

LE LIVRE ET SON DOUBLE

Réflexions sur le livre numérique

Françoise Benhamou

Gallimard | « [Le Débat](#) »

2012/3 n° 170 | pages 90 à 102

ISSN 0246-2346

ISBN 9782070138128

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-le-debat-2012-3-page-90.htm>

Pour citer cet article :

Françoise Benhamou, « Le livre et son double. Réflexions sur le livre numérique »,
Le Débat 2012/3 (n° 170), p. 90-102.

DOI 10.3917/deba.170.0090

Distribution électronique Cairn.info pour Gallimard.

© Gallimard. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Françoise Benhamou

Le livre et son double

Réflexions sur le livre numérique

Il est de bon ton d'avancer qu'un médium ne saurait se substituer à celui qui l'a précédé. La télévision s'arrange du DVD comme elle le fit de la K7 (laquelle a toutefois disparu...), et le livre a survécu à bien des concurrences. Doutant des promesses du numérique, les amoureux du livre papier lui inventent une odeur dont il est dépourvu, et invoquent des propriétés dont le lecteur ne saurait se passer. Pourtant, certaines technologies finissent par en supplanter d'autres, et les usages peuvent se cannibaliser. De ce point de vue, nous vivons une époque marquée par l'incertitude sur l'avenir des livres, les pratiques d'écriture, la chaîne de valeur qui va de l'auteur au lecteur, les modalités de la prescription et les usages.

L'apparition du livre numérique et le développement de son marché s'inscrivent dans un ample mouvement qui combine une révolution industrielle et une révolution cognitive. La première renvoie à la technologie et au bouleversement radical des processus de production

qu'elle induit ; la seconde relève des pratiques, des usages, des modes de création et d'appropriation des textes et des œuvres. Roger Chartier y voit la mise en question de la relation ternaire établie entre les objets, les catégories de textes et leurs usages¹. Lancée en 1998, trop tôt en regard des usages des matériels électroniques, la tablette Cybook est rapidement retirée du marché². Les années 2000 sont marquées par l'entrée en force du numérique dans les pratiques quotidiennes de lecture, d'achat, d'échanges d'information, par la montée des réseaux sociaux, tandis que la progression des achats d'*e-books* ne se produit qu'à l'aube des années 2010. Les *e-books*, qui représentaient à peine 0,6 % du marché en 2008 aux États-Unis, en représen-

1. Cf. notamment Roger Chartier, « La mort du livre ? », *Communication & langages*, n° 159, 2009, pp. 57-65.

2. « Le dialogue entre l'évolution technologique et l'évolution des usages n'a pas eu le temps d'émerger » (Dominique Nauroy, *L'Échec du livre électronique de Cytale au prisme des processus de traduction*, Villeurbanne, Presses de l'ENSIB, 2007, p. 269).

tent 9,4 % en 2011³. À l'été 2011, Barnes & Noble vend trois fois plus de livres numériques que de livres physiques et Amazon, 242 *e-books* pour 100 livres papier⁴.

On aurait pu s'attendre à une migration des livres dits de consultation vers le numérique et à une « résistance » du roman ; mais c'est dans le domaine de la fiction que la part du numérique est la plus forte aux États-Unis⁵. Cette évolution s'accompagne d'un recul du marché du livre de poche, qui semble procéder de la substitution du numérique au papier au sein d'un marché global stagnant. Le revenu du *paperback*, qui atteint 1,28 milliard de dollars en 2010, diminue de 13,8 % depuis 2008 (et de 16,8 % en unités vendues)⁶.

En Europe, et singulièrement en France, le marché demeure très faible, souffrant de deux handicaps : des prix élevés et un catalogue insuffisant. Or, seule une masse critique de titres à un prix proche du « consentement à payer », associée à des matériels aisément manipulables et à un acte d'achat simple et sécurisé, est à même de lancer le marché.

Un objet mal identifié

Le livre numérique ne saurait se résumer au texte numérisé. Celui-ci en est la forme la plus simple et la plus immédiate parce qu'elle se développe au plus près du livre papier ; de même que les premières bibles imprimées ressemblent encore au *codex* par la place des illustrations ou les caractères employés, le livre numérique revêt nombre d'aspects d'un livre papier. Mais on voit aussi dans le livre numérique une sorte de retour vers le *volumen* (rouleau) que l'on déroulerait sur son ordinateur, à la différence près qu'il est possible, sous certains de ses formats, d'en modifier l'archi-

tecture et d'en bousculer l'ordonnement initial.

Le livre numérique ne saurait être pensé comme un simple produit dérivé du livre papier. Il peut être « augmenté » ou enrichi par des liens, des séquences interactives, des images fixes ou animées, du son, et se transformer en un objet hybride (on évoque même l'idée d'un « service ») dont le nomadisme devient celui de sa forme même. Le livre cesse d'être un objet clos disposant d'un début et d'un point final. Consultable sur un support dédié (la liseuse, qui dispose d'une technologie d'encre électronique permettant une lecture très confortable mais uniquement pour du noir et blanc⁷) ou banalisé (ordinateur, smartphone, tablette, tel l'iPad⁸, console), le « contenu » s'émancipe du support unique auquel il était attaché ; la lecture rompt avec la linéarité imposée par le papier, la recherche dans le « livre » perturbant l'ordonnement des pages. La mise en page devient malléable et, en grossissant la police de caractères, le lecteur s'autorise une intervention *a minima* qui n'est que le premier pas d'une relation nouvelle avec l'œuvre.

La lecture numérique requiert un apprentissage. Dans un souci de créer une continuité des

3. La part du numérique dans le marché global du livre s'élève à 3,9 % en Espagne, 3,7 % au Canada et au Royaume-Uni, 2,1 % en France, 1,1 % en Allemagne et 0,9 % en Italie en 2011 (source : IDATE, *E-Book*, septembre 2011).

4. Source : *The Guardian*, 22 août 2011.

5. Selon une étude Ipsos menée en France, les personnes interrogées (4 000 en face à face sur un échantillon représentatif des 15 ans et plus et 4 000 *on line* sur un échantillon représentatif des publics) aimeraient particulièrement lire en format numérique des romans policiers ou d'espionnage, de science-fiction, ainsi que des livres pratiques, arts de vivre et loisirs (source : Bruno Schmutz, Ipsos, *Les Publics du livre numérique*, 29 mars 2010).

6. Source : Association of American Publishers (AAP).

7. Parmi les liseuses les plus vendues, on peut mentionner le Kindle d'Amazon et la liseuse Nook de Barnes & Noble.

8. Les avantages de la tablette sont le multi-usage et la couleur. La lecture est plus fatigante que sur une liseuse.

usages, Amazon va jusqu'à proposer au lecteur sur Kindle la possibilité de corner virtuellement une page en créant un petit triangle en haut à droite de la page électronique. La lecture interrompue sur un Kindle peut être poursuivie sur un téléphone, le livre s'ouvrant à la page à laquelle on l'avait laissé.

Chroniques d'un désastre annoncé

Tel le *pharmakon*, promesse et poison à la fois⁹, le livre numérique suscite enthousiasme et méfiance. Il est vrai que l'expérience de la migration d'autres industries culturelles vers le numérique a affaibli la santé des entreprises en place et la rémunération des auteurs/créateurs. En six ans, l'industrie du disque a perdu la moitié de son chiffre d'affaires. Même si toute la chute n'est pas imputable au numérique et aux pratiques illégales de téléchargement qu'il permet, la difficulté de l'industrie à s'adapter au changement technologique, miroir inversé de l'aisance des internautes à se l'approprier, ne manque pas d'inquiéter le monde éditorial. Comme tétanisé par les enjeux et les risques encourus, celui-ci hésite à se lancer dans la mise à disposition d'une offre dont il est indéniable qu'elle peut mordre sur les ventes du livre papier, avec des prix nécessairement plus faibles et des coûts encore mal évalués. Il est vrai surtout que les modèles économiques peinent à se dessiner, montrant une pluralité de « solutions » qui n'en sont pas tout à fait.

L'inquiétude vient aussi d'une industrie de l'écrit, la presse. En difficulté de longue date, celle-ci affronte le numérique en ordre dispersé, montrant par ses tâtonnements successifs à quel point le « modèle » économique associant presse papier et presse numérique n'est pas encore trouvé : coexistent des modèles de gratuité, des

modèles payants et des modèles hybrides ; certains demeurent dans des structures de financement traditionnelles associant achats, abonnement et publicité – sachant que l'espace publicitaire numérique se négocie au dixième environ du prix de l'espace sur le journal papier –, tandis que d'autres cherchent une variété de ressources, notamment du côté des dons et des contributions volontaires. D'autres encore tentent de diversifier leurs activités, de coopérer avec divers titres de presse dans le cadre d'offres de bouquets, ou de proposer des ensembles d'extraits spécialisés, déconstruisant le journal tel que nous le connaissons. La presse crée des journaux entièrement écrits par des bloggeurs et teste des sites participatifs. En peu de temps le *New York Times* passe du payant au gratuit, annonçant que les pertes de revenus induites par la gratuité seraient plus que compensées par la hausse des revenus publicitaires. Mais la marque la plus célèbre de l'industrie de la presse doit faire machine arrière et annoncer en 2011 son retour à une formule payante. Pour l'éditeur de livres, l'exemple de la presse montre la difficulté à valoriser les œuvres produites, la réticence à acheter étant d'autant plus grande que le produit numérisé prive de la possession de l'objet sans nécessairement apporter une plus-value en compensation. La lecture de la presse crée pourtant une familiarité avec le numérique, elle nourrit des pratiques de sélection et de ré-éditorialisation qui préfigurent certains usages appelés à se développer pour le livre.

L'édition de livres est fort heureusement solide ; structurée en un oligopole à frange

9. Jacques Derrida relève le concept de *pharmakon*, à la fois remède et poison, dans « La pharmacie de Platon » (*La Dissémination*, Éd. du Seuil, 1972). Bernard Stiegler désigne par ce terme le caractère ambivalent des technologies numériques.

concurrentielle¹⁰ qui combine la taille critique indispensable des groupes et une capacité d'innovation propre aux petites structures, elle peut affronter les caractéristiques propres à une industrie de prototypes. Le rythme de sortie des nouveautés ne cesse de s'intensifier : 20 252 en 1990, 40 021 en 2010, soit un doublement qui s'accompagne dans le même temps d'une chute de 20 % du tirage moyen (10 053 exemplaires en 1990, 7 968 en 2010). L'importance des nouveautés implique une prise de risque qui pourrait sembler irrationnelle. Elle procède de la recherche des succès qui permettent de compenser les risques pris sur les autres titres. Face au foisonnement de l'offre, la prescription joue un rôle clé, qu'elle transite par le critique, les différents médias ou le bouche à oreille.

Vers la fin de l'éditeur traditionnel ?

Le livre numérique bouleverse cette économie. Les coûts de création et d'édition demeurent, même si les métiers doivent évoluer. Le soutien à l'auteur, la création de marques, la fonction de certification ou de labellisation qui lui est associée, la fabrication de produits éventuellement composites, la diffusion et la promotion restent nécessaires. La fonction éditoriale sera-t-elle portée par les mêmes acteurs ? Rien ne le démontre, et les révolutions industrielles suscitent la disparition d'acteurs installés de longue date et l'apparition de nouveaux acteurs, parfois venus d'autres secteurs (en l'occurrence des télécoms et de l'informatique).

L'hypothèse de l'éclatement de certaines fonctions jusque-là exercées par l'éditeur n'est pas exclue. Un processus de désintermédiation peut s'enclencher, porté par la liberté nouvelle de l'auteur qui s'émancipe de sa relation avec l'éditeur, Internet facilitant la publication. Cer-

tains se prêtent au rêve de l'auto-édition ; le plus souvent de peu d'intérêt, elle peut donner lieu à l'émergence de talents, et remporte quelque succès à travers divers sites tels Smashwords¹¹, Lulu, Press-books, YouScribe, JePublie ou BiblioCrunch. Elle revêt parfois des fonctions nouvelles ; le texte déposé est « élu » par les internautes qui participent à sa production selon un modèle de financement collaboratif déjà testé dans le secteur musical. En certains cas, il y a un vrai travail éditorial. My Major Company s'est associé dans ce cadre à l'éditeur de best-sellers XO. Cette pratique du *crowdfunding* se répand (Éditeursauteursassociés, Les Nouveaux Auteurs, CrowdBook, Manolosanctis).

À côté de ces initiatives encore marginales, le numérique nécessite des investissements de la part des éditeurs : conversion des fichiers, programmation, stockage numérique, techniques de protection, etc. Des compétences nouvelles doivent être mobilisées : développeur, architecte de systèmes d'informations, administrateur de systèmes d'informations, documentaliste en charge du référencement, intégrateur web, etc. Si chaque format requiert des dépenses, une fois celles-ci consenties, le coût de la reproduction devient nul. Toute la chaîne de valeur en est affectée.

Le livre numérique permet d'économiser les coûts d'impression, de transport et de stockage physique¹². Pour les éditeurs qui sont aussi distri-

10. On entend par là une structure industrielle composée de quelques entreprises dominantes constituant le noyau de l'oligopole, autour desquelles se trouvent un ensemble de groupes de taille moyenne et toute une myriade de petites et très petites entreprises.

11. Lancé en 2008, Smashwords « publie » et distribue des *e-books*. Si un auteur veut vendre son livre, il choisit librement le prix (qui peut être égal à zéro). Le site a déjà publié plus de 95 000 *e-books*.

12. La baisse des coûts induite par le numérique est de 72 % pour la fabrication, 87 % pour la distribution et 56 % pour la commercialisation (Hervé Gaymard, *Pour le livre. Rapport sur l'économie du livre et son avenir*, Gallimard, 2009).

buteurs, la distribution de livres papier est une source importante de revenus ; la réduction des volumes distribués signifiera un manque à gagner dont l'ampleur et le rythme sont encore inconnus.

La structure du marché du numérique ne sera sans doute pas la même que celle du livre papier. Certains segments de marché se prêtent particulièrement bien au numérique : au Japon, les mangas représentent 22 % du marché du livre papier mais 65 % du marché du numérique. La migration dépend surtout du degré de « technophilie » des lecteurs/acheteurs. Il est grand dans le champ scientifique qui a massivement migré vers l'électronique : les revues académiques exercent une double fonction de certification et de dissémination pour un large cercle d'acheteurs captifs (chercheurs, universités, bibliothèques), les auteurs étant aussi réviseurs et prescripteurs. En miroir de ce marché lucratif, des pans importants de l'édition scientifique de livres sont désormais numériques (en droit, sciences, informatique, etc.).

Le poids des « géants »

Face à ce nouveau monde, plusieurs stratégies sont en concurrence : stratégies oligopolistiques sur des segments spécialisés, stratégies d'intégration verticale, stratégies de simple diversification à partir des métiers antérieurs et stratégies de *pure players*.

Les éditeurs traditionnels de taille moyenne ou grande travaillent à la conversion de leurs fonds, affaire assez simple pour les livres récents et plus complexe lorsque les ouvrages sont anciens. Bien que nombre de nouveautés soient disponibles en format numérique, l'offre reste encore peu développée à l'heure où nous écrivons. Soucieux de créer des plates-formes qui, à leur manière, répondent aux plates-formes de distribution traditionnelles, ces éditeurs se sont regroupés

(Eden distribue Le Seuil, Gallimard, Flammarion et Actes Sud), ont créé des entités propres (Hachette a racheté Numilog, Editis a créé E-Plateforme) ou ont rejoint des structures comme Immatériel, fondée en 2008 et disposant d'un partenariat avec le diffuseur et distributeur Dilisco, filiale du groupe Albin Michel. Comme dans le monde physique, les maisons les plus petites sont appelées à créer une structure commune ou à rejoindre les structures existantes.

Parce que le numérique implique de disposer de la trésorerie indispensable à des investissements pour partie à l'aveugle, on peut s'attendre à un double mouvement de concentration et de polarisation chez les éditeurs : regroupements et rachats d'un côté, création de petites maisons *pure players* occupant des marchés de niche de l'autre côté. De vraies aventures se dessinent. Parmi les plus intéressantes, Publie.net propose plus de cinq cents livres numériques en ligne en différents formats adaptés à la variété des matériels (PDF pour les ordinateurs, ePub pour les liseuses et tablettes, PRC pour Kindle), dont certains sont multimédias. Il est possible de payer à l'unité ou de s'abonner. Les auteurs sont repérés notamment sur des blogs.

Le phénomène qui trouble la donne est la place occupée par trois grands acteurs américains, Apple, Amazon et Google, qui bénéficient de positions de force en aval de la chaîne de valeur. Aucun ne vient tout à fait du monde de la culture, et le livre apparaît comme un élément d'une stratégie de diversification. Amazon et Apple déploient un modèle de « verrouillage¹³ »,

13. Il y a verrouillage technologique quand le consommateur est dépendant d'une technologie et des matériels qui lui sont associés, le changement devenant trop coûteux, même si une nouvelle technologie plus performante apparaît sur le marché. Cf. W. Brian Arthur, *Increasing Returns and Path Dependence in the Economy*, Ann Arbor, University of Michigan Press, 1994.

consistant à vendre des matériels et à lier la possession du *device* à l'achat d'œuvres sur un magasin dédié. Le verrouillage technologique et commercial permet de s'approprier une rente grâce à la double fonction de fournisseur de matériel et de titres.

Amazon se positionne sur toute la chaîne de valeur. La firme a déployé au départ une stratégie très agressive de vente des nouveautés à prix cassés, en vue d'occuper une place dominante sur un marché naissant¹⁴. Elle propose de nouveaux services : abonnement ouvrant droit à un nombre limité de locations en ligne, une part des revenus étant reversée aux éditeurs, service d'autopublication avec le Kindle Direct Publishing (KDP). Elle investit dans l'édition de livres papier et numériques, attirant des auteurs d'autant plus précieux aux éditeurs qui les avaient lancés qu'ils sont à présent connus. La force de frappe d'Amazon doit être mesurée à l'aune de son chiffre d'affaires (48,08 milliards de dollars en 2011, soit 36,54 milliards d'euros), en progression de 41 % par rapport à 2010. La firme bénéficie de surcroît d'un système fiscal avantageux aux États-Unis destiné aux acteurs du Net, encore en application à l'heure où nous écrivons.

Apple s'inscrit de même dans une stratégie de verrouillage, en proposant des matériels dotés d'une multitude d'applications et de contenus payants. Les conditions offertes aux éditeurs relèvent du même partage que celui que le groupe applique aux développeurs d'applications : 30 % des revenus reviennent à Apple et 70 % à la chaîne du livre. En 2012, le lancement des nouvelles applications iBooks Author (création d'ouvrages électroniques) et iBooks 2 (application de lecture) ainsi que le partenariat avec des éditeurs scolaires qui proposent des manuels pour 14,99 dollars élargissent la palette des services

offerts. Le chiffre d'affaires s'élève à 108,25 milliards de dollars en 2011.

Face à eux, Google a opté pour un modèle ouvert. En 2004, il lance un projet de numérisation d'une quinzaine de millions de livres afin de mettre en place une vaste bibliothèque numérique. Ces livres proviennent des fonds de grandes bibliothèques universitaires américaines, de la Bodleian Library d'Oxford et de quelques autres bibliothèques européennes. Certains de ces ouvrages étant encore sous droits, Google doit, au terme d'une série de procès, reculer et n'en proposer que des extraits tout en renvoyant vers des sites d'achat en ligne. À l'heure où nous écrivons, des accords sont passés avec les éditeurs pour les livres épuisés.

Le modèle économique de Google est simple. La gratuité de l'accès permet de créer du trafic et d'affiner la connaissance des profils des utilisateurs, dans une logique de marché à double face : Google propose des contenus d'un côté et vend de l'espace publicitaire de l'autre côté, le prix de cet espace étant d'autant plus élevé que le nombre des internautes dont les requêtes transitent par ce moteur de recherche est élevé. L'entreprise déploie une logique de diversification d'activités dont le livre n'est qu'une des modalités, mais joue aussi de l'intégration verticale à travers un positionnement sur toute la chaîne de valeur du Web. En 2011, Google ouvre sa librairie en ligne au Canada, proposant des centaines de milliers de livres électroniques à acheter et deux millions d'autres à télécharger gratuitement. Le chiffre d'affaires est de 37,88 milliards de dollars en 2011.

14. Selon l'Institut britannique Enders Analysis, la liseuse d'Amazon a permis à la firme de capter 60 % à 70 % du marché du livre électronique aux États-Unis et jusqu'à 90 % en Grande-Bretagne (source : *Enjeux Les Échos*, novembre 2011).

*Menaces pour la librairie
traditionnelle*

Les possibilités de désintermédiation relevées plus haut concernent aussi la relation entre les éditeurs et les libraires. Certains éditeurs distribuent directement les œuvres sur Internet, et des auteurs envisagent la vente en direct (tel le portail propriétaire Pottermore de J. K. Rowling). Ces initiatives restent marginales en France où le marché demeure un marché de libraires. Le maillon faible est pourtant le libraire indépendant. La faillite de la chaîne américaine Borders, deuxième libraire du pays, en grande partie imputable à son arrivée trop tardive sur ce marché concurrentiel, montre que même les chaînes et grands magasins spécialisés ne sont pas à l'abri des secousses. Les difficultés rencontrées par la Fnac en témoignent¹⁵, alors même que les grandes surfaces spécialisées tentent de se positionner (Kobo/Fnac, Virgin).

Le détaillant doit investir et se former. Il produit et stocke des métadonnées indispensables à l'ouverture d'un site proposant des informations attachées aux livres numériques. Les libraires indépendants créent des sites de vente en ligne de livres papier et/ou numériques, tels 1001Libraires, Dialogues, ePage. Mais l'acheteur s'adresse avec une certaine indifférence à des vendeurs qui ne possèdent pas nécessairement de magasin physique : iTunes, Amazon, Immatériel, Bookeen, Feedbooks par exemple. L'avantage concurrentiel tient à la masse des titres proposés, au référencement, à la lisibilité des sites, à la simplicité de l'acte de paiement.

Tous les sites de vente assurent une fonction de prescription. Feedbooks propose en téléchargement gratuit (livres appartenant au domaine public) ou payant, pour tout support, des titres assortis de conseils, critiques, etc. Les libraires

physiques qui vendent aussi en ligne recréent de même un « conseil du libraire » virtuel, susceptible de ramener à eux une clientèle devenue infidèle. Il leur faut compenser impérativement la baisse des ventes physiques : la marge étant déjà faible¹⁶, la perte d'une petite part de marché constitue une menace pour la survie de leur commerce. À la recherche de solutions techniques, ils se rapprochent en 2011 de France Télécom pour la mise en place d'un service nouveau : création d'une offre de gestion des « droits de lecture » et de sécurisation des achats par la gestion de bibliothèques virtuelles situées dans le *cloud*¹⁷. On peut voir là une alliance contre nature entre des commerces culturels et un poids lourd des télécoms, ou considérer que ce sont les mariages arrangés qui se révèlent les plus stables.

La rareté du côté de la demande ?

Le livre numérique arrive dans un contexte de stagnation de la lecture de livres. Selon l'enquête sur « Les pratiques culturelles des Français », tandis qu'en 1997 19 % des Français de

15. La Fnac, dont les ventes ont diminué de 3,2 % en 2011, a annoncé en janvier 2012 un plan d'économies de 80 millions d'euros et la suppression de cinq cents postes. La maison mère PPR a mis l'enseigne en vente.

16. La rentabilité moyenne d'une librairie indépendante est de 1,4 % de son chiffre d'affaires (2 % pour une librairie employant plus de trente-quatre personnes et dont le chiffre d'affaires est supérieur à 2 millions d'euros, 0,6 % pour une petite structure qui n'emploie que deux personnes et dont le chiffre d'affaires est inférieur à 300 000 euros) ; 23 % des librairies ont un résultat courant négatif, et ce chiffre monte à 31 % pour les petites librairies (source : Antoine Gallimard, *Rapport de la Mission de réflexion sur la Librairie indépendante*, Ministère de la Culture et de la Communication, septembre 2007).

17. Le modèle du *cloud* (accès *via* le réseau, à la demande et en libre-service, à des ressources informatiques stockées sur des serveurs distants), qui permet la disponibilité de la bibliothèque quel que soit le terminal, est aussi celui d'Amazon, Google et Apple.

15 ans et plus avaient lu au moins vingt livres dans l'année, ils ne sont plus que 16 % à présent. La part des très faibles lecteurs (un à quatre livres par an) et celle des non-lecteurs se sont accrues dans le même temps. Plus de la moitié des Français reconnaissent lire peu ou pas du tout de livres¹⁸.

Le livre numérique peut-il réveiller le goût de lire ? On en ignore les conditions de réception. Roger Chartier évoque le danger de l'isolement porté par le numérique¹⁹, mais les communautés de partage tentent d'en rompre les barrages. Quel peut être l'effet de signification produit par la forme numérique ? Alain Giffard craint la domination d'une lecture sans savoir-lire (« *reading without literacy* »)²⁰. La lecture numérique est vagabonde. Nomade, elle glisse d'un type de contenu vers un autre. Même si la lecture séquentielle n'a pas attendu le livre numérique, elle se répand à la faveur de ce dernier ; tournée vers la consultation, elle se fractionne selon des cheminement nouveaux. S'enrichit-elle dans le même temps ? On peut souhaiter écouter la petite musique de Vinteuil en lisant les pages qui lui sont dédiées. Cela change-t-il la relation à l'œuvre ? Doit-on y voir une simple gadgétisation²¹ ? La consultation d'un dictionnaire sur le même support matériel que celui de la lecture est une facilité, un apport précieux, mais elle nourrit aussi le caractère fluctuant de l'attention qui nous amène d'un texte à un autre, d'un type de contenu à un autre, et de la boîte *mail* à l'œuvre, sans la moindre continuité. En certains domaines l'apport est incontestable, comme dans le cas de la lecture d'un livre d'histoire associée à la consultation de documents d'archives (écrits, vidéos). Les expérimentations proposées par l'édition scolaire apparaissent ici comme les prémices d'une révolution qui rendrait l'usage simultané de différents contenus

aussi « naturel » que leur usage est aujourd'hui séquentiel. C'est alors la manière de construire les savoirs qui se transforme. Ce changement peut être radical lorsque la lecture devient « ouverte » et que le lecteur se l'approprie pour la reproduire dans un autre contexte²². Les pratiques en cours dans le champ scientifique en montrent la voie (libre accès aux données de la recherche, *open science*).

L'interactivité est sans doute l'apport tout à la fois le plus artificiel et le plus prometteur du numérique. La lecture devient prédatrice, le lecteur emprunte des morceaux choisis pour se les approprier et les fondre dans un texte nouveau. Il se fait aussi contributeur. Wikipédia a plus que perturbé le marché des encyclopédies et, malgré les bévues (erreurs et approximations corrigées par les contributeurs mais s'étant diffusées avant ladite correction), est désormais un des sites les plus consultés au niveau mondial. L'encyclopédie en ligne a reçu une sorte de reconnaissance avec la publication d'un article dans *Nature* montrant que le nombre d'erreurs n'était pas significativement plus élevé que celui que l'on pouvait repérer dans l'*Encyclopedia Britannica*²³... Sur Wikipédia, le travail sur la communauté qui produit les textes se substitue

18. Olivier Donnat, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 », *Culture Études*, n° 5, 2009.

19. Roger Chartier, *Le Livre en révolutions*, Éd. du Seuil, 1997, p. 144.

20. Bernard Stiegler, Alain Giffard et Christian Fauré, *Pour en finir avec la décroissance. Quelques réflexions d'Ars Industrialis*, Flammarion, 2009.

21. François Bon mentionne nombre d'œuvres construites à partir de morceaux épars ; il note que c'est la simultanéité des contenus qui, plus que leur pluralité, constitue un changement majeur apporté par le numérique (*Après le livre*, Éd. du Seuil, 2011).

22. Voir Milad Doueïhi, *La Grande Conversion numérique*, Éd. du Seuil, 2008.

23. Jim Giles, « Internet Encyclopaedias go Head to Head », *Nature*, n° 438, 15 décembre 2005, pp. 900-901.

au travail éditorial traditionnel ; par exemple, la version allemande a introduit un principe de stabilisation qui permet de sortir certains articles du flot des modifications²⁴.

Quelles seront les hiérarchies entre les contenus ? Le numérique permet de disposer de catalogues de fonds d'une richesse inégalée. Au-delà des livres numérisés, tout un monde de formes nouvelles se constitue, depuis l'écriture immédiate et fluide des blogs jusqu'à des expérimentations qui se déploient sur des sites dédiés. L'offre devient infinie, de sorte que la rareté se déplace ; elle n'est plus du côté de l'offre, mais de celui de la demande ou, plus précisément, de l'attention²⁵. Capturer l'attention appelle la création de nouveaux outils de diffusion et de prescription, vidéos, extraits, mis à la disposition des réseaux de critiques, des bloggeurs et autres prescripteurs. La prescription se fragmente, et la capacité à créer de la certification se déplace en jouant des logiques virales de la Toile. L'avance d'Amazon semble considérable. Non content de proposer la possibilité de commenter les livres, le groupe a créé un système de notation des commentaires, avec la mise au point d'un « Top » des commentateurs, qui peuvent alors recevoir des livres à la manière d'un service de presse.

La révision des pratiques d'achat

Même pour un livre homothétique (le texte numérisé avec peu ou pas d'ajouts, à l'exception donc des éléments accessoires propres à l'édition numérique) acheté à l'unité, la politique de prix ne saurait se stabiliser à court terme. Les pratiques observées ne peuvent être extrapolées : elles concernent un marché encore étroit de technophiles, et les usages des utilisateurs précoces ne sont jamais ceux de la masse des utilisateurs futurs. De même, l'incertitude est grande

sur le consentement à payer. Selon GfK, en 2011, les Français ont consacré en moyenne 94,60 euros à l'achat de livres papier ; 19 % des personnes interrogées disent avoir téléchargé des livres numériques, mais on ignore le montant de ce panier virtuel.

Le différentiel de prix entre un livre physique et un livre numérique avoisine les 20 %, mais monte à 50 % pour la BD. Est-ce la juste décote ? Selon l'enquête Ipsos mentionnée plus haut, les acheteurs réclament un différentiel de 40 %. Aux États-Unis, où le marché a vraiment décollé, les niveaux de prix de vente des *e-books* vont jusqu'à - 47 % par rapport au papier²⁶. Mais cette manière d'envisager la question du prix est une impasse. Elle procède d'une vision du numérique comme destructeur de valeur et simple outil de transposition d'un contenu d'un support à un autre. On peut concevoir le livre numérique comme apportant un service nouveau dont la monétisation peut être égale ou supérieure à celle du papier si le service en question est valorisé par l'acheteur ; c'est la logique dite du *versioning*. Dans le secteur musical, elle se traduit par la gratuité du service de base et l'accès payant aux services dits *premium*. Certains tentent d'offrir la version numérique et de faire payer une version papier en impression à la demande (c'est le cas d'InLibroVeritas). L'espagnol 24Symbols propose une offre *freemium* financée par la publicité pour des livres de fonds de catalogue, et une offre *premium*, sur la base de forfaits représentant 20 % des utilisateurs et une grande partie du chiffre d'affaires.

De même, l'acte d'achat peut rompre avec le

24. Pour plus de détails, cf. Marin Dacos et Pierre Mounier, *L'Édition électronique*, La Découverte, 2010.

25. Richard A. Lahnham, *The Economics of Attention*, Chicago, University of Chicago Press, 2006.

26. Source : IDATE, étude citée.

principe dominant associant *un* livre et *un* prix. Nombre de formules sont possibles, abonnement à des collections ou selon des thématiques, location, acquisition d'extraits (dans le cas des guides de voyage par exemple), achat pérenne ou simplement lié à un nombre limité de téléchargements, *streaming* (lecture en continu sans téléchargement), financement par la publicité ou par un tiers.

Hubert Guillaud évoque les inconvénients d'un « prix perpétuel » fixé au départ et jamais revu²⁷, alors que les différentes versions du livre papier permettent de distinguer le prix du livre acheté dès sa sortie et celui pour lequel le consommateur est prêt à différer son achat afin de bénéficier d'un prix au format de poche. Mais, comme le note l'IDATE, on peut inventer une forme de « chronologie du livre numérique » destinée à maximiser les revenus engendrés par une même œuvre : sortie d'une version *e-book* en même temps que le livre grand format mais à un prix réduit, puis sortie de la version imprimée au format de poche et baisse de prix sur le livre numérique, qui passerait éventuellement en dessous du prix du livre de poche. Il importe en effet de s'éloigner d'une conception de l'acte d'achat qui duplique le modèle du livre papier ; le numérique ne fait sens que quand il prolonge et rompt ce modèle.

Les promesses du numérique

Le phénomène de la longue traîne a été mis en évidence par Chris Anderson pour le commerce en ligne de livres papier²⁸. Anderson avance qu'Internet permet la résurrection des titres délaissés qui auraient pourtant mérité mieux, et une vraie vie pour les livres à petits tirages dont le public est trop épars pour qu'aucun détaillant puisse les proposer durablement.

Internet permet en effet de « rassembler » ces publics dispersés géographiquement et d'avoir ainsi un niveau de ventes suffisant afin d'atteindre ou de dépasser le point mort (seuil au-delà duquel le livre devient rentable). Cette hypothèse a surtout été testée pour les ventes de livres papier. Certains chercheurs montrent que l'acheteur découvre des produits de niche grâce aux recommandations et à la performance des moteurs de recherche qui le conduisent vers ces derniers. Se produisent à la fois un accroissement du niveau des ventes de best-sellers, mais pour un plus petit nombre de titres, et un effet de longue traîne se traduisant par de meilleures ventes de titres auparavant confidentiels. Le commerce en ligne accroît la variété des choix effectifs, et la numérisation devrait accentuer ce mouvement.

La prescription *via* Internet autorise un appariement assez fin entre le livre et le lecteur. Nombre de sites s'y attellent. Sur les réseaux sociaux dédiés aux livres, Babelio, LibraryThing, Goodreads, Anobii, etc., le lecteur conseille les autres lecteurs, partage des annotations et des critiques. Certains mettent en ligne les métadonnées de leur bibliothèque²⁹. Whichbook propose des lectures à partir d'une série de critères, certes très frustrés, du type : *happy/sad, funny/serious, conventional/unusual, no sex/lots of sex*, etc. Les livres sont indexés manuellement par des volontaires en fonction de leur adéquation à ces critères. La plate-forme d'édition Red Lemonade travaille avec une communauté de lecteurs ; les commentaires sont postés et

27. <http://lafeuille.blog.lemonde.fr/2010/05/04/livre-numerique-du-prix-unique-au-prix-perpetuel/>.

28. Chris Anderson, *The Long Tail. Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion, 2006.

29. Cf. l'excellent blog de Virginie Clayssen, <http://www.archicampus.net/wordpress/>.

l'on peut acheter des livres physiques et numériques.

Les auteurs sont à la fois les acteurs et les sujets de ces échanges. Comme en d'autres secteurs se pose la question de la rémunération. En matière musicale, les auteurs compensent la baisse des revenus issus de la musique enregistrée par les revenus du spectacle³⁰. Peut-on transposer une part de ce modèle en imaginant des auteurs de plus en plus investis dans la promotion de leurs ouvrages, la proposition de conférences, la lecture publique? Parce qu'on en voit bien vite les limites, une révision des contrats d'auteurs s'impose afin d'assurer une juste rémunération de la création et de s'adapter aux nouveaux modèles économiques susceptibles de se développer (tels ceux qui reposeraient en partie sur un financement publicitaire). L'assiette de la rémunération – le prix public hors taxes – étant réduite et les coûts de production de même, il est logique que le taux des droits dévolus aux auteurs augmente en compensation; mais la modélisation permettant de fixer un prix, une assiette et un taux, en tenant compte des comportements d'achat et des équilibres des maisons d'édition, demeure encore à trouver. Les sites *pure players* proposent des taux élevés mais ils supportent de moindres coûts que ceux des éditeurs traditionnels : Publie.net redistribue aux auteurs 50 % des recettes nettes « téléchargeement », et 30 % des recettes « abonnement », par péréquation des pages lues.

Le brouillage des politiques du livre

La politique du livre repose en France sur six piliers : la loi sur le prix du livre adoptée en 1981 et étendue au livre numérique en 2011, l'aide aux projets ou au développement, le droit d'auteur, la TVA à taux réduit, le réseau des

bibliothèques publiques et la surveillance de la concurrence (sachant qu'en ce domaine il n'existe pas de règles spécifiques au livre, contrairement à ce qui se passe pour l'audiovisuel). Le livre numérique questionne chacune de ces dimensions.

La loi Lang a été pensée pour le monde physique : il s'agissait de préserver un réseau de détaillants, seul garant de la diversité de la création éditoriale. La loi relative au prix du livre numérique en hérite. Son champ est celui du livre dit « homothétique ». Son objet n'est plus la préservation de la création, mais le maintien de la maîtrise du prix par l'éditeur³¹. Légitime revendication face aux visées d'Amazon, elle risque de geler le marché en incitant l'éditeur à se cantonner au marché dérivé du papier sans chercher à tirer parti des apports du numérique, et à maintenir les prix à un niveau élevé. L'innovation se développerait aux marges de l'édition traditionnelle, piégée par le piratage, d'un côté, et par le caractère très dynamique des pratiques des *pure players* de l'autre côté.

L'aide aux projets demeure, mais certains de ses aspects sont à reconsidérer. Le CNL soutient les éditeurs dans leurs opérations de conversion des fonds. Faut-il encore aider l'édition de livres à très faible tirage, dès lors que le numérique offre de nouvelles possibilités de diffusion? Faut-il privilégier le soutien à des moteurs de recherche alternatifs, à des éditeurs *pure players*? La réponse dépend notamment de l'équilibre à venir entre papier et numérique et des hiérarchies qui se dessinent entre ces deux mondes.

30. Maya Bacache, Marc Bourreau, Michel Gensollen et François Moreau, *Les Musiciens dans la révolution numérique*, Irma, 2009.

31. Sur ce point, voir Bruno Patino, *Le Devenir numérique de l'édition. Du livre objet au livre droit*, La Documentation française, 2008.

Le droit d'auteur, dans sa dimension patrimoniale, est le mode de résolution de la question de la rémunération de la création, pour des biens coûteux à produire mais dont la reproduction est possible à coût quasi nul. En créant un monopole d'exploitation pour l'auteur ou ses ayants droit, il permet à ceux-ci de récupérer les investissements consentis et d'être récompensés pour le succès de leurs œuvres. Parce qu'il restreint la diffusion, ce monopole est temporaire. Une durée de soixante-dix années après la mort de l'auteur est-elle encore compatible avec les temps devenus si courts de la diffusion numérique ? À cette question s'ajoute celle des difficultés d'application des droits de propriété intellectuelle. D'un côté, le piratage prospère, tandis que, de l'autre côté, les barrages technologiques et juridiques à ce fléau semblent se fissurer les uns après les autres. Les DRM (Digital Rights Management) entraînent d'éventuelles restrictions d'usage mal vécues par les acheteurs (fichiers non transmissibles par exemple) qui n'arrêtent pas les pratiques illégales. Selon le MOTif³², l'offre piratée atteint 8 000 à 10 000 titres en 2011 dont 6 000 à 7 000 bandes dessinées, et les best-sellers de Dan Brown ou Amélie Nothomb sont particulièrement prisés par les pirates. Le manque à gagner est important, même s'il faut se départir de calculs trop simples : tous les titres piratés n'auraient pas été achetés, et certaines pratiques qualifiées de pirates ne relèvent que de la volonté de lire des extraits avant un éventuel achat. Le meilleur remède au piratage réside dans l'attractivité de l'offre, et il faut sans doute aussi s'habituer à vivre dans un monde qui tolère – malgré lui – une part de piratage, sachant que la diversification des sources de revenus s'impose en retour.

En Europe, la liste limitative des biens pouvant bénéficier d'un taux réduit de TVA inclut le

livre. Considéré comme un service de téléchargement, le livre numérique en est exclu, ce qui crée une distorsion de concurrence préjudiciable au développement du numérique. Comment un acheteur peut-il comprendre que la faiblesse du différentiel de prix provienne d'une règle aussi peu intuitive ? Tenté d'imputer à l'éditeur un comportement de rentier, il en déduira une légitimation à bon compte de ses pratiques de téléchargement illégal. Parce que la politique du livre ne peut être qu'indivisible, il nous semble que le choix de passer outre les règles européennes pour appliquer un même taux relève du bon sens³³ et est le meilleur moyen de ne pas réveiller les sirènes du piratage.

Il faut aussi souligner le champ de tensions que produit le numérique, notamment au sujet des bonnes conditions de concurrence. En témoigne le dépôt de deux plaintes successives d'Apple, auprès d'un tribunal américain, contre Amazon à propos de l'usage de la marque « App Store »³⁴. Sur un autre terrain, en décembre 2011, la Commission européenne a ouvert une procédure à l'encontre d'Apple et de cinq grands groupes d'édition internationaux³⁵ pour déterminer s'ils ont conclu des accords illégaux tendant à restreindre la concurrence sur le marché européen des livres électroniques ; une *class action* est lancée de même aux États-Unis dénonçant l'instauration de contrats d'agence, par lesquels les éditeurs fixent le

32. Mathias Daval, *Évolution de l'offre légale et illégale de livres*, le MOTif, juillet 2010, mai 2011.

33. C'est un choix fait par l'Espagne et la France en 2011 (application en France en 2012).

34. Débouté en juillet 2011, Apple reproche à Amazon l'usage du terme « Amazon Appstore » pour son magasin en ligne, terme qui porte à confusion avec l'App Store d'Apple. Apple insiste sur l'antériorité de la marque et sur sa notoriété (source : *LivresHebdo*, 21 novembre 2011).

35. Hachette Livre, HarperCollins, Simon & Schuster, Penguin et Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck.

prix de vente des livres numériques, à rebours de la stratégie d'Amazon consistant en la vente de toutes les nouveautés à 9,99 dollars. Un marché naissant pour des biens aussi spécifiques appelle l'élaboration de contrats équitables entre détaillants et producteurs de contenus. Faut-il poursuivre ceux qui s'attellent à cette tâche difficile, dans un contexte où les rapports de force sont si inégaux, et où la mondialisation impose de nouvelles règles du jeu ?

Venons-en aux bibliothèques. Le numérique n'est pas un mode très sûr de conservation et la moindre des sécurités est de multiplier les lieux de stockage des données. À côté de la conservation, la mission de consultation est-elle en train de changer ? Les bibliothèques physiques sont concurrencées par les bibliothèques virtuelles dont les fonds ne cessent de s'enrichir ; elles demeureront les lieux de la consultation des documents originaux, elles acquièrent et préserveront des ensembles de données et des fonds numériques, assureront l'accès à des journaux scientifiques numériques et partageront leurs fonds ; elles sont aussi des lieux de convivialité, comme le suggère Robert Darnton, directeur de la bibliothèque de Harvard³⁶. Les bibliothèques sont plus que jamais des acteurs du marché, sommés d'inventer de nouvelles relations entre secteurs marchands et secteurs non marchands : le site de la BNF, Gallica, permet la consultation ou l'achat d'ouvrages sous droits par l'intermédiaire de libraires électroniques. Des éditeurs scientifiques (notamment Elsevier, Springer) proposent directement des offres de livres numériques aux bibliothèques et établissements d'enseignement. Ces offres, qui prennent la forme d'abonnements coûteux à des collections en accès illimité en ligne, sont intégrées à des *big deals* dépendant du nombre d'utilisateurs. La coopération entre ces trois mondes, celui des biblio-

thèques, celui des éditeurs et celui des libraires, revêt ainsi de nouvelles dimensions lorsque le numérique devient le mode privilégié de lecture. Dans l'affaire qui oppose Google et les éditeurs, la gestion des collections repose sur une partition entre livres sous droits et livres hors droits ; les premiers se scindent à leur tour entre livres dont les auteurs ou ayants droit peuvent être joints et œuvres orphelines d'une part, et entre livres encore commercialisés et livres non commercialisés d'autre part. La numérisation rend cette dernière partition discutable. Qu'est-ce donc qu'un livre non commercialisé si à tout moment il peut être possible de le commander en impression à la demande ? On aperçoit encore les pièges que recèle la facilité de penser le numérique comme un simple double, certes imparfait, du livre papier.

Le papier deviendra-t-il le produit dérivé du numérique, dans un monde centré sur l'impression à la demande ? Le livre papier ne sera-t-il qu'un objet de collection ? Ce monde-là reste lointain et ne sera peut-être jamais le nôtre. Il faut, en revanche, achever ce tableau sur les formidables apports du numérique : l'échange immédiat et permanent des savoirs et des œuvres, leur circulation qui se joue des frontières, les programmes de numérisation donnant vie au projet des Lumières, une bibliothèque universelle et des savoirs décloisonnés, un nouveau temps de l'histoire du livre marqué par un accès plus aisé pour ceux qui en étaient exclus, de nouvelles formes créatives.

Françoise Benhamou.

36. Robert Darnton, *Apologie du livre. Demain, aujourd'hui, hier*, Gallimard, 2011.