



Les éditions Kargo redéfinissent leur présence en ligne grâce à Google Recherche de Livres

“Tous les éditeurs souhaitent donner une plus grande visibilité à leurs œuvres et Google Recherche de Livres répond à ce besoin”

Alexandre Laumonier
directeur de Kargo



Fondé en 2000, Kargo édite des œuvres uniques et de grande qualité traitant de sciences sociales, d'art et de littérature – en 2007, Kargo devient une collection des Éditions Amsterdam, basées à Paris. Ces textes, en premier lieu destinés à des lecteurs francophones, sont disponibles par le biais des réseaux habituels, en librairie et sur catalogue. Toutefois, la présence de Kargo sur Internet est très réduite comparée à celle des grands éditeurs.

Défi

Avec une collection limitée à une vingtaine de titres seulement, Kargo doit relever un défi que de nombreux petits éditeurs connaissent : augmenter sa présence en ligne et sa visibilité sur le marché avec un budget restreint, qui ne lui permettrait pas d'adopter les stratégies commerciales propres aux grandes maisons d'édition.

«Les petits éditeurs ne disposent pas des fonds permettant de lancer des campagnes publicitaires,» déclare Alexandre Laumonier, directeur de Kargo. «Aussi, nous n'avons pas de programme marketing, que cela soit dans les médias traditionnels ou en ligne.»

“Google Recherche de Livres permet à un public plus large de découvrir nos publications”

À PROPOS DU PROGRAMME PARTENAIRES GOOGLE LIVRES

Le Programme Partenaires Google Livres permet aux éditeurs d'assurer la promotion de leur catalogue sur Google. Google numérise l'intégralité du texte des titres proposés par les éditeurs participants afin de permettre aux internautes d'accéder aux ouvrages portant sur l'objet de leur recherche. Lorsque les internautes cliquent sur un titre dans les résultats de la recherche, ils accèdent à une page Web hébergée par Google présentant une image numérisée de la page du livre qui les intéresse. Grâce aux multiples liens « Acheter ce livre » figurant sur chaque page, les utilisateurs ont la possibilité d'acquérir l'ouvrage auprès d'un distributeur en ligne. Ces pages peuvent également comporter des annonces Google AdWords ciblées en rapport avec le sujet abordé. Les éditeurs reçoivent une part des revenus engendrés par l'affichage de ces annonces sur les pages concernant leurs ouvrages.

Pour plus d'informations, consultez la page <http://books.google.fr>

Méthode

Google Recherche de Livres étant un programme gratuit et accessible à des éditeurs de toutes tailles, il s'est imposé à Kargo comme un allié naturel. L'éditeur a rejoint le Programme Partenaires Google Livres en novembre 2005.

«Tous les éditeurs souhaitent donner une plus grande visibilité à leurs œuvres et Google Recherche de Livres répond à ce besoin,» indique Alexandre Laumonier. «Google Recherche de Livres permet à un public plus large de découvrir nos publications,» ajoute-t-il, signalant également que le programme propose des liens vers le site de l'éditeur, ce qui attire des visiteurs supplémentaires. «Etant entendu que la visibilité en ligne ne se substitue pas à la vente en librairie : l'internet est une source d'information et non pas uniquement une plateforme de diffusion.»

Selon M. Laumonier, «Google Recherche de Livres apporte une visibilité plus large et constitue un outil tout à fait unique permettant d'indexer des ouvrages numérisés.»

Grâce à Google Recherche de Livres et à sa fonction de recherche sur le texte intégral, un texte de Kargo tel que *Essai de la physiognomonie*, qui enregistre des clics sur «Acheter ce livre» dans 13 % des cas, devient accessible non seulement par son titre, mais aussi par le biais d'une large gamme de termes figurant dans l'œuvre : «la littérature en estampes», «pathognomie», «déterminisme moral» et «phrénologie», par exemple.

Le livre de Kargo ayant eu le plus de succès en librairie (depuis sa sortie en 2000), *The New Beats. Culture, musique et attitudes du hip-hop*, est également le livre le plus consulté sur Google Recherche de Livres. Il faut donc constater que la visibilité et la consultation d'un livre sur Google Recherche de Livres va, pour ce titre, de pair

“La visibilité en ligne ne se substitue pas à la vente en librairie : l’internet est une source d’information et non pas uniquement une plateforme de diffusion”

Alexandre Laumonier
directeur de Kargo

avec son succès commercial en librairie. Outre des liens vers les sites des éditeurs et des distributeurs en ligne, Google Recherche de Livres fournit aux internautes le lien «Trouvez les librairies près de chez vous», qui leur permet de connaître les librairies proches dans lesquelles ils peuvent acheter ces livres.

Ce programme a également permis à Kargo de réviser le statut de certains titres. La publication de *Raising Cain. Représentations du blackface de Jim Crow à Michael Jackson*, par exemple, n’avait eu que peu de succès en 2004 lors de sa sortie en librairie, malgré de très bonnes critiques. En revanche, le nombre de consultation du livre sur Google Recherche de Livres (très important comparé aux ventes de l’ouvrage) laisse à penser qu’il existe un vrai public pour cet ouvrage. L’éditeur envisage ainsi d’en faire une nouvelle édition en 2008.

«Google Recherche de Livres apporte une meilleure visibilité à Kargo», selon M. Laumonier. «Contrairement aux libraires, qui ne peuvent avoir en stock – pour différentes raisons – tous les livres de notre catalogue, Google Recherche de Livres propose un accès instantané à la totalité de notre catalogue. L’internaute peut ainsi à tout moment consulter nos ouvrages, quitte ensuite à les acheter, soit en ligne, soit en librairie.»

