

Babelio.com, 10 ans de prescriptions passionnées et indépendantes

Avec ses 3 millions de visiteurs uniques mensuels le premier réseau social littéraire constitue un puissant appel d'air pour les éditeurs. Guillaume Tesseire, son co-fondateur, évoque le rôle clé du bouche-à-oreille numérique.

Cette année Babelio fête ses 10 ans, d'où vient son succès et sa pérennité ?

En 10 ans, Babelio a bien changé, et l'univers du livre a bien changé lui aussi. Nous sommes nés la même année que le Kindle d'Amazon, mais la percée du livre numérique en France n'a pas été celle qu'on promettait à l'époque, même si les usages évoluent. **Ce qui a le plus changé à mon sens, c'est la perception du lecteur par les éditeurs.** Le lecteur était historiquement un animal un peu lointain, l'affaire du libraire, mais depuis 10 ans, les maisons d'édition ont pris conscience de l'importance du bouche à oreille et de la prescription entre lecteurs, démultipliée par des plateformes comme Babelio.

Combien de lecteurs-critiques-internautes avez-vous et quels sont les profils les plus présents ?

Deux types de populations se retrouvent sur Babelio.

- Il y a les lecteurs membres de la communauté, qui cataloguent leurs lectures et partagent leurs critiques, citations et coups de cœur littéraires. Ils sont aujourd'hui

Guillaume Tesseire,
co-fondateur de babelio.com



470 000, et 10 000 nouveaux inscrits les rejoignent chaque mois. Il s'agit d'une population de très grands lecteurs, qui lisent au minimum un livre par mois, et beaucoup plus pour les grands bibliophages. Et il s'agit d'une population aux trois quarts féminine. Cette population de grands lecteurs est éclectique : Babelio compte autant de lecteurs du Goncourt que de romance, de polar, de BD, de littérature jeunesse etc.

- Et il y a une seconde population, plus large, qui n'est pas inscrite sur le site mais le visite à la recherche de ses prochaines lectures, un peu comme on va sur Allociné chercher des informations sur un film. Babelio est ainsi consulté chaque mois par 3 millions de visiteurs uniques.

Avez-vous pu mesurer l'impact des commentaires sur les ventes ? A partir de combien de critiques sur un même livre cela peut jouer ?

Le bouche-à-oreille en ligne est un facteur de succès pour un livre, mais il n'y a pas de formule mathématique qui garantisse une explosion des ventes au-delà de tel ou tel seuil de commentaires, et c'est finalement plutôt rassurant ! **Le livre reste un objet culturel unique, et le succès repose sur une alchimie particulière,** qui mêle le bouche-à-oreille, mais aussi la prescription traditionnelle des médias, le travail des libraires et la communication des éditeurs. La contribution des uns et des autres est assez délicate à quantifier.

Néanmoins, nous observons aujourd'hui sur Babelio des phénomènes de caisse de résonance sur certains titres, qui permettent de voir qu'il se passe quelque chose de particulier autour d'un livre avant même que cela ne se traduise dans les ventes, comme par exemple *Petit Pays* de Gaël Faye ou *En attendant Bojangles* d'Olivier Bourdeaut.

Babelio propose aussi des interactions avec ses internautes, de quelle nature sont-elles ? Quels liens entretenez-vous avec eux ?

Les interactions avec notre communauté sont multiples. Via les opérations Masse Critique que nous organisons en partenariat avec les éditeurs, nous proposons aux lecteurs tout au long de l'année de recevoir des livres à chroniquer sur le site. L'exercice est libre : le seul engagement que nous leur demandons, c'est de donner leur avis, positif ou négatif, dans le mois qui suit la réception du livre. Et nous organisons de plus en plus de choses dans la « vraie » vie, pour aller au-delà des interactions virtuelles : rencontres avec des auteurs, grand pique-nique annuel, animations sur les salons. Nous avons aussi

à cœur de rencontrer les lecteurs qui animent chaque jour Babelio par leurs contributions.

Quels sont vos projets ?

La liste est longue, et on aimerait souvent pouvoir aller plus vite !

Nous essayons d'ajouter régulièrement de nouvelles fonctionnalités au site pour répondre aux demandes des lecteurs et aux évolutions du web. Nous travaillons aussi avec de plus en plus d'éditeurs, pour élargir au maximum le spectre des titres couverts par Babelio. Nous avons vocation à couvrir l'ensemble de la production littéraire, et pour nous, la première critique d'un recueil de poésie médiévale est un enjeu plus important que la 1000^{ème} critique de Harry Potter.

Et nous avons le projet de nous étendre au-delà de la communauté des lecteurs francophones, avec le lancement prochain d'une version espagnole du site. // Pdf

Un réseau social littéraire très actif

Tout pour le lecteur tout âge confondu. Si vous souhaitez savoir la différence entre un réseau social littéraire et un blog, Babelio en constitue la quintessence. Le site repose véritablement sur l'engagement collaboratif d'une communauté de lecteurs qui partagent, échangent, critiquent et contribuent au dynamisme de ses recommandations. Tout amateur peut y lire des extraits de livres, des critiques de la communauté qui côtoient aussi des chroniques littéraires professionnelles.

Chaque membre peut enregistrer sa bibliothèque personnelle qui peut être partagées et commentées par les autres utilisateurs. Mais aussi donner une note, rédiger une critique, extraire des citations, créer des listes thématiques, participer à des jeux et créer des quiz. Les plus actifs reçoivent des livres avant leur sortie officielle pour qu'ils puissent en parler et conseiller les acheteurs potentiels.

Une bibliothèque virtuelle repose sur un système de notation permettant de découvrir et d'échanger avec d'autres membres aux préférences littéraires similaires, complété d'un système d'étiquetage thématique pour faciliter la navigation au sein du catalogue de livres grâce à l'utilisation de mots-clés. D'autres RSL existent : *Livraddict*, *Libfly*, *Mybook*, *Decitre*, *Lecteurs.com*, ou encore *Booknode*.

