

Date : 09/12/2014

Le consommateur e-perdu par l'abondance de choix

Par : -



O. DION

Un sondage pour le Forum d'Avignon sur la consommation de biens ou services culturels confirme que l'abondance de choix sur Internet peut dérouter le public.

La course à l'abondance de références qui caractérise encore la concurrence entre les principaux sites de vente de livres numériques n'est peut-être qu'une chimère: **80%** des personnes interrogées considèrent que leur consommation d'œuvres **culturelles** est "*freinée par les trop nombreuses possibilités proposées*", selon un sondage réalisé par le cabinet d'étude Kurt Salmon auprès de 4000 consommateurs en Chine urbaine, aux Etats-Unis, en France et au Royaume-Uni, pour le **Forum d'Avignon**.

Évaluation du site

Ce site propose des articles consacrés à l'actualité littéraire ainsi qu'un agenda des manifestations et un blog sur lequel les lecteurs émettent leurs opinions.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 18

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Pour le livre, **69%** des répondants déclarent que des recommandations personnalisées seraient appréciables ou très appréciables, et 9% affirment qu'ils utilisent déjà ces suggestions, au delà de la basique liste des meilleures ventes. Mais bien que l'hyper-choix les embarrasse, ces consommateurs gâtés répondent aussi, pour 70% d'entre eux, qu'ils seraient prêts à souscrire à un abonnement permettant un accès illimité à des œuvres culturelles. Le service de vidéo Netflix est bien sûr cité en exemple.

L'enquête, qui prend des allures de buffet à volonté des désirs du consommateur à l'ère numérique, vérifie aussi que le livre numérique apparaît trop cher: c'est le frein principal à sa consommation pour **60%** des lecteurs lisant plus d'un livre par mois. En revanche l'offre de contenus complémentaires n'est pas essentielle pour 36% des personnes interrogées.

Portant aussi sur la fréquentation des musées, des cinémas et la consommation de médias audiovisuels, l'étude suggère quelques pistes aux entreprises ou institutions concernées. Le numérique est ainsi *"un formidable et nouveau moyen d'élargir et rajeunir son audience"*, de *"générer des nouveaux revenus"* qui pourraient *"compenser voire excéder"* ceux qui proviennent des *"activités historiques"*. Cela pose des *"challenges organisationnels"*, pour lesquels les acteurs ont besoin de temps et peuvent varier dans leurs choix.

Parmi les exemples cités, celui de la Bibliothèque nationale de France, qui avait d'abord constitué en 1998, sous la pression des *"projets des géants américains des nouvelles technologies, Google Books et Microsoft"*, un département numérique dissous dix ans plus tard avec une *"redistribution des activités numériques entre les différents services"*.

Entre ses sessions plénières, le **Forum d' Avignon** est devenu une organisation permanente qui élabore études et réflexions sur l'adaptation de la **culture** et des industries créatives au monde numérique.