

## Un libraire «kamikaze» défie Amazon au Japon

L'enseigne Kinokuniya a acheté 90% du premier tirage du nouvel essai de l'écrivain Haruki Murakami, publié jeudi dans l'archipel, pour couper l'herbe sous le pied des sites de vente en ligne, au premier rang desquels le géant américain.

S'ils veulent lire le dernier Haruki Murakami, les Japonais devront se rendre chez un «vrai» libraire. Alors que l'écrivain vedette publiera jeudi dans l'archipel un nouvel essai, *Romancier de profession*, la chaîne de librairies Kinokuniya a acheté les neuf dixièmes du premier tirage, soit 90.000 exemplaires sur les 100.000 imprimés. Son objectif: empêcher Amazon, Rakuten et les autres sites de vente en ligne de mettre la main sur l'ouvrage. L'enseigne nipponne, qui le commercialisera dans son réseau de 66 points de vente au Japon, revendra une partie de son stock à d'autres libraires de quartier et distributeurs.

Une action quasi désespérée qui «vise à mettre en exergue la crise du secteur» face à l'emprise croissante des géants de l'Internet sur la vente de livres. «La réalité de l'industrie, aujourd'hui, est qu'il devient de plus en plus difficile pour les libraires d'acheter des exemplaires des nouveautés littéraires très médiatiques», a expliqué un porte-parole de Kinokuniya, cité par le quotidien *The Asahi Shimbun*. «Pour rivaliser avec les revendeurs sur Internet, les libraires à travers le pays ont besoin d'unir leurs efforts pour revigorer le marché de la distribution traditionnelle de livres.» Pourquoi pas, donc, commencer par obliger les acheteurs à se rendre en librairie.

Et en choisissant le dernier livre de Murakami, Kinokuniya est sûr de frapper les esprits. L'écrivain est l'un des romanciers les plus lus au Japon et dans le monde, depuis son premier roman *Écoute le chant du vent* publié en 1979. Il a enchaîné depuis les best-sellers vendus à des millions d'exemplaires et traduits dans plus de 40 langues, dont la trilogie *1Q84* ou *L'Incolore Tsukuru Tazaki et ses années de pèlerinage*, et raflé plus d'une distinction littéraire.

### Bataille contre Amazon

Le geste «de solidarité» de Kinokuniya, qui emploie aujourd'hui 4000 personnes et a ouvert des magasins dans plusieurs pays comme les États-Unis, l'Australie, Singapour, la Thaïlande ou les Émirats Arabes Unis, est applaudi par les libraires nippons. «Ils ont fait ce qu'il y avait à faire», salue Tsuneo Matsushita, directeur adjoint d'un magasin Sanseido Bookstore à Tokyo, cité par le *Japan Times*. «Ils se sont procurés très tôt ce qu'ils sont sûrs de revendre en grande quantité. C'est très malin.» La chaîne a déjà signé un accord pour acheter le livre à Kinokuniya.

Au Japon, comme aux États-Unis et en Europe, la bataille entre le monde de l'édition

et Amazon s'intensifie un peu plus à chaque fois que le rouleau compresseur américain bouscule les lignes du marché du livre. Le récent lancement de l'offre Kindle Unlimited, qui permet d'accéder à des milliers de livres dans le cadre d'un abonnement, fait ainsi craindre pour l'évolution des prix des livres. Comme en France, il existe un prix unique du livre au Japon depuis 1953. L'issue du conflit n'est pas anodin pour le pays du Soleil-Levant: le marché de l'édition (livres et magazines inclus) pesait près de 12 milliards d'euros en 2014. Un chiffre d'affaires qui a fondu de 40% par rapport au pic enregistré en 1996. D'après l'Association des éditeurs de livres japonais, l'archipel comptait l'an dernier un peu plus de 14.200 libraires, contre environ 22.300 à la fin des années 1990.