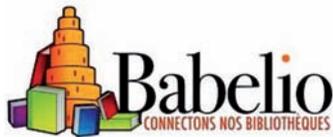


Actualité

Vie des bibliothèques – Vie de l'édition – Échos – Hommages – Revue des revues – Formations

Vie des bibliothèques



Comment ça marche ?



↑
Guillaume Teisseire,
l'un des trois fondateurs de Babelio.

Babelio **Comment ça marche ?**

230 000 inscrits, 2,5 millions de visiteurs uniques par mois, 8 ans d'existence, 6 salariés... Babelio est un réseau social dédié à la lecture 100% français qui marche. On y poste ses critiques, on y lit des interviews, une revue de presse sur les titres que l'on suit... Puisque les bibliothécaires sont nombreux à l'utiliser et que la part des littératures jeunesse a plutôt tendance à y progresser, nous avons eu envie de comprendre comment ce « catalogage social » fonctionne. Guillaume Teisseire, un de ses trois fondateurs, a répondu à nos questions.

La Revue des livres pour enfants : D'où est venue cette idée ?

Guillaume Teisseire : Nous sommes trois fondateurs¹. Pierre Fremaux, Vassil Stefanov et moi. Début 2007, Pierre Frémaux a eu envie de créer en France un site équivalent à celui qu'il avait découvert aux États-Unis, Librarything². C'est en tant que lecteurs que cette idée nous a plu et nous avons commencé à l'utiliser. On s'est très vite rendu compte que c'était un site anglophone où les francophones étaient un peu noyés. C'est comme ça que l'idée de faire un équivalent en France a germé. Le troisième larron, Vassil, nous a rejoints et le site s'est ouvert à l'été 2007. C'était complètement amateur au début. Ça nous amusait. Ça demandait du temps mais pas



↶
Dessin de Thakone Soum.
↑
Trois membres
de l'équipe de Babelio.

beaucoup d'argent. Petit à petit la communauté a commencé à grandir et, un par un, nous sommes passés à plein temps sur le site. Début 2010, nous étions tous les trois salariés, une nouvelle version du site a été mise en ligne et c'est devenu vraiment professionnel. Aujourd'hui nous sommes toujours tous les trois aux commandes mais il y a trois collaborateurs et une stagiaire en plus.

Vous ne publiez pas vos comptes...

L'entreprise est rentable, tout le monde a un salaire, mais ce n'est pas Facebook! Ça reste assez artisanal (*quand je suis arrivée, Guillaume Teisseire venait de passer la serpillière...*). Nous ne les publions pas parce que nous n'avons pas très envie que nos concurrents les voient...

Quels sont-ils, ces concurrents?

Il y en a un peu moins maintenant. Pendant longtemps il y a eu Mybook, porté par Hachette. Il a fermé et vient de se relancer en tant que site 100% Hachette. Il y a Lecteurs.com, qui est lui porté par Orange. Il y avait Decitre, mais il vient de s'arrêter. Et un autre qui travaille beaucoup avec les bibliothèques mais qui s'est lancé après nous, Libfly³. Nous gardons l'avantage d'avoir été pionniers et notre

communauté est la plus vivante. Notre côté indépendant, start-up, fait partie des facteurs qui apportent une grande énergie à Babelio. J'y passe mes soirs et mes week-ends. Je pense que, quand on est une sous-division d'un grand groupe, ce n'est pas exactement la même chose.

Qui vient sur votre site?

Deux populations différentes. Les inscrits (230 000) et les visiteurs (2,5 millions par mois, plus quand il fait mauvais!). Il faut vraiment être gros lecteur pour avoir envie de s'inscrire, alors que les visiteurs viennent avec des questions plus spécifiques: envie de savoir ce que l'on dit d'un livre, avoir des infos sur le roman graphique, lire la biographie d'un auteur... Façon communautaire pour les uns, façon média classique pour les autres, type Allociné par exemple.

Les réseaux sociaux, la mobilité d'Internet... Depuis 2007, le monde dans lequel évolue Babelio a considérablement changé. Comment gérez-vous cette évolution?

On a commencé avant l'Internet mobile, avant la tablette... Chaque mois, on voit que les connexions à partir d'appareils mobiles augmentent. Notre site n'a pas été

fait pour ça. Sur tablettes, ça va à peu près, mais il est inconsultable sur Smartphone! On travaille sur une nouvelle version qui sortira cet été et qui va améliorer ça. Ce qui a changé aussi c'est le monde des réseaux sociaux⁴. Je me suis inscrit sur Facebook en juin 2007 et on a suivi cette évolution. On a permis la connexion par FB quand la fonctionnalité « Facebook connect » est apparue. « Facebook open graph »⁵ aussi, même si deux ans après ils ont arrêté ce service et on a jeté à la poubelle deux ans de travail. Ils sont les seuls décideurs et une petite équipe telle que la nôtre n'a pas les moyens de tout faire. On ne peut pas se ruer sur toutes les innovations. On n'a pas d'Appli, on ne peut pas nous consulter sur les nouvelles montres... On doit être prudents.

Vous offrez des services et ceux que vous offrez au lecteur sont visibles par tous sur le site. Mais vous en offrez aussi aux bibliothèques.

On a un service qui s'appelle Babelthèque. C'est un service que nous a proposé un bibliothécaire de Toulouse, Pascal Krajewski. Il est venu nous voir en 2009. Il avait envie que nos critiques viennent enrichir ses notices qui étaient déjà en ligne. On a développé cet outil



Babelthèque permet d'enrichir les catalogues des bibliothèques.

qui nous permet de déporter les critiques et les contenus de Babelio sur le site de la bibliothèque pour l'enrichir. Ça s'est mis en place à Toulouse et aujourd'hui, nous travaillons avec une soixantaine de villes ou départements. Cet enrichissement de catalogue est facturé en fonction du nombre d'habitants du territoire. Ça va de 50 à 6 000 euros par an. Cette activité représente environ la moitié de notre chiffre d'affaires.

Avez-vous eu des désabonnements à ce service ?

Pas souvent, mais c'est arrivé. À chaque fois pour des raisons budgétaires.

L'autre moitié de votre chiffre d'affaires vous est donc fourni par les éditeurs ?

En effet. Classiquement, nous leur vendons de l'espace publicitaire. Cela représente 30% de notre chiffre d'affaire total. Nous leur proposons aussi ce que nous appelons des « masse critique ». À la base, un éditeur nous donne trois exemplaires d'un livre. Nous les proposons à nos lecteurs qui s'engagent à en faire la critique. Nous garantissons à l'éditeur qu'il aura des critiques dans le mois qui suit. Bonnes ou mauvaises, ça, nous n'en savons

rien ! Ça c'est la version gratuite⁶. Mais ce mécanisme peut aussi être payant. Pour 1 000 euros, nous garantissons à l'éditeur qu'il aura vingt critiques (il met à la disposition de nos lecteurs une vingtaine d'exemplaires). Et là encore, ces critiques disent ce qu'elles veulent. De toute façon, il n'y a pas de modération, tout est mis en ligne.

À partir de ce que nous connaissons de notre communauté et puisqu'elle est importante, nous réalisons aussi des études pour les éditeurs à partir de nos données : qui sont les lecteurs qui aiment bien tel ou tel auteur par exemple...

Nous en arrivons donc au cœur du dispositif : les contributions critiques des babelionauts...

Ou babeliens, ça dépend. En moyenne, nous recevons 700 nouvelles critiques par jour et nous en sommes à plus de 700 000 au total. Elles sont directement mises en lignes. Nos contributeurs sont surtout des femmes (80%) et les critiques sont majoritairement positives. Notre travail journalistique se limite aux interviews, nous n'intervenons pas sur le contenu des notices critiques (hormis les références bibliographiques). Les livres sont notés sur 5 par les lecteurs et la moyenne des notes est

de 3,5. Donc assez élevée en effet. En fait un contributeur commente un livre quand il l'aime beaucoup, ou quand vraiment il est déçu ou énervé.

Vous n'intervenez vraiment jamais ?

Le seul problème pour lequel nous intervenons c'est l'auto-critique. Quand un auteur vient poster plusieurs billets sur son propre livre. C'est particulièrement fréquent dans le cas des livres auto-édités. Dans l'ensemble, Babelio est une communauté qui se gère toute seule. Par exemple *Mein Kampf* est chroniqué et nous le surveillons pour être sûr que ça ne dérape pas mais nous n'avons jamais eu besoin de nous en mêler. Zemmour nous a fait un peu peur mais ça s'est bien passé finalement !

Effectuez-vous un service de veille pour que tous les livres importants soient chroniqués par vos lecteurs ?

Ce sont eux qui assurent cette veille. Notre veille à nous est plutôt du côté des éditeurs, pour repérer les petites maisons qui se créent, prendre contact avec elles.

Très active, la littérature des jeunes adultes a une belle place sur votre site⁷...

En fait la littérature générale est très bien couverte par les médias

classiques. Les autres domaines, eux, ont besoin d'espace et ils en trouvent chez nous. Comme tout le monde, nous avons vu arriver l'explosion au moment de *Twilight*. C'est une littérature qui rassemble des fans très actifs et nous avons eu peur que cette communauté nouvelle fasse fuir notre public naturel mais finalement, ça cohabite bien. Dans l'ensemble, nous avons assez peu de membres de moins de 18 ans, alors ce sont plutôt les 18-30 ans qui sont dans cet espace du site.

La bande dessinée et le manga sont eux aussi assez visibles⁷.

On le voit quand on est sur le site, mais ça ne se perçoit pas vraiment de l'extérieur. Nous avons pourtant plus de membres qui interviennent sur ces domaines que BD Gest, le site équivalent au nôtre mais spécialisé BD.

Et enfin les livres pour la jeunesse. Vous annoncez 160 000 critiques publiées ...

Ce n'est pas à vous que je vais dire que la littérature jeunesse n'est pas très bien traitée par les médias grand public... Dans ce domaine, nous avons surtout une population de médiateurs. Les parents évidemment – d'autant que les femmes de 18/40 ans sont surreprésentées chez nous. Et les médiateurs professionnels, bibliothécaires et enseignants. Sans que nous l'organisions, en 2012, sont apparus les « Défis Babelio », inventés par deux professeurs documentalistes de lycée (j'en ai découvert l'existence par un article de la presse régionale). Dans l'édition qui vient de se clore, il y a eu 80 établissements participants et l'année prochaine nous allons l'élargir aux plus jeunes (CM2/Sixième). Pour nous, la jeunesse est une activité qui monte, et nous travaillons d'ailleurs de plus en plus avec les éditeurs jeunesse.

Vous dites avancer avec prudence, mais quels sont vos prochains chantiers ?

Dans le courant de l'été, nous allons donc mettre en ligne notre nouveau site, qui sera plus adapté à la consultation mobile. Dans nos nouvelles activités, il y a aussi les rencontres auteur/lecteurs. Nous en avons organisé seize depuis le début de l'année et le coût en est facturé aux éditeurs. Cela ressemble à un travail d'attaché de presse.

Les critiques postées gratuitement par vos membres sont au cœur de votre système de valorisation. Cela leur pose-t-il parfois question ?

En fait, quand vous vous inscrivez, vous pouvez interdire l'exportation de vos critiques pour d'autres usages. Cette case est cochée par environ 10% de nos critiques amateurs, pas plus.

Propos recueillis par Marie Lallouet le 24 juin 2015.

1. Guillaume Teisseire (35 ans) est diplômé de Sciences Po et de l'ESSE ; Pierre Fremaux (33 ans) est diplômé de HEC et titulaire d'une maîtrise de philosophie ; Vassil Stefanov (39 ans) est titulaire d'une maîtrise de génie mathématique et informatique.

2. Site américain de catalogage social créé par Tim Spalding en 2005. Son capital appartient désormais à la librairie en ligne AbeBooks.

3. Créé en 2008 par Archimed, une société éditrice de logiciels proche des bibliothèques. Réseau de 30 000 membres, Libfly vend lui aussi de l'enrichissement de catalogue aux bibliothèques mais en contrepartie donne des chèques-livres à ses contributeurs.

4. Babelio a 31 000 fans sur Facebook et 16 000 followers sur Twitter (chiffres juin 2015).

5. Fonctionnalité qui permet aux sites d'être optimisés pour Facebook.

6. Partenariats établis avec 230 éditeurs. (source Babelio).

7. Respectivement 81 000 et 22 000 critiques (source Babelio).



Rencontre dans les locaux de Babelio avec des éditeurs de science-fiction.

