un large public les consulte, les partage, les commente, les « aime » grâce à la mise en réseau des amateurs. Contrairement à des publicités, les contenus ne sont pas imposés aux internautes, ils sont proposés. Dans la mesure où ils peuvent être commentés, ils font l'objet de débats qui permettent une argumentation supplémentaire sur l'intérêt ou non d'une œuvre. Ces échanges se font dans le cadre de groupes sociaux dont l'organisation est désormais simplifiée. Les amateurs peuvent se constituer en réseaux d'influence plus ou moins importants qui vont orienter les choix de lecture et de pratique des uns et des autres. Les « amateurs de » livres partagent ainsi leurs expériences et impressions avec des inconnus aux goûts littéraires identiques. Les conseils se demandent auprès des autres internautes sur des forums ou dans des groupes de discussion, mobilisant le système de la recommandation sociale. En donnant ainsi leur avis, les amateurs littéraires donnent également des informations sur leurs profils et pratiques, laissant des indices sur les produits et services qui leur correspondent. Les données produites façonnent leur identité numérique à travers des goûts, des classifications, etc. qui sont autant d'informations qui pourront servir à mieux les comprendre, et donc mieux les contenter.

Aussi, ces amateurs prenant la parole ne doivent pas être considérés comme une simple masse d'avis postés sur Internet. Le nombre grandissant d'inscrits sur des sites tels que Babelio donne du poids à ces groupes rassemblés sur ces plateformes autour de la passion du livre. Ainsi réunis, ils orientent les décisions de lecture et d'achat, parce que la quantité fait désormais autorité. Par ailleurs, il ne faut pas perdre de vue que si l'influence se fait au sein-même de ces médias, les contributions restent visibles par un public de visiteurs potentiellement plus large encore. Les éditeurs ont donc tout intérêt à déterminer quelles sont les communautés (au sens de groupes ayant des intérêts communs) sur Internet qui peuvent potentiellement être le relais de leur communication. Les blogs ayant de nombreux lecteurs, les réseaux sociaux, les sites participatifs sont autant de lieux d'expression où les livres sont jugés, mais aussi et surtout conseillés. Aussi, pour mettre en place une campagne de communication qui prendrait pour relais la recommandation sociale, il est essentiel pour les maisons d'édition d'introduire leurs livres dans ces vastes réseaux publics, notamment par des envois aux lecteurs ayant le plus de connexions avec les autres. Cela doit permettre l'enclenchement d'une conversation de grande ampleur, puisque plus il y aura d'amateurs discutant d'une œuvre, plus celle-ci aura de visibilité et donc d'intérêt aux yeux de ses potentiels lecteurs.

Rechercher la qualité des contributeurs amateurs et des contributions

Cependant, la quantité ne fait pas tout. Un site tel qu'Amazon, par exemple, propose à ses clients de noter et de juger par écrit les produits achetés. Cela ne suffit pas toujours à déterminer si une œuvre présente un réel intérêt, dans la mesure où les contributeurs peuvent être n'importe qui. Aussi, la recherche de qualité est indispensable aux éditeurs, mais aussi aux libraires ou aux bibliothécaires qui voudraient savoir quelles œuvres sont bien perçues par le public, afin de s'assurer par la suite de la valeur de la prescription. Cette qualité est double, puisqu'il faut à la fois s'assurer de la qualité des contributeurs, et de la qualité des contributions.

Pour les éditeurs, cette recherche de qualité passe dans un premier temps par une qualification des amateurs, afin d'établir des profils qui pourront être ciblés plus efficacement par la suite lors de certaines campagnes de promotion. Le système est le même que la recherche de bloggeurs, dans la mesure où il faut trouver notamment

ceux qui rassemblent les communautés les plus importantes. Une veille est donc nécessaire pour repérer les lieux privilégiés de conversation des lecteurs amateurs : groupes sur les réseaux sociaux, réseaux sociaux dédiés, Youtube, forums, blogs, etc. contrairement à des sites comme Amazon par exemple. Le premier des points est alors de déterminer le profil des lecteurs, ce qui passe par exemple sur un site comme Babelio par le renseignement d'information à l'inscription et tout au long de l'utilisation du site : quels sont leurs goûts, leurs pratiques ? Font-ils partie de groupes d'intérêt ? Tiennent-ils des blogs ? Sont-ils sur des réseaux différents ? C'est en croisant et analysant les données qu'il est ainsi possible de repérer des groupes et personnes dont on sait qu'ils pourront être des appuis intéressants pour communiquer, tels des experts ou des références dans tel ou tel domaine. L'intérêt de la prescription amatrice est donc de pouvoir viser les leaders d'opinion qui ensuite pourront « diffuser la bonne parole » auprès de leur réseau.

De plus, il faut accorder de l'attention au mode d'évaluation proposé sur les plateformes étudiées. En effet, comme le rappelle Augustin Besnier, « *s'il est parfois possible d'accompagner [un jugement de valeur sans discours argumenté] d'un commentaire, donc de le justifier, cela n'est pas toujours permis, et surtout n'est presque jamais obligatoire* »⁸⁷. L'argumentation est donc essentielle pour arriver à porter un discours réellement constructif et valorisant sur l'œuvre qui aura une portée promotionnelle, ou qui pourra même être utilisé dans d'autres contextes. Il est en effet possible d'imaginer l'utilisation d'une critique considérée comme particulièrement bonne par un éditeur dans un catalogue ou une publicité, par exemple, comme argument de vente. Avant tout, contrairement à une simple notation, la critique laisse la place à l'argumentation et éventuellement au débat, qui peut être un levier de valorisation d'autant plus impactant. Babelio offre la possibilité à ses membres de commenter et « d'apprécier » (au sens du « *j'aime* » de Facebook) des critiques. Celles-ci révèlent alors leur intérêt au sein de la communauté des lecteurs du site. De cette manière, la contribution prend de la valeur, bénéficie de l'approbation d'autres lecteurs et peut alors avoir une portée prescriptive intéressante.

Il est alors intéressant pour les maisons d'édition, mais aussi pour les libraires ou les bibliothécaires, de nouer des partenariats avec des plateformes dédiées aux lecteurs et à la prescription sociale. Ces partenariats peuvent par exemple donner lieu à la production de rapports réguliers payants pour professionnels du livre, basés sur les analyses des données du site en question. Les thématiques des analyses peuvent être diverses, selon le professionnel concerné : les tendances émergentes au sein du public et les genres littéraires qui font parler d'eux peuvent aider les libraires et bibliothécaires dans leurs acquisitions, tandis que des informations sur les lecteurs qui gagnent en influence, les critiques qui ont remporté le plus d'appréciations ou de commentaires, etc. peuvent être de bons indicateurs pour les maisons d'édition afin de mieux gérer leurs campagnes et de mieux cibler.

b. Etablir une relation de confiance avec les lecteurs pour éviter l'écueil du *digital labor*

Avec des sites tels que Babelio, les éditeurs peuvent désormais s'adresser plus directement aux amateurs. Cela se traduit parfois par des opérations promotionnelles dont l'objectif est de faire parler des livres, utilisant les amateurs comme relais de communication. Cette dimension de « relais » peut cependant échapper aux

⁸⁷ BESNIER Augustin, L'évaluation sur Internet, une démocratisation de l'expertise ? In : *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. p.48

utilisateurs de ces sites. La mise en place d'une relation de confiance, notamment par l'élaboration d'une charte partagée avec les lecteurs, est un moyen d'établir une relation immédiatement fondée sur la confiance et la connaissance des enjeux pour chaque acteur.

Le digital labor ou l'exploitation 2.0

Avec le développement de la prise de parole amatrice sur Internet, les internautes produisent et diffusent quantité de contenus. Or, la question de la valeur se pose lorsqu'il s'agit des contributions qui sont de plus en plus converties en informations stratégiques pour les fins commerciales des entreprises. En effet, en critiquant, « aimant », partageant, les internautes disent qui ils sont, ce qu'ils aiment, ce qu'ils font. Par extension, une fois ces données produites gratuitement, traitées et analysées, elles indiquent quels produits et services leur vendre, et comment mieux leur vendre. Ce mécanisme fait aujourd'hui l'objet de nombreux débats autour d'une notion apparue ces dernières années et appelée le *digital labor*.

Selon Antonio Casilli, ce concept se définit comme « *les activités quotidiennes des usagers des plateformes sociales, des objets connectés ou d'applications mobiles.* ». ⁸⁸ Ainsi, pour qu'il y ait *digital labor*, plusieurs conditions doivent être rassemblées : une production de valeur venant de la participation des amateurs, un encadrement de cette participation par des contraintes contractuelles et enfin, la possibilité de pouvoir mesurer divers éléments (la popularité, le statut, la réputation, etc.). De nombreux sites, notamment les réseaux sociaux, semblent répondre à ces caractéristiques. Mais Antonio Casilli va plus loin en expliquant que le *digital labor* apparaît comme « *un travail éminemment cognitif qui se manifeste à travers une activité informelle, capturée et appropriée dans un contexte marchand en s'appuyant sur des tâches médiatisées par des dispositifs numériques.* ». ⁸⁹ En partant de cette définition, des opérations telles que Masse Critique proposées par Babelio ⁹⁰, où un livre est offert en échange d'une contribution, semblent totalement exploiter ce système. Le *digital labor* apparaît alors *a priori* difficilement évitable.

Si ce système est actuellement considéré comme développé, c'est parce qu'il est entendu qu'il exploite deux choses fondamentales : la passion des amateurs pour tel ou tel sujet, et leur générosité alors qu'ils produisent des contenus mis en ligne à la disposition de tous. Un brouillage opérerait alors entre consommation et production sur Internet, les internautes ne se rendant pas compte de l'exploitation qui est faite d'eux. Selon les détracteurs du *digital labor*, une telle situation est rendue possible parce que les amateurs apprécient de pouvoir acquérir un certain statut en diffusant ainsi leurs données sur Internet. En prodiguant avis et conseils, en critiquant et en évaluant, les amateurs se sentent être « quelqu'un », une référence sortie de la masse dont les interventions sont suivies et remarquées ⁹¹. Produire des données n'est donc pas un problème dans la mesure où

⁸⁸ CARDON Dominique, CASILLI Antonio, *Qu'est-ce que le digital labor ?* Paris : INA éditions, 2015. p.13

⁸⁹ *Ibid.*, p.31

⁹⁰ Voir Partie 2, B

⁹¹ « *Du vote anonyme dénué de parole à l'évaluation libre sous couvert de « pseudo », ce n'est pas seulement le mode de jugement qui change, c'est aussi le statut de l'évaluateur. Car en exprimant ainsi son avis, c'est le rôle d'expert que l'internaute endosse, sans avoir pourtant à justifier de compétences, ni à se soucier de sa réputation. D'abord impersonnel, perdu dans une « masse », l'internaute accède alors au sentiment d'être « quelqu'un », c'est-à-dire un individu potentiellement remarquable, mais non identifiable.* » BESNIER Augustin,

ils ont le sentiment d'être valorisés, entrant ainsi dans ce que Dominique Cardon appelle « l'économie de la réputation »⁹². Singularisés au sein du réseau, ils ne prendraient pas conscience de leur situation et bien au contraire, s'y complairaient.

Le risque est alors que les internautes prennent conscience de leur situation et finissent par demander une rémunération pour chaque contenu qu'ils fournissent gracieusement aux entreprises et qui servira le marketing. Cette situation s'est déjà produite vis-à-vis de Facebook par exemple, et pourrait tout à fait se reproduire pour des sites de lecteurs. En effet, dans le cas de réseaux tels que Babelio où la prescription amatrice est encouragée par différents moyens, les amateurs produisent des contenus qui sont à l'origine des pratiques professionnelles générées par des journalistes, universitaires ou libraires. Bien que la qualité de ces contenus soit inégale, certains membres ont une influence qui pousse les autres à la consommation de nouveaux livres, servant ainsi gratuitement les intérêts des maisons d'édition.

Produire une charte de bonne relation « professionnels-lecteurs » explicitant les conditions des échanges sur Internet

Face à cette nouvelle vision de l'Internet, il est nécessaire pour les professionnels du livre, et plus particulièrement les maisons d'édition, de prendre conscience de cette notion de *digital labor*. Le but est de trouver un équilibre dans leur utilisation des données produites par les amateurs. Des sites tels que Babelio constituent des mines d'informations sur les lecteurs, mais le recours à ces données doit se faire dans un respect de l'internaute afin d'assurer une relation de confiance.

Il est donc essentiel pour les professionnels du livre d'énoncer clairement la nature de la relation construite avec l'amateur, que ce soit dans le cadre de partenariat avec des sites de lecteurs ou bien lors de la création d'un site dédié créé par les professionnels eux-mêmes⁹³. Le fait d'offrir un livre en échange d'une critique n'est pas nouveau, et se pratique depuis longtemps avec les bloggeurs qui sont considérés comme des relais de communication indispensables auprès de leurs communautés. Il convient cependant de ne pas dissimuler la dimension promotionnelle de telles opérations afin que les lecteurs ne se sentent pas exploités. Sur Babelio par exemple, l'opération Masse Critique est presque présentée sous la forme d'un contrat que le lecteur passe avec le site et l'éditeur, avec un certain nombre d'engagements à respecter d'un côté et de l'autre, et la précision que les productions des participants pourront être utilisées à des fins promotionnelles. De telles précautions sont nécessaires d'une part pour garantir le succès de ces opérations, et d'autre part pour instaurer une relation gagnant-gagnant entre amateur et professionnel.

La formalisation de la relation professionnel-amateurs peut passer par des outils consultables par tous les acteurs. Une charte commune aux éditeurs serait intéressante, d'une part pour éviter d'avoir des conditions et engagements trop différents selon les éditeurs, mais également pour sensibiliser l'ensemble de la profession à

L'évaluation sur Internet, une démocratisation de l'expertise ? In : *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. p.43

⁹² CARDON Dominique, CASILLI Antonio, *Qu'est-ce que le digital labor ?* Paris : INA éditions, 2015. p.68

⁹³ Par exemple, la maison d'édition Hachette a créé le site pour lecteurs Myboox et les librairies Decitre ont créé EntréeLivres, fermé en 2014.

cette question du *digital labor*. Ce document recenserait tous les éléments relatifs aux échanges ayant lieu entre amateurs et professionnels : gratuité des livres envoyés, non obligation pour les bloggeurs de critiquer un livre - sauf si un accord a été passé - engagements dans le cadre d'une opération promotionnelle (par exemple, énoncer le fait qu'un critique amateur ne doit pas être injurieux envers une œuvre ou un auteur mais que ce dernier, ou l'éditeur, acceptent les remarques), ce qui suppose également de rappeler la liberté pour tout critique amateur (blogueur, *booktuber*, membre d'un site de lecteurs, etc.) de faire part de son avis, qui peut être positif ou négatif. Cette charte pourrait tout à fait être signée par des sites de lecteurs tels que Babelio afin d'encadrer au mieux les opérations telles que Masse Critique, et de rallier les éditeurs partenaires et les utilisateurs du site autour d'une même vision des relations.

Cette charte serait consultable sur les sites des éditeurs l'ayant acceptée, sur des sites tels que Babelio, dans un espace réservé (une page « charte des relations éditeurs-lecteurs sur Internet » par exemple). Elle serait soumise à la lecture de tout internaute s'inscrivant à une opération promotionnelle de type « un livre contre une critique », et plus largement à toute personne s'inscrivant sur un site de lecteurs où les critiques et données peuvent ensuite être potentiellement utilisées dans un cadre promotionnel. Dans la mesure où l'écrit n'est cependant pas le format qui retient le plus l'attention sur Internet, il est possible d'imaginer que cette charte serait également déclinée en vidéo et en infographie afin de clarifier ses messages : une liberté d'expression des amateurs, un encadrement strict de l'utilisation des critiques et des données par les professionnels, etc.

La mise en place d'une campagne de communication serait alors nécessaire, dans un premier temps envers les éditeurs et ensuite envers les amateurs. Pour les éditeurs, il est possible d'imaginer une mise en place de la charte et de la communication par le Centre National du Livre ainsi que le Syndicat National de l'Édition. Ces deux institutions pourraient en effet centraliser les informations et organiser la communication avec les professionnels pour rédiger la charte, leur expliquer son intérêt et s'assurer de la bonne compréhension des messages. Une telle communication peut passer par des conférences et des kits explicatifs, en papier mais aussi en numérique (vidéos notamment), pour mobiliser les professionnels à ce nouvel enjeu de l'Internet. Dans un second temps, les professionnels signataires de la charte (éditeurs, sites de lecteurs) pourraient communiquer auprès de leurs propres publics (bloggeurs, *booktubers*, utilisateurs de sites de lecteurs) afin de les sensibiliser et expliciter la nature des utilisations des données par les professionnels sur Internet. L'idée ici est de mettre davantage l'accent sur le fait que les espaces d'expression sont respectés par les professionnels, que les lecteurs amateurs sont de nouveaux ambassadeurs des livres et qu'une collaboration gagnant-gagnant est possible à partir du moment où les engagements de chacun sont respectés. L'objectif est ainsi d'instaurer une réelle relation de confiance, claire et moderne dans le sens où chaque acteur doit être conscient de ce qu'implique le fait de s'exprimer sur Internet et d'utiliser ces contenus.

Mieux encadrer les motivations des amateurs pour mobiliser l'intelligence collective plutôt que l'intérêt personnel

La mise en place d'une telle charte pose la question de la motivation des lecteurs à s'inscrire sur des réseaux de lecteurs hébergés par les professionnels. Là où Babelio est un site indépendant construisant des partenariats, des éditeurs ou libraires ont misé sur des sites de lecteurs qui leur sont directement rattachés. Les éditions

Hachette disposent par exemple de Myboox⁹⁴, et les librairies Decitre d'EntréeLivre⁹⁵. Quelles sont alors les motivations des lecteurs venant s'inscrire sur le site d'une marque en particulier ? Est-ce uniquement dans l'espoir d'obtenir des avantages ? De telles plateformes ne risquent-elles pas de biaiser les productions/avis/critiques proposées ?

Dans *Qu'est-ce que le Digital Labor ?*, Dominique Cardon rappelle la distinction entre motivation intrinsèque et motivation extrinsèque⁹⁶. Si la première correspond à une motivation due au plaisir, à la générosité, à la participation par passion et goût du partage, la seconde au contraire représente une motivation qui viendrait de l'extérieur, comme un salaire par exemple. Des opérations telles que Masse Critique peuvent poser la question : le livre est une forme de rémunération, il a une valeur, son prix, mais ces opérations ne doivent pas dénaturer la raison pour laquelle les amateurs critiquent, à savoir le plaisir de partager leurs lectures et d'en découvrir de nouvelles.

Aussi, dans leur communication sur leurs plateformes, les professionnels devraient avant tout valoriser l'intrinsèque dans la mesure où c'est la forme de motivation qui apportera le plus de spontanéité dans la production des amateurs. En mettant en avant des récompenses personnelles (cf. exemple de Myboox ci-contre), le risque est en effet de faire venir des personnes dont l'intérêt pour les livres et la critique serait moindre, et qui ne chercheraient pas forcément à entrer en contact avec d'autres lecteurs. Il paraît donc indispensable d'énoncer dès la présentation de la plateforme que l'objectif premier est la mise en commun d'amateurs de livres dans un même espace, et dans un second temps faire valoir les avantages qu'il y a à rejoindre le site d'un éditeur ou d'un livre. Cela vise d'une part à donner plus d'éthique à la communication de la plateforme, en ne diffusant pas l'idée qu'elle veut « acheter » ses membres, et d'autre part, cela favorise la mobilisation de l'intelligence collective plutôt que l'intérêt personnel. C'est en se mettant en réseau que les lecteurs activent efficacement la recommandation sociale, il semble donc plus

4 RAISONS DE S'INSCRIRE

- Gagnez** des cadeaux et des invitations
- Testez** vos connaissances
- Découvrez** les avis des autres lecteurs
- Bénéficiez** d'offres réservées aux inscrits

24 Arguments pour inciter à l'inscription sur Myboox, réseau de lecteurs créé par les éditions Hachette

intéressant de communiquer sur cet aspect pour que le fonctionnement du site soit plus clair pour le public, ce que Decitre avait par exemple fait (voir figure ci-contre), tandis que Hachette ne parle pas de participation. De cette manière, le levier de la récompense de l'individu (qui passe par les cadeaux, les privilèges, etc.) est davantage utilisé comme un outil de fidélisation et non comme un levier d'attraction des inscrits, et évite ainsi un biais potentiel des contributions amatrices.

COMMENT ÇA MARCHE ?

- 1 Créez votre compte et personnalisez votre profil
- 2 Déposez votre note et partagez votre avis
- 3 Aidez les internautes dans leur choix

25 Présentation du fonctionnement d'EntréeLivre, le réseau de lecteur créé par la chaîne de libraires Decitre

⁹⁴ Disponible sur <http://www.myboox.fr/>

⁹⁵ EntréeLivre est un site pour lecteurs qui a fermé en 2014 mais dont la description est encore disponible sur <http://www.decitre.fr/aide/entree-livre/avis-de-lecteurs>

⁹⁶ Dominique Cardon, « Internet par gros temps », in *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* Paris : INA éditions, 2015. p.58

c. Favoriser la proximité grâce aux nouveaux outils du numérique

Internet permet à l'ensemble des professionnels du livre de rentrer plus facilement en contact avec les critiques amateurs. L'idée est alors d'exploiter cette nouvelle forme de relationnel pour mieux comprendre les lecteurs pour ensuite proposer des livres et services mieux adaptés à leurs besoins.

Passer d'une relation verticale à relation horizontale

Si les éditeurs ont longtemps été les chefs d'orchestre de la chaîne du livre, Internet a profondément transformé les rapports entre professionnels et amateurs. D'une organisation linéaire induite par la chaîne du livre, le secteur est passé à une organisation réticulaire, dans un réseau réduisant l'interdépendance des acteurs et les mettant en contact les uns avec les autres (voir les schémas en annexe 2, p.82). Cette transformation touche ainsi à la fois la production, la diffusion des œuvres mais également la communication entre les divers acteurs du domaine. Les auteurs se sont bien adaptés à cette nouvelle forme de relation. Ils misent désormais sur des pages et profils sur les réseaux sociaux pour échanger directement avec leurs lecteurs, recueillir des avis, faire part de leur actualité. Le développement de l'autoédition permet même à ceux qui ne trouvent pas d'éditeurs (ou veulent conserver leur indépendance) de mettre leurs œuvres en ligne directement auprès des publics, sans passer par les intermédiaires habituels que sont les éditeurs, imprimeurs, distributeurs et diffuseurs (comme les libraires par exemple). Les maisons d'édition peuvent désormais entrer en contact directement avec les lecteurs amateurs pour promouvoir certaines œuvres et observer leur réception. Cette horizontalité des relations mène alors à une redéfinition des rôles. Rassemblés sur des plateformes de partage, les amateurs gagnent en légitimité, que ce soit par leur nombre ou par la qualité de leur réseau et de leurs contributions. S'improvisant critiques, leur pouvoir d'influence se fait plus important auprès des autres lecteurs.

Aussi, pour entrer concrètement dans cette conversation et faire des amateurs de vrais leviers de communication, les éditeurs doivent être présents sur les réseaux sociaux et surtout actifs. Cela suppose donc d'avoir une personne dédiée à la gestion de ces communautés et d'avoir également des contenus à diffuser, l'intérêt étant qu'ils soient « aimés », partagés, commentés, tweetés, etc. De nombreuses possibilités s'offrent alors aux éditeurs pour la promotion d'une œuvre : bande-annonce, résumé, portrait de personnages, images/illustrations qui pourront être utilisées en couverture ou dans le cadre d'un album, articles venant du blog de l'éditeur s'il en a un, teasing sur le jour de la sortie, extraits, interviews de l'auteur ou de l'illustrateur, etc. Il est ainsi intéressant d'exploiter la multiplicité des angles de communication que propose un livre, notamment en amont de sa sortie, afin de donner des indices sur l'œuvre, attiser les curiosités. La prescription amatrice à ce moment-là se fait non pas directement par la critique mais par la diffusion de contenus visant à faire connaître l'œuvre et ses thématiques, pour recruter de nouveaux potentiels lecteurs.

Pour certaines œuvres, il est possible d’aller plus loin encore, en créant une page dédiée sur Facebook ou un compte sur Twitter. La communication peut alors se fonder sur la diffusion de contenus exclusivement dédiés à ce livre. L’actualité de ce compte pourra être relayée sur les comptes plus généraux de la maison d’édition pour créer du lien et du trafic. Il est même possible d’imaginer une prise de parole plus décalée pour une opération de communication ponctuelle, en animant la page à travers un personnage du livre, qui entrerait alors en interaction avec les lecteurs pour générer plus de conversation. L’idée est ici de faire ressortir la page dans les fils d’actualité des « amis » ou « followers » des lecteurs en suscitant des actions qui seront relayées par les algorithmes des réseaux sociaux. Sur Facebook, les pages dédiées sont d’autant plus intéressantes qu’elles permettent également aux visiteurs de laisser des publications réunies sous un même encart qui sert d’espace de questions et de prescription, visible par l’ensemble des visiteurs de la page (voir figure ci-contre), qui peuvent alors être vus, commentés, « aimés » et partagés.



*26 Exemple de publications sur la page de la série *Sérum* (écrite par Henri Loevenbruck et Fabrice Mazza et édité par J'ai Lu)*

Ces types de compte ou de page dédiés doivent cependant n’être utilisés que dans certains cas : la page n’aura en effet d’intérêt que si l’éditeur sait déjà qu’il existe des lecteurs actifs autour de cette œuvre ou de son auteur. Cela suppose donc plusieurs choses : d’une part, une veille doit être effectuée sur Internet pour détecter les conversations déjà existantes autour de l’œuvre ou de son auteur (forums, réseaux sociaux, blogs, etc.) et déterminer si elle présente un intérêt auprès de certains publics. D’autre part, une telle communication doit s’inscrire sur le long terme, avec une connaissance fine de l’œuvre pour pouvoir communiquer régulièrement, et sur des sujets qui intéressent ses lecteurs. Ce type d’outil de communication est donc d’autant plus intéressant quand le livre promu s’inscrit dans une série, le lien créé par les réseaux sociaux entre éditeur et amateurs s’établissant sur un plus long terme, et dans une optique de fidélisation. Par ailleurs, la page d’une œuvre peut tout à fait servir à faire la promotion d’un autre livre de l’auteur, pour faire patienter les fans par exemple, ou susciter des interactions sur d’autres titres.

Par ailleurs, de nouvelles opportunités s’ouvrent aux éditeurs pour développer une autre forme d’engagement autour des livres. La diffusion de jeux concours sur les réseaux sociaux en lien avec une œuvre (pour la faire gagner, ou rencontrer l’auteur) est un bon moyen d’attirer des internautes et d’entrer en contact avec eux en leur proposant de partager un statut – par exemple - pour être ensuite tirés au sort. Ce fonctionnement est peu engageant pour l’internaute mais ce faisant, il donne davantage de visibilité à l’œuvre auprès de son réseau personnel. Pour aller plus loin encore, la mise en place de sites entièrement dédiés permet d’héberger des contenus et activités qui proposent de rentrer davantage dans l’univers de l’œuvre. Comme pour les pages ou comptes dédiés, ce système n’est réellement intéressant que pour des œuvres dont on sait qu’elles ont déjà un public, soit parce que l’auteur a des lecteurs captifs, soit parce qu’il s’agit d’une suite, etc., d’autant que cela nécessite un investissement important pour l’éditeur. Pour un polar par exemple, cela peut passer par la création

d'un jeu visant à résoudre une enquête. L'éditeur peut alors capter des publics, mais également proposer des contenus à partager : images, articles, etc. Il est aussi possible d'imaginer qu'un internaute pourra partager sa progression dans le jeu sur les réseaux sociaux, voire même demander l'aide d'autres personnes pour avancer. Ainsi, si la finalité de ce type de contenus et de médias n'est pas la critique en elle-même, les activités qu'ils suscitent visent à accroître la visibilité d'une œuvre grâce à la relation amateur-professionnel. L'éditeur propose à l'internaute de construire une relation plus directe et plus interactive grâce à des outils de communication qui proposent une participation plus importante qu'un simple clic. L'objectif étant à terme de générer de la conversation au sein des réseaux, pour mieux prendre en compte les avis des lecteurs.

Développer le marketing relationnel entre éditeurs et amateurs

Le numérique constitue ainsi une opportunité pour les éditeurs de construire une relation plus durable avec leurs lecteurs. Le simple fait de promouvoir un livre lors de son lancement ne suffit plus. Le marketing relationnel doit être un moyen de se rapprocher de ses publics à d'autres occasions. Patrick Hetzel définit cette pratique comme « *des systèmes de relations économiques et sociaux, qu'ils soient conscients ou inconscients pour les acteurs qui les composent* ». ⁹⁷ Ces systèmes sont favorisés par les réseaux sociaux, mais demandent de développer une connaissance approfondie du client, la compréhension de ses attentes et la volonté de lui apporter un produit qui satisfera ses besoins au mieux.

Grâce à toutes les données disponibles sur Internet, les professionnels disposent d'informations permettant de capter les attentes des lecteurs. Ces données ne doivent pas seulement être perçues comme un moyen de mieux vendre, mais aussi comme un moyen de mieux connaître pour mieux fidéliser. Cela est d'autant plus vrai avec les leaders d'opinion, qui sont de vrais leviers de communication pour s'adresser à de larges publics. Par exemple, pour les bloggeurs, il ne s'agit pas de se contenter d'envoyer des livres gratuitement pour qu'ils en fassent la promotion. Ils doivent pouvoir bénéficier d'expériences ou de produits exclusifs (des extraits en avant-première, des invitations à des événements, etc.) afin qu'ils puissent identifier le professionnel non pas comme un simple fournisseur de produits mais comme un acteur désireux d'établir une relation de confiance. La consolidation de cette relation nécessite que les éditeurs mettent en place des postes dédiés au développement de ce marketing relationnel : tout comme les relations presse visent à bien connaître les prescripteurs professionnels que sont les journalistes et à entretenir avec eux une relation durable, la mise en place d'un poste similaire mais appliqué aux prescripteurs amateurs (« chargé des relations aux lecteurs » voire aux « lecteurs-internautes » par exemple) permettrait un suivi et une connaissance approfondie des leaders d'opinion amateurs.

Davantage de présence des éditeurs dans les conversations pour favoriser l'échange et la diffusion des contenus

Pour que ce marketing relationnel soit possible, les professionnels doivent avoir accès aux conversations des internautes. Cela passe notamment par une présence sur les réseaux sociaux, qui peut se traduire de différentes façons. Par exemple, un site vitrine permet certes de présenter ses produits, mais pas toujours de recueillir des avis. Le premier point est donc de faire en sorte que les notices des livres soient partageables. C'est parce qu'elles

⁹⁷ HETZEL Patrick, *Le marketing relationnel*. Paris : Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je ?, 2004. P.18

sont mobiles, diffusables que les données sur Internet peuvent faire l'objet de recommandations. La fiche descriptive d'un livre qui serait cantonnée au site de l'éditeur n'aurait pas d'intérêt dans la mesure où aucune action n'est alors possible à son égard (*aimer*, commenter, partager et ce sur d'autres plateformes). L'intégration de *call-to-action* sous forme de boutons symbolisant les différents réseaux sociaux et moyens de diffusion (emails par exemple) est donc une nécessité si les professionnels du livre veulent pouvoir offrir à leurs visiteurs la possibilité de communiquer sur l'œuvre et ainsi de participer à son succès.

La présence sur les réseaux sociaux est également devenue un incontournable, à condition d'avoir quelque chose à y dire. Actualités, sorties, événements sont autant de moyens d'alimenter une page ou un profil afin d'engager la conversation. Les personnes qui rejoindront alors ce réseau pourront être transformées en ambassadrices, que ce soit pour des maisons d'édition, des auteurs ou des libraires. La présence sur un réseau social a cela d'intéressant qu'elle permet l'interactivité et la possibilité d'informer et de s'informer. Les commentaires, clics sur « *j'aime* » et partages révèlent l'intérêt des internautes pour des sujets variés et une implication qui sert de promotion aux professionnels. Afin de s'assurer que ces outils de communication auront un réel intérêt, ils doivent être régulièrement et correctement alimentés. Cela passe par la mise en place de plannings, la définition de contenus qui permettront une visibilité régulière des maisons d'édition, ce qui augmentera d'autant plus leurs chances de trouver des relais communicationnels.

Enfin, pour aller plus loin, il est également possible de posséder son propre réseau de lecteurs⁹⁸ ou bien de détecter des plateformes dédiées à la lecture telles que Babelio. L'intérêt est d'y trouver un public entièrement intéressé par les livres – des « amateurs de » - qui échangeront sur leurs lectures et pratiques. Les informations diffusées par de tels médias sont un bon moyen de capter les tendances et besoins des lecteurs afin de se rapprocher d'eux et de proposer des partenariats pour des opérations de marketing relationnel. Selon Guillaume Teisseire, il y a par exemple plus d'enjeux qu'une simple opération promotionnelle derrière une rencontre avec un auteur⁹⁹. En permettant aux amateurs de rencontrer un écrivain, les éditeurs valorisent en effet d'une part leur relation avec le public, mais aussi leur relation avec l'auteur. Ces événements sont l'occasion de montrer à ce dernier que l'éditeur lui accorde de l'attention et lui offre des moments privilégiés avec ses lecteurs, consolidant ainsi leur relation. Cette forme de marketing a donc une portée à plus long terme et, si elle ne permet pas toujours une promotion de l'œuvre en tant que telle, elle participe de l'image positive du professionnel.

B. Recourir à la prescription amatrice en ligne pour moderniser et maximiser sa communication

En connaissant mieux les amateurs et leurs pratiques sur Internet, les professionnels du livre, et notamment les maisons d'édition, ont l'opportunité de faire des amateurs de véritables alliés et acteurs de la communication littéraire. Le numérique ne doit pas aujourd'hui être perçu comme une menace mais bien comme un nouveau levier qu'il convient d'actionner par la collaboration et l'implication des amateurs. Ceux-ci peuvent en effet nourrir la communication des professionnels en nouveaux arguments. Les progrès rapides du numérique ouvrent

⁹⁸Voir plus haut pour les exemples des éditions Hachette (Myboox) et des librairies Decitre (EntréeLivres)

⁹⁹ Babelio organise régulièrement des rencontres avec des auteurs lors de la sortie de nouveaux livres. Ces opérations se déroulent dans les locaux de Babelio ou ceux de l'éditeur.

également les portes de nouvelles formes de recommandation, plus algorithmiques, plus techniques, mais plus fines également, en puisant dans les données des amateurs.

a. *Utiliser la prescription amatrice comme outil d'optimisation de la communication*

La prescription amatrice ne transparait pas uniquement à travers la pratique de la critique. Les amateurs produisent beaucoup de contenus sur Internet qui sont susceptibles d'influencer les choix de lecture (et d'achat) des autres. Il est alors nécessaire pour les libraires, bibliothécaires et éditeurs d'observer ce qu'il se passe pour proposer ensuite des livres et des communications adaptés à divers publics.

Aborder la prescription sous toutes ses formes

Les échanges qui ont lieu sur Internet entre les amateurs ne sont pas uniquement des échanges sur l'intérêt de l'histoire en elle-même. Les flux importants de données captés à travers les actions, pratiques, conversations des internautes révèlent des indices sur la réception des œuvres dans leur ensemble. En effet, lorsqu'on parle de recommandation, l'idée peut être de considérer qu'il s'agit d'un texte exprimant un avis sur une intrigue. Or, cela se voit sur des sites tels que Babelio, la prescription prend des formes multiples et peut même concerner des points importants de l'œuvre comme par exemple sa couverture ou son résumé de quatrième de couverture. Les conversations sur les forums, les commentaires, les étiquettes mêmes sont autant d'indices sur la façon dont une personne perçoit une œuvre.

Il est donc important de ne pas se concentrer uniquement sur la notion de critique en tant que telle mais d'observer l'ensemble des productions faites par les amateurs sur Internet (conversations dans les forums, blogs de fans, publications sur les réseaux sociaux, etc.). En effet, si parfois dans les critiques certains points ressortent (comme le choix de la couverture par exemple, qui peut gêner certains lecteurs), les échanges plus informels sont souvent l'occasion de parler des œuvres d'une autre façon, d'aborder d'autres sujets. Ainsi, le livre en tant que support de communication pour un certain contenu fait lui aussi l'objet de jugements de la part des amateurs, jugements qui peuvent être entendus pour réajuster, réorienter les communications suivantes.

Mettre en place une veille pour capter de nouveaux angles de communication

Les retours des lecteurs sur différents points des livres peuvent servir de conseils, d'idées pour proposer une nouvelle communication sur les œuvres. Il arrive en effet que certains livres ne trouvent pas leurs publics ou bien s'adressent à des publics très différents parce qu'ils traitent de thématiques très variées. Cependant certains choix marketing (comme la couverture par exemple) orientent la perception de l'œuvre et freinent certains achats. Aussi, en observant les conversations et contributions telles que la catégorisation (par l'étiquetage) des œuvres, les éditeurs peuvent recueillir des informations sur la façon dont une œuvre peut être abordée dans la communication pour toucher des publics différents.

La série *Louis le Galoup*, de Jean-Luc Marcastel, en est un bon exemple. Sortie pour la première fois en 2004, cette saga en 5 tomes a posé beaucoup de questions aux maisons d'édition lors de ses différentes publications. En effet, l'histoire a lieu dans un univers médiéval, faisant écho au genre de la fantasy (du fait des créatures et éléments surnaturels qui peuplent cet univers), avec de jeunes héros. A première vue, le livre était fait pour un public jeune uniquement. Or, l'histoire se passe dans le Sud-Ouest de la France, reprenant les noms exacts des lieux (qui sont décrits et dessinés dans les livres), avec un ton de conteur rappelant la langue occitane. Par

ailleurs, toute la fin de chaque tome est consacrée à une partie sur des recettes de cuisine du Sud et sur des explications sur des lieux, des moments de l'Histoire. Ainsi, la variété des contenus et donc des thématiques en fait une œuvre potentiellement aussi intéressante pour des personnes appréciant la littérature régionale, des personnes s'intéressant à la cuisine ou des amateurs de livres sur le Moyen-âge.

En observant et analysant les retours qu'il y a eu sur l'œuvre, l'auteur et les éditeurs se sont rendu compte que *Louis le Galoup*, bien que catégorisée majoritairement comme une saga pour la jeunesse par ses lecteurs, peut aussi être communiquée à des publics

adultes, ou qui ne liraient pas de fantasy par exemple. La critique ci-contre (issue de Babelio) est un exemple de réaction qui illustre

Charmée par le talent inouï de Jean-Lus Marcastel pour conter des histoires, je n'ai pu m'empêcher, (lorsque je l'ai rencontré dans un salon du livre) d'acheter le premier volet de sa série déjà célèbre "Louis le Galoup".
Pourtant, je n'avais pas envie de me plonger dans une fresque de fantasy-médiévale, dans un titre qui me paraissait un peu trop jeunesse. Et c'est toujours ainsi, que l'on se retrouve bien étonné, bien attrapé, pris au piège de nos propres réticences!

27 Critique sur le tome 1 de la série Louis le Galoup, 22 août 2013

une expérience où le genre de l'œuvre n'était *a priori* pas attrayant pour la lectrice. Les éditions de cette série ont évolué au fil des publications, changeant la couverture (jeunesse, fantasy, médiéval, etc.). Mais il est également possible d'imaginer une communication qui se voudrait plus sur le thème du terroir, de la région, pour toucher de nouvelles cibles qui ne seraient pas allées vers l'œuvre autrement. Cette question de la classification des œuvres est fondamentale. D'une part, parce qu'elle va conditionner la manière de communiquer directement vers le public : la couverture, les publicités, les résumés n'insisteront pas sur les mêmes caractéristiques. D'autre part, il est important de définir une classification efficace pour que les livres soient ensuite bien référencés sur des sites marchands ou par les libraires, afin que les ventes se fassent au mieux.

Il est donc important de consulter les avis des lecteurs amateurs qui, dans leurs échanges, prescrivent les œuvres d'une certaine façon. La mise en place d'une veille - notamment sur des sites comme Babelio - pour observer ces contributions permet de repérer des conseils, des avis, des points de vue parfois partagés par de nombreux amateurs, qu'il faut alors prendre en compte. En repérant les sujets de conversation intéressants, les éditeurs peuvent corriger des éléments de leur communication qui posent problème aux lecteurs ou pourraient être améliorés. La quatrième de couverture par exemple, qui est un élément promotionnel majeur, peut parfois faire l'objet de conversations (l'annexe 16 p.94 montre l'exemple d'échanges dans le forum de Babelio autour de ce thème). Les arguments avancés par les internautes sont précieux pour ne pas reproduire les mêmes erreurs dans de futures œuvres, ou au contraire poursuivre les bonnes idées.

La récolte de ces informations peut donner lieu à la création de boîtes à idées pour les éditeurs ou de documents recensant en interne les bonnes pratiques à suivre pour ajuster la communication sur les œuvres. Toutes les remarques, positives comme négatives, seraient ainsi répertoriées pour une amélioration continue qui peut concerner la communication sur les réseaux sociaux (quels sont les types de publications qui fonctionnent le mieux ? Y a-t-il des publications qui n'auraient pas plu ? Qui plairaient plus ? Etc.), les formats, les premières de couverture (choix des images par exemple, selon le public) de même que la visibilité et l'impact de publicités ou opérations de communication (une affiche a-t-elle été particulièrement remarquée ? une critique professionnelle aurait-elle été très commentée/partagée ? quels sont les points forts et faibles d'une opération ? etc.). Les étiquettes sont elles aussi un moyen de mieux orienter sa publicité car elles dégagent des thématiques par

lesquelles les professionnels peuvent ensuite proposer des produits et services : des coffrets sur une thématique, une opération Masse Critique sur une thématique particulière, un communiqué de presse anglé différemment, une rencontre avec des auteurs sur tel ou tel sujet qui transparaissent dans une œuvre, etc.

Utiliser les contributions amatrices comme des conseils pour les acquisitions

Internet permettant de rassembler un grand nombre de lecteurs - et donc d'avis et de pratiques - au même endroit, les réseaux sociaux, forums et sites de passionnés sont des outils pouvant servir de « thermomètre » pour repérer des tendances de lecture, ou bien pour connaître les références dans certains domaines. En remplissant leurs bibliothèques virtuelles, en critiquant et en échangeant entre eux, les amateurs font savoir quelles œuvres fonctionnent, quels courants émergent, quels auteurs commencent à faire parler d'eux, quels ouvrages il faut absolument lire quand on s'intéresse à telle ou telle thématique.

Ce point est particulièrement intéressant pour les librairies et les bibliothèques, qui doivent répondre à des enjeux de gestion du stock et de l'espace, tout en assurant d'un côté de bonnes ventes, et de l'autre une consultation régulière des œuvres. L'équilibre que ces professionnels doivent assurer se fait entre, d'un côté, parvenir à proposer au public les livres qui se vendent le plus, les *bestsellers*, mais aussi de trouver des œuvres qui répondent plus à des besoins de niche, tout en se tenant au courant des tendances du moment. Les bibliothécaires, par exemple, doivent gérer leurs acquisitions selon un certain budget et sur des thèmes très variés. Aussi, il leur faut être capable de trouver l'œuvre qui sera la plus propice à répondre aux besoins des lecteurs plutôt que d'en acheter plusieurs qui serait complémentaires, dans un souci de rentabilité.

Dans ce genre de situation, la consultation des amateurs peut être intéressante. Les amateurs spécialisés dans certains domaines peuvent en effet, grâce à leurs expériences de lecture, aider les professionnels à optimiser leurs achats. Libraires et bibliothécaires devraient donc eux aussi entrer en contact avec les amateurs afin de leur demander conseils et avis. Des systèmes de questions/réponses peuvent être imaginés sur les réseaux sociaux pour permettre aux amateurs de s'impliquer dans les choix des acquisitions des bibliothécaires par exemple (« quel livre conseilleriez-vous sur tel sujet ? », « parmi ces livres, lequel considérez-vous comme le plus approprié pour aborder tel sujet ? », etc.). L'intérêt des réseaux sociaux dans ce cas est d'une part de laisser la parole libre, d'évaluer l'intérêt d'une œuvre par des « j'aime » par exemple, et d'avoir des commentaires pour nuancer certains avis. De cette manière, les bibliothèques feraient bénéficier leurs usagers des conseils et recommandations récoltés sur Internet auprès de plusieurs amateurs, et ils pourraient, tout comme les libraires, détecter des œuvres intéressantes pour leurs publics et ainsi mieux les conseiller. Comme évoqué un peu plus haut dans cette partie, si cela n'est pas possible directement, des partenariats avec des plateformes pouvant faire de l'analyse de données peuvent être intéressants, afin de recueillir des bilans et ainsi percevoir les tendances ou s'informer sur des thématiques, des genres, des auteurs. Babelio pensait par exemple proposer une newsletter aux libraires pour leur faire savoir quels sont les 5 livres dont les amateurs parlent le plus¹⁰⁰. Dans tous les cas, il est indispensable pour les libraires et les bibliothécaires, mais aussi les éditeurs, de se servir de ces

¹⁰⁰ Voir annexe 18, p.116 entretien avec Guillaume Teisseire, co-fondateur de Babelio

nombreux prescripteurs comme d'une véritable source d'informations qui vont permettre d'optimiser leur communication, leurs achats et leurs ventes.

b. Mobiliser les amateurs pour combler la non-prescription professionnelle

Si les *bestsellers* bénéficient généralement d'une communication de masse, du fait de leur succès et de l'enjeu économique qu'ils représentent, les autres livres n'ont pas toujours la même visibilité dans les librairies ou les médias. Aussi, les amateurs deviennent-ils un argument intéressant pour les éditeurs afin de faire valoir l'intérêt de certains genres, de certaines œuvres auprès de leurs publics.

Privilégier la prescription amatrice pour les œuvres ne bénéficiant pas d'une communication de masse

Si la prescription amatrice présente un intérêt pour la communication des livres, ce n'est pas pour toutes les catégories d'ouvrages. En effet, les critiques professionnelles, les articles et reportages dans les médias s'intéressent largement aux *bestsellers* qui bénéficient souvent d'une communication de masse (affichage, bandes annonces parfois, achat d'espaces publicitaires numériques et papiers, etc.). Aussi, même si les amateurs parlent de ces œuvres, prescription amatrice n'est pas un levier majeur de la communication. A l'inverse, pour les petites maisons d'édition mais aussi avec le développement de l'autoédition et le grand nombre d'œuvres publiées à l'occasion des rentrées littéraires, de nombreux livres ne peuvent avoir une communication aussi impactante. Cela vient d'une part des moyens dont disposent les professionnels, mais également du fait que certaines œuvres ne s'adressent qu'à un public restreint, qu'il n'est pas toujours évident de toucher. Il faut donc trouver un moyen de toucher directement des cibles qui seront intéressées.

Parallèlement, certains genres souffrent d'une représentativité limitée auprès des prescripteurs professionnels que sont les libraires et les journalistes. Lors d'une conférence professionnelle organisée par Babelio sur les littératures de l'imaginaire en juin 2015¹⁰¹, les débats se sont portés sur la question de la présence de livres de *fantasy*, science-fiction ou encore fantastique dans les librairies ou les médias. Selon Stéphane Marsan, directeur éditorial de la maison d'édition Bragelonne présent à cet événement, il y aurait une sous-représentation de ces genres en librairie, créant un décalage entre les lecteurs de plus en plus nombreux à rechercher ces genres, et l'offre proposée en boutique. L'étude que Babelio a menée à l'occasion de cette conférence auprès de ses membres révèle même que Babelio est une source de recommandation plus importante que les librairies pour ces genres. Certains éditeurs ont donc besoin de trouver de nouvelles sources de prescription qui touchent directement leurs cibles avec des conseils avisés. Il en va de même pour les écrivains autoédités qui, eux, ne bénéficient d'aucun réel moyen de communication si ce n'est les réseaux sociaux (notamment Twitter) et les plateformes de ventes en ligne (Amazon) pour faire connaître leurs œuvres.

La mise en réseau des amateurs offre à ces professionnels l'opportunité de définir les profils et plus largement les communautés qui s'intéressent à leurs œuvres. Il faut donc utiliser Internet et les médias sociaux comme un moyen de déterminer où sont les communautés, qui en sont les leaders d'opinion et quels sont leurs modes de

¹⁰¹ Voir le compte-rendu de la conférence dédiée aux littératures de l'imaginaire donnée par Babelio le 29 juin 2015. La conférence a débuté par le bilan d'une étude menée par Babelio auprès de ses membres. Disponible sur <https://babelio.wordpress.com/2015/07/06/ou-babelio-presente-une-etude-sur-les-litteratures-de-limaginaire/>

découverte privilégié des œuvres. Des systèmes de classification des internautes tels que les insignes de Babelio (voir l'annexe 12, p.100-102 pour une description des insignes) sont un moyen efficace de savoir avec quels prescripteurs la communication pourra être amorcée, et de déterminer la taille de la communauté potentiellement touchée¹⁰². Les blogs sont toujours un bon moyen de s'adresser à une communauté par l'intermédiaire d'un point d'entrée qui bénéficie de lecteurs fidèles, de même que les *booktubers*, dont la communauté peut être évaluée au nombre d'abonnés. En tapant divers mots clés dans les barres de recherche, les moteurs de recherches ou les réseaux sociaux peuvent être des moyens de repérer des sites, des pages, des groupes, des blogs qui traitent d'une œuvre, d'une collection, d'une série et de pouvoir aller se renseigner, observer, faire de la veille pour comprendre les interactions et déterminer qui cibler pour ensuite entrer en contact avec des internautes. Cela se fait en amont d'une campagne de communication, par un collaborateur dédié à la veille et à la prospection afin de cibler les publics.

Aujourd'hui, les opérations d'envois gratuits de livres restent un incontournable pour les œuvres pour lesquelles la communication demande un important effort de ciblage. Outre l'intérêt que les amateurs peuvent en tirer (réception d'un « cadeau »), le système du bouche à oreille qui se met en place entre amateurs par la suite est une première étape dans la construction de la visibilité de l'œuvre, afin de palier à la non-recommandation professionnelle. En s'adressant directement aux lecteurs finaux, les éditeurs (et auteurs) peuvent alors se créer des ambassadeurs qui diffuseront la bonne parole auprès des autres internautes-lecteurs.

Pour ce faire, après avoir repéré les leaders d'opinion, il convient de les cibler au bon moment (à savoir au début de la campagne) afin de faire rentrer l'œuvre dans les sujets de conversation ou de critiques des amateurs. Les bases de données d'amateurs comme Babelio sont une mine d'informations mobilisables dans le cadre de partenariats qui peuvent prendre la forme d'opérations d'envoi de livres, d'études des populations ciblées, d'invitation à des événements sur une œuvre ou un auteur, d'envoi d'emails ciblés ou encore d'organisation de rencontres avec des auteurs. Les professionnels peuvent ainsi entrer en contact avec les amateurs pour tester la réception de l'œuvre et entamer une relation d'échange avec eux.

Utiliser les prescriptions amatrices sur des supports variés pour maximiser l'effet de la recommandation

Un des points forts de la critique amatrice en ligne est qu'elle peut être facilement captée et partagée. Les recommandations produites sur tel ou tel support ne restent pas cantonnées sur la page d'un site, elles peuvent être largement diffusées sur d'autres plateformes et, quand l'accord des amateurs en est donné, elles peuvent même être réutilisées dans des contextes de prescription et de promotion totalement différents. Les éditeurs disposent aujourd'hui de différents supports de communication online et offline sur lesquels la recommandation se fait généralement par des professionnels (que ce soit par la maison d'édition elle-même ou des commentaires de journalistes ou de libraires). Il est cependant possible de remplacer ou compléter ces messages par une recommandation amatrice, plus proche des destinataires et reflétant l'expérience d'un lecteur amateur.

L'idée ici est donc de puiser dans des bases de critiques telles que celles de Babelio pour les réutiliser à des fins d'argumentation commerciale, avec l'accord préalable des auteurs des recommandations. Cela peut permettre

¹⁰² Voir partie 2, A pour la définition et l'explication du fonctionnement des insignes

de jouer sur la proximité avec les publics ciblés, qui peuvent s'identifier aux critiques amateurs cités. Les supports d'utilisation sont très variés. Il est par exemple possible d'imaginer les critiques dans la notice du livre sur le site de l'éditeur, mais également intégrées dans des images partagées sur les réseaux sociaux (en image de couverture sur Facebook, diffusées sur Pinterest, Twitter, etc.), qu'il s'agisse des comptes de l'éditeur ou de l'auteur. Elles peuvent aussi figurer dans des publicités display sur des sites comme Babelio, pour s'intégrer encore mieux dans leur environnement. Pour aller plus loin dans cette idée, les critiques amatrices peuvent figurer dans des vidéos promotionnelles, comme des bandes-annonces si le livre a été envoyé à des privilégiés en amont de sa sortie. S'ils sont d'accord, il est possible de partager des critiques de *booktubers* pour donner un avis amateur plus dynamique aux autres amateurs sur les réseaux sociaux par exemple, voire intégrer des extraits dans des communiqués de presse interactifs. Mais plus encore, les critiques peuvent sortir de ce cadre numérique pour se rendre au plus près des lecteurs : Babelio propose par exemple aux éditeurs un système calqué sur les bandeaux promotionnels qui figurent sur certains livres lorsqu'ils sont publiés, système utilisé dans les salons. Le contenu de ces bandeaux, qui est généralement une critique de journaliste, est remplacé ici par une critique amatrice¹⁰³. Outre la couleur orange de ce dispositif qui attire l'œil, le visiteur dispose d'un avis complémentaire sur l'œuvre qui peut lui donner envie de l'acheter. Dans ce cadre, il est possible d'imaginer une diffusion sur d'autres supports papiers qui appuieront le message de l'éditeur : affiches dans le cadre d'événements comme les salons du livre, voire des marque-pages distribués pendant l'événement et en librairie, pour prolonger la campagne. Cela suppose donc qu'un premier niveau de communication aura été fait auprès de certains amateurs pour pouvoir sélectionner des critiques, ou bien que ces critiques seront utilisées dans une logique de communication sur le long terme, pour faire parler des œuvres à une occasion particulière qui ne s'inscrirait pas dans le calendrier de la campagne de communication (salon, rencontre avec un auteur, jury de lecteurs, etc.).

Des éditeurs utilisant les amateurs comme prescripteurs auprès des professionnels ?

Il est intéressant de se demander si ces critiques amatrices ne pourraient pas à l'inverse servir d'argument de vente pour les éditeurs auprès des journalistes et libraires. En effet, les amateurs réunis sur Internet ont un poids numérique important qui peut être un argument supplémentaire de vente auprès des libraires par exemple. Certaines œuvres gagnent en notoriété sur Internet, auprès des amateurs, alors qu'elles ne bénéficient pas d'une promotion médiatique ou ne sont pas représentées en librairie. Les amateurs se font alors ambassadeurs et confèrent au livre une véritable valeur grâce à l'ensemble des contributions qu'ils génèrent à son sujet : clics sur « j'aime », partages, commentaires, critiques, etc. Toutes les données ainsi créées sont une preuve de l'intérêt qu'une œuvre peut avoir pour le public.

Il est alors possible d'envisager un basculement dans la communication, en considérant que les amateurs se font prescripteurs pour les professionnels. Ainsi, les éditeurs, voire même les auteurs, se serviraient de la légitimité des amateurs, notamment par leur nombre, mais aussi par la qualité de leurs contributions, pour promouvoir leurs œuvres auprès d'autres professionnels. Ainsi, pour certains livres ne bénéficiant pas d'une visibilité forte

¹⁰³ Voir annexe 9, p.94, sur la réutilisation des données par les professionnels

auprès du public, ce ne serait plus aux libraires et journalistes de conseiller les lectures du moment, mais bien aux critiques amateurs de faire émerger des ouvrages potentiellement intéressants pour le public.

Le livre *Les gens heureux lisent et boivent du café* écrit par Agnès Martin-Lugand en 2012 est un exemple de basculement de la légitimité entre professionnels et amateurs. Refusée par 4 éditeurs, l'œuvre a été autoéditée sur Amazon. Grâce au bouche à oreille, le livre a gagné très rapidement en notoriété, passant en quelques semaines dans le top des livres numériques. Le nombre important d'internautes qui se sont intéressés à l'œuvre et qui en ont ensuite fait la promotion autour d'eux a entraîné l'intérêt des professionnels. Le livre a finalement été édité aux éditions Robert Laffont et l'auteure a été invitée par plusieurs médias pour raconter la manière dont les amateurs ont porté son livre sur les étagères des librairies.

Aussi, les professionnels peuvent trouver deux utilisations concrètes dans la prescription amatrice. D'une part, l'effervescence qui peut exister autour d'une œuvre peu connue sur Internet peut permettre aux éditeurs de trouver de nouveaux talents à publier, qui représenteront une source de revenus potentiellement intéressante. La veille citée plus haut sur les conversations des amateurs est un bon moyen de capter ce genre d'information, voire de mener des études en collaboration avec des sites de lecteurs pour détecter les tendances du moment dans l'autoédition qui auraient pu échapper aux éditeurs. D'autre part, quand les amateurs de livres s'emparent en nombre d'une œuvre pour en faire la promotion, notamment sur les réseaux sociaux, les éditeurs pourraient utiliser les critiques et conversations comme arguments auprès des libraires et journalistes. Il est possible d'imaginer d'intégrer des chiffres (nombre de critiques, de partages, de clics sur « j'aime ») et des critiques à des communiqués de presse, ou même dans des catalogues adressés aux libraires afin que ceux-ci puissent également tirer parti de l'avis des lecteurs pour constituer leur fonds et ainsi proposer à la vente des œuvres plébiscitées par les amateurs eux-mêmes.

c. Offrir une recommandation plus efficace auprès des amateurs grâce aux innovations numériques

La démocratisation du numérique et de ses outils, si elle peut être vécue comme un inconvénient par les professionnels du livre, représente aujourd'hui un avantage pour eux. Les formats comme la vidéo sont plus accessibles, mais également plus facilement réutilisables dans une communication professionnelle. Enfin, les progrès en matière de traitement des données permettent d'envisager une évolution considérable de la recommandation, au plus près des envies des amateurs.

(Re)mobiliser les lecteurs par une prescription innovante

Internet a donné une nouvelle dimension à la critique littéraire : plus sociale, plus collective, plus interactive et accessible, elle se modernise peu à peu et se détache du monopole professionnel qui a longtemps été le sien. Tout le monde peut aujourd'hui prendre la parole autour des livres et critiquer à sa façon (textes, notes, vidéos, etc.), que ce soit sur le fond ou la forme des œuvres. Par ailleurs, la mise en réseau des lecteurs favorise les conversations et permet de découvrir plus facilement de nouvelles idées de lecture, que l'on soit un grand lecteur ou un lecteur occasionnel.

Cette dimension numérique offre aux professionnels une opportunité d'utiliser la prescription amatrice pour donner plus de visibilité à leurs initiatives et aux œuvres. Les jurys de lecteurs, les concours de lecture, etc. qui

sont aujourd'hui organisés par les bibliothécaires, éditeurs, libraires gagneraient en impact sur des plateformes de rassemblement des amateurs de livres. De cette manière, l'échange entre membres du jury serait facilité, et les initiatives professionnelles pourraient se prolonger par une relation plus durable, qui dépasserait le cadre du simple concours. Le Défi Babelio, organisé par des documentalistes dans toute la France, en est un bon exemple. Se déroulant sur une année scolaire, il propose aux collégiens et lycéens de lire des livres sélectionnés par les documentalistes qu'ils devront ensuite critiquer sur Babelio. Ainsi, ce défi constitue un moyen pour les jeunes de découvrir le monde de la critique via des œuvres prescrites par des professionnels, tout en se connectant les uns aux autres sur un réseau social où ils peuvent échanger de diverses façons. Ce faisant, la critique amatrice prend une dimension plus durable et plus intéressante pour le jeune public qui apprend à gérer ses données sur Internet et à recommander des œuvres entre camarades. Le développement de telles initiatives est donc un moyen d'une part de favoriser la production de contenus, de créer des réseaux de recommandation entre des lecteurs et éventuellement de prolonger l'expérience ensuite puisque les jeunes se forment sur une année à l'utilisation de la plateforme et à la prescription.

Par ailleurs, Internet a permis la démocratisation de supports multimédia tels que la vidéo, offrant une nouvelle médiatisation de la prescription. Plus dynamique, la prescription filmée permet une diffusion optimisée, partageable sur les réseaux sociaux, intégrable dans un site, etc. Elle constitue donc un moyen innovant de capter de nouveaux lecteurs qui ne s'intéresseraient pas à la critique écrite par exemple. Les *booktubers* incarnent une nouvelle génération de prescripteurs. Ils sont la version modernisée des bloggeurs¹⁰⁴, et leurs communautés peuvent être importantes. En utilisant les technologies qui sont mises à leur disposition pour communiquer, ils prescrivent à de nouveaux publics et favorisent le partage des avis sur les œuvres.

L'intégration de la recommandation amatrice en ligne dans les stratégies de communication est alors indispensable pour les professionnels, qu'il s'agisse des maisons d'édition, des auteurs, des libraires ou des bibliothécaires, afin de toucher les publics directement auprès des bonnes sources d'information. La modernisation de la critique doit être exploitée en utilisant des canaux comme les *booktubers* (par l'envoi de livres notamment) qui sauront critiquer les œuvres sur des supports dynamiques et attrayants pour les internautes, et qui seront surtout partageables et intégrables dans de nombreux autres supports (réseaux sociaux, article, site, communiqué de presse etc.). A l'ère du visuel, les vidéos sont en effet un incontournable de la promotion des œuvres. Couplées à la prescription amatrice, elles offrent aux professionnels un canal de diffusion privilégié, notamment auprès d'un public jeune.

Instaurer une complémentarité entre recours aux données et recours aux amateurs

Internet a généré l'apparition d'une nouvelle forme de recommandation qui s'incarne dans le traitement des données par des algorithmes. Si les professionnels misent encore sur les leaders d'opinion pour faire la promotion de leurs livres auprès de communautés réparties sur la toile, la prescription par la machine permet quant à elle de faire une recommandation personnalisée directement auprès de chaque membre ou client d'un

¹⁰⁴ Les *booktubers* sont souvent d'anciens bloggeurs qui préfèrent prendre la caméra pour s'adresser à leurs publics.

site (sur Amazon, ou sur Babelio par exemple¹⁰⁵). Plus la base de données est remplie, plus la prescription sera précise et répondra aux besoins des lecteurs. Ainsi, dans le domaine du marketing digital, la question de l'influence par les algorithmes, et donc de la gestion de ces programmes pour des recommandations plus directes, est centrale¹⁰⁶.

Les professionnels ont tout intérêt à se pencher sur cette forme de recommandation, notamment pour des œuvres qui ne sont pas toujours faciles à vendre ou qui intéressent des publics très précis. En effet, il est possible d'aller encore plus loin que la simple recommandation en fonction des lectures des autres membres du site. Les données personnelles dont disposent les sites comme Babelio sont une mine d'informations pour la recommandation personnalisée : goûts, étiquettes personnelles, auteurs favoris, goûts des amis, etc. sont autant de données qui permettent de connaître très précisément les lecteurs. Ainsi, en prescrivant aux autres, ils donnent des informations sur eux-mêmes, et tout l'enjeu pour les éditeurs est aujourd'hui de travailler en partenariat avec de telles plateformes (ou sur leurs propres plateformes) pour proposer directement des titres précis dans les recommandations faites par la machine. Supposant une bonne connaissance des clients grâce à une analyse fine des données, une telle pratique supplanterait l'achat d'espaces publicitaires et compléterait la recommandation par le bouche à oreille qui a lieu dans les conversations (forums, messages privés, commentaires). La publicité se trouverait directement dans le profil de la personne (sur Babelio, cela passe par des recommandations proposées à chaque membre) sans qu'elle ne soit directement détectable par le lecteur puisqu'elle serait parfaitement intégrée dans son environnement. Le fonctionnement d'une telle solution est cependant fondé sur la contribution des amateurs, il est donc nécessaire de poursuivre une communication « classique » (envoi de livre, etc.) pour faire réagir le public et permettre une analyse plus fine.

Les amateurs se présentent aujourd'hui comme un canal de communication incontournable pour les professionnels du livre. Prescripteurs, faiseurs de tendances, détecteurs de talents, ils donnent de nombreuses indications sur eux et sur la réception des œuvres. L'un des enjeux majeurs pour chaque professionnel du livre réside ainsi dans sa capacité à capter la valeur de ces amateurs, et à la mobiliser dans une communication qui se fait par et vers les lecteurs-amateurs eux-mêmes. L'intégration de ces acteurs dans la communication doit cependant se faire en complémentarité avec les autres outils de communication dont disposent les professionnels, afin d'appuyer la communication sur certains points stratégiques. Par ailleurs, les progrès du numérique et l'analyse des métadonnées ouvrent un nouveau champ des possibles dans lequel les recommandations se feraient au cas par cas, grâce à une analyse et une connaissance très fines des publics. La recommandation amatrice n'aurait alors d'autre intérêt que de récolter des données favorisant la publicité directe et personnalisée.

¹⁰⁵ Quand une personne consulte une notice, des livres lui sont recommandés. Cette liste prescriptive est en fait fondée sur les lectures des personnes ayant déjà lu le livre consulté, considérant que leurs autres lectures peuvent intéresser le visiteur.

¹⁰⁶ Lors de notre entretien, Eglantine Gabarre, Responsable du marketing digital des éditions Delcourt, a mentionné cette idée que la recommandation de certaines œuvres directement auprès de certains internautes était aujourd'hui un enjeu majeur pour la promotion sur Internet. Voir l'annexe 19, p.127.

Conclusion

L'objet de cette étude était notamment de comprendre les évolutions qu'induit Internet aujourd'hui dans la prise de parole des amateurs, de même que l'impact que cela peut avoir sur la communication des professionnels du livre, grâce aux lecteurs, et envers les lecteurs. Aussi, la problématique de départ était-elle de déterminer **dans quelles mesures le numérique reconfigure la pratique prescriptive littéraire et comment cette évolution, qui peut être perçue comme un inconvénient, peut représenter un levier stratégique pour les professionnels du livre**, et ce à travers le prisme de l'analyse de Babelio. Il semblait en effet intéressant de comprendre comment les éditeurs, libraires et bibliothécaires notamment peuvent tirer profit du contexte actuel. Ce dernier est surtout représenté par une transformation digitale qui crée un déplacement de la pratique de la critique des professionnels vers les amateurs, amenant certains professionnels du livre à ne pas trouver leur place sur Internet.

La première hypothèse avancée pour tenter de répondre à ce questionnement était que ces **réseaux professionnalisés s'adressant aux amateurs pourraient être optimisés pour une recommandation littéraire efficace**, dans le sens où ils favoriseraient l'échange et la recommandation sociale entre amateurs. Une analyse sémiotique de l'ensemble du site a permis de dégager des éléments de réponse. En effet, l'étude des signes textuels et visuels, de même qu'une analyse des pratiques proposées par le site à travers des dispositifs techniques (échange de livre, organisation et classification de sa bibliothèque virtuelle, etc.) ont mis au jour l'existence de références au monde littéraire qui placent les utilisateurs dans un environnement propice au partage et à la découverte de nouvelles œuvres. La notion de lien est par ailleurs particulièrement importante dans la mesure où internautes et œuvres sont liés, notamment grâce aux algorithmes. Ainsi, il apparaît que les nouveaux espaces d'expression dont disposent les amateurs pour critiquer - dont l'émergence s'est faite avec le développement des réseaux sociaux - tendent vers une optimisation de la recommandation littéraire non professionnelle. Internet a ouvert une démocratisation de la parole et de la critique pour les amateurs, laissant le champ libre à l'expression des avis, des analyses de tout un chacun. La mise en réseau des amateurs de livres sur des plateformes dédiées a amorcé la génération de contenus en grande quantité. Babelio est un exemple de site qui, par l'enrichissement de sa base de données, devient peu à peu un média de référence dans le domaine littéraire, alors que ses contenus sont majoritairement amateurs.

Il faut cependant nuancer cette observation, dans la mesure où l'égalité des influences sur Babelio repose avant tout sur un imaginaire. Dans sa manière de s'adresser au public, dans son fonctionnement, Babelio recherche avant tout les grands lecteurs¹⁰⁷. Un tel choix permet d'asseoir par la suite une légitimité plus forte auprès des professionnels. Par ailleurs, l'ordinateur tient une place importante dans la recommandation. Etant alimentée par les milliers de contenus renseignés chaque jour par les utilisateurs, la machine crée une interconnexion entre les personnes, entre les œuvres et entre les plateformes, qui favorise la découverte de nouvelles lectures, et donc la consommation. Ainsi, si ces nouveaux espaces d'expression représentent un réel intérêt, c'est aussi et

¹⁰⁷ Est considérée comme grand lecteur une personne lisant au moins 20 livres par an.

surtout parce que les informations fournies par les utilisateurs vont être intégrées dans une toile de liens visant à encourager la diffusion des messages et l'acte d'achat.

Une deuxième hypothèse soumettait l'idée que **la contribution amatrice en ligne, qui repose essentiellement sur l'accumulation de données, serait la source d'une création de valeur, et que, si tel était le cas, cette valeur permettrait alors l'instauration d'une nouvelle forme de relation marchande entre amateurs et professionnels.**

Pour parvenir à vérifier cela, il a été nécessaire d'étudier deux choses : d'une part, comment les œuvres – et par extension les amateurs qui les critiquent – peuvent gagner en valeur sur le réseau. Une analyse des dispositifs d'évaluation proposés par le site a permis de repérer divers systèmes de valorisation des œuvres et des utilisateurs de Babelio. D'autre part, il a été nécessaire d'étudier les moyens par lesquels cette plateforme met en communication amateurs et professionnels, afin de comprendre comment cette valeur est mise à profit. Cela a été rendu possible par l'analyse de l'ensemble des outils proposés aux professionnels (publicité, un livre en échange d'une critique, emailings ciblés), ainsi que par l'étude des argumentaires commerciaux de Babelio et par des entretiens individuels avec des professionnels (à savoir Guillaume Teisseire, un des co-fondateurs de Babelio, Eglantine Gabarre, Responsable du pôle marketing digital des éditions Delcourt) permettant de conforter ou compléter les résultats. Ainsi, il en est ressorti que les contributions amatrices en ligne permettent une réelle création de valeur grâce aux diverses formes d'évaluation qui s'offrent aux usagers de plateformes telles que Babelio. Les œuvres gagnent en valeur, de même que les amateurs. Par un ensemble d'actions mises à leur disposition, les internautes donnent un cadre à une forme implicite de normativité et expriment « ce qui vaut » (et « qui vaut ») et, en négatif, « ce qui ne vaut pas » (et « qui ne vaut pas ») la peine d'être lu. Telle une monnaie avec laquelle il est possible de payer un service ou un produit, cette valeur permet de mettre en place des échanges marchands avec les professionnels. Une nouvelle manière de communiquer voit alors le jour. Les professionnels peuvent s'insérer dans les plateformes dédiées aux amateurs par des opérations optimisées par l'analyse des données. Les produits littéraires trouvent de nouveaux débouchés auprès de leurs publics en s'adressant plus précisément à leurs cibles, et en s'inscrivant mieux dans les espaces promotionnels dont ils disposent. Aussi, l'analyse des relations amateurs-professionnels sur Babelio permet de comprendre que ce ne sont pas tant les amateurs et leurs pratiques qui comptent directement pour les professionnels, mais plutôt les données qu'ils laissent à leur disposition au travers d'interactions et de jugements.

Enfin la troisième et dernière hypothèse postulait que **la prescription amatrice serait aujourd'hui indispensable aux professionnels du livre dans une optique de développement de leur marketing, au sens général mais également – et surtout – aux sens digital et relationnel.** Les analyses précédentes, de même que les entretiens cités plus haut, ont été essentiels pour dresser un tableau des possibilités qui s'offrent aujourd'hui aux professionnels du livre dans le domaine numérique, surtout pour les éditeurs. Une compréhension de certaines notions et enjeux du digital a également été nécessaire, notamment la question du *digital labor* et de la recommandation par les algorithmes. Cela a permis de dresser des recommandations d'usage de la prescription amatrice dans le cadre d'opération de communication ou de la consolidation des rapports entre professionnels et amateurs. Ainsi, ce qui est ressorti de ces recherches et analyses est que les échanges entre amateurs sont aujourd'hui une mine d'informations dont les professionnels ne peuvent se passer pour moderniser et optimiser

leur communication. Les consommateurs de livres sont devenus les producteurs d'avis et de tendances, et la chaîne du livre est devenue un réseau où tous les acteurs interagissent. La désintermédiation transforme les rôles, laissant à l'amateur plus de place pour s'exprimer. Il convient cependant de nuancer cela : les maisons d'édition doivent en effet avoir recours aux critiques amatrices comme des outils complémentaires, intégrés dans une campagne ou une stratégie de communication plus larges. Les libraires et les journalistes demeurent des références en matière de recommandation qui doivent eux aussi être valorisés afin que le réseau du livre puisse se consolider. En parallèle, les influences changent de camp, le grand public devenant à la fois plus accessible et plus indépendant vis-à-vis de l'autorité des professionnels. Internet offre ainsi de nouvelles opportunités pour les professionnels de se rapprocher de leurs publics pour mieux les écouter et, par extension, mieux vendre leurs produits. Reste cependant à éviter l'écueil de l'exploitation des internautes et du fruit de leur « travail de critiques ». Le *digital labor* profiterait en effet de leur désir de reconnaissance et de leur inconscience de la situation pour mieux pousser à la consommation.

L'enjeu pour les professionnels du livre – qui disposent aujourd'hui de toutes nouvelles sources d'informations sur les lecteurs - est bien au contraire de bâtir une relation durable avec les publics, tout en valorisant leur savoir-faire. La diffusion des informations par et sur les amateurs est un moyen de comprendre quels sont leurs besoins et de proposer une communication plus adaptée. C'est également une solution pour trouver des relais d'opinion pour des œuvres qui ne trouvent pas d'intérêt de la part des prescripteurs professionnels. De plus, l'innovation constante d'Internet et l'appropriation de médias tels que la vidéo proposent aux amateurs - et donc aux professionnels du livre - de recommander autrement, en étant plus en ligne avec les pratiques actuelles du numérique. Une fois encore, il ne faut pas considérer que les amateurs et leurs pratiques soient l'unique solution qui s'offre aujourd'hui aux professionnels. Les algorithmes tendent en effet à remplacer l'homme dans une optique de recommandation précisément ciblée, fine et sans cesse alimentée par les actions des amateurs.

Néanmoins, les résultats de cette étude présente des limites qu'il convient d'analyser. Tout d'abord, la problématique évoque la prescription amatrice, alors qu'au vu des pratiques actuelles, il est possible de parler des prescriptions amatrices. Diverses formes de recommandation s'offrent aux amateurs - entre critique, notation, catégorisation, etc. - et les amateurs eux-mêmes ne sont pas à égalité devant cette pratique. Comment alors, sur les différentes plateformes dédiées aux amateurs, se construisent les nouveaux circuits de légitimité amatrice, qui compensent notre imaginaire plutôt péjoratif de l'amateur - de « l'amateurisme » - en donnant au contraire plus de crédit à la contribution des amateurs ?

Par ailleurs, le terrain étudié n'est pas représentatif de l'ensemble des plateformes qui existent aujourd'hui. L'analyse présentée ici se cantonne en effet à Babelio, qui constitue un exemple parmi d'autres sites et outils marketing développés pour les professionnels afin d'aborder – et d'utiliser - la recommandation amatrice. Il serait alors intéressant d'aborder plus en détails la question des réseaux sociaux littéraires initiés par des professionnels du domaine eux-mêmes : quelles sont dans ces cas-ci les réelles motivations qui poussent les internautes à participer ? De plus, aux Etats-Unis où ces plateformes existent depuis plus longtemps, des services aux professionnels sont parfois plus développés encore (par exemple pour les auteurs), comme sur Goodreads,

un des pionniers du genre. Ces médias sont autant de sources d'inspiration pour les professionnels du livre français dont il serait intéressant d'analyser le fonctionnement.

Une des limites de cette étude tient également aux évolutions rapides du numérique, auxquelles Babelio n'échappe pas. Ce travail doit donc être abordé comme une analyse d'une plateforme en particulier, à un moment précis de la vie du numérique. Babelio est en effet voué à passer en version mobile et en espagnol à la fin de l'année 2015. Il serait particulièrement intéressant de voir si de tels changements entraîneront de nouvelles pratiques sur le site et s'ils attireront de nouveaux publics, notamment plus jeunes. Les pratiques de recommandation évolueront peut-être elles-aussi, en entrant davantage dans la conversation plus directe que par le forum actuellement en place, et avec la formation de groupes d'intérêt. Les données deviendront alors d'autant plus importantes qu'elles donneront des informations nouvelles sur les pratiques de recommandation et d'utilisation du mobile par les lecteurs.

Outre le développement du site lui-même, c'est tout l'écosystème numérique qui évolue rapidement. Si aujourd'hui les réseaux sociaux sont devenus un incontournable pour les professionnels du livre, il est fondamental pour eux de suivre avec attention les nouvelles formes de prescription qui peuvent apparaître sur Internet. Les *booktubers*¹⁰⁸ sont à présent une version moderne des bloggeurs et répondent à une demande croissante de médias dynamiques et visuels, mais de nouvelles formes de recommandation pourraient rapidement apparaître.

Enfin, le suivi de l'évolution de l'utilisation des données par les professionnels du livre est indispensable. Tout comme le passage de la critique professionnelle à la critique amatrice a marqué un tournant, le passage de la critique amatrice telle que nous la connaissons aujourd'hui à une utilisation généralisée et très précise des données pourrait révolutionner la manière dont les lecteurs entrent en contact avec de nouvelles œuvres. La participation des amateurs est aujourd'hui le moteur des algorithmes qui leurs recommandent des lectures et plus largement, des produits. Sera-t-elle toujours indispensable demain ?

En effet, cette évolution ouvre la porte à une série de questionnements qui restent en suspens. Quel visage aura la prescription amatrice de demain ? L'évolution des modes de lecture vers le livre numérique ou audio changera-t-elle nos modes de recommandation ? Il est même possible d'envisager une recommandation amatrice qui serait totalement impliquée dans le processus de création d'une œuvre, à diverses étapes (choix de la couverture, conseils sur l'intrigue, etc.). Se pose alors la question de la valeur ajoutée des professionnels, notamment des éditeurs. Dans la grande consommation, il arrive que les amateurs orientent des choix marketing comme le packaging, par exemple. Le livre, en tant que produit culturel, peut-il faire l'objet d'une telle influence de la part des consommateurs ? Proposera-t-on demain des couvertures adaptées aux goûts de chacun grâce à l'impression à la demande ?

¹⁰⁸ Contraction de *book* et *YouTuber*, les *booktubers* sont des internautes passionnés de littérature qui se filment en train de critiquer un ou plusieurs livres, avant de poster leurs vidéos sur YouTube.

De plus, un équilibre entre amateurs et professionnels dans le domaine de la prescription littéraire est-il possible ? Les jeunes générations qui arrivent, très connectées, trouveront-elles encore un intérêt à aller chez les libraires quand elles peuvent avoir des milliers d'avis et un accès aux œuvres en quelques clics ? Quelle valeur ajoutée les professionnels peuvent-ils mettre en avant et comment communiquer à ce sujet ? Il s'agit là d'un enjeu crucial, autant pour les libraires que pour les critiques littéraires professionnels qui doivent parvenir à trouver des arguments pour attirer des clients et lecteurs qui n'auront pas succombé à la praticité d'Internet. D'une certaine manière, les éditeurs, eux aussi, doivent anticiper l'évolution de leur métier qui a déjà été beaucoup ébranlé par l'autoédition et l'arrivée de *pure players* défendant le livre numérique et les services en ligne. Comment alors pourraient évoluer ces métiers et quelles conséquences cela aura-t-il sur leur communication et leurs relations à leurs publics ? Quels arguments pourront-ils avancer aussi bien aux auteurs qu'aux lecteurs amateurs ?

Reste également la question du développement de la prescription par les algorithmes : avec une telle innovation, la recommandation amatrice, tout comme la recommandation professionnelle, peuvent-elles espérer perdurer ? Un équilibre est-il possible entre ces trois formes de contributions à la communication sur les œuvres, et quelle légitimité les recommandations des machines rencontrent-elles auprès du grand public ? La *smart curation* qui se développe aujourd'hui concerne l'ensemble des contenus du web. Elle propose un modèle où les amateurs sont producteurs des médias qu'ils consultent, mais dont la conséquence directe est une abondance de données qu'il est impossible de trier à la main¹⁰⁹. La recommandation devient alors indispensable, mais il s'agit d'une recommandation guidée par les clics et les partages sans réelle valeur ajoutée. Les internautes décident de ce que les uns et les autres doivent lire en réagissant à des articles dont l'écriture est soigneusement réfléchie pour plaire aux algorithmes. La recommandation se fait par le buzz, le viral qui façonne les Unes des médias et sélectionne les commentaires considérés par la machine comme pertinents. Tout est filtré et mesuré pour offrir aux internautes ce qu'ils ont eux-mêmes aimé. Dans le cadre de la recommandation littéraire, n'y a-t-il pas alors un risque d'homogénéisation des pratiques et des lectures ? Les œuvres de niche, qui pour beaucoup ne trouvent de relais que dans la prescription amatrice, auprès de publics bien particuliers, ont-elles leur chance de survivre dans l'écosystème d'une recommandation aseptisée où la masse décide de ce qui vaut la peine d'être vu, lu, regardé ? Les directions marketing de certaines maisons d'édition réfléchissent déjà à une manière d'orienter les algorithmes afin qu'ils adressent des produits bien précis auprès de cibles bien précises¹¹⁰. Les recommandations sociales auront-elles encore un intérêt ?

Face à de tels questionnements et de tels changements, l'argument de la pertinence des critiques des professionnels pourrait trouver un écho. Les journalistes littéraires ont déjà commencé à se remettre en question quant aux genres des œuvres qu'ils critiquent, laissant plus de place dans leurs chroniques à des genres qui plaisent au grand public. Cependant, la consultation des critiques continue de diminuer et devant leur peu de

¹⁰⁹ MARTEL Frédéric, « Le critique culturel est mort. Vive la smart curation ! ». In : Slate.fr [en ligne]. 2 septembre 2015. Disponible sur <http://www.slate.fr/story/106131/critique-culturel-est-mort-vive-la-smart-curation>

¹¹⁰ Voir l'entretien avec Eglantine Gabarre, responsable du marketing digital des éditions Delcourt, annexe 19. p.127

rentabilité, les médias les relèguent au rang de dossiers là où elles faisaient avant l'objet de suppléments entiers. Mais alors, les nouvelles formes de médiatisation de la prescription littéraire telles que les vidéos ne seraient-elles pas un moyen pour ces journalistes de moderniser leurs métiers ? De proposer des médias adaptés aux nouvelles pratiques de consultation de l'information sur Internet ? Pourraient-ils par là-même intéresser les algorithmes et devenir plus viraux ?

Ainsi, la démocratisation de la critique a profondément changé les rapports entre professionnels et amateurs sur Internet, et la légitimité de ces derniers commence à se faire entendre. Libraires, éditeurs, bibliothécaires, etc. sont tous concernés par les mutations qu'implique Internet en terme de prescription, de communication mais aussi de pratiques. Ils doivent d'autant plus être attentifs que des mutations plus profondes encore sont amorcées par le développement de nouvelles technologies prescriptives. Si elles peuvent être de véritables outils marketing pour le livre, ces méthodes informatisées pourraient bien, à leur tour, bousculer les rapports d'influence sur les choix de lecture du grand public.

Bibliographie

OUVRAGES THEORIQUES

BENHAMOU Françoise, *Le livre à l'heure numérique : papier, écrans, vers un nouveau vagabondage*. Paris : Seuil, 2014. 223 pages

BOUCHARD Julie et al. *La médiatisation de l'évaluation / Evaluation in the Media*. Berne : Peter Lang AG, 2015. 322p.

CANDEL Etienne. « L'œuvre saisie par le réseau ». In : *Communication et langages* n°155. Paris : Armand Colin, mars 2008. P.99-113

CARDON Dominique, CASILLI Antonio. *Qu'est-ce que le Digital Labor ?* Paris : INA éditions, 2015. 104p.

COLIN Nicolas, VERDIER Henri. *L'âge de la multitude, Entreprendre et gouverner après la révolution numérique*. Paris : Armand Colin, 2012. 288p.

DURAND Emmanuel, *La menace fantôme. Les industries culturelles à l'heure du numérique*. Paris : Presses de Sciences Po, Collection Les nouveaux débats, 2014. 140p.

DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*. Paris : La Découverte, 2009. 282p.

FLICHY Patrice. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Les Editions du Seuil et La République des Idées, 2010. 96p.

HETZEL Patrick, *Le marketing relationnel*. Paris : Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je ?, 2004. 128p.

MAUSS Marcel, *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Paris : Presses universitaires de France, Collection Quadrige, 2007. 248p.

TURNER Fred. *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand, un homme d'influence*. Caen : C&F éditions, 2012. 432p.

THESE

CANDEL Etienne. *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture* [Texte imprimé] : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet : étude éditoriale de six sites amateurs. Thèse de doctorat, Université Paris Sorbonne-CELSA, 2007. – 427p.

DICTIONNAIRE

REY Alain. *Dictionnaire culturel en langue française*, Paris : Dictionnaires Le Robert, 2005.

RESSOURCES EN LIGNE

ETUDES

IPSOS. « Les Français et la lecture » [16 mars 2015]. Centre National du livre [en ligne]. Disponible sur <http://centrenationaldulivre.fr/fr/actualites/aid-666/les_francais_et_la_lecture> (dernière consultation le 28 août 2015)

MOREAU François, PELTIER Sophie. « Fondamentaux et mutations du secteur de l'édition : les ressorts de l'économie de la création » [mars 2015] Syndicat National de l'Édition [en ligne]. Disponible sur http://www.sne.fr/wp-content/uploads/2015/03/SNE-etude-economie-du-livre_mars-2015.pdf (dernière consultation le 22 août 2015)

ARTICLES

ARTICLES THEORIQUES

JAHJAH Marc. « Qu'est-ce que la lecture sociale ? ». In INAGlobal.fr [en ligne]. 27 juillet 2014. Disponible sur <<http://www.inaglobal.fr/edition/article/quest-ce-que-la-lecture-sociale-7725>> (dernière consultation le 14 juillet 2015)

BOYD Danah, ELLISON Nicole. « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship ». In : Journal of Computer-Mediated Communication [en ligne]. 2008. Disponible sur <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>> (dernière consultation le 1^{er} septembre 2015)

ARTICLES DE PRESSE

ABESCAT Michel, DESPLANQUES Erwan. « Le lecteur, une espèce menacée ? ». In : Télérama.fr : programme TV, séries TV, films de la semaine sorties sur Paris et toute l'actualité culturelle [en ligne]. 2 août 2015. Disponible sur <<http://www.telerama.fr/livre/le-lecteur-une-espece-menacee,130294.php>> (consulté le 25 août 2015)

FRANCE 24. « La célèbre librairie parisienne La Hune a fermé définitivement ses portes ». In : France 24, Infos, news et actualité, l'information internationale en direct [en ligne]. 15 juin 2015. Disponible sur <<http://www.france24.com/fr/20150615-librairie-paris-la-hune-fermeture-litterature-mythique-culture-gallimard-edition-saint-germain>> (consulté le 20 juin 2015)

GARY Nicolas. « France : les auteurs indépendants au cœur de la rentrée 2015 ». In : Actualité – Les univers du livre [en ligne]. 24 août 2015. Disponible sur <<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/l-autoedition-part-integrale-de-la-rentree-litteraire/60169>> (consulté le 24 août 2015)

GIARD Vincent. « Quand les fans de lecture prennent d'assaut Youtube ! ». In : France 3 Languedoc Roussillon - Actualités [en ligne]. 31 mai 2015. Disponible sur <<http://france3-regions.blog.francetvinfo.fr/actu-comedie-livre-montpellier/2015/05/31/quand-des-fans-de-lecture-prennent-dassaut-youtube.html>> (consulté le 30 juin 2015)

HEMLINGER Julien. « L'internaute amateur : ce nouveau critique et prescripteur de livres ». In : Actualité – Les univers du livre [en ligne]. 25 mars 2013. Disponible sur <<https://www.actualitte.com/article/lecture-numerique/l-internaute-amateur-ce-nouveau-critique-et-prescripteur-de-livres/40249>> (consulté le 3 juillet 2015)

LEVENSON Claire. « L'avenir du livre numérique est sur smartphone, pas sur tablette ». In : Slate.fr [en ligne]. 15 août 2015. Disponible sur <<http://www.slate.fr/story/105557/livre-numerique-smartphone>> (consulté le 16 août 2015)

MARTEL Frédéric. « Le critique culturel est mort. Vive la smart curation ! ». In : Slate.fr [en ligne]. 2 septembre 2015. Disponible sur <<http://www.slate.fr/story/106131/critique-culturel-est-mort-vive-la-smart-curation>> (consulté le 4 septembre 2015)

NORA Dominique. « Jusqu'où ira le livre numérique ? ». In : Bibliobs – Actualité littéraire par l'Obs [en ligne]. 22 mars 2014. Disponible sur <<http://bibliobs.nouvelobs.com/salon-du-livre-2014/20140320.OBS0581/jusqu-ou-ira-le-livre-numerique.html>>

PERAZO Cintia. « Argentine. Booktubers : la nouvelle génération de critiques littéraires ». In : Courrier international – Actualités France et Monde, vidéos, infographies [en ligne]. 26 août 2014. Disponible sur <<http://www.courrierinternational.com/article/2014/08/21/des-critiques-et-des-clics>> (consulté le 30 juin 2015)

SOLYM Clément. « Fin de 1001libraires, malgré 'un geste défensif à un prix acceptable' ». In : Actualité – Les univers du livre [en ligne]. 18 mai 2012. Disponible sur <<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/fin-de-1001libraires-malgre-un-geste-defensif-a-un-prix-acceptable/33390>> (consulté le 3 juillet 2015)

INTERVIEWS

FRANCOU, Anne. « Babelio : entretien avec Guillaume Teisseire ». In : CNDP. Savoirs CDI: Accueil [en ligne]. Novembre 2014. Disponible sur <<http://www.cndp.fr/savoircdi/societe-de-linformation/le-monde-du-livre-et-de-la-presse/editeurs-et-libraires/babelio-entretien-avec-guillaume-teisseire.html>>. (consulté le 8 août 2015)

MOREAU Marion. « [Tu lis quoi ?] Babelio, le réseau social dédié aux livres ». In Frenchweb. Francheweb.fr Le magazine de l'innovation [en ligne]. 17 juillet 2012. Disponible sur <<http://frenchweb.fr/tu-lis-quoi-babelio-le-reseau-social-dedie-aux-livres-23867/71504#txfKgClivjdOEHmJ.99>> (consulté le 15 août 2015)

RESEAUX SOCIAUX RELATIFS A BABELIO

Babelio – Découvrez des livres, critiques, extraits, résumés. [en ligne]. Disponible sur www.babelio.fr (dernière consultation le 7 septembre 2015)

Babelio presentation. In : SlideShare. [en ligne]. Disponible sur <<http://fr.slideshare.net/Babelio>> (consulté le 3 septembre 2015)

Babelio, Page Facebook, 2008. [en ligne]. Disponible sur <<https://www.facebook.com/babelio>> (consulté le 7 septembre 2015)

Babelio (@Babelio), Compte Twitter, 2010. [en ligne]. Disponible sur <<https://twitter.com/babelio>> (consulté le 4 septembre 2015)

VIDEOS

GOUMARRE, Laurent pour Entrée Libre (France 5). Reportage. [Ajouté le 5/10/2011] Babelio : cyber club de lecture [enregistrement vidéo] In : Dailymotion. [4'49] Disponible sur <http://www.dailymotion.com/video/x2jzxln_babelio-05102011_webcam> (consulté le 3 juillet 2015)



LISTE DES ANNEXES

GÉNÉRALITÉS

- 1 - BABELIO EN CHIFFRES p.81
2 - DE LA CHAÎNE AU RÉSEAU DU LIVRE p.82

RÉFÉRENCES AU LIVRE ET À LA COMMUNAUTÉ

- 3 - RÉFÉRENCES AU LIVRE ET À L'ÉCRIT p.84
4 - LA NOTION DE COMMUNAUTÉ SUR BABELIO p.85

LIENS SUR BABELIO

- 5 - NOTICE D'UN LIVRE p.87
6 - PROFIL D'UN MEMBRE p.89
7 - LIENS HORS DE BABELIO p.91

COMMUNICATION VIA BABELIO

- 8 - COMMUNICATION DES AUTEURS VIA BABELIO p.93
9 - RÉUTILISATION DES DONNÉES DE BABELIO p.94
10 - PUBLICITÉ SUR BABELIO ET EMAILINGS p.95
11 - MASSE CRITIQUE p.97

LE SYSTÈME DES INSIGNES

- 12 - LISTE DES INSIGNES SUR BABELIO p.100
13 - CLASSEMENT DES INSIGNES SELON LES CONTRIBUTIONS DEMANDÉES p.103
14 - LA COURSE AUX INSIGNES p.104

ANNEXES COMPLÉMENTAIRES

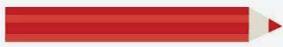
- 15 - PRÉSENCE DE GENRES PEU PRESCRITS PAR LES PROFESSIONNELS p.106
16 - CRITIQUES SUR LA COUVERTURE p.107
17 - EXEMPLES DE CONCURRENTS p.108

ENTRETIENS

- 18 - GUILLAUME TEISSEIRE p.110
19 - EGLANTINE GABARRE p.125



GÉNÉRALITÉS



BABELIO EN CHIFFRES
↳ JUIN 2015



DE LA CHAÎNE AU RÉSEAU DU LIVRE



BRÈVE HISTOIRE DU SITE



« Une base un peu unique de grands lecteurs en France. »

Guillaume Teisseire, co-fondateur

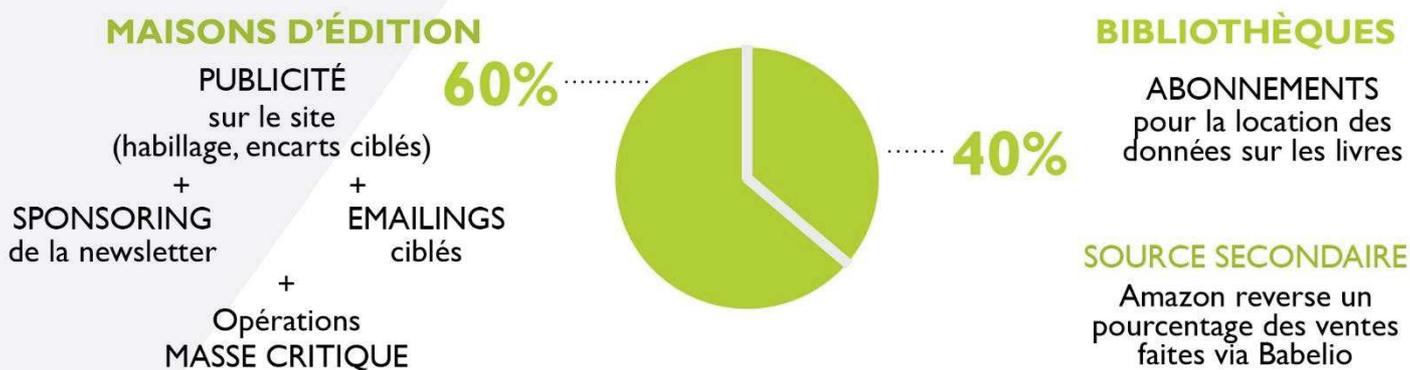
MEMBRES / VISITEURS



CLIENTS / PARTENAIRES



SOURCES DE REVENUS



AUTRES SERVICES

- DES ÉTUDES AUPRÈS DES LECTEURS
- DES CONFÉRENCES PROFESSIONNELLES 2x/AN
- DES RENCONTRES AUTEURS-LECTEURS

RÉFÉRENCES AU LIVRE ET À LA COMMUNAUTÉ



RÉFÉRENCES AU LIVRE ET À L'ÉCRIT



LA NOTION DE COMMUNAUTÉ SUR BABELIO



3 - RÉFÉRENCES AU LIVRE ET À L'ÉCRIT

SUR L'ACCUEIL

BANNIÈRE DE LIVRES BIEN RANGÉS

PICTOGRAMME
DU STYLO POUR
LES CRITIQUES
AMATRICES

ET LA PLUME POUR
LES AUTEURS

 **Auteurs**



UN DIAPORAMA METTANT EN SCÈNE LE LIVRE POUR
EXPLIQUER L'UTILISATION DU SITE



SUR LES NOTICES DES OEUVRES

 **Critiques, analyses et avis**



UNE PAGE REMPLIE POUR LES CRITIQUES

 **Citations et extraits**



DES GUILLEMETS POUR LES CITATIONS

 **Autres livres de Henri
Loevenbruck (29)**



UN LIVRE OUVERT POUR LES AUTRES
OEUVRES DE L'AUTEUR

LIENS SUR BABELIO



NOTICE D'UNE OEUVRE



PROFIL D'UN MEMBRE



LES LIENS HORS DE BABELIO



5 - NOTICE D'UN LIVRE (1/2)

DE L'OEUVRE À L'OEUVRE : L'HYPERTEXTE AU SERVICE DE LA RECOMMANDATION



Le Petit Prince

Infos Critiques (533) Citations (424)

Antoine de Saint-Exupéry

ISBN : 2070408507
Éditeur : Gallimard (1999)

Note moyenne : 4.26/5 (sur 8096 notes)

Résumé éditeur

> Lire > Modifier > Historique

J'ai ainsi vécu seul, sans personne avec qui parler véritablement, jusqu'à une panne dans le désert du Sahara, il y a six ans. Quelque chose s'était cassé dans mon moteur. Et comme je n'avais avec moi ni mécanicien, ni passagers, je me préparai à essayer de réuss... [voir plus](#)

Contributeurs : Groucho, Jcequejelis, marina53, genou, toto, gteisseire

noter : ★★★★★

Sur Amazon 4,82 € (neuf)
à partir de : 1,56 € (occasion)

J'aime 86 +1 Tweeter

Faire découvrir Le Petit Prince par :
Mail Facebook Blog

Découvrez la collection Folio



vous lirez loin

Lu > modifier

> Ajouter une couverture

Retirer de mes livres

Lire un extrait

Ajouter une citation

Ajouter une critique

Etiquettes > Ajouter des étiquettes

littérature roman fantastique poésie classique littérature jeunesse jeunesse amitié merveilleux conte poétique contes enfants enfance imaginaire contes philosophiques amour philosophie france littérature française 20ème siècle

Critiques, analyses et avis > voir toutes (533)

> Ajouter une critique

Par Nastasia-B, le 24 novembre 2013 ★★★★★

Le Petit Prince, qu'est-ce que c'est ? Une histoire pour enfant ? Un conte fantastique ? Un roman jeunesse ? Un conte philosophique ? Un message codé ? Un écrit poétique ? Pas si facile qu'il y paraît de répondre à cette question d'apparence simple sans examiner au préalable sa structure. La narration se déroule sur un mode simple mais absolument pas simpliste. Une tonalité enfantine se dégage de l'emploi d'un lexique minimaliste, qui donne l'illusion d'un

[lire la suite](#)

Commenter J'apprécie 14 195 Page de la critique

Par Patka, le 09 juin 2013 ★★★★★

Cher Antoine de **Saint-Exupéry**, Si je devais n'emporter qu'un seul livre, sur une île déserte ou ailleurs, ce serait le votre sans hésitation. Je considère votre histoire comme l'une des plus belles jamais écrites sur l'amitié et l'amour. Votre incroyable imagination a nourri la mienne depuis mon plus jeune âge, aussi loin que remontent mes souvenirs, votre naïf et tendre petit prince aux cheveux couleur de

[lire la suite](#)

Commenter J'apprécie 20 122 Page de la critique

Par respirer, le 15 janvier 2009 ★★★★★

Chacun peut avoir sa propre interprétation du Petit Prince, la mienne est très personnelle. J'y vois l'histoire d'un homme amoureux (sa rose). Elle est un grand mystère pour lui, tout comme ce qui se passe en lui. Alors il part à la rencontre des autres, et à travers différents personnages ce sont des émotions et des sentiments qu'il découvre. Il comprend enfin ce que sont l'amitié, l'amour, il comprend surtout ce qu'il ressent pour sa rose... la fin se vit selon son optimisme : une grande tristesse, trop tard, ou pleine

[lire la suite](#)

Commenter J'apprécie 3 91 Page de la critique

Par isajulia, le 19 mars 2013 ★★★★★

Critique du soir, bonsoir **Le Petit Prince** c'est un grand rêve de papier qui nous emporte dans son univers en un clin d'oeil. C'est un monde idéal duquel on ne voudrait jamais ressortir, pour moi c'est la foi inébranlable de l'innocence qui prédomine ce roman. Comment résister à tant de pureté, tant de simplicité ? Ce livre est très addictif, qu'on soit petit ou grand on a tous besoin de s'évader et c'est

[lire la suite](#)

Commenter J'apprécie 2 86 Page de la critique

Publicité

Vous aimez ce livre? Babelio vous suggère > voir plus

	L'Étranger Albert Camus		Lettres de mon moulin Alphonse Daudet
	Alice au pays des merveilles Lewis Carroll		Le Grand Meaulnes Alain-Fournier
	L'Ingénu Voltaire		Les malheurs de Sophie Comtesse de Ségur

Listes avec ce livre (34) > voir plus

	Petits mais costauds Liste créée par Gwen21 75 livres
	Le livre que vous avez le plus souvent conseillé Liste créée par Gwen21 110 livres
	30 livres que les membres de Babelio emmèneraient en premier sur une île déserte Liste créée par camilleD 30 livres

Autres livres de Antoine de Saint-Exupéry (27) > voir plus

	Les belles rencontres du... 1 critique 1 citation		Terre des hommes 42 critiques 183 citations
	Vol de nuit 41 critiques 61 citations		Courrier sud 12 critiques 32 citations

LIENS SELON LA PROXIMITÉ DES GENRES

LIENS INDUITS PAR LES PRATIQUES DES AUTRES MEMBRES

LIENS AU CROISEMENT DES DEUX

87

5 - NOTICE D'UN LIVRE (2/2)

DE L'OEUVRE À L'OEUVRE : L'HYPERTEXTE AU SERVICE DE LA RECOMMANDATION

Par **Philippe67**, le 10 mars 2013 ★★★★★

Un livre incontournable!
Je l'ai lu et relu et lu à mes enfants lorsqu'ils étaient petits. Il faut lire et méditer chaque petit passage pour comprendre toute la richesse de ce livre "pour enfants". Pour moi c'est une oeuvre de philosophie majeure qui nous invite à aller vers les autres pour les comprendre et les aimer et surtout à prendre le temps, à consacrer du temps à soi et aux autres.

[lire la suite](#)

Commenter J'apprécie 5 69 Page de la critique

Citations et extraits [voir toutes \(424\)](#)

[Ajouter une citation](#)

Par **mir1502**, le 11 août 2015

L'autorité repose d'abord sur la raison. Si tu ordonnes à ton peuple d'aller se jeter à la mer, il fera la révolution.

Commenter J'apprécie 0 16 Page de la citation

Par **Kittiwake**, le 08 août 2015

Ce n'était qu'un renard semblable à cent mille autres. Mais j'en ai fait mon ami, et il est maintenant unique.

Commenter J'apprécie 1 32 Page de la citation

Par **zab1881**, le 10 août 2015

pathos humaniste indigeste; une horreur pâteuse et contente de soi.

Commenter J'apprécie 0 5 Page de la citation

Par **Kittiwake**, le 08 août 2015

Le petit prince : Il faut bien que je supporte deux ou trois chenilles si je veux connaître les papillons.

Commenter J'apprécie 0 4 Page de la citation

Par **Hessloehl**, le 08 août 2015

L'essentiel est invisible aux yeux

Commenter J'apprécie 0 13 Page de la citation

Videos de Antoine de Saint-Exupéry [voir toutes \(130\)](#)

[Ajouter une vidéo](#)

 Le petit Prince d'Antoine de St Exupery, Miss Book.

Autres livres classés contes philosophiques [voir plus](#)

 Candide Voltaire	 Zadig ou la Destinée Voltaire	 Micromégas Voltaire
 L'Ingénu Voltaire	 Le plus bel endroit du monde est ici Francesc Miralles	 Le Secret Frédéric Lenoir

Pilote de guerre
12 critiques
39 citations

Citadelle
8 critiques
28 citations

Lecteurs (28043) [voir plus](#)

qui sont en train de lire (49)



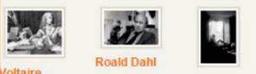
qui s'ont lu



qui veulent échanger (11)



Auteurs proches de Antoine de Saint-Exupéry





Quiz [voir plus](#)

Quiz sur le petit prince

Quel age avais-t'il quand il vus une magnifique image?

4ans
 8ans
 6ans

15 questions - 209 lecteurs ont répondu
Thème : Le Petit Prince de Antoine de Saint-Exupéry
[Créer un quiz sur ce livre.](#)



LIENS SELON LA PROXIMITÉ DES GENRES



LIENS INDUITS PAR LES PRATIQUES DES AUTRES MEMBRES



LIENS AU CROISEMENT DES DEUX

6 - PROFIL D'UN MEMBRE BABELIO (1)



Nom

Profil Livres (308) Amis (19) Comparer nos lectures



Lui écrire un message
3 livres en commun

Ajouter à mes amis

Nom
Genre, lieu de vie
âge, date de naissance
<http://url-du-blog-eventuel-du-membre-babelio.blog.com/>

Lecteur inscrit le 06/02/2008

Contributions et insignes > voir tous



279 critiques 0 citations

Contributions appréciées

131 critiques 0 citations

Auteurs > voir plus

Emmanuel Guilbert Marcel Proust Jirô Taniguchi Etienne Davodeau
Michael Connelly Fred Vargas Guy Delisle Nicolas Bouvier Hervé Claude
Pascal Dessaint **Pascal Garnier** Chabouté Bernard Ollivier
Caryl Férey **Patrick Pécherot** Ella Maillart Wilfrid Lupano
Hervé Le Corre Marin Ledun Emmanuel Lepage

Etiquettes > voir plus

bande dessinée jeunesse littérature française littérature étrangère polar
récit de voyage

Actualités RSS

Aujourd'hui

+1 Nom a apprécié une critique de Lagagne

Le chemin s'arrêtera là de Pascal Dessaint

"Noir c'est noir; Il n'y a plus d'espoir". C'est rarissime qu'une chanson de Johnny me vienne à l'esprit lors d'une lecture, mais là elle s'est imposé. Il ne faut pas avoir le moral à zéro au moment de lire ce...

Commenter J'apprécie 1 3 Page de la critique

+1 Nom a apprécié une critique de Flodopas78

L'usage du monde de Nicolas Bouvier

Classique de la littérature de voyage, le récit de Nicolas Bouvier nous projette dans un monde aujourd'hui disparu, où peu d'occidentaux s'aventuraient. Parti de Genève à l'été 1953, accompagné de son ami Tibère, il nous raconte et décrit dans le livre, le monde de 24 ans, le monde de l'après-guerre...

Commenter J'apprécie 2 10 Page de la critique

Nom a ajouté une critique

Le rouge et le vert de Jean-Bernard Pouy

Dans un dîner mondain, Adrien, "nez" chez un parfumeur, essaie d'être à la hauteur de la discussion ambiante (que des universitaires et des sociologues !) et se targue d'être spécialiste en roman policier. Un des chercheurs lui propose alors, mouvement forcené, de faire sa critique...

Commenter J'apprécie 0 2 Page de la critique

Nom a ajouté une critique

Deuil interdit de Michael Connelly

Harry Bosch reprend du service. Bien que retraité, il a la possibilité de réintégrer la police de Los Angeles au service des Affaires Non Résolues. Il retrouve sa coéquipière Kiz Rider et tous deux travaillent sur le meurtre d'une jeune fille. Le diable est que la responsabilité sur l'ADN est un...

Commenter J'apprécie 0 4 Page de la critique

Nom a ajouté une critique

Le très corrompible mandarin de Xiaolong Qiu

C'est toujours un plaisir de retrouver les romans policiers de Qiu Xiaolong. Le Shanghai contemporain n'en finit pas nous réserver des surprises à nous autres occidentaux. La modernisation ultra-rapide de la ville s'accompagne par les activités, souvent détonnantes, avec les coutumes plus anciennes et plus...

Commenter J'apprécie 0 4 Page de la critique

Nom a ajouté une critique

Dans les bois éternels de Fred Vargas

Alors ce Vargas, est-ce un bon, un très bon, un moyen ? Elle nous a tellement étonnés avec ses polars qui n'en sont pas, ses fantaisies, sa malice et ses personnages imprévisibles, qu'on lui demande beaucoup ! Cette fois c'est un (très) bon (ce qui est nombreux à être d'avis que) "Dans les bois éternels"...

Commenter J'apprécie 0 4 Page de la critique

En train de lire (2) > voir plus

Adieu Lili
Marleen Christian Roux

La cité des jarres
Arnaldur Indriðason

Livres pour une île déserte

À la recherche du temps perdu
Intégrale Marcel Proust

L'usage du monde
Nicolas Bouvier

Si c'est un homme
Primo Levi

Oasis interdites : De Pékin au Cachemire, une
Ella Maillart

L'enfant bleu
Henry Bauchau

Une histoire d'amour et de ténébres
Amos Oz

Lecteurs proches > voir plus


Bill
Indice 100


mediamus
Indice 69


Trottinette
Indice 62


jcamille
Indice 60


theking
Indice 56


teste
Indice 55

Livres au hasard

Charly 9
Jean Teulé

De l'autre côté
Simon Schwartz

La disparition soudaine des ouvrières
Serge Quadruppani

Tranchecaille
Patrick Pécherot

La traversée
Alain Vircondelet

Retraite anticipée
Gérard Deteil

Quiz > voir plus

Nom a obtenu un score de 100% au quiz suivant

Le Nom d'un écrivain : Savez vous l'écrire ?
132 lecteurs ont répondu

> Voir tous ses quiz

ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION DE L'AFFINITÉ ENTRE MEMBRES

AFFINITÉS LITTÉRAIRES

BIBLIOTHÈQUE

ACTIVITÉ SUR LE SITE

6 - PROFIL D'UN MEMBRE BABELIO (2)

EXEMPLE D'UNE COMPARAISON D'AFFINITÉS LITTÉRAIRES CALCULÉES PAR BABELIO
SUR LA BASE DES INFORMATIONS RENSEIGNÉES PAR DEUX MEMBRES
(image issue de Babelio à titre d'exemple)

Exemple de lectures comparées avec **Grignotin**

Proximité littéraire : 0 /100
L'indice de proximité littéraire est calculé en fonction de la taille des bibliothèques, de la rareté des livres en commun, des auteurs partagés, des notes données etc. Le lecteur le plus proche de vous sur Babelio a un indice de proximité de 100 par défaut.

Grignotin et orbe ont 154 livres en commun

 **Un si bel été**
Christine Féret-Fleury

 **La cuisine magique de tante Léonie**
Jean-Louis Maunoury

 **Le Tangram magique, Tome 3 : L'Enigme du...**
Florence Lamy

Leurs thèmes de lecture communs (88%)

roman fantastique jeunesse aventure amour amitié

orbe s'intéresse davantage que Grignotin à :

adolescence (+3%)

orbe s'intéresse moins que Grignotin à :

album (-8%) littérature jeunesse (-5%) albums jeunesse (-4%)

La guerre et la paix

Découvrez ici les livres pour lesquels vous et orbe avez des appréciations identiques ou très différentes. Si cette rubrique est vide ajoutez et faites ajouter plus de notes pour vous comparer.

Ils sont d'accord sur **28** livres

	Titre	Auteur	Grignotin	orbe
	Le secret d'Orbae	François Place	★★★★★	★★★★★
	Le secret d'Orbae	François Place	★★★★★	★★★★★

> voir tous les livres « en accord »

DES AFFINITÉS LITTÉRAIRES ILLUSTRÉES PAR DES CHIFFRES ET DES MISES EN DESIGN

7 - LIENS HORS DE BABELIO

LIENS QUI PERMETTENT DE PRESCRIRE LES OEUVRES SUR D'AUTRES PLATEFORMES

ACTIVITÉ PRESCRIPTIVE VIA
D'AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX



POSSIBILITÉ D'ACHETER
L'OEUVRE

ENVOI DIRECT À DE
POTENTIELS LECTEURS

PARTAGE SUR UNE AUTRE PLATEFORME
DE CRITIQUE LITTÉRAIRE

Widget : affichez Babelio sur votre blog ou votre site !

Mes livres Mes auteurs Actualité Aide

- Créez votre widget personnalisé pour afficher vos livres préférés sur votre blog.
- Vous pouvez également afficher vos auteurs favoris ou les dernières actualités de Babelio (critiques, citations, livres populaires) en [cliquant ici](#)
- « Comment ça marche ? Mon blog / site est-il compatible ? » : visitez notre [page d'aide](#)

Créez votre widget personnalisé

Personnalisation de l'affichage

Afficher

Livres lus
 En cours
 À lire
 Mes livres pour une île déserte
 Livres portant l'étiquette

Ordre d'affichage

Derniers livres ajoutés
 Au hasard

Informations affichées :

Titre du widget :

Nombre de livres :

Format d'affichage : Grand Moyen Etroit

Détails affichés : Couverture Auteur Note Titre

Lier vers : Babelio Amazon

Ne pas afficher les livres sans couverture

Valider mes choix Pour prévisualiser le widget et générer un nouveau code HTML.

Code HTML à copier/coller :

```
<div id="wBa8480">
<div class="Btitre8480" id="Bidtitre8480"><h2><a
href="http://www.babelio.com/monprofil.php?id_user=219329">Mes livres sur
Babelio.com</a></h2></div><div id="Bcorps8480"><script type="text/javascript">
src="http://www.babelio.com/wj.php?id=8480"></script></div>
<div class="Bfooter8480"><a href="http://www.babelio.com"><img
```

Créer un badge pour mon blog / site

Lien du badge vers :

Mon profil
 Mes livres

Valider mon choix

Code HTML à copier/coller :

```
<div><a href="http://www.babelio.com/monprofil.php?id_user=219329">
</a></div>
```

COMMUNICATION VIA BABELIO



COMMUNICATION DES AUTEURS

↳ LES EXEMPLES DE JEAN-LUC MARCASTEL
ET HENRI LOEVENBRUCK



RÉUTILISATION DES DONNÉES HORS DE BABELIO



PUBLICITÉ SUR BABELIO ET EMAILINGS



MASSE CRITIQUE



8 - COMMUNICATION DES AUTEURS VIA BABELIO

LES EXEMPLES DE JEAN-LUC MARCASTEL ET HENRI LOEVENBRUCK



→ PARTAGE D'UNE CRITIQUE SUR LA PAGE PERSONNELLE DE JEAN-LUC MARCASTEL

- Publicité auprès de son public
- Valorisation de son oeuvre par une critique amatrice

PARTAGE SUR LA PAGE PERSONNELLE DE HENRI LOEVENBRUCK SUITE À UNE RENCONTRE AUTEUR-LECTEURS AVEC BABELIO

- publicité pour l'auteur et son oeuvre
- consolidation de la relation auteur-lecteurs
- possibilité pour l'éditeur de valoriser son auteur pour mieux le garder
- via un post Babelio : communication auprès d'un public plus large que celui qui a participé à l'évènement

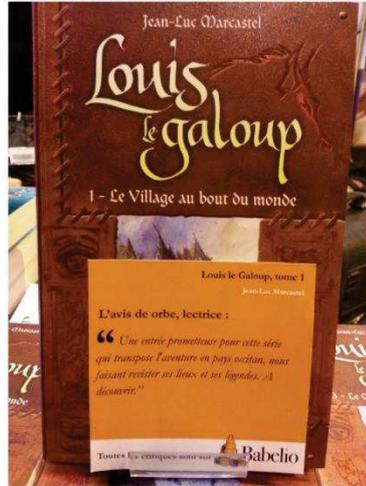
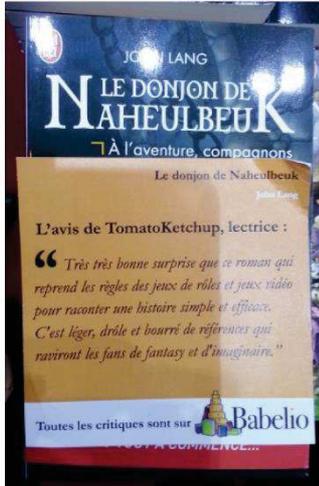


↳ TWEET DE BABELIO POUR HENRI LOEVENBRUCK SUITE À LA PARUTION D'UNE CRITIQUE AMATRICE, RETWEETÉ PAR L'AUTEUR

- Information à l'auteur
- Communication à une cible plus large que celle de Babelio
- Valorisation de l'oeuvre par une expérience amatrice (la lecture puis la critique)

9 - RÉUTILISATION DES DONNÉES HORS DE BABELIO

CRITIQUES APPOSÉES SUR LES COUVERTURES PAR LES ÉDITEURS



CRITIQUES DES MEMBRES DE BABELIO UTILISÉES PENDANT LE SALON DU LIVRE DE PARIS (MARS 2015)

LOCATION DES DONNÉES PAR LES BIBLIOTHÈQUES

L'apothicaire /
 de Loevenbruck, Henri - 2011

Informations **Détails**

Résumé
 Orphelin élevé par l'abbé Beaudoin, Andrea de Saint-Loup est devenu un apothicaire renommé. Mais depuis peu l'Inquisition s'intéresse de près à lui et à son ami lettré Juan Hernandez Manau, qui appartient à la société énigmatique Schola Gnostica...

Quatrième de couverture
 L'apothicaire
 Il vécut à Paris en l'an 1313 un homme qui allait du nom d'Andreas Saint-Loup, mais que d'aucuns appelaient l'apothicaire, car il était le plus illustre et le plus mystérieux des préparateurs de potions, onguents, drogues et remèdes...
 Un matin de janvier, cet homme découvre dans sa boutique une pièce qu'il avait oubliée... Il comprend alors que jadis vivait ici une personne qui a soudainement disparu de toutes les mémoires. L'apothicaire, poursuivi par d'obscurs ennemis, accusé d'hérésie par le roi Philippe le Bel et l'inquisiteur de France, décide de partir à la recherche de son propre passé, de Paris à Compostelle, jusqu'au mont Sinaï.
 Entre conte philosophique et suspense ésotérique, L'apothicaire est une plongée vertigineuse dans les mystères du Moyen Âge et les tréfonds de l'âme humaine.

Avis d'internautes **Citations de ce livre**
 69 avis sur ce livre **Ajouter un avis** 39 citations de ce livre **Ajouter une citation**

Vous aimerez aussi sans doute
 Les enquêtes de M. de Mottagne, bourgeois. Le brasier de justice par Andrea H. Japp
 Pardonnez nos offenses par Romain Sardou
 Monestarium par Andrea H. Japp
 Le château des poisons par Serge Brussolo
 La parole perdue par Frédéric Lenor
 Le manoir des sortilèges par Serge Brussolo
 L'armure de vengeance par Serge Brussolo
 Délivrez-nous du mal par Romain Sardou
 Les aventures de Guilhem d'Ussel, chevalier troubadour : Londres, 1200 par Jean d'Aillon
 L'Éclat de Dieu ou Le roman du temps par Romain Sardou

3 exemplaire(s) disponible(s) sur 6

Exemplaires

Bibliothèque	Cote	Matériel	Localisation	Retour attendu le
Médiathèque José Cabanis	P LOEV	Texte imprimé pour tout public	Prête	12/9/2015 RESERVER
Bibliothèque nomade	P LOEV	Texte imprimé pour tout public	Dépot - Document accessible sur demande	
Saint-Cyprien	P LOEV	Texte imprimé pour tout public	Prête	3/9/2015 RESERVER
Saint-Eugène Méro (Bagatelle)	P LOEV	Texte imprimé pour tout public	Romans Policiers	

NOTICE DE MÉDIAHEQUE SANS LES DONNÉES DE BABELIO (LEVALLOIS-PERRET)

CRITIQUES INTÉGRÉES À LA NOTICE DU LIVRE SUR LE SITE DE L'ÉDITEUR (BRAGELONNE)



Antoine ROUAUD
LA VOIE DE LA COLÈRE
 Le Livre et l'Épée 1

Le général Dun-Cadal fut le plus grand héros de l'Empire, mais il n'est plus aujourd'hui que l'ombre de lui-même, une lamentable épave au fin fond d'une tasméie.
 C'est là qu'une jeune historienne vient le trouver. Elle est à la recherche de l'Épée de l'Empereur, disparue dans le chaos des derniers jours de son règne, et que Dun-Cadal aurait cachée en un lieu secret. Pour elle, le vieux guerrier va ressasser ses souvenirs de gloire et ses regrets amers, à commencer par sa rencontre avec ce garçon qui lui sauva la vie et fit sa fièvre avant qu'ils ne basculent tous deux dans le drame et le tourbillon de l'Histoire.
 C'est alors qu'un assassin sans visage se met à frapper au tour de la République. Les fantômes du passé rebondissent sur elle, ravivant les anciennes rancœurs et la soif de vengeance d'un homme perdu sur la voie de la colère.

- Illustrateur : Larry RO STANT
- Date de parution : 31/08/2013
- ISBN : 9782352947004
- Prix : 25,00 €
- Nombre de pages : 480
- Format : Grand format
- Édition : Brochée

Antoine ROUAUD
 Antoine Rouaud est né en 1979. Il a passé son enfance à écrire des histoires, imaginer des scénarios et composer des chansons, avant de rejoindre le monde de la radio. Il est aujourd'hui concepteur-rédacteur chez H&U et travaille sur une série de feuilletons audio, pour lesquels il a déjà remporté deux prix.

NOTICE DE BIBLIOTHEQUE AVEC LES DONNÉES DE BABELIO (TOULOUSE)

L'APOTHIKAIRE

Description **En savoir plus**

L'apothicaire
 Auteur : Loevenbruck, Henri (1972-...) - Journaliste
 Editeur : Flammarion, paris
 Année de publication : 2011
 ISBN : 978-2-08-123327-0
 Langue : français
 Format du document : 603 p. 24 x 15 cm

Résumé : Il vécut à Paris en l'an 1313 un homme qui allait du nom d'Andreas Saint-Loup, mais que d'aucuns appelaient l'apothicaire, car il était le plus illustre et le plus mystérieux des préparateurs de potions, onguents, drogues et remèdes... Un matin de janvier, cet homme découvre dans sa boutique une pièce qu'il avait oubliée... Il comprend alors que jadis vivait ici une personne qui a soudainement disparu de toutes les mémoires. L'apothicaire, poursuivi par d'obscurs ennemis, accusé d'hérésie par le roi Philippe le Bel et l'inquisiteur de France, décide de partir jusqu'au mont Sinaï. Entre conte philosophique et suspense ésotérique, L'apothicaire est une plongée vertigineuse dans les mystères du Moyen Âge et les tréfonds de l'âme humaine.

Note :
 Journaliste

Évaluation des lecteurs : ★★★★★ 0 avis

Exemplaires

Médiathèque	Localisation	Cote	Type	Statut	Date retour
Albert-Camus	Adultes (prêt)	RP LOE	Livre	Emprunté	08/07/2015

10 - PUBLICITÉ SUR BABELIO ET EMAILINGS (1)

Nous rêvions juste de liberté

Henri Loevenbruck

ISBN : 2961307286
Éditeur : Flammarion (2015)

Note moyenne : 4.59/5 (sur 51 notes)

Résumé éditeur Résumé membres

Lire Modifier Historique

"Nous avons à peine vingt ans, et nous rêvions juste de liberté." Ce rêve, la bande d'Hugo va l'exaucer en fuyant la petite ville de Providence pour traverser le pays à moto. Ensemble, ils vont former un clan où l'indépendance et l'amitié règnent en maîtres. Ensemble ils vont, pour le meilleur et pour le pire, découvrir que la liberté se paye cher.

Nous rêvions juste de liberté réussit le tour de force d'être à la fois un roman initiatique, une fable sur l'amitié en même temps que le récit d'une aventure. Avec ce livre d'un nouveau genre, Henri Loevenbruck met toute la vitalité de son écriture au service de ce road movie fraternel et exalté.

Contributeurs : marina53, gteisseire

Ajouter une citation Ajouter une critique

Acheter sur Amazon

J'aime 3 8+1 Tweeter

Faire découvrir **Nous rêvions juste de liberté** par :

Mail Facebook Blog

SOUDAIN, SEULS

Isabelle Autissier

Soudain, seuls

Vous aimez ce livre? Babelio vous suggère

PUBLICITÉ ENTRE DEUX ZONES PERMETTANT DE DÉCOUVRIR OU FAIRE DÉCOUVRIR DE NOUVELLES OEUVRES

THÉMATIQUES SEMBLABLES ENTRE LA NOTICE ET LE LIVRE PROMU

Etiquettes

aventure roman jeunesse suspense prisons violence périple
délinquance adolescence amitié justice liberté fuite
road trip moto souvenirs road book road movie rock and roll
littérature française

Etiquettes

roman d'aventure aventure roman suspense isolement faim
nauffrage solitude survie drame survivre îles nature froid
patagonie amour mer couple france littérature française

PUBLICITÉ POUR FYCTIA* FAISANT DIRECTEMENT ÉCHO AUX ÉTIQUETTES LISTÉES PAR LES MEMBRES DE BABELIO

Fyctia Les nouveaux best-sellers s'écrivent sur Fyctia

Fan-Fiction # New Romance # Young Adult

Participer

Babelio

Mon accueil Mes livres Découvrir Ajouter des livres Rechercher livre, auteur, sujet

Divergente, tome 2 : L'insurrection

Veronica Roth

ISBN : 2962556242
Éditeur : Nathan (2015)

Note moyenne : 4.11/5 (sur 1762 notes)

Résumé éditeur Résumé membres

Lire Modifier Historique

Le monde de Tris a volé en éclats. La guerre a dressé entre elle les factions qui régissent la société, elle a tué ses parents et fait de ses amis des tueurs. Tris est rongée par le chagrin et la culpabilité. Mais elle est Divergente. Plus que tout autre...
Contributeurs : Pyah, TheLittleFlower, marina53, Marie123, lilou972

Ajouter une citation Ajouter une critique

Sur Amazon 16,05 € (neuf) à partir de 15,89 € (occasion)

J'aime 0 8+1 Tweeter

Faire découvrir **Divergente, tome 2 : L'insurrection** par :

Mail Facebook Blog

Etiquettes

adapté au cinéma aventure roman anticipation science-fiction
dystopie fantastique littérature jeunesse littérature pour adolescents
jeune adulte jeunesse action adolescence amitié post-apocalyptique manipulation romance amour guerre littérature américaine

Critiques, analyses et avis

« La vocation de Fyctia : repérer des jeunes talents et les publier »
Le Mouvement

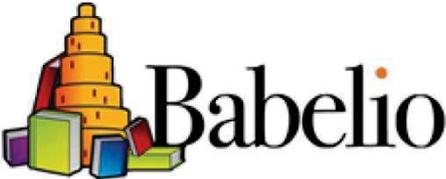
« Fyctia est un gigantesque atelier d'écriture participatif »
La Tribune

*Fyctia est une plateforme uniquement mobile proposant des concours d'écriture pour repérer les plumes de talent. sur les thématiques young adult et new romance. Disponible sur www.fyctia.com

10 - PUBLICITÉ SUR BABELIO ET EMAILINGS (2)

EXEMPLE D'EMAILING CIBLÉ À DESTINATION DES LECTEURS DE HARUKI MURAKAMI

[Cliquez ici pour voir cet e-mail dans votre navigateur](#)



L'événement Murakami

Haruki Murakami L'incolore Tsukuru Tazaki et ses années de pèlerinage	En librairie le 4 septembre 2014
---	---

Après la trilogie 1Q84, *L'incolore Tsukuru Tazaki et ses années de pèlerinage* signe le grand retour de Haruki Murakami pour une œuvre nostalgique et grave qui fait écho aux premiers titres du maître, *La Ballade de l'impossible* notamment. En attendant sa parution le 4 septembre 2014, Babelio et les éditions **Belfond** vous invitent à plonger dans son univers...

Un héros ostracisé en quête d'amour et de vérité



[> Découvrez la bande-annonce du roman](#)

À Nagoya, ils étaient cinq amis inséparables. L'un, Akamatsu, était surnommé Rouge ; Ômi était Bleu ; Shirane était Blanche et Kurono, Noire. Tsukuru Tazaki, lui, était sans couleur.

« *Emailing intégralement dédié à la présentation du livre (résumé, bande-annonce, critiques presse, interview auteur...)* »

*Ciblé sur les amateurs du genre et des catégories spécifiques de lecteurs.»**

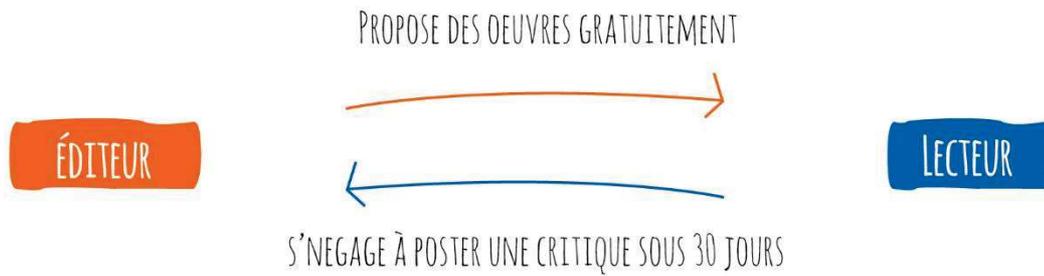
*Description issue de l'argumentaire commercial de Babelio « Services marketing à destination des éditeurs ». Disponible ici : <http://fr.slideshare.net/Babelio/promouvoir-un-livre-grace-a-babelio>

11 - MASSE CRITIQUE (1)

OPÉRATION MARKETING DONT L'OBJECTIF EST
L'ENCLÈCHEMENT DU BOUCHE À ORIELLE

une version gratuite et une version payante, qui suppose un ciblage plus qualitatif, un calendrier décidé avec l'éditeur et un plus grand nombre de participants

SCHÉMA SIMPLIFIÉ DU FONCTIONNEMENT



EXEMPLE DE PUBLICITÉS PAR BABELIO POUR CETTE OPÉRATION

Masse Critique spéciale Une fille parfaite

Recevez et critiquez *Une fille parfaite* de Mary Kubica

Concours | Lecture | Pique-nique

GAGNEZ 50 EXEMPLAIRES DE
UNE FILLE PARFAITE
DE MARY KUBICA

Babelio et Mosaic lancent une opération **Masse Critique spéciale** pour sélectionner 50 lecteurs qui recevront *Une fille parfaite*, le premier roman de **Mary Kubica** unanimement salué par la presse.

50 exemplaires de *Une fille parfaite*, à paraître aux éditions Mosaic.

« Je la suis depuis plusieurs jours. Je sais où elle fait ses courses, où elle travaille. Je ne connais pas la couleur de ses yeux, l'intensité de son regard quand elle a peur. Mais je le saurai bientôt. »

Incapable de dire non au séduisant et énigmatique inconnu qu'elle vient de rencontrer dans un bar, Mia Dennett, jeune héritière d'une des familles les plus en vue de Chicago, accepte de le suivre jusqu'à chez lui. Sans savoir qu'elle a commis une grave erreur. Et qu'après ce soir-là rien, jamais, ne sera plus comme avant.

Avec *Une fille parfaite*, Mary Kubica mène un récit à trois voix fondé sur une construction incroyablement précise et ingénieuse. Sans jamais le déflorer, l'auteur confère profondeur et intensité au mystère qui entoure le kidnapping de Mia — jusqu'à la révélation finale qui fait voler en éclats les apparences et donne toute son ampleur à cette histoire bouleversante.

Vous n'oublierez pas *Une fille parfaite*.

Vous n'oublierez pas Mia.

Je participe

Faites pousser votre bibliothèque :
Babelio vous offre un livre en échange d'une critique

Rendez-vous
le 27 mai
à partir de 7h sur
Babelio.com

11 - MASSE CRITIQUE (2)

FONCTIONNEMENT ET CONDITIONS DE PARTICIPATION



Masse Critique : recevez un livre, publiez une critique

Opération

Conditions

Comment ça marche?

Recevez chez vous gracieusement des livres et faites en votre critique publique, bonne ou mauvaise, comme bon vous semblera. Il n'y a rien d'autre à comprendre : un livre en l'échange d'une critique, c'est aussi simple que ça.

Comment participer

- 1- Nous recevons tous les mois une sélection de livres mis à disposition par des éditeurs partenaires.
 - 2- Pour participer, il vous suffit d'être **inscrit sur Babelio** et d'avoir déjà publié des critiques de livres sur Babelio.
Pour de bêtes raisons postales, nous limitons pour l'instant l'opération aux lecteurs français, suisses et belges. Nous espérons pouvoir changer ça à l'avenir.
 - 3- Vous choisissez dans la liste un ou plusieurs livres que vous souhaitez recevoir ou critiquer.
 - 4- Nous sélectionnons par tirage au sort les membres gagnant le droit de recevoir les œuvres et nous les leur envoyons dans un joli paquet cadeau.
 - 5- Les membres s'engagent à lire le livre et à en publier une critique dans le mois qui suit sa réception. La critique devra être publiée sur Babelio (et sur votre blog si vous êtes inscrit comme blogueur)
- PS : Nous invitons les éditeurs désireux de participer à l'opération à nous contacter sur [la page contact](#).
- PS2 : Nous ne pouvons recevoir de demande de livre avant l'ouverture de l'opération, qui sera annoncée par mail.

Conditions du programme Masse Critique

1. Éligibilité

Les deux seules conditions d'éligibilité au programme Masse Critique sont les suivantes :

- Être inscrit sur Babelio.
- Avoir déjà écrit une ou plusieurs critiques de livres sur Babelio (et sur leur blog s'ils s'inscrivent dans la catégorie blogueurs)

En raison des frais d'envoi des livres, qui sont supportés par les éditeurs partenaires, Masse Critique est aujourd'hui limité à la France, la Belgique et la Suisse (Si des éditeurs présents dans d'autres zones géographiques – comme le Canada ou l'Afrique francophone – souhaitent rejoindre le programme, ils peuvent nous contacter via [le formulaire de contact](#))

Les participants peuvent postuler pour autant de livres qu'ils le souhaitent dans la liste mise en ligne à chaque édition de Masse Critique.

2. Sélection des chroniqueurs

Les chroniqueurs sont tirés au sort parmi les participants satisfaisant aux conditions d'éligibilité.

Babelio se réserve la possibilité d'écarter de la sélection les chroniqueurs dont la ligne éditoriale ne serait pas jugée compatible avec le programme Masse Critique.

Les critiques publiées dans le cadre de Masse Critique sont entièrement libres. Elles peuvent être positives ou négatives : elles n'influent en aucun cas sur la sélection des blogueurs pour les éditions suivantes.

3. Publication des critiques

Les chroniqueurs sélectionnés reçoivent les livres par courrier à l'adresse communiquée lors de leur inscription.

Ils s'engagent à publier dans le mois qui suit une critique du livre sur Babelio (et sur leur blog s'ils s'inscrivent dans la catégorie blogueurs).

Ils autorisent Babelio, l'éditeur du livre et son auteur à réutiliser des extraits ou l'intégralité de leur critique de façon non exclusive, notamment à des fins éditoriales ou promotionnelles. Ces réutilisations éventuelles s'accompagneront d'une identification de l'auteur, à minima par son prénom et sa ville de résidence.

LE SYSTÈME DES INSIGNES



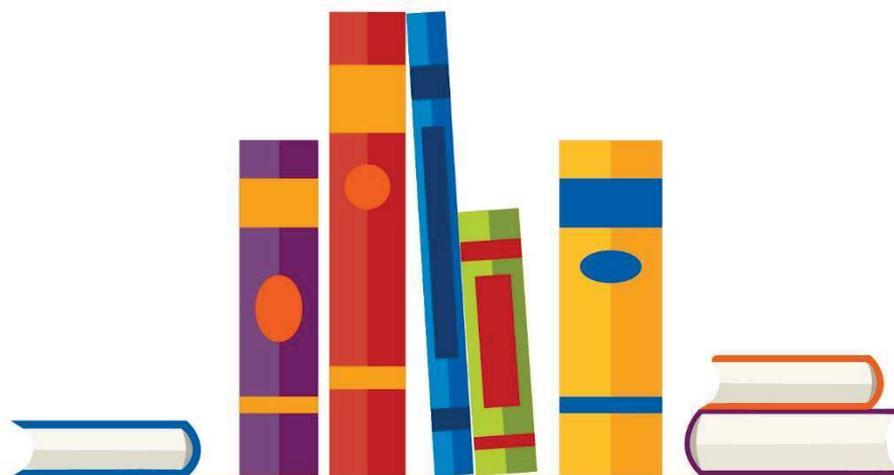
LISTE DES INSIGNES BABELIO



CLASSEMENT DES INSIGNES SELON
LES CONTRIBUTIONS DEMANDÉES



LA COURSE AUX INSIGNES



12 - LISTE DES INSIGNES SUR BABELIO (1)

DÉFINITION

« Les insignes identifient les membres de Babelio en fonction de leurs contributions et de leurs goûts de lecture. A l'origine seuls 1620 membres étaient gratifiés, avec trois types d'insigne, mais les temps ont changé. Servent à reconnaître et gratifier les membres de Babelio en fonction de leurs goûts de lecture et de leurs contributions. »

« PREMIERS PAS »



Portrait de Dorian Gray

Cet insigne distingue les lecteurs qui se sont présentés à la communauté. On ne saurait garantir qu'ils restent éternellement jeunes, mais leur portrait sur Babelio est complet

1. Ajoutez une photo à votre profil; 2. Présentez vous en quelques mots; 3. Ajoutez vos 6 livres préférés à votre île déserte



Bel Ami

Difficile de dire s'il sont fidèles en amitié, mais ces membres ont au moins 10 amis sur Babelio.

Ajoutez 10 membres à vos amis Babelio.



Blogueur Babelio

Cet insigne distingue les lecteurs qui ont un blog littéraire, sur lequel a été intégré un widget Babelio

Ajoutez un widget Babelio sur votre blog



Voltaire

Cet insigne distingue les lecteurs qui ont pris la plume pour partager leurs coups de cœur ou leurs coups de gueule. Cinq chroniques suffisent, dithyrambiques...ou assassines

Rédigez 5 critiques de livres. Les critiques doivent faire plus de 300 caractères.



Bibliophile

« Il n'y a plus que les bibliophiles qui aient des bibliothèques et l'on sait que cette espèce d'hommes ne lit jamais » écrivait Anatole France. De notre côté nous savons seulement que ces membres ont contribué à enrichir la base de livres de Babelio.

Renseignez manuellement la fiche de 10 livres absents de notre base.



Auteur Babelio

Cet insigne distingue les auteurs Babelio. Auteurs d'au moins un livre publié, ils sont aussi ici pour présenter leurs lectures.

Publiez un livre et devenez membre du programme auteur Babelio.



Copiste

Cet insigne distingue les lecteurs qui ont découvert quelques pépites textuelles parmi leurs dernières lectures, et qui les ont publiées parmi leurs citations

Ajoutez 5 citations sur des livres



Généreux donateur

Dans des temps plus anciens aujourd'hui révolus, Babelio permettait aux membres de faire un don de quelques oboles pour aider au décollage du site. Ce badge est un témoignage de notre gratitude à leur égard

Faites un don à Babelio.



Haute fidélité

Cet insigne distingue les lecteurs qui ont beaucoup fréquenté la bibliothèque ces derniers temps. Du moins sur Babelio...

Connectez-vous à Babelio 10 jours différents ce mois-ci.

« INSIGNES » (1/2)



Meilleurs auteurs de critiques

Ils font partie des plus belles plumes de Babelio, et la qualité de leurs critiques est saluée par la communauté. Cet insigne distingue les meilleurs auteurs de critiques.

Rédigez des critiques de qualité. Nous conservons secrètement les tables de la loi qui ordonnent ces prestigieux contributeurs. Sachez toutefois que la qualité des textes, la nouveauté des chroniques et la diversité des livres sont pris en compte.



Bibliophage

Ces membres papivores ont ajouté de nombreux livres à leurs bibliothèques. Correction : de très nombreux livres, mais l'histoire ne dit pas s'ils les ont tous lus.

Ajoutez de nombreux livres à votre bibliothèque et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Meilleures sélections de citations

Infatigables collectionneurs, ils épinglent les plus beaux extraits, aphorismes et citations comme d'autres les papillons. Cet insigne distingue les membres qui font les meilleures sélections de citations.

Sélectionnez des citations de qualité. Nous conservons secrètement les tables de la loi qui ordonnent ces prestigieux contributeurs. Sachez toutefois que le nombre de citations, les votes reçus, et l'originalité des citations (le fait qu'elles ne viennent pas de sites existants) sont pris en compte.



Ières critiques

Qu'ils soient à la pointe des sorties littéraires, où qu'ils exhument des chef d'œuvres oubliés, ils ont toujours un coup d'avance. Cet insigne distingue les lecteurs qui ont été les premiers à rédiger un avis sur un livre sans critique.

Soyez le premier à publier des critiques sur des livres sans critiques et obtenez l'insigne de bronze, argent ou or.



Graphomane

Ils sont marqués par le besoin impulsif et maladif d'écrire, encore et encore. Cet insigne distingue les auteurs de critiques les plus prolifiques

Ces membres sont classés par le nombre total de caractères contenus dans l'ensemble de leurs critiques. Pour retrouver les chroniqueurs de qualité moins prolifiques, qui ne peuvent rivaliser avec ces fous du clavier, allez découvrir les meilleurs auteurs de critiques.



Ières citations

Armés de leur filet à citations, ils vont chasser sur les terrains inexplorés. Cet insigne distingue les lecteurs qui ont été les premiers à publier une citation tirée d'un livre qui n'en avait pas encore sur Babelio.

Soyez le premier à sélectionner des citations sur des livres sans citations et obtenez l'insigne de bronze, argent ou or.

12 - LISTE DES INSIGNES SUR BABELIO (2)

« INSIGNES » (2/2)



Saint Pierre

Postés aux portes du site, ils ont toujours un mot gentil pour ceux qui en franchissent le seuil. Cet insigne distingue les lecteurs qui accueillent les nouveaux inscrits en leur envoyant un message de bienvenue.

Soyez le premier à envoyer un message de bienvenue aux nouveaux membres et obtenez l'insigne de bronze, argent ou or.



Scribe

Cet insigne distingue les champions de la quatrième de couverture, ceux qui ont ajouté le plus de résumés manquant à la base de Babelio.

Ajoutez des résumés de livres pour obtenir l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Photographe

« Le visage est l'image de l'âme ». Ces membres ne démentiraient pas Cicéron, eux qui ont ajouté tant de photographies d'auteurs... livres de droit, comme il se doit.

Ajoutez des photographies libres de droit sur les pages dédiées aux auteurs et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Sphinx

A l'instar de la créature mythologique qui terrorisait la Béotie, ils adorent les questions et les énigmes. Cet insigne distingue les plus grands créateurs de quiz.

Créez des quiz littéraires sur Babelio, le nombre de répondants et la qualité des quiz seront pris en compte dans le classement.



Editeur

Quand on lui parle de livres, Babelio ressemble à Funes, ce personnage de Borges à la mémoire si sensible aux détails qu'il était gêné « que le chien de trois heures quatorze (vu de profil) eût le même nom que le chien de trois heures un quart (vu de face). » Heureusement, des lecteurs avisés sont là pour lui expliquer que les éditions poche et grand format d'un livre relèvent d'une seule et même oeuvre. Cet insigne distingue les lecteurs qui ont associé le plus d'éditions entre elles.

Associez des éditions de livres et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or. Cette fonctionnalité est pour l'instant réservée aux membres les plus actifs.



Prosélyte

Ils se sont donné pour mission de répandre la bonne nouvelle de Babelio aux lecteurs égarés. Cet insigne distingue les lecteurs qui ont invité le plus d'amis à rejoindre Babelio.

Invitez des amis sur Babelio et obtenez l'insigne de bronze, d'argent, ou d'or.



Couverture

Ils détestent le triste rectangle gris que Babelio affiche sur les livres sans couverture. Cet insigne distingue les membres qui ont ajouté le plus de couvertures pour combler les lacunes du site.

Ajoutez des couvertures pour obtenir l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Cinéaste

Parce qu'on aime aussi voir les auteurs en images, cet insigne distingue les membres qui ont enrichi le site avec de nombreuses vidéos d'auteur.

Ajoutez des vidéos sur les pages dédiées aux auteurs et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Libre Echange

« L'homme est un animal qui fait des échanges, aucun autre animal ne fait ça, aucun chien n'échange des os avec un autre » Adam Smith. Il y a forcément un peu d'humanité chez ces membres qui proposent de nombreux livres à l'échange. Il peut être de bronze, d'argent ou d'or.

Ajoutez des livres à votre liste « à échanger » et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Archiviste

Babelio a parfois la bêtise du plus borné des bureaucrates : tant que personne ne lui explique qu'il s'agit d'une même personne, Jorge Luis Borges et Jorge L. Borges sont pour lui deux auteurs distincts. Cet insigne distingue les lecteurs qui associent inlassablement les noms d'auteurs aux orthographes différentes.

Associez des noms d'auteur et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or. Sur chaque page dédiée à un auteur, un lien « Associer les autres noms de cet auteur » vous permet de nous aider à retrouver les autres noms. Ex : associez « Boris Vian » et « Vian, Boris »



Messenger

En attendant que leur correspondance soit éditée dans la Pléiade, cet insigne distingue les membres épistoliers qui ont échangé le plus de messages sur Babelio.

Envoyez des messages, publics ou privés sur Babelio et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



Biographe

« Toute biographie devrait être écrite par un ennemi acéré ». Ces membres font probablement plus preuve de bienveillance que ne l'imagine Arthur Balfour, et ils ont contribué à de nombreuses biographies d'auteurs variés.

Rédigez des biographies des auteurs qui en manquent et recevez l'insigne de bronze, d'argent ou d'or.



A la page

Ces membres sont les pionniers des nouveaux territoires littéraires. Alors que les êtres normaux apprennent tout juste la sortie d'un livre, eux l'ont déjà lu, digéré, chroniqué. Mais être à la page est une course sans fin...

Chroniquez des livres parmi les nouveautés parues dans les 10 derniers jours.



Bibliographe

« Rien ne semble plus simple que de dresser une liste, en fait c'est beaucoup plus compliqué que ça n'en a l'air : on oublie toujours quelque chose, on est tenté d'écrire etc., mais justement, un inventaire, c'est quand on n'écrit pas etc. »

Georges Perec - Penser / Classifier

Créez des listes de livres originales ou intéressantes appréciées par la communauté

12 - LISTE DES INSIGNES SUR BABELIO (3)

« EXPERTS »

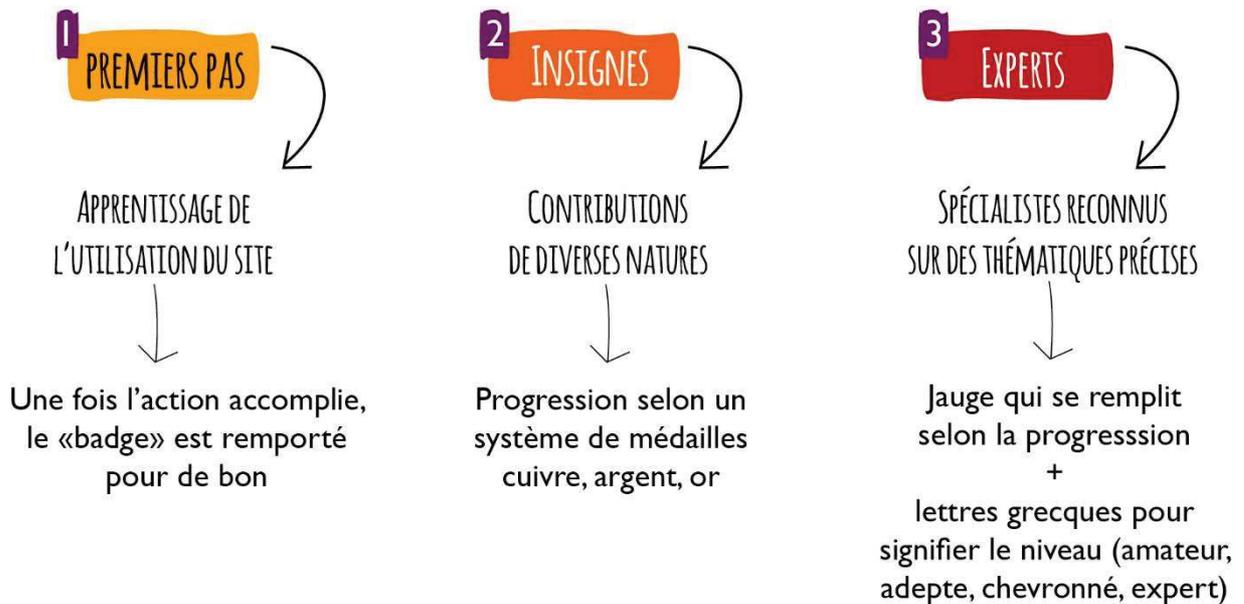
DÉFINITION

« Les insignes experts sont attribués aux spécialistes ou amoureux d'une thématique littéraire, en fonction de la qualité et de la diversité de leurs contributions sur cette thématique : les chroniques de livres essentiellement, mais aussi les citations ou biographies d'auteurs. »

QUELQUES EXEMPLES (63 AU TOTAL)

- | | | | |
|---|--|---|--|
|  Expert esoterisme |  Expert Turquie |  Expert mer |  Expert science-fiction |
|  Expert manga |  Expert cuisine |  Expert Irlande |  Expert théâtre |
|  Expert cinéma |  Expert sociologie |  Expert musique |  Expert policier |

UN SYSTÈME DE PROGRESSION DES MEMBRES



13 - CLASSEMENT DES INSIGNES SELON LES CONTRIBUTIONS DEMANDÉES

RECHERCHE DE QUALITÉ

RECHERCHE DE QUANTITÉ

CRÉATION DE CONTENUS

 Meilleurs auteurs de critiques

 Meilleures sélections de citations

 Archiviste

 Editeur

 Bibliophile

 A la page

 Experts

 Sphinx

 Bibliographe

 Portrait de Dorian Gray

 Saint Pierre

 Libre Echange

 5

Voltaire

 5

Copiste

 a zerty

Graphomane

 Bibliophage

 1

1ères citations

 1

1ères critiques

 Cinéaste

 Scribe

 Couverture

 Photographe

 BIO

Biographe

 Bel Ami

Bel Ami

 Messenger

Messenger

 Prosélyte

Prosélyte



AVANT TOUT UNE RECHERCHE DE CONTENUS EN QUANTITÉ

14- LA COURSE AUX INSIGNES

CLASSEMENT DES INSIGNES EXPERTS CATEGORIE « CLASSIQUE »

J/J-1	Du premier au dernier	Critiques	Citations	Livres	Biog.	Insigne	Points
1	Nastasia-B	357	3254	646	30	Expert	851 points
2	PiertyM	245	1362	1093	14	Chevronné	240 points
3	Gwen21	136	389	183	0	Chevronné	177 points
4	LiliGalip...	144	407	145	1	Chevronné	145 points
17	Luniver	85	162	156	0	Adepté	81 points
18	isajulia	57	387	167	0	Adepté	80 points

INTÉRÊT POUR LES
INSIGNES DANS UNE
CONVERSATION SUR LE
FORUM

insignes +options

[nouveau](#) [répondre](#) [babelio.com Index du Forum -> Babelio : le Site](#)

[Voir le sujet précédent](#) :: [Voir le sujet suivant](#)

Auteur	Message
 Inscrit le: 28 Déc 2014 Messages: 2	<p>Posté le: Lun Mar 23, 2015 9:54 am Sujet du message: insignes citer</p> <p>j'ai posté hier un grand nombre de livres sous l'étiquette "littérature belge" mais mon onglet du même nom n'en a accepté qu'une partie, les autres apparaissant ailleurs alors que je les ai étiquetés litt. belge aussi... et ce matin, côté "insignes" aucun frémissement: je suis toujours "novice" alors que j'ai rentré une bonne partie de ma bibli toute l'après-midi... il y a sûrement un bug, mais je ne trouve pas: les étiquettes s'affichent, le classement de "mes livres" par onglet bloque à 25 livres de litt. belge et l'insigne "littérature belge" , lui, plafonne à 5 critiques!! Merci de me déboguer si vous le pouvez!</p> <p>Revenir en haut de page profil mp</p>
 Grand proluxe Inscrit le: 18 Aoû 2012 Messages: 67	<p>Posté le: Mar Mar 24, 2015 1:13 am Sujet du message: citer</p> <p>Il faut attendre une mise à jour du serveur qui se fait souvent durant la nuit. Demain tu pourras vérifier si tout a rentré dans l'ordre (insignes, étiquettes, etc...)</p> <p>Revenir en haut de page profil mp</p>
 Débutant Inscrit le: 30 Mar 2015 Messages: 5	<p>Posté le: Ven Avr 17, 2015 1:58 pm Sujet du message: citer</p> <p>Ouais, moi aussi ça m'est arrivé... J'ai posté un nombre de environ 20 livres et 18 critiques sur l'insigne expert vampire et je n'ai pas eu le badge alors que dans un grade plus élevé que moi, quelqu'un a reçu cette insigne alors qu'il n'avait que 15 livres et 5 critiques. Pourtant, ça fait deux semaines que j'attends !</p> <p>Revenir en haut de page profil mp</p>
 Débutant Inscrit le: 18 Fév 2011 Messages: 12	<p>Posté le: Sam Juin 13, 2015 12:08 pm Sujet du message: Attribution des insignes? citer</p> <p>Je reprends ce fil car j'ai bien du mal à comprendre comment sont attribués les insignes... A ce jour, j'ai 469 livres dans ma bibliothèque virtuelle, de tout style (policier, roman historique, livres de développement personnel, de cuisine, etc...) et je n'ai qu'un seul insigne en tant qu'amateur histoire. Quand je regarde le classement dans cet insigne, je suis à la 1081e place avec 11 points, 185 livres, 13 critiques et 18 citations. D'autres sont bien mieux placés que moi dans le classement, avec moins de livres, sans critiques ni citations. L'attribution de ces insignes me paraît complètement aléatoire. Quand je vais sur certains profils, il y a peu de livres enregistrés mais toute une flopée d'insignes. Je ne fais pas la course aux insignes, mais c'est quand même sympa d'en obtenir. Alors je m'interroge : comment font-ils?</p> <p>Revenir en haut de page profil mp</p>

Montrer les messages depuis: Tous les messages Le plus ancien en premier Aller

Toutes les heures sont au format GMT +2 Heures

ANNEXES COMPLÉMENTAIRES



CRITIQUES SUR LA COUVERTURE
↳ UN EXEMPLE DE RECOMMANDATION AUX PROFESSIONNELS



PRÉSENCE DE GENRES PEU PRESCRITS
PAR LES PROFESSIONNELS



EXEMPLES DE CONCURRENTS
↳ LA NOTION DE MOTIVATION



16 - CRITIQUES SUR LA COUVERTURE

UN EXEMPLE DE RECOMMANDATION AUX PROFESSIONNELS

Quatrièmes de couverture...

[nouveau](#) [répondre](#) babelio.com Index du Forum -> Discussion générale

[Voir le sujet précédent](#) :: [Voir le sujet suivant](#)

Auteur	Message
Débutant Inscrit le: 06 Fév 2015 Messages: 10	<p>Posté le: Mar Aoû 18, 2015 9:26 am Sujet du message: Quatrièmes de couverture... citer</p> <p>Une réflexion qui s'adresse aux éditeurs (je poste donc sous "discussion générale" à défaut de trouver un thème plus spécifique): faites attention à ce que vous révélez dans votre quatrième de couverture !</p> <p>C'est une réflexion que je me suis déjà faite à plusieurs reprises: les quatrièmes de couverture ont tendance à révéler de plus en plus des éléments centraux de l'intrigue, ce qui peut éventuellement décourager la lecture de l'ouvrage.</p> <p>Ainsi si j'avais lu la quatrième de couverture de "Blasmusikpop", reçu dans le cadre d'une opération "masse critique", j'aurais eu beaucoup de mal à en commencer la lecture car j'aurais a priori estimé l'opus déprimant, ce qu'il n'est pas.</p> <p>Ce matin j'ai vu, sous une critique d'une amie, un commentaire lui reprochant de "spoiler" un ressort central d'un autre ouvrage, alors que celui-ci faisait l'objet quasi exclusif de la quatrième de couverture...</p> <p>La rédaction d'une quatrième de couverture qui, à la fois, rend l'ouvrage attractif mais n'en évente pas le contenu ou l'élément central auquel, généralement, l'auteur entend amener progressivement le lecteur, n'est pas chose facile. Ayant un petit peu d'expérience en matière d'édition, je sais qu'il s'agit généralement de l'une des dernières choses auxquelles l'on songe dans le rush final d'avant publication. Or que fait un lecteur potentiel se baladant dans une librairie ? Il va tout d'abord être attiré par la première de couverture mais ce qui le décidera ou pas à acheter l'ouvrage c'est la quatrième de couverture !</p> <p>Ne gêchez pas le travail de vos auteurs et soyez-y attentifs !</p> <p>Merci d'avance,</p>
Revenir en haut de page profil mp	
Grand prolixé Inscrit le: 15 Sep 2013 Messages: 905	<p>Posté le: Mer Aoû 19, 2015 10:28 pm Sujet du message: citer</p> <p>Je déplore depuis fort longtemps que les 4e racontent ce qui se passe, parfois à plus de la moitié du livre, c'est bien dommage. Du coup, en général, j'évite toujours de les lire ... ça ne facilite pas le choix !</p>
Revenir en haut de page profil mp	
Débutant Inscrit le: 06 Fév 2013 Messages: 10	<p>Posté le: Mer Aoû 19, 2015 10:38 pm Sujet du message: citer</p> <p>oui vous avez tout à fait raison : j'évite aussi de lire les 4ème de couv. ou alors seulement lorsque je suis à la moitié du livre. Comme vous dites aussi cela ne facilite pas le choix du livre... J'ai l'impression que le phénomène s'est aggravé depuis quelques années. Rédiger une 4ème de couv. "intelligente", c'est-à-dire une présentation brève et attrayante de l'ouvrage sans en déflorer (trop) le contenu, demande du temps, qu'on ne veut plus prendre...</p>
Revenir en haut de page profil mp	
Grand prolixé Inscrit le: 24 Juin 2010	<p>Posté le: Mer Aoû 19, 2015 11:57 pm Sujet du message: citer</p> <p>Personnellement je ne les lis plus, me fiant sur d'autres critères pour faire mon choix. Ou bien je ne lis qu'une ou deux lignes par exemple si je me demande si je l'ai déjà lu.</p>

Par , le 02 novembre 2013

★★★★★



Malgré la couverture qui m'agace parce que trop ressemblante à celle de « Rien ne s'oppose à la nuit », et du coup me fait l'effet d'une publicité trop grossière pour le livre, il commence plutôt bien et je plonge facilement dans la lecture.

Diane perd son mari et sa fille dans un accident de voiture et sombre pendant plus d'un an. Elle décide de quitter Paris, son café littéraire et part en Irlande pour tenter de se ressaisir.

[> lire la suite](#)

Commenter

J'apprécie

4 50

Page de la critique

Par , le 16 juin 2013

★★★★★



Un titre énigmatique, une très jolie photo de couverture (où l'on voit l'auteure ?), mystérieuse et accrocheuse, avec en prime, "un succès fulgurant sur toutes les e-librairies"... de quoi donner envie de découvrir ce roman.

Cette histoire commence directement dans le feu de l'action, où l'on découvre la mort de la fille et du mari de Diane, notre héroïne. Ce choc, aussi brutal qu'inattendu, va complètement briser la vie de Diane, qui va rester seule, face à la vie, en essayant de

[> lire la suite](#)

Commenter

J'apprécie

0 35

Page de la critique

17 - EXEMPLES DE CONCURRENTS

LA NOTION DE MOTIVATION SUR MYBOOK (HACHETTE) ET ENTRÉELIVRE (DECITRE)

4 RAISONS DE S'INSCRIRE

- Gagnez** des cadeaux et des invitations
- Testez vos connaissances
- Découvrez les avis des autres lecteurs
- Bénéficiez d'offres réservées aux inscrits

JE M'INSCRIS GRATUITEMENT
ET BÉNÉFICIEZ DE NOMBREUX AVANTAGES

JE M'INSCRIS

TOPS ET SÉLECTIONS
DÉCOUVREZ LES TOPS MYBOOK

VOIR TOUS

Prof
jusqu'au bout des ongles

RENTÉE LITTÉRAIRE : QUE JEUNESSE SE FASSE !

RENTÉE : 5 RAISONS DE STRESSER... QUAND ON

EXTRAIT DE LA PAGE D'ACCUEIL DE MYBOOK (HACHETTE) : LA MOTIVATION PAR LE PRIVILÈGE

EXPLICITATION DU BOUCHE À OREILLE ET IMAGINAIRE DE LA COMMUNAUTÉ SUR ENTRÉELIVRE (DECITRE)

Donnez votre avis !

La communauté sur decitre.fr

Notez vos livres, partagez vos coups de cœur et rejoignez notre communauté composée de lecteurs et de libraires !

COMMENT ÇA MARCHÉ ?

- 1 Créez votre compte et personnalisez votre profil
- 2 Déposez votre note et partagez votre avis
- 3 Aidez les internautes dans leur choix

Notez simplement

Pour noter le livre que vous venez de lire, il vous suffit de passer la souris sur les étoiles, de cliquer sur le nombre d'étoiles que vous voulez accorder suivant si vous avez choisi de recommander ou pas le livre.

Note moyenne : **3/5** (18 évaluations)

0	5	10	2	1
1★	2★	3★	4★	5★

Activez le bouche à oreille

Une fois votre note comptabilisée, nous établissons une moyenne qui permet aux futurs lecteurs d'évaluer le livre en fonction de ce qu'en disent les autres lecteurs. C'est le bouche à oreille.

Déposez votre avis

Vous pouvez déposer votre avis en cliquant sur le bouton **Déposer mon avis**. Quelques lignes suffisent mais si vous êtes passionné n'hésitez pas à écrire autant que vous le voulez.

Recommandez vos livres préférés

N'oubliez pas qu'un livre peut changer une vie, alors imaginez si en plus c'est vous qui l'avez recommandé...

RECOMMANDER UN LIVRE POUR : FAIRE RIRE, FAIRE PLEURER, CHANGER UNE VIE !

Entretiens

Les pages 109 à 129 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

Résumé

Le présent mémoire cherche à déterminer dans quelles mesures la prescription amatrice en ligne peut représenter un levier stratégique pour les professionnels du livre, en prenant pour cas d'étude le réseau social pour lecteurs Babelio, fondé en 2007.

Dans un premier temps, l'analyse des imaginaires mobilisés par Babelio permet de comprendre en quoi une plateforme telle que celle-ci peut constituer un support efficace de médiatisation de la recommandation littéraire amatrice. L'étude de la mise en scène d'une certaine figure de l'amateur permet ainsi d'établir quelles représentations sont véhiculées, et ce que cela induit en termes de ciblage sur Babelio. Cette analyse permet également de saisir comment les amateurs sont mobilisés autour d'un imaginaire communautaire afin de les inciter à contribuer - contributions qui se font par diverses pratiques (critiques, notation, étiquetage des livres, création de listes et de quiz). Les contenus ainsi produits sont ensuite utilisés par les algorithmes du site. Ceux-ci créent alors des liens entre les œuvres et entre les lecteurs, pour favoriser la découverte de nouvelles lectures, et donc l'achat. La manière dont ce réseau social s'ouvre au partage vers d'autres plateformes est également étudiée, pour établir comment la recommandation sociale est maximisée.

Un deuxième temps de réflexion permet d'analyser la façon dont toutes les contributions ainsi générées par les amateurs donnent de la valeur aux œuvres et aux usagers du site. Par l'évaluation constante des pratiques et des livres, les utilisateurs de Babelio jugent ce qui vaut la peine d'être lu, autant en termes d'œuvre qu'en termes de critiques amatrices. Une sélection s'opère ainsi, faisant apparaître des prescripteurs plus efficaces que d'autres, dont le statut se fait peu à peu celui d'expert au sein du site. Parallèlement, ces contributions font la promotion de certaines œuvres par un système de recommandation sociale. Il s'agit ensuite d'étudier les mécanismes de mobilisation d'une telle création de valeur au profit des professionnels du livre, à travers diverses réutilisations des pratiques et des contenus amateurs. Opérations marketing précisément ciblées, location de base de données et publicité sont quelques-unes des possibilités offertes aux éditeurs et bibliothécaires pour parvenir à valoriser leurs produits et services.

Enfin, la dernière partie de ce mémoire vise à recommander des moyens de mobilisation de la prescription amatrice, dans une optique d'optimisation de la communication sur le livre. Les plateformes telles que Babelio semblent aujourd'hui être un indispensable de la communication littéraire, dans la mesure où elles ouvrent la voie vers un marketing plus digital et un relationnel plus efficace grâce aux données des utilisateurs. Cette recommandation implique cependant de mettre en garde contre les formes modernes d'exploitation des utilisateurs, en proposant une relation transparente et de confiance avec les internautes. Il convient par extension de prendre conscience de l'importance des données et de leur traitement, à l'heure où les algorithmes sont de plus en plus performants dans leurs processus de recommandation personnalisée. Les amateurs peuvent être un véritable levier de recommandation sociale, notamment pour des œuvres de niche, mais l'agrégation et le traitement des données ouvrent des perspectives de marketing encore plus ciblé, qu'il convient de connaître.

Mots-clés

Prescription

Amateur

Livres

Marketing

Digital

Communauté

Social

Données

Curation

Babelio

Summary

Context and issues

Today, every sector knows a digitalization of their business and their communication, which means taking new habits and constantly adapting and learning about new technologies and media. This transformation even affects cultural industries and some examples such as music show how difficult this adaptation is. Indeed, the music industry didn't know how to react in front of the new challenges it faced. Now, streaming and subscriptions are the main ways to buy and listen to music, forgetting CDs and the material devices we knew. Book industry must also face its own changes. The appearance of digital books has been an earthquake in this paper world. Booksellers, librarians and publishers are afraid of their professions' evolution, especially because of new actors such as Amazon.

To be more precise, this study deals with one of the main changes the book industry knows, which is the movement from a professional monopoly on criticism practice to a generalized accessibility to this practice. Thus, more and more amateurs are able to tell what they think about books. Nowadays, some websites offer them to assess books in different ways, countable or not. Different questions come to mind then: how do amateurs get their legitimacy against professionals such as booksellers? What are the new relationships between amateurs and professionals? How can professionals face that evolution without losing what makes their profession value?

Knowing that context and all the concepts at stake, the developed issue in that study is the following one: how does digital technology change book advice practice, and how can it become a strategic lever for book professionals, whereas this change can sometimes be perceived as negative? In order to give a more concrete basis to this study, it is based on the analysis of Babelio's website. It defines itself as a social network for readers and books, enabling everyone to discover new reading ideas. This website is the first of this kind in France and took American ones as examples (Librarything, Goodreads). The difference with blogs is that this website is more professionalized, it is a company above all, with a business model based on selling communication spaces and data to book professionals. Three main hypothesis are developed in this work: the first one suggests that these professionalized networks for amateurs can be defined as optimized tools for non-professional book advice, offering everyone an opportunity to express themselves and to find amateur advice. Then, the second idea is that thanks to all the data it produces, amateur book advice practice can generate a value that is exchanged in a trade relationship between amateurs and professionals. The third and last hypothesis is that amateur book advice practice is essential for book professionals marketing nowadays. Indeed, with the web development, relationships between the book market stakeholders is deeply changing. Digital and

relationship marketing are ways to get closer to customers, develop a one-to-one communication to better understand readers to offer them better products and services.

Recommendations for book professionals

Readers are consumers and new producers

Generalization of amateur criticism has led to a change in the readers' state, who now have a new impact on book selling. Professionals mustn't perceive them as passive but as actors on a market, as players that can influence others' reading choices and thus, buying choices. It appears as necessary to listen to what they say, and thus setting up a regular watch of social networks. Moreover, publishers, librarians, booksellers and even authors have to accept the fact that amateur readers have a new legitimacy thanks to their huge number. So it is essential for them to define which communities are interesting for their marketing development, especially for publishers, in order to enter these social groups. Then, social recommendation will be easy to use as an efficient communication lever, based on word of mouth system. However, quantity isn't sufficient, publishers must also define what a qualitative amateur critic is for them, and then develop watch and/or partnerships to find opinion leaders. Babelio could be a good partnership for that as it classifies its users thanks to a "badges" system. Partnerships could even lead to the production of a regular report on what the tendencies and who the new opinion leaders are on that kind of website.

The necessity of preserving readers from digital labor

The Internet offers people many ways to express themselves, especially on social networks: "likes", comments, shares, etc. However, these actions give algorithms clues about what is interesting according to people, and thus what professionals can sell. Digital labor theory suppose that consumers' digital contributions have a value, as they give many information on consumers. Thus, it can be associated to some sort of work, but an unpaid work, on which companies take advantages to sell more products whereas consumers don't see this kind of exploitation. The idea to develop a more respectful relationship is to create a charter shared by all the stakeholders (readers' sites such as Babelio, publishers), to show it on their websites, and communicate on it to the public to show there is a will to protect readers. This could be a first step to a long term relationship.

Getting closer to readers thanks to digital tools

If digitalization is sometimes perceived as a threat by book professionals, it can also be an opportunity to get closer to readers. Using community management is interesting to talk with readers communities for publishing ideas. Today, many writers know how to speak to their communities, particularly on Twitter, and they could be an example for publishers. The latter should have community managers

totally dedicated to social networks management and improvement. However, before doing so, it is essential to define what the messages will be, what strategy will be applied and which contents will be shared (pictures? Teasers? Extracts? Articles?). It is even possible to go further for some books, using dedicated Facebook pages or Twitter accounts in order to talk with specific communities. This kind of media is interesting for book collections or books that already have a community (even if it is not huge) as these people will communicate too about the books, generating more conversation. Before all, a watch is necessary to detect potential communities. Then, dynamic and original communication can be set up: games, challenges, etc. in order to build a qualitative relationship. The goal of such a communication is to use social recommendation as a lever to commit readers and make them book ambassadors as well.

Amateurs' advice to improve professional communication

Amateurs communicate in different ways (criticism, clicks on "like", conversation on different topics in forums, etc.). Thus, the watch must be extended to spot what is said on books, on publishers' communication through readers' point of view. This watch is important for example to observe how readers classify their books: there are thematic that may be interesting to communicate to different publics or to help booksellers to sell books in a different way for instance. It is also interesting to get a feedback on the book cover or the summary on the book back which are very important marketing tools. Thus, publishing house communication teams can set up ideas boxes to get new ways to communicate or creating a "dos and don'ts" file shared in the whole communication team, whatever could help them improve constantly their communication. For booksellers and librarians, amateurs' advice could be a good source of information in order to buy books on specific subjects. As many amateurs give their opinion on books, websites such as Babelio are a good media to be informed on various subjects and know what the best books to acquire are.

Amateurs' mobilization to communicate on books

Bestsellers don't need amateurs' help to be sold as huge communication means are developed for them (media, advertising, etc.). However, some books don't benefit from that kind of communication and aren't even sold in bookshops (such as fantasy or science-fiction books), whereas readers communities exist on the Internet for these books. Thus specific sort publishers should define what their opinion leaders profile is and where their communities are in order to optimize their communication and count on social recommendation to develop word of mouth. Partnership with websites such as Babelio are interesting in that case to get information on amateurs as these sites have many information on their users. It can enable professionals to talk directly to them thanks to marketing operations (targeted emailing for instance). Bloggers and booktubers (people who criticize

books in videos broadcasted on Youtube) are also important as they have communities around them. When the good profiles are defined and found, it is then possible to set up marketing operations such as “a book against a criticism” in order to engage the social recommendation process, in parallel with other communication tools (exhibitions, communication on social networks, etc.).

Amateurs’ criticisms in various media to maximise their effects

Amateurs’ criticisms correspond to amateurs talking to amateurs, so it is interesting to use that kind of content in other contexts than readers’ websites. For instance, on the Internet, publishers can integrate criticisms in pictures for social networks (Facebook, Pinterest, Twitter), or on their own website in the book dedicated page, or even in display advertising. In a more classic communication, criticisms can be used on bookmarks, on a banner on the book cover for an event, on posters, etc. That supposes that the communication campaign was launched before to opinion leaders to find some interesting criticisms. If not, these contributions can be used in specific events such as book exhibitions during which publishers can communicate punctually thanks to amateurs’ contributions.

Amateurs’ criticism to communicate toward professionals

If amateurs’ criticisms are interesting to talk to amateurs, they may be interesting for professionals too. For instance, publishers listening to amateurs can find new successful self-published writers who can be interested in being published by a professional. Moreover, it is possible to imagine the use of amateurs’ criticism by publishers to highlight their books to other professionals advisers. To do so, the best criticisms can be used in press releases or in brochures for librarians and booksellers. Figures can be used as arguments too: how many people liked this book, how many decided to read it, how many bloggers speak about this book, etc.

Digital technologies for a more innovative communication

Book professionals keep setting up reading contests, judging panels etc. It could be interesting for them to set up these communication operations online so that the relationship isn’t finished after the operation, and lasts longer. Moreover, it can be a good way to reach younger publics, who could find a way to reading thanks to social networks. Videos are also very important in the sense that this media is more dynamic, more attractive and more sharable. Publishers could use amateurs’ productions (booktubers’ videos for instance), with their permission, in order to add values to their books and attract public attention more easily.

One big change: data for recommendation

Amateurs produce many data and one interesting thing is that these data can be used by algorithms to create very personalized recommendation. The more people contribute on readers' websites, social networks, etc., the more algorithms get information, the more they offer precise recommendations. This is a new way for publishers to communicate. It enables them to engage partnerships for instance, with websites such as Babelio, to introduce their books in algorithm preferences and thus orientate the recommendation. They can also be more precise on their targeting and optimize their communication.