

Le livre

va-t-il lui aussi basculer dans un nouveau modèle ?

Imaginer le monde de demain n'est pas chose facile, quand on sait que le livre numérique peine à décoller dans notre pays, atteignant en 2015 une part de 4 % environ du marché du livre, loin des 30 % évoqués aux États-Unis. Les explications vont bon train : en France, on aime trop le papier pour se contenter d'un ersatz de celui-ci sans chair ni odeur ; le marché repose sur des libraires déjà fragiles que le numérique pourrait faire disparaître, et les éditeurs sont enclins à protéger ces commerces qui assurent la pérennité de la diversité de l'offre. Si le livre papier résiste assez bien à la crise, avec depuis 2011 un recul mesuré du revenu

des éditeurs (- 3 % en 2013), on est frappé par l'inquiétude qui pointe lorsqu'il s'agit du numérique : Va-t-on subir une chute du chiffre d'affaires à l'instar de ce qui s'est produit dans d'autres secteurs culturels ? Les libraires pourront-ils résister au grignotage d'une part de leur marché, alors que leur marge est déjà dérisoire ? Le piratage peut-il devenir massif ? Va-t-on vers une disruption des chaînes de valeur, qui se traduirait par la disparition de certains maillons, le brouillage des frontières entre les fonctions (création-diffusion-consommation), et des stratégies de désintermédiation ? En face de ces interrogations, le numérique offre un accès facilité et démultiplié aux œuvres de l'esprit, autorise l'arrivée de nouveaux entrants dans le monde du livre, grâce

Le livre numérique va-t-il supplanter le livre papier ? Comment les auteurs, les éditeurs, les libraires et les bibliothèques anticipent-ils la mutation en cours ? Quels sont les nouveaux modèles économiques ? Comment Amazon cherche-t-il à déréguler la chaîne du livre ?

FRANÇOISE BENHAMOU

aux possibilités de distribution sans impression ni stockage physique, ni envois coûteux par la poste. Il ouvre des voies inédites aux auteurs, rebat les cartes des relations entre les acteurs de la chaîne de valeur.

On pourrait opposer deux grandes catégories de modèles, ceux qui constituent une transposition des modèles de l'univers papier, avec des livres homothétiques et des achats à l'unité, et les modèles disruptifs reposant sur des lectures partielles, avec achat par chapitres ou parties de livres, ou encore sur des systèmes d'abonnement illimité. Nous évoquerons ici la variété des nouveaux modèles, la place ambivalente des géants américains, et tout particulièrement d'Amazon, et l'hypothèse de l'inversion de l'ordre des formats, le numérique

devenant la forme première du livre avant la version papier, imprimée au plus près des évolutions de la demande.

VERS DE NOUVEAUX MODÈLES

Le titre de cet article pousse à la comparaison : se demander si le livre va *aussi* basculer dans un nouveau modèle, c'est se référer à ce qui s'est produit dans d'autres industries culturelles, qui ont migré vers le numérique en ordre dispersé, en y résistant autant que faire se peut, avant d'y succomber... pour le meilleur et pour le pire. Si l'on observe ce qui s'est passé dans le secteur de la musique, on est frappé par la force de la tempête qui a conduit l'industrie à perdre la moitié de ses revenus en six ans et par la difficulté à définir des modèles écono-

miques soutenables permettant un partage équitable des revenus entre les acteurs du secteur, plates-formes, labels, créateurs et artistes. On peut ajouter le caractère tout à la fois poussif et vain de la lutte contre le piratage, qui renvoie à la nécessité de construire des offres de qualité à un prix qui s'approche du consentement à payer du consommateur. De ce point de vue, le *streaming* apparaît

comme un modèle séduisant, rassemblant plusieurs « fondamentaux » de la consommation à l'ère du numérique : une certaine indifférence quant à la propriété des biens culturels, l'habitude ancrée d'allier consommation et recommandations, au risque d'une intrusion dans les données personnelles, l'attachement du consommateur à une offre quasi infinie quitte à ce qu'il continue de puiser ses consommations effectives dans un sous-ensemble réduit de celle-ci. La part du *streaming* dans le chiffre d'affaires du numérique musical atteint 55 % en France en 2014 (source : SNEP).

Du côté de la musique comme du livre, il est plus pertinent d'évoquer une pluralité de modèles que de se référer à l'hypothèse d'un modèle dominant. Les éditeurs traditionnels entrent dans le numérique à travers la numérisation de leurs fonds, la mise sur le marché en format numérique de la quasi-totalité de leurs nouveautés, l'enrichissement de certains titres (notamment dans les secteurs éducatif et de la jeunesse), la mise en place de nouvelles formes

« *L'autoédition rappelle que la désintermédiation est au cœur des modèles économiques du numérique.* »

d'achat. Leur approche du numérique est celle d'un marché de produits dérivés, le cœur du métier demeurant le livre papier, avec sa chaîne de production, de stockage, de distribution, de diffusion et de vente. Les nouveaux modèles se construisent aux marges de l'édition traditionnelle, même s'ils peuvent être portés aussi bien par des *pure players* (acteurs du numérique sans passage par

la production de livres physiques) que par des éditeurs hybrides (naviguant entre le monde numérique et celui du papier en fonction des segments de marché), ou encore des éditeurs traditionnels souhaitant expérimenter de nouveaux produits ou de nouveaux usages. Ces marges rassemblent diverses voies : l'autoédition, la prescription participative, les modèles d'écriture collaborative, les propositions originales d'accès au domaine public, la diversification des formes d'achat, etc.

Du côté de l'autoédition, il est frappant de constater qu'en 2014, aux États-Unis, les nouveaux titres autoédités ont été plus nombreux que les nouveaux titres venus de « vrais » éditeurs (285 000, contre 275 000). Ce marché aussi gigantesque que divers rassemble une sorte de Pensée universelle revisitée, des auteurs de best-sellers ingrats qui entendent se passer de leur éditeur, de l'édition spécialisée destinée à des cercles d'experts, une palette d'œuvres nouvelles au sein de laquelle l'éditeur

peut repérer des auteurs. Dopée par la possibilité d'imprimer à la demande, l'autoédition a fait naître quelques best-sellers, et rappelle que la désintermédiation est au cœur des modèles économiques du numérique.

LA PLACE AMBIVALENTE DES GÉANTS DU NUMÉRIQUE

Chez les géants de l'Internet, on voit s'opposer deux logiques polaires. La première est une logique de bibliothèques immatérielles avec un format interopérable et un mode de valorisation indirect. C'est le cas de Google, pour lequel la numérisation de masse permet d'améliorer la pertinence de la fonction moteur de recherche. On est dans le cas d'un marché à double face : une plate-forme propose des contenus d'un côté et vend de l'espace publicitaire à des annonceurs de l'autre côté, le prix de cet espace étant d'autant plus élevé que le nombre des internautes dont les requêtes transitent par le moteur de recherche est élevé ; la gratuité de l'accès permet de générer du trafic et d'affiner la connaissance des profils des utilisateurs. Google renvoie l'internaute sur des sites de vente en ligne le cas échéant.

À l'opposé se déploient des modèles « verrouillés » basés sur des formats propriétaires (Apple, Amazon), l'exportation des fichiers d'un appareil de lecture vers un autre étant difficile voire impossible du fait des mesures de protection (DRM). Les quelques adaptations conçues par Amazon ne conviennent qu'à des matériels non concurrents (tablettes et smartphones). Une fois l'usager entré dans un écosystème, la possession du support va de pair avec l'achat

des œuvres sur un magasin dédié. C'est ainsi que pour l'acheteur d'un Kindle, le magasin d'Amazon est son fournisseur exclusif de livres numériques. De même, Apple fabrique les logiciels qui font tourner ses smartphones et ses tablettes, et impose son magasin, l'App Store.

Le groupe Amazon apparaît tout particulièrement offensif, avec un chiffre d'affaires de 74,4 milliards de dollars en 2014, mais des pertes liées notamment au choix d'investir systématiquement dans une double logique d'intégration verticale (Amazon est présent sur toute la chaîne de valeur, édition, distribution, recommandation) et de diversification (vente au détail de jouets et autres objets, *cloud*, drones, etc.). Amazon est devenu une gigantesque place de marché présente en toutes sortes de domaines, mais il faut rappeler qu'il fut et demeure la première des librairies, avec un fonds de taille inégalée, et qu'il vendrait en France 10 à 15 % des livres papier, une part de marché qui en fait un acteur incontournable. Début 2015, Amazon lance son site d'autoédition, Write on, afin de concurrencer Wattpad, plate-forme communautaire affichant 40 millions d'utilisateurs, lecteurs et auteurs en ligne. Face à cette toute-puissance, dont a pu témoigner en 2014 un long bras de fer avec Hachette aux États-Unis au sujet notamment de la marge sur les ebooks, les éditeurs français ont voulu riposter. Ce fut en premier lieu la loi sur le prix unique du livre numérique, entrée en vigueur le 11 novembre 2011, et qui s'applique aux livres dits « homothétiques », même si elle admet les livres numériques incluant des « éléments [...] propres à l'édition numérique » sous réserve du caractère accessoire de ces derniers (ajouts

« *Et si Amazon avait gagné la première manche d'un match dont les règles se définissent au fur et à mesure de la partie ?* »

textuels et/ou graphiques, données relevant de genres différents, notamment sons, musiques, images animées ou fixes pouvant être considérés comme des éléments accessoires s'ils sont « limités en nombre et en importance » et sont « complémentaires du livre et destinés à en faciliter la compréhension ». Cette loi permet aux éditeurs, qui craignaient à juste titre que le géant impose des prix très bas et des marges ridicules, de conserver la maîtrise des prix.

Ce fut aussi la loi sur les frais de port, pour le commerce électronique des livres papier. Malgré l'avis défavorable de Bruxelles, cette loi, adoptée par le Parlement le 26 juin 2014, visait à encadrer les conditions de la vente à distance des livres et stipulait que le détaillant ne peut offrir le service de livraison d'un livre à titre gratuit. Cette loi, aussitôt dénommée « anti-Amazon », interdit le cumul de la remise de 5 % maximum et de la gratuité des frais de port. La riposte du géant fut rapide, ruinant l'objet de la loi : Amazon établit une facturation des frais de port... à 1 centime d'euro. Il est surprenant que le législateur ait insisté sur le côté avant tout « psychologique » de la mesure : une loi dont le fondement est annihilé par la possibilité d'un contournement légal n'est pas seulement inutile, elle met en cause la force de la loi.

Ce fut encore la remise, en février 2015, d'un rapport très argumenté signé par la médiatrice

du livre, Laurence Engel, au sujet des abonnements illimités en *streaming* (lecture sans téléchargement). Le rapport souligne l'incompatibilité (au moins partielle) de ces abonnements avec la loi sur le prix unique du livre numérique. Des plates-formes proposaient déjà des livres en *streaming* (telle Youboox, par exemple, avec accès pour moins de 10 euros par an à plus de 100 000 ebooks en lecture illimitée, provenant de quelque 220 éditeurs),

mais ce fut l'arrivée de Kindle Unlimited (encore Amazon...) qui provoqua l'ire des éditeurs et la demande de médiation. Ces plates-formes posent la question de la remontée des revenus sur la chaîne de valeur et reposent sur le paradoxe suivant : pour être rentables, elles doivent fidéliser de petits lecteurs, mais ce sont les gros lecteurs qui s'y intéressent (c'est la parabole du buffet illimité, qui ne fonctionne pas s'il ne rassemble que des gros mangeurs).

Et si Amazon avait gagné la première manche d'un match dont les règles se définissent au fur et à mesure de la partie ? La question peut sembler saugrenue devant les étapes de cette saga qui oppose le géant et les éditeurs. On peut toutefois la poser, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les coups successifs et leur riposte poussent la profession vers une position défensive, ce qui n'est jamais heureux quand il s'agit de s'ouvrir à de nouveaux marchés. Ils conduisent de surcroît à la prééminence du livre

homothétique, plus aisé à protéger, limitant ainsi l'incitation aux innovations de contenus. Ils n'empêchent guère, enfin, le géant d'étendre le champ de sa domination et conduisent à brider des innovations technologiques et économiques, telles celles des éditeurs de BD adeptes du *streaming*. Ajoutons que le *streaming* avec abonnement illimité fait partie des nouveaux usages rendus possibles par la technologie, qui séduisent nombre d'internautes, et qui contribuent à éradiquer les tentations toujours présentes de pirater les œuvres de l'esprit. Finalement, la meilleure riposte de la part des éditeurs qui ne souhaitent pas voir se développer le *streaming* consiste en un refus d'ouvrir leurs catalogues aux plates-formes.

Il est vrai qu'il n'est pas facile de penser une politique du livre numérique. On est partagé entre transposition d'un modèle inventé pour le papier et construction d'outils *ad hoc*. La question de la TVA apporte un éclairage édifiant. En mars 2015, la Cour de justice de l'Union européenne a condamné la France parce qu'elle contrevenait à la législation de l'Union en appliquant au livre numérique un taux réduit de TVA de 5,5 %, comme pour le livre papier. Pour Bruxelles, le livre numérique n'est pas un livre mais un service, et la TVA qui s'y applique doit être le taux plein (soit 20 % aujourd'hui). On est confondu par pareil

contresens. Un livre est avant tout une œuvre, et la question de son support est bien secondaire, pourvu qu'il soit toujours possible de... le lire.

LE LIBRAIRE, FUTURE PIERRE ANGULAIRE DE LA NOUVELLE DONNE NUMÉRIQUE ?

Rêvons un temps, et imaginons un monde tirant parti des promesses du numérique. C'est le libraire qui, paradoxalement, par l'évolution de la manière d'exercer son métier, bâtirait ce monde. On peut s'en étonner. En effet, nombreux sont ceux qui se demandent quelle place le monde virtuel a vocation à laisser au libraire. Et il est vrai que certains d'entre eux continuent de disparaître. Mais ces disparitions ont des causes plurielles : si la chaîne Chapitre fait faillite, c'est du fait de sa politique d'uniformisation des magasins, sous l'égide de France Loisirs, qui lui a fait perdre son âme ainsi que ses clients. Dans le cas de Virgin, la standardisation de l'offre poussée par la financiarisation de l'actionariat a nourri le désintérêt de la clientèle et le déficit d'image. Et si des indépendants ferment leurs portes, d'autres s'installent ailleurs, faisant lentement évoluer la géographie de la librairie en épousant les déplacements des clientèles

« *Pour Bruxelles, le livre numérique n'est pas un livre, mais un service. On est confondu par pareil contresens.* »

d'un quartier vers un autre. Nombre d'indépendants résistent, forts de la demande de conseil et de relation directe que le caractère désincarné de la relation numérique rend plus que jamais nécessaire.

Comment cette résistance s'organise-t-elle ? Plusieurs voies complémentaires sont explorées : une évolution du métier qui intègre le numérique (lettre d'information, site de vente, impression à la demande), le développement de nouvelles activités (ouverture d'un espace convivialité quand c'est possible, diversification des biens et services proposés au client, organisation de rencontres autour des auteurs). Il s'agit d'exercer de la sorte un rôle indispensable de passeur qui va bien au-delà du conseil.

Imaginons un instant ce que pourrait devenir le métier de libraire dans quelques années. Il composerait sa table d'exposition en puisant dans les nouveautés mais aussi dans les fonds de catalogues, autour de thématiques soigneusement sélectionnées. La plupart des exemplaires auraient été imprimés à sa demande. Le lecteur entrerait dans la boutique, heureux de rencontrer un auteur invité dont il aurait entendu parler par son club (virtuel) de lecture. Acheteur en librairie ou sur des plates-formes, il aurait peut-être consulté ou lu d'autres livres en *streaming* grâce à son abonnement illimité...

Le monde de l'édition aurait ainsi en quelque sorte inversé l'ordre des éditions : première publication en format numérique, assortie de quelques exemplaires en format papier. Grâce à l'impression à la demande, la possibilité de

commander un ou quelques exemplaires et de les obtenir en quelques minutes aurait transformé le métier du libraire comme le rapport du lecteur aux supports de lecture. Finis les stocks extravagants, les impressions inutiles ! Le lecteur ne conserverait que les livres auxquels il tient, la librairie serait plus encore qu'aujourd'hui un lieu de rencontres, de débats, de conseils... et d'achats.

NECTART

Pour aller plus loin :
www.revue-nectart.fr/livre_numerique_benhamou

BIBLIOGRAPHIE

Françoise Benhamou, *Le Livre à l'heure numérique. Papier, écrans, vers un nouveau vagabondage*, Paris, Le Seuil, 2014.

Laurence Engel, *Avis sur la conformité des offres d'abonnement avec accès illimité à la loi du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique*, Paris, 9 février 2015, disponible sur www.culturecommunication.gouv.fr

ABS TRACTS