



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Rapport sur le livre numérique

Contact presse

Ministère de la culture et de la
communication

Département
de l'information et de la
communication

Service de presse
01 40 15 83 11
service-de-presse@culture.gouv.fr

Remis par Bruno Patino à Christine Albanel, le 30 juin 2008

Ministère de la Culture et de la Communication

Le Ministre

13 MAR. 2008

Monsieur Bruno PATINO
Président de Télérama
et du Monde interactif
8 rue Jean-Antoine-de-Baïf
75013 PARIS

Nos réf. : CC/5585/NBO

Monsieur le Président,

Le Gouvernement souhaite encourager toutes les formes de diffusion légale des œuvres sur les réseaux numériques. Le rapport sur le développement et la protection des œuvres culturelles sur les nouveaux réseaux que m'a remis Denis Olivennes propose des voies innovantes pour la diffusion notamment des œuvres musicales et audiovisuelles. La révolution numérique qui a successivement touché la presse, la musique et le cinéma va également, dans un futur proche, avoir un impact décisif sur les secteurs de l'édition et de la librairie.

L'utilisation grandissante d'Internet dans la commercialisation du livre n'est qu'un des changements, déjà engagé, induits par le développement du numérique (cette problématique particulière de la commercialisation de livres imprimés par Internet n'entrera pas dans le champ de votre mission). Plus fondamentalement, l'autre évolution prévisible passera par la décorrélation entre l'imprimé et l'écrit, et l'émergence d'outils électroniques de lecture. Ce futur proche pourrait non seulement aboutir à des changements de nature industrielle, mais surtout à une remise en cause des flux financiers classiques qui permettent de financer la création éditoriale, littéraire ou scolaire. Ces outils de lecture électronique sont encore relativement peu utilisés, mais en développement rapide. Il importe donc que les acteurs de la chaîne du livre agissent de concert pour anticiper les mutations à venir, en préservant les conditions d'expression de la création. L'Etat se doit de les accompagner dans cette démarche.

Compte tenu de votre expérience reconnue en matière de diffusion numérique, notamment comme président du *Monde interactif*, j'ai décidé de vous confier une mission de concertation, de réflexion et de proposition sur le livre numérique. Cette mission couvrira le champ des modifications induites sur l'économie du livre par la révolution digitale, qu'elle soit fixe ou mobile. Elle aura également pour objectif d'éclairer les choix des pouvoirs publics sur l'évolution juridique du secteur.

Dans ce cadre, vos travaux étudieront les diverses expériences de livre numérique et tenteront d'identifier les principaux défis portés par le changement numérique pour les acteurs de l'édition (auteurs, éditeurs, distributeurs, libraires, etc.). A partir de vos hypothèses sur le changement des comportements des lecteurs avec l'introduction du numérique fixe et mobile et leur impact sur le livre papier, vous évalueriez les modifications prévisibles du rôle de chacun des acteurs de la chaîne du livre et le rôle de nouveaux acteurs, ainsi que les évolutions prévisibles en matière de rémunération de la création.

... / ...

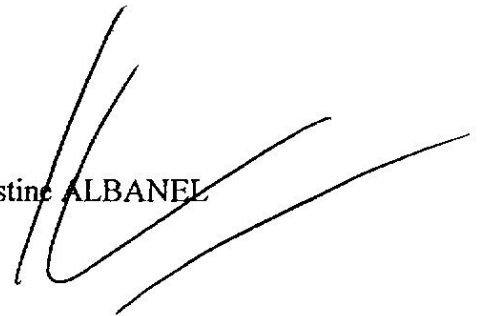
Votre rapport formulera des préconisations pour l'action des acteurs privés et publics du secteur. S'agissant des missions de l'Etat, je souhaiterais que vous fassiez des propositions, si nécessaire, sur les adaptations du droit positif qui vous paraîtraient opportunes, comme sur l'évolution des dispositifs de soutien au livre.

Votre mission reposera notamment sur l'audition des personnalités représentatives du secteur et sur l'analyse des expériences étrangères significatives. Comme vous l'avez proposé, vous serez assisté dans votre mission par Jean-François Fogel, Gilles Haeri, Isabelle Ramon-Bailly et Stéphanie van Duin, son rapporteur étant Sophie Lieber, auditeur au Conseil d'Etat. Mon cabinet et les services de mon ministère, notamment la direction du livre et de la lecture et la direction de l'administration générale, vous apporteront par ailleurs les appuis nécessaires.

Je souhaiterais disposer de vos conclusions le 20 mai 2008.

Vous remerciant d'avoir accepté cette mission, je vous invite à faire preuve d'audace dans l'invention d'un modèle économique du livre numérique qui soit propice à la création, et vous prie d'accepter, Monsieur le Président, l'expression de ma sincère considération.

Christine ALBANEL

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several sweeping, overlapping strokes that form a complex, abstract shape. The signature is positioned to the right of the printed name 'Christine ALBANEL'.

Rapport sur le livre numérique

Remis par Bruno Patino à Christine Albanel, le 30 juin 2008

Résumé exécutif

L'entrée dans l'ère numérique semble se produire plus tardivement pour le livre que pour d'autres industries culturelles. Pourtant, plusieurs secteurs de l'édition comme les livres professionnels, pratiques ou de référence, sont déjà largement dématérialisés. Cette évolution n'a, pour l'instant, remis en cause ni le modèle commercial, ni la relation avec les auteurs, ni les usages des lecteurs. Mais qu'en serait-il si une accélération, voire un basculement dans le numérique se produisait ? Une telle hypothèse, si elle ne peut être prédite avec certitude, mérite toutefois que les acteurs du secteur s'y préparent, compte tenu des effets très importants qu'elle pourrait entraîner sur une économie du livre aux équilibres précaires.

Une vigilance toute particulière doit notamment être portée à la **concurrence nouvelle** qui pourrait s'exercer **entre les détenteurs de droits** (auteurs et éditeurs), dont la rémunération de la création doit être préservée et valorisée, **et les détenteurs d'accès et de réseaux**, qui n'ont pas nécessairement intérêt à la valorisation des droits de propriété intellectuelle.

Dans ce contexte, **deux éléments sont essentiels** : la **propriété intellectuelle** doit demeurer la clé de voûte de l'édition, et les éditeurs doivent conserver un rôle central dans la **détermination des prix**.

La commission préconise en conséquence une série de mesures organisées au sein de quatre actions.

1. Promouvoir une offre légale attractive

Une offre légale de qualité est la condition essentielle pour que le marché se développe grâce à l'initiative des acteurs du secteur, et non grâce au piratage. Trois éléments jouent un rôle déterminant : **l'interopérabilité des contenus numérisés**, les **possibilités de référencement de ces contenus** dans l'univers numérique **et l'importance et la diversité de l'offre**. La commission propose en conséquence les mesures suivantes :

→ Inciter les acteurs du secteur à réfléchir au niveau interprofessionnel à **l'interopérabilité des contenus numériques**. Cette réflexion devra porter tant sur les **formats** que sur les solutions de gestion des droits (**DRM**).

→ Encourager l'interprofession à accélérer **l'interopérabilité des grandes bases de métadonnées existantes** et à réfléchir, à terme, à la mise en place d'une base unique. Les conditions d'accès aux bases de métadonnées doivent également être repensées, afin de permettre un accès plus souple et à coût réduit pour les professionnels, voire un accès gratuit pour le public.

→ Poursuivre et élargir la **politique de soutien aux livres numériques** menée par le Centre National du Livre, dont le rôle essentiel pour tester les réactions du marché, aider à la numérisation des fonds éditoriaux et proposer au public une offre élargie de livres numériques.

2. Défendre la propriété intellectuelle

Le code de la propriété intellectuelle comporte des dispositions spécifiques pour les contrats d'édition, qui régissent les relations entre les éditeurs et les auteurs. La commission estime que ces dispositions peuvent accommoder les évolutions liées à la numérisation. Les clauses contractuelles devront cependant intégrer un certain nombre d'**éléments nouveaux**, liés notamment à la multiplication des nouveaux modes de commercialisation possibles dans le monde numérique. Ces schémas nouveaux peuvent notamment compliquer le calcul des rémunérations proportionnelles des auteurs aux produits d'exploitation. La commission suggère de :

→ **Ne pas modifier le code de la propriété intellectuelle**, dont les dispositions actuelles peuvent s'accommoder à l'entrée dans le numérique.

→ **Ouvrir des discussions interprofessionnelles sur les droits d'auteur**, tant sur le droit moral dans l'univers numérique qu'afin d'identifier des assiettes de calcul des droits les plus pragmatiques et les plus équitables pour le calcul des rémunérations proportionnelles.

3. Mettre en place des dispositifs permettant aux détenteurs de droits d'avoir un rôle central dans la détermination des prix

Si le dispositif législatif de la loi du 10 août 1981 paraît difficile à amender pour y inclure le « **livre numérique** », dont la **définition relève de la gageure**, d'autres mécanismes de régulation de niveau contractuel et réglementaire existent. La commission souligne que **la maîtrise des prix de vente par les éditeurs est déterminante** pour maintenir la diversité de l'offre de contenus numériques et, partant, la diversité de la création. Il est dès lors nécessaire de prendre les initiatives suivantes :

→ **Engager une réflexion économique afin de définir des mécanismes de régulation de marché**. Cette réflexion pourrait **associer les autres industries culturelles** à base de droits et devrait être portée au **niveau européen**.

→ Promouvoir, en l'absence de tels mécanismes, des modes alternatifs permettant la maîtrise des prix par les éditeurs :

- la **voie contractuelle** devrait être privilégiée en s'appuyant sur les **contrats de mandat** ;

- une réflexion doit parallèlement être engagée sur les conditions dans lesquelles un **décret d'exemption** pourrait être pris. L'article L. 420-4 du code de commerce permet en effet au ministre chargé de l'économie de prendre par décret une décision d'« exemption » d'accords individuels ou de catégories d'accords autorisant les producteurs à fixer les prix de vente finals de leurs distributeurs, accords qui seraient autrement considérés comme des ententes prohibées par les règles de concurrence.

4. Conduire une politique active auprès des institutions communautaires

Une présence active auprès des instances communautaires est indispensable, à la fois pour qu'un « **lobby de la propriété intellectuelle** » soit présent auprès de ces instances

et pour défendre l'application **d'un taux de TVA réduit sur les biens culturels numériques**. La commission recommande les initiatives suivantes:

→ Etablir à Bruxelles un bureau chargé de la promotion des politiques liées à la propriété intellectuelle, visant à l'établissement d'une politique européenne en la matière.

→ Demander l'application d'un taux de TVA réduit pour les contenus culturels numériques.

Table des matières

RÉSUMÉ EXÉCUTIF.....	2
INTRODUCTION.....	6
UNE NUMÉRISATION ANCIENNE.....	6
UNE TECHNOLOGIE PARFAITE.....	7
L'OBJET DE CE RAPPORT.....	8
I. LES FORCES MOTRICES DE L'UNIVERS NUMÉRIQUE.....	10
I.1. FACTEURS DÉTERMINANTS.....	10
I.1.1. L'expérience.....	10
I.1.2. Le référencement.....	13
I.1.3. L'effet de réseau.....	13
I.1.4. Le "tipping point".....	14
I.2. DYNAMIQUES À L'ŒUVRE.....	15
I.2.1. Le modèle de l'accès.....	15
I.2.2. La désintermédiation.....	16
I.2.3. La fragmentation des usages et la multiplication des chaînes de valeur.....	16
I.2.4. La discrimination.....	17
II. LE LIVRE DANS L'UNIVERS NUMÉRIQUE.....	20
II.1. UNE MATURATION PLUS LENTE QUE DANS D'AUTRES INDUSTRIES CULTURELLES.....	20
II.2. LA NUMÉRISATION DE CERTAINS SECTEURS RELÈVE PLUS D'UNE ÉVOLUTION QUE D'UNE RÉVOLUTION.....	23
II.3. LES FACTEURS FAVORISANT LE PASSAGE AU NUMÉRIQUE.....	25
II.3.1. Le basculement par le contenu.....	25
II.3.2. Le basculement par les usages.....	27
II.3.3. L'hypothèse du basculement brutal.....	30
III. ENJEUX ET RECOMMANDATIONS.....	33
III.1. AIDER ET PROMOUVOIR UNE OFFRE LÉGALE ATTRACTIVE.....	34
III.2. FAIRE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE LA CLÉ DE VOÛTE DE L'ÉDITION NUMÉRIQUE.....	38
III.3. ÉTABLIR DES MÉCANISMES PERMETTANT AUX DÉTENTEURS DE DROITS DE JOUER UN RÔLE CENTRAL DANS LA DÉTERMINATION DES PRIX.....	43
III.3.1. Caractéristiques de l'univers numérique.....	43
III.3.2. La loi du 10 août 1981 comme mécanisme de détermination des prix.....	44
III.3.3. Des mécanismes de maîtrise des prix peuvent être utilisés.....	45
III.4. MENER UNE POLITIQUE AMBITIEUSE AUPRÈS DES INSTITUTIONS COMMUNAUTAIRES.....	47
ANNEXES.....	50
ANNEXE 1 - COMPOSITION DE LA COMMISSION SUR LE LIVRE NUMÉRIQUE.....	51
ANNEXE 2 - LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES.....	52
ANNEXE 3 - DROITS D'AUTEUR : PRINCIPALES DISPOSITIONS.....	54
ANNEXE 4 - FORMATS DE LECTURE ET DRM : ÉTAT DES LIEUX POUR LES LIVRES NUMÉRIQUES.....	56
ANNEXE 5 - LES MÉTADONNÉES.....	61
ANNEXE 6 - LES OFFRES DE « READERS ».....	62
ANNEXE 6 - LES OFFRES DE « READERS ».....	68

INTRODUCTION

Après la musique, le cinéma, la presse, la photographie, le livre vit à son tour les expérimentations, les innovations et les mises en réseaux que permettent des contenus dématérialisés.

Les activités de quelques pionniers - ici la numérisation forcenée d'ouvrages, là des commercialisations de fichiers, ailleurs encore le test de dispositifs de lecture sur écran - composent pour le moment un univers sans lignes de force. L'industrie du livre imprimé sur papier ne porte pas la marque d'un impact venu du numérique. Pour autant, chaque jour, des avancées se produisent, des brèches s'ouvrent où se reconnaissent les prémisses d'épisodes vécus durant les deux dernières décennies par d'autres industries culturelles.

Aucune n'a étreigné la vente sous forme numérique sans que les fondements même de son activité soient questionnés, voire bouleversés. Volume et valeur des marchés, modes de distribution, circuits de vente, typologie et niveau des rétributions, pratiques des consommateurs, processus de maturation du succès : tout a été remis en cause. Chaque discipline a dû réexaminer la nature de son métier, les conditions d'exercice de ce métier et, bien sûr, la définition du modèle économique garantissant la pérennité d'un champ de création et de diffusion.

Ce rapport a pour ambition d'entreprendre cette réflexion pour le livre avant qu'il ne soit trop tard. Avant que, par dessein ou par l'accident de circonstances mal anticipées, quelques acteurs gèlent l'évolution des techniques, accaparent la valeur ou interdisent l'avancée du progrès au point que le livre ne puisse demeurer ce qu'il est depuis des siècles : l'outil d'un échange ouvert sans exclusive, où se côtoient création et patrimoine, groupes industrialisés et maisons artisanales, création et commerce, dans un monde où la pluralité va de soi.

Une numérisation ancienne

Chiffres et lettres ont été la cible initiale des techniques de numérisation des données. Historiquement, le livre a donc été le premier produit culturel confronté aux possibilités qu'elles offraient. Très tôt, il en a tiré profit, confiant des pans entiers de sa chaîne de fabrication (composition, correction, mise en page) à des processus dématérialisés qu'ignoraient encore la musique ou le cinéma. Aujourd'hui, dans les tâches de l'édition, les mains se posent de façon naturelle sur le clavier alimentant un traitement de texte ou un logiciel de mise en page. Partout, les premiers maillons de la chaîne sont numérisés et, partant, les produits de l'édition sont depuis longtemps disponibles sous forme numérique, littéralement prêts pour la mutation : une diffusion qui se passerait de l'ultime phase du processus, celle qui depuis Gutenberg, les couche sur le papier.

Dans certains secteurs, ce dernier pas est franchi depuis plusieurs années. Pour citer un unique exemple, dans un domaine tel que les publications scientifiques et médicales, la chaîne entière, de l'auteur au lecteur, fonctionne déjà pour l'essentiel hors du champ de l'imprimé. Le découplage de l'œuvre - le contenu - et du support de l'œuvre - le livre

imprimé lui-même - est devenu banal sur ce marché formé autour d'une communauté de professionnels qui a très tôt disposé d'outils informatiques et de connexions propres à installer des pratiques nouvelles.

Une dématérialisation plus ample du livre est désormais envisageable, d'autant plus que la part de la population pouvant accéder à une connexion Internet est majoritaire dans beaucoup de pays industrialisés, notamment en France; dans le même temps, le nombre des supports pourvus d'un écran et aptes à établir cette connexion ne cesse de grandir: terminal de réseau, micro-ordinateur, téléphone portable, console de jeux et, plus largement, tout dispositif nomade électronique tel que GPS ou agenda électronique.

Tout écran connecté à un réseau constitue en fait une porte ouverte à la diffusion du livre numérique. Et comme depuis des siècles, l'édition a raffiné et diversifié ses produits, la gamme des combinaisons devient immense. Quel type d'ouvrage faut-il diffuser, sur quel support et dans quelle circonstance? Voilà une question à trois volets devenue légitime pour un directeur commercial qui ne travaille pas nécessairement dans l'industrie du livre. Plus que du livre numérique, ce sont donc bien les livres numériques dont il faut étudier le devenir, en mesurant le potentiel d'un produit né avec le codex et qui se réinvente pour des consommateurs convaincus des mérites d'une vie connectée.

Une technologie parfaite

Si le livre imprimé a le premier été confronté au numérique sans pour autant basculer dans la commercialisation d'une version dématérialisée, il le doit à son histoire continue, à ses atouts accumulés. Des siècles d'amélioration de l'objet, de déclinaison de ses collections et d'élargissement des usages constituent un capital considérable. On peut reconnaître que le livre n'est pas loin d'être une technologie parfaite et, point capital, qu'il l'est depuis longtemps. Le cinéma ou la musique ont affronté la tourmente numérique au sortir de décennies de redéfinitions répétées de leurs formats et de leurs supports au point que la pratique des consommateurs n'avait jamais eu le temps de s'affermir sur une solution, fût-ce le temps d'une génération. Rien de tel avec le livre.

Ses faiblesses - sa vulnérabilité à l'eau et au feu - sont aussi celles de l'univers numérique. Mais en regard, il n'a pas besoin d'une alimentation en énergie lors de sa consultation, son sommaire et son index forment un logiciel de navigation interne d'une simplicité imparable, ses pages offrent un balisage personnalisé par pliure du papier ou annotation manuscrite. Quant à ses catalogues, ils gonflent de façon si continue que son industrie parle quotidiennement du fonds et des nouveautés. Le livre se renouvelle et reste moderne sans rompre avec son histoire. Mieux, sa maturité exceptionnelle accorde à chaque titre plusieurs existences habillées dans le dur, puis le mou (le poche), puis les autres versions (traductions, audiovisuel) ce qui constitue, au total, la clé d'une économie impossible à réduire à aucune autre. Le livre vit même une ultime existence dans un marché d'occasion, voire ressuscite quand des réimpressions le tirent de l'oubli.

Présent dans tous les secteurs et toutes les étapes de la vie privée, publique et professionnelle de ses consommateurs, le livre se prête mal à toute généralisation. Impossible de considérer d'un bloc la seule vie numérique d'un objet à la fois si diversifié et si tenace. L'enjeu de ce rapport est bien la rencontre de deux mondes, celui du livre et celui du numérique. Que va-t-elle produire? L'activité mêlée, faite de *click and mortar*, de virtuel et de réel, dont parlent les Anglo-saxons, ou bien la friction, et peut-être la concurrence de deux géants appelés à vivre côte à côte?

L'objet de ce rapport

En plusieurs siècles d'existence, l'industrie du livre a détaillé son champ d'activité de façon extrême. L'objet du travail, la nature des tâches, les obligations et, plus largement, le cadre légal et contractuel des activités qui s'y déroulent, dessinent un monde singulier, à la fois très ancien et d'une forte modernité, semblable à aucun autre. Le livre rassemble de façon indissociable contenant et contenu dans un objet unique. Sa commercialisation repose pour l'essentiel sur l'achat à l'acte d'une œuvre impossible à acquérir pour partie. Et le retour du produit non vendu vers celui qui le distribue est une pratique normale.

Ces seuls traits suffisent pour définir le monde du livre à l'exact opposé de celui du numérique où le contenu, aucunement lié à un support physique, reconfigurable et reproductible à volonté, est d'autant plus susceptible de fragmentations que l'achat à l'acte n'y existe pratiquement pas.

Le dommage qui pourrait naître d'un rapprochement mal préparé du monde du livre imprimé et de celui des livres numériques n'est pas la seule crainte des professionnels du livre. Une autre crainte existe, au moins aussi forte: l'envahissement de leur champ d'activité par de nouveaux acteurs ou par des pratiques exogènes, faute d'avoir pris les dispositions qu'impose la révolution numérique. Contre cela, ils disposent au moins d'un avantage: la connaissance des expériences vécues par la musique, la presse et le cinéma. En deux décennies, des facteurs, des modèles, des modes d'apparition des acteurs du jeu numérique sont devenus visibles, parfois intelligibles. Anticiper, pour le livre, n'est donc pas, ou du moins pas encore, un objectif impossible à atteindre. Et c'est précisément l'objectif poursuivi par ce rapport dans sa portée prudente.

Annoncer un avenir que les autres disciplines n'ont pu voir venir reste, bien sûr, une tâche impossible. Vouloir le faire à tout prix serait même dangereux. Rien de pire que de suggérer des dispositions coûteuses, voire difficilement réversibles, au nom de prédictions qui pourraient ne jamais se vérifier. Ce rapport ne s'y risque pas. Mais il entend réduire l'incertitude.

Quels sont les facteurs décisifs dans la définition des marchés ? Quelles dynamiques peuvent s'y mettre en place? Quelles stratégies s'offrent aux acteurs présents et à venir? Enfin, quelles dispositions légales, juridiques, interprofessionnelles permettent d'envisager la numérisation comme un atout pour l'industrie du livre et non comme une menace?

Les amateurs de prophétie trouveront un peu courte cette revue du futur car elle est bridée par le respect des faits : il serait frauduleux d'annoncer l'avènement prochain du livre numérique. Mais il serait également irresponsable d'écarter l'hypothèse du déferlement de textes sur des écrans. Cette étude doit permettre au secteur de l'édition de se préparer, à minima, pour une telle hypothèse.

Facteurs et dynamiques propres à l'univers numérique sont passés en revue dans une première partie qui se veut « universelle », utilisable par toute discipline dont les contenus sont engagés dans un processus de numérisation.

La deuxième partie se concentre de façon spécifique sur l'industrie du livre, allant du constat à l'hypothétique, en relevant de quelle manière elle s'engage déjà dans l'univers numérique et à quelles conditions et avec quels effets cette avancée pourrait s'accélérer, voire déboucher sur un basculement dans le champ du virtuel.

Une dernière partie détaille enfin des recommandations avec la mise en perspective des enjeux et la proposition de mesures ou de non-mesures, toutes destinées à garantir que dans l'univers numérique, comme sur le papier, l'auteur garde la maîtrise de l'acte de création et le lecteur, l'accès à la création.

I. Les forces motrices de l'univers numérique

L'histoire de la numérisation des données s'étend déjà sur plusieurs décennies. C'est aussi une histoire répétitive : elle n'a cessé de se reproduire, avec des différences peu significatives, de discipline en discipline. Elle est désormais suffisamment documentée, avec des pratiques assez consolidées pour que l'on en connaisse les traits essentiels : les mêmes facteurs sont partout à l'œuvre, déployés selon les mêmes dynamiques.

I.1. Facteurs déterminants

Aucun secteur culturel ou informationnel n'a connu l'éclosion de ses activités dans l'univers numérique sans des erreurs et des tâtonnements qui ont nourri des initiatives très diverses. Mais lorsqu'une pratique des audiences a consolidé l'apparition de marchés, quatre facteurs se sont toujours révélés décisifs : l'expérience du consommateur, le référencement de l'œuvre, l'effet de réseaux reliant contenus et utilisateurs et enfin le passage par un « tipping point ».

I.1.1. L'expérience

Le cinéma, la presse, la photo, la musique, les jeux de société l'ont montré : le passage au numérique n'est pas la « livraison » sous forme numérique d'un produit préexistant. **C'est l'invention d'une nouvelle expérience.** D'autant plus, on peut le deviner, pour le livre qui, à la différence d'une œuvre cinématographique ou d'une mélodie, est un objet physique. Quel sera alors l'effet sur la lecture de l'éradication du support placé depuis des siècles au cœur de l'acte de lire ?

Le cas de la musique enregistrée, passée d'une écoute sédentaire, souvent collective, à une consommation largement individuelle et souvent nomade, ou bien du cinéma, sortant des salles publiques pour développer une version « home movie » destinée au foyer ou à une écoute individuelle sur lecteur DVD, montrent l'ampleur du changement à envisager. Trois variables configurent ce changement : le support utilisé, la nature des œuvres et les usages.

■ **La question du support** retient l'attention depuis que le lancement du dispositif nomade « iPod » a permis au constructeur Apple, absent jusque là du marché de la musique, d'imposer de façon dominante une technologie de diffusion en ligne de fichiers dont il gardait le monopole. Cette domination n'a pas été durable, même si elle a eu des effets considérables sur la puissance relative des acteurs du secteur. Mais pour le consommateur, l'« iPod » est devenu un support de référence.

Le design de ce mince appareil, le geste léger destiné à le caler dans le creux de la paume, la commande au toucher, d'un seul doigt, la luminosité du petit écran à haute définition se sont vite confondus pour les acheteurs de musique en ligne avec l'idée même d'une écoute nomade même si les paramètres (qualité du son, options de réglage) n'offraient pas de franche rupture avec l'offre déjà disponible sur le marché.

Un outil de lecture peut-il à son tour réaliser une séduction aussi puissante et s'approprier l'idée même de la consommation du livre numérique? Pour ce qui a trait à

l'invention elle-même, il s'agit d'une hypothèse plausible. L'évolution de la technologie le permet : avec l'amélioration de la définition des écrans, l'abandon des dispositifs rétro-éclairés et le développement de l'encre électronique, un « reader » peut offrir un confort visuel comparable à celui du papier imprimé.

En revanche, l'irruption sur le marché d'un tel outil se produirait dans un environnement concurrentiel déjà très dessiné, tant les écrans porteurs de texte abondent aujourd'hui. La multiplicité des supports utilisés pour tester le marché du livre numérique en France et à l'étranger, sans même parfois faire explicitement référence au livre, est d'ores et déjà d'une extrême diversité : micro-ordinateur, téléphone mobile, agenda électronique, console de jeux, GPS, PC tablette, lecteur ad-hoc, etc.

A côté de l'hypothèse d'une invention d'un « reader » universel prenant la main sur le marché, il faut donc ajouter celle de l'émergence simultanée de plusieurs supports, voire celle de l'irruption de l'écrit sur divers supports déjà existants. Ces dernières hypothèses s'appuient sur une tendance à la coexistence des écrans, établie depuis plusieurs décennies malgré les promesses de convergence des contenus vers une interface unique.

■ **La nature des œuvres** est un autre élément clé de l'expérience. Le texte, tel que nous le connaissons aujourd'hui, va s'élargir à l'image animée, au son et aux contenus échangés dans des processus interactifs. Dans le livre numérique, tous les contenus ont vocation à devenir texte et tout texte a vocation à se trouver en réseau. Pris dans cette dynamique, le livre va enrichir ses contenus et offrir à son lecteur, grâce aux fonctions de navigation, des entrées multiples permettant de décliner l'ouvrage de plusieurs manières.

De tous les contenus soumis à la dématérialisation, celui du livre est celui qui paraît promis à recevoir le plus fort impact. En passant de sa projection initiale à toutes les formes de supports numériques, un film reste un film, un contenu proposé de façon linéaire et sans ajouts, en dépit de l'invention du chapitrage et de l'addition de « bonus ». La musique pour sa part est passée du concept de l'album à celui du morceau, unité de base, dès lors qu'elle a connu une distribution en ligne. **Pour le livre en revanche, tout paraît possible et même probable: le respect de l'œuvre initiale comme l'ajout de contenu hétérogène, la fragmentation du texte, voire la combinaison de fragments dans un processus appelé à renouveler la structure des œuvres et leur langage.**

Un tel traitement aura pour conséquence de redéfinir et replacer l'écrit dans l'offre globale de l'industrie des loisirs. Des contenus vont se déplacer entre supports et disciplines, et de même qu'une bande originale sort d'un film pour devenir une offre du secteur musical, des contenus provenant d'autres disciplines vont prendre place dans ce nouveau texte numérique.

■ **Les usages**, et non les auteurs, éditeurs ou libraires, décideront en définitive de ce que sera la lecture numérique. Un usage, dans le processus de construction d'un secteur du numérique, est une expérience suffisamment satisfaisante pour que le consommateur lui reconnaisse une valeur. Cette valeur se mesure dans l'argent et également dans le temps qu'il est disposé à donner pour vivre cette expérience. La plupart des expériences neuves vécues dans l'univers numérique restent sans suite, une technologie et ses fonctionnalités ne retenant pas l'attention du public. Mais parfois, dans un contexte

donné, l'expérience est si satisfaisante qu'elle définit de nouveaux usages, consolidés dans une pratique assez large pour constituer un nouveau marché.

Si l'on prend pour seule référence le téléphone mobile, dont l'écran d'une superficie de quelques dizaines de centimètres carrés n'a pas, pour le moment, été conçu comme un support de livre numérique, on peut s'interroger sur l'émergence d'usages nouveaux : c'est un support de romans au Japon, où les idéogrammes s'accommodent bien de ce nouveau support ; c'est un petit vecteur de poésie, discipline où abondent des formats courts ; c'est un nouvel outil de consultation, interactif et pratique des guides de voyage ou gastronomiques ; c'est également un support de cartes avec la proposition d'itinéraires en temps réel sur les modèles munis de GPS.

Définir l'avenir d'un support du livre numérique relève d'une prophétie délicate. Pour autant, des concepts existent, qui sont couramment utilisés pour qualifier et segmenter les expériences propres à créer de nouveaux usages :

- **Mobilité** : l'accroissement de la consommation nomade est une tendance qui va de pair avec la numérisation des contenus. Dans le choix d'un support de lecture, la recherche de la mobilité génère une liste d'exigences : poids, encombrement, autonomie d'utilisation.
- **Interopérabilité** : l'interopérabilité des supports et des contenus est la mesure de leur neutralité technique. Lorsqu'elle est maximale, un support peut lire tout contenu et un contenu est lisible sur tout support. L'interopérabilité va de pair avec la taille des marchés.
- **Disponibilité** : la possibilité d'obtenir de façon simple et rapide un contenu est une valeur d'usage essentielle, plus importante que ne l'ont imaginé bien des acteurs de disciplines soumises à la numérisation des contenus. Une mauvaise disponibilité suscite parfois autant l'apparition du piratage que l'envie d'accéder gratuitement à un contenu.
- **Connexion** : l'usage en ligne permet d'alimenter l'offre. Il se traduit par une exigence de mise à jour systématique du contenu.
- **Interactivité** : le passage de l'attitude passive à une attitude active est un postulat du comportement du consommateur dans l'univers numérique. Elle a pour conséquence l'offre de services aux côtés de l'œuvre : organisation de débats et de contributions en ligne, travail de tuteur, rôle du modérateur. Autre obligation : accepter la circulation de l'œuvre entre l'acheteur et les membres de ses réseaux.
- **Budget-temps** : la surabondance de l'offre dans l'univers numérique demande d'un fournisseur de contenu qu'il aide le consommateur à optimiser l'utilisation de sa ressource la plus rare : l'attention.

La bonne expérience, propre à générer une valeur d'usage, ne tient pas à la seule offre du bon contenu sur le bon support mais à la maîtrise cohérente de l'ensemble de ces critères. Cela explique que des acteurs qui n'appartiennent pas au secteur du livre sur papier aient la conviction qu'ils peuvent s'installer dans l'univers du livre numérique. Ils sont en quête de l'expérience gagnante, celle du lecteur séduit par un

livre numérique, mobile, interopérable, disponible en permanence, lisible au sein d'une communauté interactive et qui ne dévore pas son budget-temps.

1.1.2. Le référencement

L'existence de contenus, détachés de tout physique, impose la création d'un protocole de rangement dans l'univers numérique. L'un des aspects majeurs de la fonction éditoriale – entendue au sens large pour tous les types de contenus, c'est-à-dire son, texte, images, vidéos, etc. - consiste à organiser le rangement de ces contenus numériques de manière dynamique pour les mettre en rapport les uns avec les autres et leur donner à la fois du sens et une singularité.

Il est en effet nécessaire de fournir à l'audience les repères nécessaires, de contextualiser les contenus proposés. Cette démarche s'appuie, comme dans l'univers réel, sur les marques, les collections, qui établissent de véritables lignes éditoriales. Par exemple, au sein des publications scientifiques, le label et la sélection qu'apportent les éditeurs de revues aident à se repérer dans l'abondance de l'offre en ligne. Mais la puissance de l'outil informatique, avec ses possibilités d'indexation applicables à l'ensemble d'un texte, a ajouté dans l'univers numérique un tout autre référencement devenu essentiel et qui recouvre deux aspects :

- le référencement interne à l'œuvre, qui alimente les circulations au sein de l'ouvrage et, partant, la navigation depuis cette œuvre vers d'autres œuvres et inversement ;
- le référencement externe de l'œuvre, qui lui permet d'être ordonnée, rangée, donc repérable dans l'abondance des contenus numériques.

Dès lors qu'un livre se trouve dans l'univers numérique, l'outil informatique dépasse les référents classiques du livre sur papier (notes, annexes, index, collections, etc.) pour créer en ligne un autre contexte qui donne au référencement de l'œuvre une dimension nouvelle: l'intégration de liens hypertextes permet au lecteur de reconstruire son livre sans cesse et de passer en cours de lecture à d'autres univers en ligne. Au-delà, le repérage de l'œuvre par ses lecteurs potentiels sur un réseau ouvert devient incontournable dans un univers où l'offre de ressources est surabondante. **La capacité d'une œuvre numérique à « être bien référencée » est le facteur décisif, voire unique, de sa visibilité.**

1.1.3. L'effet de réseau

Dans l'univers numérique, pour paraphraser le poème de John Donne, aucun contenu n'est une île : convenablement nourri de liens, il acquiert la richesse d'un continent où se retrouvent contenus et utilisateurs. Ce que théoriciens du numérique et économistes nomment l'effet de réseaux est cette valeur inhérente à la configuration d'un monde qui se nourrit en ligne.

Cet effet de réseau existe depuis longtemps dans l'univers réel avec la publicité donnée aux « listes des meilleures ventes ». L'univers numérique l'a diversifié, personnalisé et rendu plus puissant encore en amplifiant la circulation de l'information autour de chaque événement, de chaque œuvre et même de chaque acheteur au point, sans

attendre le livre numérique, de modifier les mécanismes de médiation entre une œuvre et son public potentiel.

Qu'il s'agisse d'outils tels que le mécanisme de comparaison d'achats (« les clients ayant acquis ce livre ont également acheté... »), de recommandations collectives par les lecteurs (« voulez-vous recommander cet ouvrage ou écrire une critique... ») ou de la gestion en continu de séquences d'achats individuels (« cet auteur, dont vous aviez acquis un ouvrage, vient de publier... »), **le lecteur individuel est tiré de son isolement et soumis à des effets de réseaux dès lors qu'il se trouve en ligne.**

De façon subtile et insistante, un « effet bibliothèque » se développe. Repérable sur les sites des librairies en ligne, qui offrent parfois la possibilité de consulter des listes thématiques établies par d'autres internautes, ce processus s'épanouit surtout sur les sites communautaires et de réseaux sociaux. Ainsi, il est possible, grâce à une application particulière, de faire partager ses lectures à ses amis, à ses élèves ou aux membres d'un groupe de travail. Les livres sont visualisés par leur couverture (l'application trouve elle-même les images des couvertures correspondantes) et sont répartis sur différentes « étagères » : les livres en cours de lecture, ceux que l'on souhaite lire, les livres préférés et ceux dont on a écrit une critique. En cliquant sur la couverture d'un livre, on arrive sur une page de présentation de l'ouvrage, les appréciations et les notes de ses amis – et un lien vers une librairie en ligne.

L'effet de ces « recommandations » se traduit dans la répartition des ventes en ligne de livres imprimés : la part relative des ouvrages de fonds par rapport aux nouveautés est plus importante que dans les librairies du monde réel.

A terme, on peut imaginer que pour le livre numérique l'« effet bibliothèque », par les informations communautaires et le référencement qu'il suscite (mots-clés et références choisis par l'audience, dernier ajout d'un ouvrage dans une étagère personnelle, etc.), devienne un mode de recherche utilisé au même titre qu'un moteur de recherche – et ce, d'autant plus si les ressources numériques et, à due concurrence, les bibliothèques numériques, se développent.

1.1.4. Le “tipping point”

Dernier facteur propre à l'univers numérique: son cheminement très particulier dans l'adoption et la diffusion de la nouveauté. Ce cheminement relève en effet d'une logique d'itinéraire plus que de volume, car il passe presque toujours par un *tipping point*. Le terme, utilisé à l'origine en épidémiologie pour désigner un seuil critique à partir duquel une épidémie se répand, a été transposé à la sociologie et à l'univers économique ; son usage est devenu courant pour désigner l'explosion d'une demande prenant la forme d'une « épidémie sociale » par une contagion à la fois brutale et de grande ampleur entre des consommateurs.

Cette contagion n'a que peu à voir avec la courbe classique de diffusion des innovations. Il s'agit d'une courbe d'adoption très pentue : la volonté d'appropriation par les consommateurs explose dès l'émergence du produit, laissant à l'offre peu de chances de prendre en marche le train de la demande tant se succèdent rapidement les effets de démonstration entre les « experts », qui repèrent et partagent les informations innovantes, les « représentants » qui savent formuler les messages de manière claire et persuasive et les « connecteurs », qui relient des personnes et des groupes de personnes dans des réseaux plus larges.

Appliquée au livre numérique, cette analyse comportementale des consommateurs suggère d'envisager le décollage d'un marché assuré aussi bien par des lecteurs que par des non-lecteurs, avec ou sans présence d'un « reader » universel. **Dans tous les cas, cette dynamique inclut une nervosité, une brutalité des processus qui imposent à chaque professionnel de se préparer à agir ou réagir de façon bien plus vive que de coutume, en veillant à être sans cesse à l'écoute, en ligne.**

1.2. Dynamiques à l'œuvre

Le débat sur les modèles propres à l'univers numérique s'installe peu à peu. Quelle que soit la discipline concernée, il est possible de relever la présence, dans les processus qui accompagnent le basculement d'un monde physique vers un monde virtuel, de quatre mêmes dynamiques: la commercialisation de modèles d'accès, la désintermédiation, la fragmentation des usages qui multiplie les chaînes de valeur, et enfin la discrimination entre les préférences des consommateurs.

1.2.1. Le modèle de l'accès

Une économie numérique est portée par un réseau. Cette donnée irréfragable a vite poussé à faire régler l'accès au réseau plutôt que d'utiliser le réseau pour offrir des actes d'achat. Les modèles traditionnels de vente commerciale ont souvent été supplantés par de nouvelles offres fondées principalement sur des abonnements et des « bouquets » de contenus. La vente d'accès l'emporte largement sur la vente de fichiers dans les propositions commerciales.

L'évolution technologique récente du réseau Internet – haut débit, accès nomade généralisé - a conforté l'accent mis d'emblée sur le concept de l'accès. Désormais, les flux prennent le pas sur les stocks, l'utilisateur final délaisse peu à peu son disque dur, aux possibilités de stockage limitées, au profit d'un accès permanent en ligne aux contenus numériques. Cet usage du réseau basé sur l'accès illimité renforce la validité commerciale de l'offre l'abonnement, puisqu'elle rend inutile le téléchargement.

Il s'agit au total d'une véritable évolution vers un modèle de distribution souvent nommé « cloud computing ». Il suppose la diminution, voire, à terme, la disparition de l'utilisation du disque dur : il devient plus simple pour l'utilisateur de consulter et d'organiser ses informations en ligne, plutôt que de les télécharger et de le faire sur sa machine. D'autant plus qu'il ne se sert pas d'une, mais de plusieurs, voire de nombreuses machines, toutes connectées au même réseau Internet, qu'il s'agisse d'outils de communication, de travail ou de culture : PC, téléphone mobile, assistant personnel, lecteur de musique, console de jeux, etc.).

Le « cloud computing » favorise la multiplication des supports. L'utilisateur peut accéder à son « nuage » de données personnelles, qui le suit partout quel que soit le support utilisé pour la connexion. Dans cette vision, l'unité du réseau est la réponse à la multiplicité des écrans ; l'accès devient le seul modèle capable de sous-tendre une activité commerciale en ligne.

1.2.2. La désintermédiation

Dans une économie réelle, la chaîne de valeur est structurée de façon linéaire : la place de chaque maillon est immuable, l'action d'un acteur à chaque étape découle nécessairement de la précédente action et les acteurs dépendent tour à tour les uns des autres. A l'inverse, l'économie virtuelle, en réseau, permet à chaque acteur d'entrer en rapport avec n'importe lequel des autres acteurs, en court-circuitant le reste de la chaîne. Ce passage d'une ligne à une grille, permettant la rencontre d'acteurs que leur position, en amont ou en aval, ne met pas d'ordinaire en relation, ouvre la porte à la suppression des intermédiaires. A tous les niveaux de la chaîne de valeur, la désintermédiation est possible.

La musique a vu ainsi des groupes atteindre la notoriété sur des sites sociaux, sans passer par un label ou distribuer leurs créations sans passer par un diffuseur, voire confier à l'audience, comme l'a fait un groupe anglais de renom, la fixation du prix des musiques téléchargées.

Dans cette logique visant à se passer de tout ou partie des intermédiaires, l'auteur d'un livre numérique peut choisir de conserver sa relation privilégiée avec l'éditeur, ou de s'adresser directement à un distributeur numérique, voire de s'auto-publier en mettant en ligne un fichier numérique sur son site personnel ou sur un site communautaire. Ou encore de devenir son propre distributeur en s'appuyant sur un libraire en ligne : l'outil de lecture Kindle, proposé par la librairie virtuelle Amazon, met ainsi à la disposition de son lecteur des livres numériques mais il lui propose inversement d'envoyer un « manuscrit » chez Amazon pour y être distribué.

Selon la même logique, l'éditeur peut diffuser et distribuer lui-même ses auteurs, raccourcissant ainsi la chaîne classique diffuseur-distributeur-libraires pour privilégier le lien direct avec le lecteur. Certains sites d'éditeurs, principalement américains, proposent ainsi directement la vente de livres sur leur site internet, tant en format papier qu'en format numérique.

De même, un distributeur numérique peut passer des accords directement avec des créateurs pour assurer la vente de leurs œuvres, et en aval, évincer les libraires en assurant la vente des contenus depuis sa plate-forme de distribution. Mais le libraire peut devenir à son tour distributeur, en installant sa propre plate-forme de distribution numérique, et/ou éditeur, en s'adressant directement aux auteurs pour nourrir cette plate-forme.

Tout acteur, en définitive, peut à tout moment être concurrencé par un autre acteur dans une économie en réseau. Ce processus qui s'est manifesté de façon très visible dans le champ de la musique est désormais à l'œuvre dans l'audiovisuel : des distributeurs d'accès à la télévision et à la téléphonie s'efforcent de détenir les droits d'exploitation de films, de documentaires, de retransmissions sportives et de séries pour les commercialiser directement. Rien, a priori, n'interdit de voir naître des ambitions identiques dans le champ du livre numérique.

1.2.3. La fragmentation des usages et la multiplication des chaînes de valeur

Paradoxe de l'univers numérique, cette tendance à la désintermédiation favorise une dynamique inverse : le renforcement économique des positions d'intermédiaires. En

effet, dans cet univers où les usages se multiplient, où les modes d'accès ne cessent de s'additionner, un contenu prend place dans des offres diverses qui sont autant de chaînes de valeur distinctes. **C'est au point que la connaissance des modes de diffusion en ligne et la maîtrise des flux commerciaux et financiers engendrés par les offres, constitue en soi une véritable activité d'intermédiaire, complexe, essentielle.** L'intermédiaire qui reste maître de son environnement et qui mesure la position de chacun de ses contenus dans chacune des chaînes de valeur a une possibilité de rétribution forte dans l'univers numérique. Mais la tâche est difficile à réaliser pour deux raisons au moins.

- D'une part, il existe une fragmentation croissante du marché qui exige des offres finement adaptées pour répondre aux différentes demandes. Chaque offre s'accompagne de modes de diffusion, de publicité et de référencement utilisant pleinement les effets de réseaux, grâce aux divers canaux de type blogs, tags, sites communautaires, etc. Profiter de la multiplication des marchés de niches suppose d'identifier, d'atteindre et de stimuler ces niches. Et d'aider l'acheteur potentiel à se repérer dans la multitude des offres et des contenus, c'est-à-dire de donner du sens et de la lisibilité aux contenus proposés et à leur référencement. C'est une activité neuve et en cours d'invention.
- D'autre part, il est impératif de maîtriser les différents flux financiers issus d'offres hétérogènes - un même contenu fait partie d'une multitude d'offres, proposées à des conditions commerciales diverses. Il peut par exemple être proposé en fichier téléchargeable à un prix fixe, mais aussi être intégré dans un bouquet de contenus accessible par abonnement à des tarifs et pour des durées diverses, ou encore fourni gratuitement comme produit d'appel. Dans cet environnement, le calcul des revenus générés par un contenu devient délicat sans un « back office » performant pour le traiter.

Dans cet univers aux modèles économiques d'une complexité croissante, il faut que l'un des acteurs de la chaîne joue un rôle de centralisation et d'intermédiation. Mais qui est cet acteur au centre du « hub » des chaînes de valeur : le fournisseur de l'accès, le détenteur du droit, le vendeur qui « place » le produit, ou le fabricant de technologie ?

Le monde numérique n'a pas donné de réponse universelle et les batailles commerciales y reposent sur des modèles plus hermétiques que partout ailleurs. Seul constat invariable : dans cet univers gouverné par la parcellisation des usages, les régulateurs ont un temps de retard.

1.2.4. La discrimination

L'une des difficultés essentielles vécue par les secteurs soumis à la numérisation tient à la dissociation entre les contenus et leur support. Dès lors que le marché accède non pas à un objet mais à un fichier, il devient impossible de garder, comme élément de la fixation du prix, le coût marginal de fabrication. Ce coût dans l'univers numérique tend en effet très vite vers zéro. La valeur d'un fichier numérique ne peut donc s'apprécier qu'à l'aune de l'expérience qu'il procure. De façon générale, les contenus culturels numériques partagent cette caractéristique : ils sont ce que les économistes nomment des « biens d'expérience » dont le prix ne peut être établi qu'en rapport avec l'« utilité » attendue par le consommateur.

Cette utilité marginale anticipée par l'utilisateur (c'est-à-dire le prix qu'il est prêt à payer pour acheter un « bien d'expérience » spécifique) oblige à discerner les préférences des consommateurs entre plusieurs biens afin de fixer le prix de chacun d'entre eux. La politique commerciale et tarifaire devient dans l'économie numérique une discrimination entre des préférences. Une tâche rude dans le cas du livre qui est tour à tour instrument de connaissance, outil de signalisation, guide pratique, support de divertissement, etc. - autant d'« utilités » qui renvoient à des univers très différents.

Cette discrimination des utilités est d'autant plus délicate que dans l'univers numérique la part de l'achat à l'acte tend à diminuer au profit des services en ligne : il faut à la fois fixer le prix d'un fichier téléchargeable et gérer des offres d'accès par abonnements et bouquets, autrement dit définir à la fois des prix universels et des catégories de forfaits.

Ultime difficulté, cette discrimination des utilités doit cohabiter, dans l'univers numérique, avec la gratuité, autrement dit la fixation d'un prix nul, afin d'atteindre rapidement une masse critique d'utilisateurs. C'est une manière de fixer l'utilité ex-post : plutôt que de risquer de décourager une partie de l'audience en raison d'un prix trop élevé, le produit est cédé gratuitement pour toucher le plus grand nombre possible de consommateurs, le financement de l'opération étant assuré par un tiers, l'annonceur publicitaire. Ce dernier se voit refacturer l'utilité effective du produit, en fonction de la mesure de l'audience.

Le financement par la publicité est un mode pratique de discrimination, car il fait remonter les recettes au prorata de l'audience. En revanche il donne aussi une perception dégradée du produit, alors que certains consommateurs auraient peut-être été prêts à payer plus cher pour une version non dégradée. Mieux vaut dans certains cas affiner la discrimination en proposant une version non dégradée, plus confortable et payante. **Ces phénomènes de gratuité sont en outre particulièrement dommageables pour les biens culturels, puisqu'ils diminuent le consentement à payer des utilisateurs, alors même qu'il est légitime de rémunérer la création.** Enfin, à la différence des médias de masse (radio, presse, internet) où la publicité s'appuie sur des audiences fortes, l'industrie du livre est fondée sur des audiences faibles et segmentées (les tirages moyens sont de 8.000 exemplaires) : les tentatives d'intégrer de la publicité aux livres imprimés ont en conséquence régulièrement échoué. On peut donc s'interroger sur la viabilité de ce modèle pour l'édition de littérature générale.

Le piratage, autre mode de fixation d'un prix gratuit, a de son côté pour défaut, outre le fait de diminuer lui aussi le consentement à payer, de casser les possibilités de discrimination fine. Il faut donc le marginaliser pour permettre l'instauration dans le secteur de l'édition d'un système de prix efficace et compatible avec l'objectif de diversité.

En définitive, les facteurs déterminants de l'économie numérique et ses dynamiques imposent de sortir des schémas de fonctionnement de l'économie classique. Un produit ou un service n'a pas nécessairement un seul prix dans l'univers numérique. Les préférences du consommateur, ses pratiques, la date de mise à disposition d'un bien, son caractère de nouveauté ou non, l'évolution de l'usage ou les effets de démonstration

agissent sur une tarification bâtie autour de l'idée de l'accès à plusieurs biens et plusieurs services. Pour l'industrie du livre, il s'agit là d'enjeux neufs au moins aussi importants que la recherche de la bonne expérience du lecteur au moment où elle fait son entrée dans l'univers numérique, avec ce que cela suppose de découvertes d'un autre monde.

II. Le livre dans l'univers numérique

Le livre numérique n'est plus, en France, une fiction. Fragmentée, dispersée, une avancée se poursuit : des secteurs qui, jusqu'ici, ne vivaient que sur le papier s'installent sur un ou plusieurs supports - le micro-ordinateur étant le plus courant de tous - et poursuivent leur activité hors de l'imprimé.

Le développement inégal de chacun de ces secteurs et la taille modeste des opérations par rapport à l'activité globale de l'industrie du livre interdisent bien sûr d'avoir une vue d'ensemble de cette avancée. Elle n'en existe pas moins et mérite d'être analysée, avant d'examiner sous quelles conditions et plus encore avec quels effets elle pourrait s'accélérer, voire se transformer en un basculement massif de l'édition dans le monde virtuel.

II.1. Une maturation plus lente que dans d'autres industries culturelles

La révolution numérique touche le secteur du livre de façon tardive et moins brutale qu'elle ne l'a fait pour la musique et le cinéma, deux secteurs où en très peu de temps sont intervenus des changements majeurs.

■ *L'irruption du numérique dans la musique*, entamée dès la fin des années 1990 par le développement des sites communautaires de partage de fichiers, s'est traduite par la croissance exponentielle des téléchargements gratuits en « peer-to-peer » (P2P). En 2000, vingt mois après sa création, Napster enregistrait ainsi 65 millions d'utilisateurs et accueillait jusqu'à 700.000 utilisateurs simultanément¹. En regard de ces initiatives d'usagers, l'offre légale a peiné à se construire, en essayant d'abord de transposer les offres existantes dans l'univers physique : Sony, après le rachat de Columbia, lui permettant de disposer en exclusivité d'une source considérable de contenus, proposait ainsi le téléchargement d'albums proposés à 17 dollars - soit un prix proche de celui des CD - et protégés par des DRM peu interopérables.

Le téléchargement légal n'a vraiment démarré qu'en 2003, après le lancement par Apple de la plate-forme iTunes (l'iPod existe depuis 2001), qui permet de télécharger légalement et facilement, grâce à une interface très intuitive, soit des titres proposés isolément, au prix de 0,99 dollars², soit des albums à 9,99 dollars. La combinaison de cette offre originale et d'un outil au maniement aisé, au design flatteur et relayé par une impressionnante campagne publicitaire a fait décoller le marché de la vente de musique en ligne. Apple a immédiatement développé sa part de marché et imposé ses prix de vente à toute l'industrie musicale.

La diffusion rapide de ce modèle a fait basculer le marché. En 2003, moins de cinquante plates-formes musicales, proposaient environ 1 million de titres et représentaient 6% du chiffre d'affaires du secteur. En 2008, plus de cinq cents plates-formes proposent 6 millions de titres et tendent de plus en plus à vendre des titres sans

¹En 2001, la fermeture temporaire du site, condamné pour violation des droits d'auteur, n'aura en définitive que peu d'impact sur les téléchargements en P2P qui continuent à progresser.

² Le prix affiché est toujours de 0,99 par chanson (9,99 par album), quelle que soit la devise.

DRM ; la musique téléchargée légalement représente aujourd'hui 15% du chiffre d'affaires du secteur³.

■ **Pour la vidéo**, l'utilisation en ligne a commencé à se développer dans les années 2000, prenant peu à peu le relais des ventes de DVD, support qui représentait 40 % du marché de la vente de vidéos en 2001. Le secteur connaît depuis une réelle accélération, portée notamment par la croissance de l'internet à haut débit. Les modèles foisonnent sur un marché encore en phase de test : la vidéo à la demande (VOD) connaît un essor rapide avec un taux de croissance annuel estimé à 24 % (la France, avec plus de vingt services disponibles en 2006, se classant au premier rang des pays européens) ; le P2P vidéo se développe ; le site YouTube, créé en 2005, enregistre 100 millions de visionnages par jour dès 2006. L'audiovisuel n'est pas en reste avec de nouveaux types d'offres comme la « catch-up TV » (ou séance de rattrapage) qui rend disponible via internet certains programmes de télévision, soit sur ordinateur, soit sur télévision grâce à un boîtier ADSL. Parallèlement, les contenus se regardent non seulement sur les écrans d'ordinateurs ou de télévision, mais aussi, de plus en plus, sur des assistants personnels (PDA) ou des téléphones mobiles.

Le secteur a clairement entamé sa révolution numérique. Certains signes ne trompent pas qui révèlent des logiques d'appropriation particulières : les téléchargements illégaux augmentent rapidement, cherchant notamment à tourner la chronologie des médias et à rendre disponibles en ligne des films qui sont à peine (voire pas encore) sortis en salle ; des opérateurs extérieurs aux industries de contenus, venus principalement du secteur des télécommunications, cherchent parallèlement à proposer des offres nouvelles associant des contenus cinématographiques et/ou audiovisuels à des prestations de téléphonie.

■ **Le secteur de l'édition**, tout au moins de l'édition de littérature générale, ne connaît pas ces évolutions brutales. Les premières tentatives de livres numériques pour supports dédiés se sont d'ailleurs soldées par des échecs, amplifiés par l'éclatement de la bulle internet au tournant des années 2000. En effet, alors que les usages de lecture sur écran étaient peu développés, les premiers matériels dédiés à la lecture de livres électroniques, encore lourds et chers⁴, ne procuraient pas une expérience suffisamment satisfaisante par rapport au livre papier et l'offre de contenus restait insuffisante pour amorcer un mouvement vers le numérique. La société Cytale, créée en 1998 et à l'origine du lecteur Cybook commercialisé à partir de 2001, a ainsi été mise en liquidation judiciaire dès juillet 2002. Gemstar, société américaine de produits et services numériques pour les médias, qui avait racheté début 2000 les premiers fabricants de lecteurs électroniques (le Softbook et le RocketEbook) et le premier éditeur numérique français, 00h00⁵, n'a pu lancer sur le marché américain sa tablette de lecture numérique Gemstar eBook. L'arrêt de ses activités a entraîné la fermeture du site de 00h00 en 2003. Le lecteur Librie de Sony, lancé en 2004 au Japon, est également un échec : son prix élevé et les mesures anti-piratage draconiennes – les livres pouvaient seulement être empruntés pour une durée de 60 jours - ont découragé les consommateurs. Les grandes librairies en ligne, essentiellement américaines, qui avaient ouvert des compartiments numériques en 2000 (notamment Barnes&Nobles et Amazon), ont de leur côté abandonné cette activité ou l'ont laissée en friche.

³ Avec toutefois une part importante liée au téléchargement de sonneries de mobiles.

⁴ Le Cybook de Cytale pèse près d'un kilo et coûte environ 900 euros.

⁵ Le site de 00h00, ouvert en 1998, propose alors quelque 600 titres (essentiellement des rééditions électroniques d'œuvres publiées par d'autres éditeurs et une centaine d'œuvres originales).

■ **Des jalons solides** sont cependant posés au cours des années 2000. Les fabricants (Irex technologies, Sony...) testent de nouveaux matériels. Les performances des lecteurs dédiés (le Cybook de Bookeen par exemple) comme des terminaux non dédiés - téléphones, ordinateurs portables, PDA, consoles de jeux - atteignent une qualité comparable aux standards internationaux de l'univers électroniques.

Plusieurs entreprises mettent également au point des logiciels de lecture pour répondre à la diversité des formats et des terminaux de lecture : après l'Acrobat Reader en 1993 pour la lecture des fichiers en PDF⁶, Adobe produit un Acrobat Reader pour assistant personnel dès 2001, constamment amélioré depuis ; Microsoft lance en août 2000 le Microsoft Reader, disponible pour toute plate-forme Windows ; la société Mobipocket, créée en mars 2000, propose un logiciel de lecture utilisable sur les assistants personnels puis sur les ordinateurs.

Du côté des contenus, l'offre gratuite d'œuvres du domaine public est relativement ancienne. Le serveur Gallica, lancé en 1997 par la Bibliothèque Nationale de France, comptait fin 2006 quelque 90.000 titres numérisés ainsi que des œuvres issues des collections iconographiques de la BNF. Toutefois, la quasi intégralité des ouvrages est en mode image. Ils ne peuvent donc pas être lus sur des terminaux mobiles, qui fonctionnent en mode texte.

L'intérêt pour le livre numérique s'est surtout amplifié avec le lancement très médiatisé de projets de grandes bibliothèques numériques. Ces projets de bibliothèques numériques ont commencé avec le démarrage en 2004, non sans controverse, du nouveau programme de Google, « Google Print », dont l'ambition est de numériser quelque 15 millions d'ouvrages grâce à des accords de partenariat avec de grandes bibliothèques et des éditeurs. Microsoft a mis en place son propre programme de numérisation de livres avec Windows Live Book Search (alimenté, entre autres, par un partenariat avec la British Library) et l'a fait progresser avant d'y mettre fin. Yahoo a lancé Open Content Alliance, qui vise à numériser 18.000 titres de la littérature classique américaine. Enfin, la Commission européenne a annoncé, en mars 2006, la création de la Bibliothèque numérique européenne, dont l'objectif est d'offrir l'accès au patrimoine numérique européen à travers 6 millions d'ouvrages mis en ligne d'ici à 2011.

■ **L'offre de contenus grand public** s'étend aujourd'hui même si elle reste limitée. Gallica 2, lancée au printemps 2008, est une plate-forme de consultation qui comporte à la fois une offre gratuite, constituée à partir d'ouvrages du domaine public issus des collections de la BNF, et une offre payante d'œuvres sous droits qui sera mise en place via des partenariats avec des éditeurs. Cette expérimentation, qui bénéficie d'un soutien public à hauteur de 10 millions d'euros par an via le Centre National du Livre, table sur 10.000 ouvrages numérisés d'ici fin 2008 et compte déjà une centaine d'éditeurs partenaires. L'objectif est de mettre en ligne 2 millions d'ouvrages d'ici 2011.

Par ailleurs, en dehors du segment spécifique de l'édition scientifique, technique et médicale (STM) et du volet d'œuvres sous droits proposé par Gallica 2, l'offre payante se développe, même si elle demeure encore étroite. Des éditeurs de livres pratiques, voire de littérature sentimentale comme Harlequin, offrent de plus en plus de contenus numériques. De son côté, Mobipocket, société française rachetée par Amazon en 2005,

⁶ Ce « portable document format » conserve la présentation du document source, quelle que soit la plate-forme utilisée pour le créer ou pour le lire.

propose 60.000 titres en format standard, lisibles sur terminaux mobiles (téléphones, PDA, lecteur électronique), mais dont un millier seulement sont en français.

Numilog et Cyberlibris, qui sont deux agrégateurs numériques jouant à la fois le rôle de diffuseur et de distributeur, proposent par ailleurs des abonnements thématiques s'adressant prioritairement aux bibliothèques et aux entreprises. Les catalogues, sous format propriétaire, restent cependant encore limités - 46.000 ouvrages chez Numilog, dont la moitié environ sont en français, 6.000 titres (chiffre 2006) chez Cyberlibris.

En octobre 2007, la FNAC a mis en place, en partenariat avec Cyberlibris qui met notamment à disposition son logiciel de lecture, une « bibliothèque numérique » accessible via un abonnement forfaitaire mensuel, mais peu d'ouvrages sont disponibles : 1.000 titres de livres pratiques sont proposés, au travers de sept bouquets thématiques.

Le quotidien Les Echos a placé dans son offre intégrée « e-paper », en septembre 2007, associant un lecteur électronique dédié (e-Reader Les Echos ou e-Reader Iliad), le logiciel de lecture de Mobipocket, un abonnement d'un an au journal et à une sélection de dépêches de l'AFP, un choix de livres numériques du domaine professionnel proposés en mode texte (Nathan, M21⁷, Pearson éducation). Les contenus sont également disponibles hors lecteur dédié.

Ces diverses offres sont donc essentiellement concentrées dans les secteurs des livres pratiques et de la littérature professionnelle.

Parallèlement, de nouveaux outils de recherche de livres se sont développés. Les possibilités de « feuilletage » en ligne d'ouvrages se multiplient, à l'initiative de moteurs de recherche (Google Print a été remplacé par Google-Recherche de livres, le moteur de recherche incluant désormais dans ses résultats des extraits d'ouvrages numérisés, qu'il est possible de feuilleter partiellement) ou de librairies en ligne.

Enfin, la numérisation de leur fonds par certains éditeurs⁸, afin d'assurer la promotion en ligne de leurs livres par la consultation en ligne d'extraits (« feuilletage »), soit par le biais de grands moteurs de recherche, soit par les maisons elles-mêmes, pourrait à l'avenir alimenter d'éventuelles plates-formes de vente.

II.2. La numérisation de certains secteurs relève plus d'une évolution que d'une révolution

Dans les secteurs où le basculement s'est produit de façon significative - l'édition scientifique, technique et juridique d'une part, les dictionnaires et encyclopédies d'autre part - l'entrée dans l'univers numérique s'est faite de façon naturelle, sans rupture apparente. Elle n'a remis en cause ni le modèle commercial, ni la relation avec les auteurs, ni les usages des lecteurs.

■ ***Le modèle commercial*** est largement transposé de l'univers « papier ». Ainsi, chez les éditeurs scientifiques, techniques et médicaux, la première étape a d'abord consisté à numériser les contenus existants et à les mettre à disposition des lecteurs, d'abord

⁷ M21 commercialise depuis peu un lecteur électronique (le Cybook gen3) en offre intégrée avec une vingtaine de livres.

⁸ Gallimard vient d'annoncer la numérisation des 30.000 ouvrages qui constituent son fonds.

essentiellement sous forme de CD-rom puis en ligne, avec des logiques de système propriétaire et des fonctionnalités qui se sont développées progressivement. Les éditeurs de ces secteurs vendent souvent une offre couplée papier et édition en ligne et soulignent la persistance de l'attachement au papier de leur clientèle, en dépit des fonctionnalités plus grandes des éditions numériques.

La deuxième étape, qui se développe aujourd'hui, est celle du « content based service », dans laquelle l'éditeur ne propose plus seulement l'accès à des contenus, mais de véritables services en ligne avec des fonctions de recherche avancées et de nombreux liens notamment vers des sites universitaires. Les catalogues se sont beaucoup développés, proposant dorénavant la quasi-intégralité de l'offre éditoriale en ligne. Une étape ultérieure consistera en une offre uniquement numérique.

Les offres sont proposées principalement sous forme d'abonnements, ce qui ne constitue pas une nouveauté dans des secteurs s'adressant à une clientèle essentiellement professionnelle où revues et ouvrages sous forme de classeurs à mise à jour régulière constituent la majorité des fonds documentaires fournis. Le passage d'une clientèle professionnelle à une clientèle étudiante, s'il était envisagé, comporterait plus d'inconnues, notamment si les offres visent directement les étudiants et non les bibliothèques universitaires.

■ **Les relations des éditeurs avec leurs auteurs** dans les secteurs éditoriaux où le numérique a pris une part importante n'ont pas non plus été remises en cause par le passage au numérique.

Le code de la propriété intellectuelle pose le principe de la participation proportionnelle de l'auteur aux recettes provenant de la vente ou de l'exploitation de l'œuvre. Cette rémunération proportionnelle est donc l'une des caractéristiques essentielles de la plupart des contrats entre auteurs et éditeurs.

Or, dans les secteurs concernés, les œuvres ont en majorité le statut particulier d'œuvres collectives, rémunérées de façon forfaitaire. Le statut de l'œuvre collective est défini au troisième alinéa de l'article L. 113-2 : « Est dite collective l'œuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé. » La conséquence de l'impossibilité d'attribuer un droit « distinct » à chaque auteur se traduit, financièrement, par une rémunération forfaitaire. La jurisprudence a d'ailleurs confirmé que les œuvres collectives pouvaient être rémunérées forfaitairement.

En outre, le code de la propriété intellectuelle prévoit également, dans certains cas limitativement énumérés, que la rémunération de l'auteur puisse être évaluée forfaitairement, notamment lorsqu'il y a impossibilité de déterminer la base de calcul de la participation proportionnelle, que les moyens de contrôler l'application de la participation font défaut, que les frais des opérations de calcul et de contrôle seraient hors de proportion avec les résultats à atteindre ou encore que l'utilisation de l'œuvre ne présente qu'un caractère accessoire par rapport à l'objet exploité.

Cette possibilité de rémunération forfaitaire peut être intéressante pour l'édition numérique dans les secteurs concernés par la digitalisation, lorsque le modèle commercial est

fondé sur l'offre d'accès à des fonds documentaires - même si, bien entendu, de tels modèles n'empêchent pas nécessairement le calcul d'une rémunération proportionnelle.

Dès lors, le passage au numérique dans les secteurs de l'édition professionnelle et de l'édition de référence ne modifie pas fondamentalement le mode de rémunération des auteurs.

■ **Les usages** des lecteurs n'ont pas non plus connu de modification importante. Outils professionnels, les fonds documentaires concernés sont consultés généralement sur le lieu de travail, donc essentiellement de façon sédentaire et à partir d'un poste fixe. Certes, la consultation d'un fonds documentaire en ligne bénéficie pleinement de facilités d'utilisation telles que la recherche par mots-clés dans les textes, la mise à jour ou les liens hypertextes permettant une consultation de sources diverses à partir d'une seule requête. Mais il s'agit d'une différence de degré plus que de nature par rapport aux ouvrages qui existaient – et existent encore – sous forme papier dans ces univers éditoriaux. Ainsi, les classeurs juridiques sont mis à jour par l'adjonction de nouveaux feuillets, et la table de matière et l'index permettent toujours un repérage rapide et aisé des contenus.

En définitive, si le numérique apporte un réel confort d'utilisation, il ne semble pas engager de véritable bouleversement dans les usages. Le caractère très progressif de la substitution du numérique au papier dans certains secteurs de l'édition technique, où les utilisateurs souhaitent conserver la forme papier en supplément des contenus digitaux, en est peut être l'illustration la plus significative. De façon générale, dans ces secteurs, l'industrie a eu intérêt à développer une offre s'apparentant à un processus de modernisation, aboutissant parfois à une augmentation des tarifs via une politique de panier moyen et une possible augmentation des marges. Les usages substituant l'ordinateur aux classeurs et placés dans la continuité des usages précédents se sont adaptés d'autant plus facilement qu'ils s'avèrent plus confortables pour l'utilisateur.

II.3. Les facteurs favorisant le passage au numérique

Le passage de l'édition à l'univers numérique n'est plus un parcours indifférencié. Des catégories de contenus tirent plus parti que d'autres de la numérisation, de même que certains secteurs de l'édition sont désormais tenus d'appréhender leurs développements immédiats en incluant des références à cet univers. Mais la question des usages, c'est-à-dire de ce que l'audience ratifie en définitive, reste bien sûr le facteur décisif, l'industrie du livre ne pouvant se couper de ses lecteurs.

II.3.1. Le basculement par le contenu

Le passage au numérique ne se produit pas de façon homogène au sein de l'édition. Il est d'autant plus rapide et ample que le type de contenu d'un secteur s'y prête. **Quelques traits sont à l'évidence des incitations à la dématérialisation car leur présence laisse deviner que l'ouvrage numérique apporte une solution plus satisfaisante que le papier aux besoins des lecteurs.** On peut ainsi répertorier comme éléments déterminants:

- **l'indexation** : indissociable des possibilités de recherche, elle bénéficie à plein de la puissance du numérique ;

- **le caractère agrégé du contenu** : un ouvrage à forte granularité, construit à partir de « briques » ou de « modules » entre lesquels le lecteur circule se décline mieux sur un écran qu'un texte continu et profite des opportunités de navigation informatique ;
- **la fraîcheur** : les ouvrages nécessitant des mises à jour régulières gagnent à être disponibles dans une version numérique où les révisions multiples sont possibles à bas coût;
- **le système ouvert** : l'offre au lecteur d'une capacité d'intervention dans le texte, de renvoi vers d'autres contenus ou d'autres sources, confère au livre numérique un avantage face à un lectorat actif (étudiants, chercheurs, groupes de lecture, etc.) ;
- **l'accessibilité** : permettre de disposer d'un ouvrage quel que soit l'horaire ou le lieu géographique est un atout du livre numérique.

Ces critères ont permis à certains secteurs éditoriaux d'entrer dans l'univers numérique, où ils agissent à la façon de pionniers pour l'ensemble de l'édition.

L'édition professionnelle (« scientifique, technique, médicale » ou STM), dont les contenus sont divisibles, joue à plein des possibilités d'indexation, du rafraîchissement systématique et des facilités d'accès que procure le numérique. Elle développe des contenus en ligne depuis la fin des années 1990, notamment dans les domaines du droit et des STM (sciences, techniques, médecine).

Les dictionnaires et encyclopédies ont commencé de tirer parti des critères d'indexation et d'accessibilité en ligne pour aller au-delà de la simple version numérique de leurs ouvrages sur papier. L'existence d'un système ouvert a en outre été décisive pour l'essor d'une encyclopédie collaborative en ligne comme Wikipédia – même si l'authentification et la légitimité des sources sont davantage mises en question aujourd'hui. On peut d'ailleurs relever que Larousse et l'Encyclopedia Britannica tentent depuis peu l'expérience d'un site encyclopédique en ligne avec un volet collaboratif.

Les livres pratiques (guides de voyage, livres de cuisine...) bénéficient également des capacités d'indexation permettant un accès aisé à des modules, des possibilités de mise à jour, des capacités d'intervention ou de renvoi vers d'autres sources, ou encore de la faculté d'intégrer du contenu multimédia. Dans un domaine comme celui des guides de voyage, on voit ainsi s'installer une offre de contenu proposant sur le support numérique des liens vers des adresses d'hôtellerie et de restauration, voire l'association à un GPS et à un volet collaboratif.

Les livres scolaires sont pour leur part dans une phase de test illustrée par les expérimentations en cours sur le « cartable numérique ». Accessibilité, indexation et granularité restent des critères décisifs, auxquels s'ajoutent la capacité d'intervention sur un texte (professeur composant son cours, élève s'appropriant le contenu).

Les ouvrages universitaires, enfin, pourraient également connaître des avancées significatives du numérique, pour des raisons assez proches : les responsables de

bibliothèques universitaires affirment que le marché ne satisfait pas une demande forte pour des manuels de premier cycle universitaire sous forme numérique.

L'impact d'un passage au numérique n'est pas pour l'instant notable dans les autres secteurs. Les critères les plus puissants (possibilités d'indexation, divisibilité des contenus, mise à jour fréquente) ne jouent pas il est vrai pour la littérature générale, la littérature de jeunesse, les BD ou les beaux-livres, les secteurs des essais/actualités ou du parascolaire. L'évolution du marché incite des professionnels à penser que pour une grande partie de l'édition, le livre numérique n'apporte pas de façon évidente un contenu plus pertinent que le papier et que des secteurs ne basculeront pas, ou peu, dans le numérique.

En dehors des marchés spécifiques où le numérique s'est substitué au papier, la numérisation propose souvent d'autres usages pour répondre à un même besoin, plus qu'elle ne se substitue au papier. Ainsi, en matière de cuisine, les sites internet et les livres de cuisine constituent des approches différentes d'un même hobby. L'articulation guide de voyages papier / site de voyage internet en est un autre exemple : ils sont complémentaires et non concurrents, affirment les éditeurs qui s'emploient à installer ce modèle. Dans cette vision, de même que les médias se sont historiquement superposés plutôt que remplacés (presse, radio, TV, Internet...), le numérique agirait pour le livre comme un complément par rapport au papier.

Nul ne dispose pour le moment d'informations claires sur le niveau de porosité entre les marchés du papier et du numérique. On peut simplement relever que certains ouvrages disponibles à la fois sous forme papier traditionnelle, payante, et sous forme de fichier PDF en ligne, téléchargeable gratuitement, coexistent harmonieusement : c'est, par exemple, le cas du récent rapport pour la libération de la croissance française devenu un succès en ligne et en librairie.

II.3.2. Le basculement par les usages

Dans l'édition comme dans les autres secteurs soumis à la numérisation, le marché ne dictera pas les usages. Les secteurs des dictionnaires, des livres de référence, de l'édition professionnelle affichent certes des tendances claires, mais sans que l'on puisse trancher un point décisif : la lecture/plaisir sur écran va-t-elle se développer massivement ?

■ **Le Japon**, pour l'instant, est le seul pays qui amorce une réponse positive à cette question. Le marché japonais des livres numériques est aujourd'hui le plus développé au monde : il représente 3% du marché national de l'édition (environ 250 millions d'euros) et poursuit une forte croissance depuis 2003. Certaines prévisions estiment que les livres numériques atteindraient 10 % de part de marché au Japon en 2011.

Le développement d'usages radicalement nouveaux est au cœur de ce développement numérique. Des formats spécifiques ont connu un vif engouement auprès d'une clientèle jeune, habituée au numérique. En deux ans, le roman pour téléphone portable, visant un public d'adolescentes, est devenu un segment majeur du marché du livre : la moitié des dix best-sellers sur papier de l'année 2007 sont sortis à l'origine en feuilleton numérique pour téléphones mobiles. Le plus connu, *Koisora* (Lien d'amour), s'est vendu à 1,5 million d'exemplaires. Le manga numérique est au cœur de ce développement : 40 % des lecteurs de livres électroniques en lisent.

L'offre de contenus s'est considérablement étoffée, grâce à des distributeurs de livres numériques, comme eBookJapan avec 120.000 titres ou Papyless, avec un catalogue de 80.000 ouvrages, et grâce à des fabricants de contenus proposant des offres intégrées de terminaux et de contenus, comme Sony avec TimeBook Town ou Panasonic avec Words Gear. Au total, ce sont donc des usages nouveaux, notamment de lecture sur des écrans de petite taille, qui ont fait évoluer le marché. Bien sûr, l'idéogramme et la lecture verticale sont plus à l'aise que l'alphabet et la lecture horizontale sur un petit écran : la question de l'usage renvoie à celle du support : un nouvel outil a-t-il fait naître un nouvel usage ?

■ *Les « readers »* se sont pour le moment succédés sans qu'aucun d'entre eux ne s'impose. **Tout reste ouvert : il n'existe pas de support de lecture numérique de référence.** Le livre, contrairement à la musique ou au film, qui ont changé de supports plusieurs fois au cours des dernières décennies, garde pour référence un modèle séculaire. La version papier est il est vrai un modèle assez époustouflant : mobilité, présence d'un moteur de recherche sous forme d'index, système en partie ouvert (on peut écrire dessus, corner les pages, voire, in fine, les déchirer), autonomie parfaite (aucune source d'énergie n'est nécessaire), possibilité d'usage en tous lieux, et chargement instantané et définitif lors de l'acte d'achat.

La production d'un « reader » dont les potentialités techniques rivaliseraient avec celles du livre sur papier est un défi, même si l'on entend citer de façon régulière les quatre qualités essentielles qu'offrirait cet objet:

- mise à disposition d'une bibliothèque universelle portable, sans prendre en compte des considérations de volume ou de poids ;
- accès à des contenus associés (dictionnaire intégré, matériel pédagogique pour les livres scolaires, liens multimédias pour des livres pratiques, de voyages, etc.) ;
- offre d'un usage « actif/passif », permettant par exemple de passer à volonté de la lecture sur écran à l'écoute d'un audio-book pour éviter d'interrompre un processus de lecture ;
- disponibilité immédiate de l'ouvrage via une connexion à Internet.

Argument écologique non négligeable pour sa promotion : le livre numérique apporte aussi une solution au gaspillage du papier (les livres imprimés abimés ou stockés en surplus sont pilonnés).

L'offre la plus complète de lecture numérique est celle lancée en janvier 2008 par Amazon aux Etats-Unis, intégrant son nouveau lecteur Kindle et l'accès à une plateforme de 125.000 ouvrages numériques sur laquelle sont disponibles, notamment, 90 % des best-sellers figurant sur la liste du New-York Times. Le Kindle permet d'accéder en permanence, par ligne téléphonique, au catalogue numérique d'Amazon. L'utilisateur télécharge les ouvrages qu'il souhaite sur son lecteur (et certains contenus, notamment de presse, sont également téléchargés et mis à jour automatiquement) et une copie de chaque ouvrage téléchargé est en outre sauvegardée en ligne dans la « bibliothèque personnelle » qui lui est dédiée. Le lecteur peut également choisir de retirer un ouvrage acheté de son Kindle et le stocker dans sa bibliothèque en ligne. Amazon présente ce

service comme « une étagère dans votre grenier : même si vous ne la voyez pas, vos livres sont là ».

S'il est difficile d'obtenir des chiffres fiables sur la progression des ventes de lecteurs Kindle et des contenus accessibles à travers ce nouvel outil, les appréciations positives semblent se multiplier. Les ventes, tant du terminal que des contenus électroniques, devanceraient les prévisions d'origine – Amazon tablait sur 50.000 unités en 2008. Fin mai 2008, Jeff Bezos, fondateur et PDG de l'entreprise, a annoncé que les ventes sur le Kindle représentaient 6 % des ventes totales des titres offerts à la fois en version numérisée et sur papier. La communication d'Amazon est en tout cas bien orchestrée autour d'une présentation de la nouvelle offre qui s'inspire de celle d'Apple pour la musique⁹. En conclure que le Kindle fera décoller le marché du livre numérique serait néanmoins hâtif. Mais force est de reconnaître que l'apparition d'un nouvel outil, associé à une offre suffisamment variée, suscite un intérêt réel du marché.

■ ***La multiplicité des écrans de lecture*** est un scénario alternatif à celui fondé sur l'apparition d'un « reader » parfait. Rien, en l'état actuel des pratiques, ne permet de l'écarter. Il est même celui que la vie quotidienne paraît ratifier. **En termes d'usages, en effet, on voit peu à peu s'imposer trois types d'écrans mobiles.** Sans pour autant considérer les catégories comme figées dans leur évolution, ni étanches dans leur conception, il est possible de distinguer ainsi les écrans liés à la communication (téléphones), les écrans liés à l'usage professionnel (ultras portables) et les écrans à usage ludique et culturel (iPhone, iPod touch, consoles de jeux, etc.)

La question de savoir si le texte, la littérature, la narration romanesque pourraient faire irruption dans des outils déjà existants dont l'usage s'élargirait à la lecture est clairement posée. Dans cette perspective, il convient d'envisager le développement de ce qui existe déjà de façon embryonnaire : l'arrivée de la lecture plaisir dans ces outils, adoptés par les nouvelles générations.

Le lancement par Nintendo, pour lecture sur ses consoles de jeux, de contenus issus de l'édition est symptomatique de cette évolution : divers logiciels, adaptés de livres pratiques, proposent notamment, sur un mode ludique, des exercices pour la vision, le cerveau, l'apprentissage de l'anglais, etc. Des dictionnaires ont également été lancés au Japon et sont en cours de lancement en Europe. Sur Nintendo DS, un livre de cuisine interactif a également été lancé au Japon, en partenariat avec un éditeur de presse, et est actuellement en cours de lancement en France (juin 2008). Le contenu est comparable à celui d'un livre de recettes, mais des fonctionnalités ont été ajoutées, avec notamment une fonction de reconnaissance vocale, qui lui donne une valeur différente et en fait un « assistant culinaire ». Cet « ouvrage » s'est vendu à 1,5 millions d'exemplaires au Japon. Au Japon également, une cartouche contenant 100 classiques de la littérature japonaise a été lancée en décembre 2007 pour le dernier format de console, et s'est vendue à 200.000 exemplaires, soit 1% des détenteurs des 20 millions de consoles DS dans ce pays – ce qui est peu à l'échelle du chiffre d'affaires pour les jeux, mais qui n'est pas négligeable pour l'édition.

En définitive, on peut aisément imaginer un processus de dématérialisation rapide de l'écrit, qui adopterait les outils existants en s'appuyant sur un téléphone, une console de jeux ou un outil nomade au gré des circonstances et d'œuvres mêlant le

⁹ Rappelons qu'il s'agit d'une offre intégrée avec un outil et une obligation d'achat sur le site d'Amazon, avec un prix maximum des livres en téléchargement ne dépassant pas 9,99 dollars.

texte à d'autres formes de contenus et à des interfaces. Il est prudent de se demander si, en réalité, cette révolution n'est pas en train de se produire : dans cette hypothèse, on ne verrait pas « le » livre numérique se mettre en place, parce qu'il s'installe sur les écrans apparus pour d'autres usages à l'origine.

II.3.3. L'hypothèse du basculement brutal

La question centrale n'est en réalité pas de savoir s'il existe une forte probabilité de développement d'un usage massif de la lecture numérique ; mais, à partir du moment où cette probabilité existe, les acteurs du livre doivent s'y préparer sous peine de subir un impact qui modifie le marché de façon irréversible.

Pour une industrie qui bascule dans l'univers numérique, cet impact est désormais connu : c'est l'irruption d'un intervenant placé dans une position stratégique propre à créer des barrières à l'entrée, pour empêcher les autres acteurs de le concurrencer sur le marché, ou des barrières à la sortie, pour bloquer le consommateur désireux de changer de fournisseur.

Parmi les acteurs, et particulièrement parmi ceux qui sont déjà en place, une telle situation entraîne deux conséquences, non exclusives l'une de l'autre: l'appropriation de la valeur par un acteur dominant et l'éviction d'acteurs traditionnels de la chaîne du livre.

■ *L'appropriation de la valeur par un acteur*

L'arrivée de fournisseurs d'outils de lecture radicalement nouveaux - l'irruption d'Apple dans la musique, grâce à la combinaison d'un outil parfait et d'une offre attractive est devenue un cas d'école – est le premier schéma possible d'appropriation de la valeur par un acteur. Ce n'est pas la seule éventualité à envisager dans le cas du livre numérique. Les grands moteurs de recherche, qui disposent de ressources considérables et s'intéressent, via les projets de bibliothèques numériques, à l'univers du livre, peuvent pour leur part canaliser une forte part de la demande et la satisfaire avec leurs ressources. Les opérateurs de télécommunications, qui détiennent des réseaux de distribution numérique, sont également perçus comme des concurrents dangereux par les acteurs « traditionnels ». **Tous ces acteurs ont en commun de ne pas détenir les droits de propriété intellectuelle.**

S'il est logique que de nouveaux acteurs cherchent ainsi à se positionner sur un marché émergent en profitant de leur puissance, il serait anormal que les acteurs en place favorisent l'irruption de telles positions dominantes par des choix contre-productifs.

La volonté de lutter contre le piratage se traduit notamment par le souhait de proposer une offre attractive tout en protégeant les fichiers et les contenus numériques grâce à des systèmes de « digital rights management » (DRM), ou par des formats propriétaires associant les contenus à un outil de lecture spécifique. Or selon l'arbitrage qui est fait entre piratage, DRM et format propriétaire, la dynamique de l'appropriation a des effets très différents.

L'image des DRM, tenus pour responsables du piratage intense qu'a connu l'industrie musicale, a été fortement diabolisée. **Une vision équilibrée devrait reconnaître qu'ils peuvent être aussi des instruments de gestion des usages, visant à faciliter l'automatisation de la gestion d'offres différenciées notamment dans abonnements**

finement découpés en bouquets. Mais l'expérience montre que la dose « supportable » de DRM doit être élaborée pour éviter des déboires majeurs. Des mesures de protection qui aboutissent à brider fortement les usages des utilisateurs, en imposant des opérations complexes d'accès ou de partage, risquent en effet d'inciter les consommateurs à vouloir « déverrouiller » les contenus qu'ils auront achetés légalement, pour les utiliser comme ils l'entendent. Ils risquent donc de se tourner vers une forme de piratage alors que ce n'était pas leur choix de départ.

L'utilisation forte des DRM dans la lutte contre le piratage peut aussi pousser à l'adoption de formats propriétaires pour tenter de renforcer la protection des contenus. Un format propriétaire, qui lie le fichier à une machine et à son logiciel de lecture, est en effet plus compliqué à pirater. Mais cette option peut se révéler doublement contre-productive :

- pour l'éditeur de contenus, puisqu'elle le rend dépendant du fabricant d'outils de lecture ou de l'opérateur qui détient la plate-forme de distribution numérique. Cette solution risque ainsi de favoriser l'essor, voire la position dominante de ce type d'acteurs.
- pour le consommateur, lié à sa machine. Il risque de se détourner dans un univers numérique où le nomadisme entre supports est un comportement tenu pour normal.

La mise en place de verrouillages techniques trop importants peut donc se retourner contre ceux qui en font usage, en stimulant le piratage ou en permettant à des acteurs de se placer en position dominante. C'est pour cela que l'on entend parfois dire dans les secteurs qui ont connu la numérisation de leur contenu que les DRM sont « une solution en quête d'un problème ».

Il paraît préférable de donner la priorité à la mise en place d'une offre légale à la fois suffisamment abondante, à un prix acceptable par le marché et sans verrouillages techniques excessifs. **L'objectif à privilégier est moins de lutter contre les pirates, qui sauront toujours, à un moment donné, désactiver les systèmes de protection, mais de les concurrencer en proposant une expérience certes payante mais confortable, intéressante et juridiquement fiable.**

■ *Le processus d'éviction*

La rapidité d'un éventuel basculement peut aussi renforcer la dynamique de dés-intermédiation qui peut s'exercer sur différents acteurs de la chaîne du livre.

Un auteur peut ainsi être tenté de recourir directement à un distributeur numérique qui lui proposerait, grâce à des conditions commerciales avantageuses (type gratuité du dernier opus, par exemple), une visibilité nouvelle. Dans ce schéma, l'éditeur sort du circuit de commercialisation. Si cette hypothèse n'est pas forcément envisageable pour tous les auteurs, elle peut tenter les auteurs à succès, dont les « best-sellers » assureront une notoriété importante à l'opérateur qui proposera l'offre. C'est une hypothèse d'autant plus déstabilisante que l'économie du livre est traditionnellement fondée sur la pérennité entre ouvrages de rotation rapide et ouvrages de rotation lente, gros tirages de nouveautés et livres du fonds.

La distribution/diffusion est un autre maillon fragile, qui intéresse potentiellement de nombreux acteurs. Certains sont déjà positionnés sur le marché, comme les libraires en ligne : FNAC, Amazon, et potentiellement demain les acteurs importants du numérique type moteur de recherche. Forts de leur position de diffuseur numérique, ils peuvent prétendre assurer également la distribution des fichiers numériques. D'autres sont de nouveaux entrants, comme les opérateurs de téléphonie mobile par exemple. Enfin, les éditeurs pourraient aussi vendre directement les contenus numériques.

Déjà fragilisés, les libraires semblent plus particulièrement exposés au risque de désintermédiation lié à la dématérialisation des contenus. L'impact sur ce secteur risque d'être significatif, quelle que soit l'hypothèse retenue : accélération ou basculement brutal. **Compte tenu de l'importance du maillage des libraires en France pour le livre et la création littéraire, les pouvoirs publics ne peuvent se désintéresser du devenir de ce secteur essentiel.**

L'éventuelle accélération de l'entrée de l'édition dans l'univers numérique pose moins la question de ses processus que celle de ses enjeux. Un marché numérique existe déjà. Les problématiques d'outils, d'expériences ou d'usages s'y sont réglées de façon empirique, peut-être provisoire, mais le monde de l'édition classique ne s'en est pas trouvé affecté. Qu'en serait-il si la constitution de ce marché venait à s'accélérer ? Quels acteurs mèneraient ce processus plus brutal ? Les réponses à ces questions sont capitales si l'industrie du livre, à défaut de connaître un avenir numérique forcément incertain, souhaite, *a minima*, se prémunir contre les mutations qui pourraient fragiliser son activité présente. La formulation de recommandations impose donc d'énoncer d'abord les enjeux d'un basculement de l'industrie du livre dans l'univers numérique.

III. Enjeux et recommandations

Les conséquences d'une numérisation accélérée du livre, si elle devait avoir lieu, sont potentiellement importantes pour les secteurs de l'édition actuellement placés en marge du numérique, notamment la littérature générale. Cette perspective est d'autant plus préoccupante que l'édition est un secteur relativement fragile, aux équilibres précaires et dont les acteurs dépendent fortement les uns des autres. Une numérisation accélérée pourrait bouleverser les relations des éditeurs à la fois avec leurs auteurs et leurs réseaux de distribution, de diffusion et de vente, tout en faisant émerger des problématiques nouvelles liées à la nature même des contenus numériques.

Les recommandations formulées par la commission visent à **préparer un basculement éventuel dans le numérique sans fragiliser les équilibres existant actuellement dans l'édition.**

Un « livre numérique » est difficile à définir de façon stable comme la simple extension du livre imprimé. En revanche, que l'œuvre écrite soit imprimée ou qu'elle apparaisse sur un écran, le droit intellectuel doit être le même, quel que soit ce type d'écran. Finalement, l'économie numérique ramène les livres, avant toute chose, en droits sur une œuvre. En utilisant un raccourci, on pourrait dire qu'**en devenant numérique, le « livre objet » devient un « livre droit »**

Dans ce mouvement de dématérialisation, il serait vain d'opposer les détenteurs de droits (auteurs et éditeurs) à leurs utilisateurs (internauts et/ou possesseurs d'écrans ou de readers), tant il est vrai que les intérêts des deux, dans la diversité, le partage et l'accès à la création, sont liés.

Il existe en revanche une concurrence possible entre ceux qui détiennent les droits et qui ont intérêt à en maximiser leur valorisation, et les acteurs industriels qui, détenant l'accès sans détenir les droits, ont intérêt à leur dévalorisation.

Dans ce dialogue inégal, par la taille comme par la puissance économique des acteurs, la commission est d'avis que l'intérêt général passe par la possibilité, pour les détenteurs de droits, de valoriser ceux-ci de façon optimale. Car ce mécanisme seul garantit la diversité de la création, ainsi que l'accès universel à celle-ci.

La commission recommande donc aux pouvoirs publics de mener à bien une politique offensive visant à rééquilibrer le dialogue entre ceux qui détiennent les droits et ceux qui détiennent l'accès en privilégiant dans leurs actions les détenteurs de droits.

Dès lors, le problème d'intérêt général qui se pose à l'édition quand elle se dématérialise se résume en deux points fondamentaux :

- faire de la propriété intellectuelle la clé de voûte de tout système d'édition dématérialisée ;**
- promouvoir de façon offensive des mécanismes de régulation du marché afin de permettre aux détenteurs de droits (auteurs et éditeurs) d'en assurer la**

valorisation en leur garantissant un rôle dans le mécanisme de détermination des prix.

Ces deux points sont les seuls à même de garantir la diversité de la création, et l'accès de tous à celle-ci. Dans cette perspective, la commission préconise une série de mesures organisées au sein de quatre actions :

- 1. Aider et promouvoir une offre légale attractive ;**
- 2. Faire du droit d'auteur la clé de voûte de l'édition numérique;**
- 3. Etablir des mécanismes permettant aux détenteurs de droits d'avoir un rôle central dans la détermination des prix ;**
- 4. Conduire une politique active auprès des instances communautaires.**

III.1. Aider et promouvoir une offre légale attractive

L'avancée de l'édition vers l'univers numérique est une action de conquête d'un marché, de séduction des lecteurs. Le marché n'existera que s'il y existe une offre légale, attractive, rendue accessible par la qualité et la disponibilité de ses métadonnées. Dans la longue durée, la qualité et le confort d'utilisation de cette offre est le seul moyen de lutter contre le piratage.

III.1.1. Privilégier l'interopérabilité

La volonté affirmée par les éditeurs de maîtrise de leurs fichiers est liée au souhait légitime d'éviter une dissémination non contrôlée dans l'univers numérique. Tenus par contrat à protéger les auteurs dans l'exploitation de leur œuvre, il leur revient d'être capables de rendre compte de la diffusion de chaque œuvre. Ce contrôle des fichiers a une importance singulière : contrairement à l'univers papier dans lequel une nouvelle édition chasse la précédente, il est en effet difficile d'identifier une édition numérique. Quelle est l'édition proposée, s'agit-il d'une version particulière de l'œuvre, est-ce la version la plus récente ? Le client final ne peut être sûr de la version qu'il achète que si l'éditeur est à même d'identifier le fichier source et de qualifier l'œuvre proposée. Selon le mode de distribution choisi, des solutions différentes devront donc être trouvées.

Intuitivement, il paraît raisonnable d'avancer que les fichiers sources demeurent chez l'éditeur et que des procédés d'identification et de validation permettent de distinguer efficacement les versions proposées à la vente. En outre, cela permet une relative surveillance : la mise à disposition de fichiers par des distributeurs numériques insuffisamment vigilants peut favoriser le piratage. Mais la volonté bien légitime de lutter contre le piratage des contenus sous droit, qui, à grande échelle comme dans le secteur de la musique, fait peser un risque sur la création, ne doit toutefois pas amener à des solutions de protection qui, en verrouillant trop fortement l'usage des contenus numériques, détourneraient les acheteurs de l'offre légale.

Les verrous techniques peuvent intervenir à deux niveaux : celui des formats dans lesquels les contenus numériques sont proposés, dont l'interopérabilité peut varier, et celui des systèmes de protection des fichiers, dits « solution de gestion des droits » ou

« digital rights management » (DRM). L'emploi de ces ressources pose, pour les éditeurs, la problématique de l'arbitrage entre un consommateur loyal et un distributeur loyal : des solutions de protection excessives peuvent soit, en verrouillant trop l'usage des contenus numériques par leurs acheteurs, détourner ces derniers de l'offre légale, soit, en privilégiant des formats propriétaires, favoriser l'appropriation de la valeur par un ou quelques d'acteurs à même de proposer des offres intégrées, liant outil, logiciel de lecture et contenus non-interopérables.

Ces verrous techniques peuvent représenter une barrière à la sortie pour les consommateurs. Dans le pire des scénarios, celui où un fournisseur de technologie en vient à s'approprier la chaîne de valeur, les éditeurs de contenu sont tenus de se soumettre au prix d'achat décidé par le détenteur d'une technologie devenue incontournable. Et à la sortie, les lecteurs sont tenus de s'en tenir au catalogue proposé par le fournisseur de cette technologie incompatible avec les formats et les supports de ses concurrents. Pour éviter cette situation, il faut que le secteur de l'édition trouve la bonne mesure, celle qui privilégie l'ouverture du marché légal au contrôle à tout crin. **Il convient de trouver un point d'équilibre entre la protection des contenus, la souplesse d'utilisation offerte aux utilisateurs et la nécessité de disposer d'outils de gestion des droits et de gestion des types d'offres.**

Bâtir ainsi une offre légale attractive est la meilleure arme de lutte contre le piratage.

Si les éditeurs souhaitent assortir leurs contenus numérisés d'outils de verrouillage et de gestion des droits, ils devront veiller à deux éléments fondamentaux :

- éviter à tout prix la mise en place de formats propriétaires, risquant de favoriser l'appropriation de la valeur par un opérateur technique à même de proposer une solution incontournable pour le marché ; à cet égard, on ne peut que rappeler que le Kindle fonctionne avec un format propriétaire qui lie l'utilisateur à l'outil et à l'offre d'Amazon dont les contenus ne sont pas lisibles sur d'autres machines ;
- privilégier, lorsqu'ils mettent en place des DRM, les solutions permettant la plus grande interopérabilité possible des systèmes de protection.

L'interopérabilité des contenus passe également par une réflexion, au niveau interprofessionnel, sur les formats qui seront adoptés. Il est particulièrement important que ces formats soient harmonisés, lisibles par le grand nombre possible de logiciels de lecture et de machines. En favorisant l'interopérabilité, deux objectifs sont atteints : la satisfaction des consommateurs et la difficulté pour un acteur d'acquérir une position dominante.

C'est bien entendu à l'éditeur que revient la décision d'assortir ou non les contenus numériques qu'il propose de DRM. Ces discussions doivent être relayées au niveau européen. Mais il est souhaitable d'inciter les acteurs du secteur à réfléchir en commun, le cas échéant via un organisme interprofessionnel, à l'interopérabilité des contenus numériques. Cette réflexion devra porter tant sur les formats que sur les solutions de gestion des droits (DRM).

III.1.2. Structurer des métadonnées accessibles

La maîtrise des métadonnées, dont on parle peu, est également importante. Les métadonnées sont l'ensemble des informations qui décrivent le contenu (titre, sujet, description etc.), les éléments de propriété intellectuelle (auteur, éditeur, ayants droit...) et les éléments matériels (format, date, identifiant) d'un contenu numérique. Elles sont cruciales à deux égards :

- D'une part, un bon savoir-faire en matière de structuration des données numériques (DTD) permet une génération à faible coût de formats numériques exploitables. Or la mise en place d'une nouvelle chaîne de production, fut-elle numérisée, est lourde en termes de définition de processus et de formation des personnes.
- D'autre part, les métadonnées, qui permettent notamment d'identifier avec précision chaque version, jouent un rôle essentiel dans la maîtrise des outils de promotion des ouvrages dans l'univers numérique : elles permettront notamment au livre d'être repéré, soit par des lecteurs au sein de réseaux sociaux, soit par des moteurs de recherche, soit sur des blogs, etc. Elles conditionnent donc la visibilité et partant l'existence du livre, mais aussi de son éditeur et de son auteur, dans l'univers numérique. Laisser au distributeur numérique l'entière maîtrise de ces métadonnées revient à lui remettre le levier principal de la politique de diffusion.

A l'heure actuelle, plusieurs acteurs gèrent les flux d'informations où sont compilées les métadonnées : la Bibliothèque Nationale de France pour la partie purement bibliographique, Electre pour la partie bibliographique et commerciale, et Dilicom pour la partie logistique. Ces informations se recoupent sans user d'un format commun. Elles ne sont donc pas interopérables. D'autres types d'informations compliquent encore plus ce panorama fragmenté : par exemple, la base SUDOC, gérée par des bibliothèques universitaires, est très complète mais refuse de communiquer ses informations aux opérateurs commerciaux (donc aux libraires) ; Amazon s'est constitué sa propre base à partir d'informations diverses, or c'est une base très consultée par les internautes qui ont la possibilité d'y intervenir.

A terme, cette situation devrait être améliorée. Il serait souhaitable qu'une seule structure gère les informations bibliographiques de chaque œuvre ainsi que toutes leurs déclinaisons, en travaillant sous un format unique qui pourrait être Onix. Une réflexion sur l'interopérabilité des bases de la Bibliothèque Nationale de France, d'Electre et de Dilicom est en cours. Elle gagnerait à être accélérée et à devenir rapidement opérationnelle.

A côté de cette option a minima, la commission estime qu'il faudra peut-être, à terme, envisager une base unique.

Cette nécessité est aujourd'hui la seule obligation qui pèse sur les acteurs français de l'édition, la seule qui garantisse leur existence au niveau mondial. Les œuvres numériques ignorant les frontières, les contenus français et francophones ne peuvent être présents dans l'univers numérique que pour autant qu'ils soient identifiés, repérés et mis en valeur à l'intérieur d'un réseau mondialisé. Il importe donc de réfléchir non seulement à la mutualisation efficace des métadonnées, le cas échéant au sein d'une base unifiée, mais également au modèle économique d'accès à cette base.

L'accès est en effet essentiel : un accès limité constitue une barrière à l'entrée pour les acteurs qui n'ont pas les ressources nécessaires leur permettant de créer eux-mêmes leurs propres métadonnées.

Pour les libraires, placés en bout de chaîne du livre, disposer des métadonnées utilisées par tous, y compris les moteurs de recherche et les libraires en ligne, est une condition indispensable pour lutter à armes égales avec les autres acteurs du numérique. Elle leur permet de « renseigner » un ouvrage comme le fait un géant du numérique, et d'être certains de travailler dans le même champ d'information que les lecteurs menant en ligne la quête d'un ouvrage. Dans l'univers de référencement et d'indexation du numérique, l'accès égal à l'information qui structure un marché est la seule garantie d'offrir à tous la possibilité d'une concurrence loyale.

Dans cette perspective, il paraîtrait raisonnable d'envisager que les métadonnées soient accessibles à peu de frais et de façon illimitée pour les professionnels (actuellement le nombre de notices accessibles est plafonné) et qu'un accès gratuit à une base simplifiée soit disponible pour le grand public.

La commission préconise donc une politique active en ce domaine, incitant les acteurs non seulement à rapprocher leurs bases respectives mais à les transformer en une base unique, dont les conditions d'accès devront être repensées.

III.1.3. La mise en place d'une offre légale pourrait bénéficier de deux mécanismes.

■ Le Centre National du Livre mène une politique très active en la matière afin d'insérer, au sein du projet Gallica 2, un volet d'œuvres sous droits grâce à des partenariats avec les éditeurs.

Mise en place en 2007 grâce à la modification de l'assiette de la redevance, cette politique joue véritablement un rôle pionnier pour la numérisation et l'offre de contenus sous droit. En effet, elle permet à la fois de proposer au public, à partir d'une plateforme unique, des livres issus à la fois du domaine public et des fonds éditoriaux sous droit, et de réfléchir à un modèle économique viable pour les livres numériques. C'est donc un soutien important pour les éditeurs, puisqu'elle leur permet de tester un marché encore en phase de constitution et de mener à bien la rétro-conversion d'ouvrages essentiels de leurs fonds, qui peuvent ainsi circuler sous forme numérique. Le rôle de cette politique est donc essentiel pour soutenir le développement d'une offre légale de qualité.

Cette politique de soutien novatrice et ambitieuse doit être poursuivie et élargie.

■ Divers acteurs (bibliothèque universitaires, éditeurs...) s'accordent à reconnaître qu'une demande insatisfaite existe pour des manuels universitaires de premier cycle.

Le soutien à la constitution d'une offre de manuels universitaires de premier cycle pourrait être approfondi et élargi, afin d'encourager des projets éditoriaux en ce sens et de tester un segment du marché où, de l'aveu de responsables de bibliothèques

universitaires et d'éditeurs, existe une réelle demande pour des ressources numériques. Cela pourrait constituer un facteur non négligeable de décollage du marché sur le segment de la population étudiante.

Il pourrait être proposé au ministre chargé de l'enseignement supérieur de mener en ce sens une réflexion conjointe.

La politique de soutien aux livres numériques menée par le Centre National du Livre doit être élargie et poursuivie. Une réflexion pourrait être approfondie en concertation avec le ministre chargé de l'enseignement supérieur sur l'offre de manuels numériques.

III.2. Faire de la propriété intellectuelle la clé de voûte de l'édition numérique

L'édition, dès lors qu'elle se dématérialise, devient une activité fondée sur les droits de propriété intellectuelle. Elle subit à la fois les actions de ceux qui ne détiennent pas les droits, et les dynamiques propres au numérique provoquant des « tensions » ou des questionnements sur la propriété des droits numériques, le mode de calcul des droits patrimoniaux ou le droit moral des auteurs.

III.2.1. La propriété des droits numériques.

La propriété des droits numériques est la première question qui se pose dans les relations éditeurs-auteurs et non la moindre, puisque les contrats ne prévoient pas nécessairement de manière expresse la cession des droits numériques des seconds vers les premiers, notamment lorsque les contrats ne sont pas récents. Les conséquences de cette absence de mention s'avèrent lourdes à gérer si les fonds de l'éditeur sont importants et anciens.

Le premier alinéa de l'article L. 131-3 du code dispose en effet que « la transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée ».

Face à cette situation, il paraît nécessaire d'inclure, dans les contrats qui n'en contiennent pas, une nouvelle clause relative aux droits d'exploitation numérique, précisant de façon expresse la cession des droits numériques et indiquant les modalités relatives au paiement des droits afférant à cette exploitation nouvelle.

En revanche, la conclusion d'un contrat distinct, comme en matière de cession des droits audiovisuels⁹, parfois demandée par certains représentants des auteurs, pose problème au regard du principe de l'unité d'exploitation de l'œuvre : le rôle de l'éditeur

⁹ L'article L. 131-3 du code de la propriété intellectuelle prévoit en effet que « les cessions portant sur les droits d'adaptation audiovisuelle doivent faire l'objet d'un contrat écrit sur un document distinct du contrat relatif à l'édition proprement dite de l'œuvre imprimée ».

consiste en effet, à partir d'un contrat unique, à trouver le plus de débouchés possibles pour commercialiser cette œuvre.

Il paraît donc plus logique de rester dans le cadre d'un contrat unique afin d'envisager un continuum d'exploitations d'une même œuvre. L'ajout d'une clause spécifique relève des relations contractuelles entre les auteurs et les éditeurs.

III.2.2. Le mode de calcul des droits patrimoniaux.

Le mode de calcul des droits patrimoniaux attachés à l'œuvre numérique suscite d'autres types d'interrogations.

On rappellera brièvement que l'article L. 131-4 du code de la propriété intellectuelle affirme le principe de la participation de l'auteur proportionnelle aux recettes provenant de la vente ou de l'exploitation¹⁰, et prévoit également un certain nombre de cas limitatifs dans lesquels la rémunération de l'auteur peut être évaluée forfaitairement.

Le fait qu'une œuvre soit exploitée sous forme numérique ne remet pas nécessairement en question ni le principe de proportionnalité de la rémunération, ni celui de la transparence entre les recettes d'exploitation et le mode de calcul des droits. Toutefois, il est très probable que la grande pluralité des mécanismes de tarification dans l'univers numérique rende difficile la connaissance de tous les prix effectivement payés par le public. Et il est également très probable que l'on se retrouve souvent dans les cas d'application de la rémunération forfaitaire prévus par l'article L. 131-4 du code de la propriété intellectuelle (notamment, la base de calcul de la rémunération proportionnelle ne peut être pratiquement déterminée).

Or les auteurs sont attachés au principe de rémunération proportionnelle et les éditeurs souhaitent très généralement maintenir ce système, qui permet à tous d'être associés à l'exploitation de l'œuvre. Réfléchir à l'élargissement des possibilités de recours à une rémunération forfaitaire ne paraît donc pas nécessaire.

La commission estime qu'il ne faut pas modifier les dispositions du code de la propriété intellectuelle relatives à la rémunération forfaitaire.

En revanche, compte-tenu de la multiplication des mécanismes de tarification dans l'univers virtuel, il ne sera peut-être pas toujours possible de connaître le prix payé effectivement par le public.

Au demeurant, les modèles commerciaux propres au numérique rendent moins lisible le prix public de vente, qu'il s'agisse, à nouveau, d'abonnements ou d'autres modes de commercialisation « en bouquets », ou encore de modèles impliquant la gratuité pour

¹⁰ Ce principe est repris à l'article L. 132-5 du code, relatif au contrat d'édition.

l'utilisateur de tout ou partie de l'offre. L'identification des recettes par titre relève souvent dans ces situations d'un exercice délicat basé sur des indicateurs très particuliers : prorata de pages lues, fréquence d'accès, etc. Collecter des prix de vente peut s'avérer réellement impossible.

Il est donc nécessaire de s'interroger sur les dispositifs qui permettraient de déterminer des assiettes de droits qui ne soient pas celles du prix payé effectivement par le public et qui permettraient de calculer la rémunération proportionnelle due aux auteurs.

Ces assiettes, on le pressent, sont particulièrement délicates à déterminer pour les livres numériques. Il est impossible, a priori, de s'appuyer sur la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre, qui prévoit la fixation du prix public de vente par l'éditeur : ce texte ne s'applique pas dans l'univers numérique. L'éditeur, s'il choisit de passer par un intermédiaire de type distributeur numérique par exemple, n'a pas forcément la maîtrise de son prix de vente final. Dans ces conditions, il semble particulièrement délicat de calculer la rémunération en fonction du prix de vente au public. Autrement dit, l'absence d'un « prix public » de vente empêche de fonder l'assiette de la rémunération sur le prix de vente au public, quand le seul prix véritablement connu est le prix d'achat par le grossiste.

Plusieurs possibilités peuvent être envisagées pour résoudre cette difficulté.

La première serait de modifier le code de la propriété intellectuelle afin de permettre aux parties à un contrat d'édition de choisir une assiette de calcul des droits autre que celle du prix payé par le public.

Or, le code de la propriété intellectuelle n'impose aucunement l'assiette « prix public » mais vise les « produits ou recettes d'exploitation (...) ». C'est la jurisprudence qui a défini cette assiette de droits, dans l'univers des œuvres vendues sur un support physique et, pour le livre, le plus souvent dans le contexte spécifique de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre. Le juge interprète en effet le calcul proportionnel aux « produits d'exploitation » comme relevant d'une assiette la plus proche possible du prix public de vente¹¹. Le raisonnement suivi pour aboutir à cette interprétation consiste surtout à identifier l'assiette la plus facile à connaître avec certitude, correspondant aux usages et permettant d'éviter que les auteurs ne supportent les frais d'exploitation des ouvrages (autrement dit, la base de calcul doit être fondée sur des recettes brutes, c'est à dire hors taxes et non défalquées des remises).

Il n'est dès lors pas exclu que la jurisprudence évolue dans l'univers du numérique, en fonction des conditions d'exploitation des œuvres et des informations qui seront accessibles.

Plusieurs critères pourraient être pris en compte par un juge saisi d'une affaire portant sur le calcul des droits provenant de l'exploitation en ligne d'une œuvre :

- existence ou non de relevés de ventes des e-libraires identifiant les œuvres, leur consultation et/ou leur téléchargement ;

¹¹ CA Paris 7 juillet 1992, RIDA octobre 1992, p. 166 ; C.cass civ. 1^{ère}, 9 janvier 1996, RIDA juillet 1996, p. 331 : « Considérant que les recettes doivent s'entendre du prix auquel les libraires, acheteurs ou simples dépositaires vendent les volumes dans le public, abstraction faite des remises qui leur sont consenties et des taxes ; considérant qu'une telle assiette est la seule qui puisse être connue aisément pour assurer les droits de l'auteur et correspond aux usages en la matière ; que la référence aux recettes brutes de la vente correspond à la volonté du législateur de 1957 qui a voulu protéger les auteurs et éviter qu'ils supportent les frais d'exploitation des ouvrages (...) ».

- existence ou non d'un prix de vente conseillé par l'éditeur pour certains types d'exploitation ;
- modèle économique en cause (dans l'ordre décroissant de facilité à connaître le prix public) :
 - téléchargement d'une œuvre dans son intégralité ;
 - consultation d'une œuvre par extraits incluse dans un bouquet ;
 - revenus publicitaires liés à l'exploitation d'une œuvre ;
 - revenus forfaitaires (exemple : diffusion de mangas par un opérateur de télécommunications moyennant une redevance forfaitaire.). Le forfait perçu par l'éditeur sera le seul connu, quel que soit le modèle économique applicable entre l'opérateur de télécommunications et ses abonnés (gratuité, pourcentage de l'abonnement etc.)

Il n'est ainsi pas impossible que, dans certains cas, le juge retienne soit le prix conseillé par l'éditeur s'il existe, soit une assiette « intermédiaire » qui pourrait notamment être l'assiette « chiffre d'affaire perçu par l'éditeur » si, conformément à la terminologie de la Cour de Cassation, de telles assiettes sont les « seules qui puissent être connues aisément pour assurer les droits de l'auteur et correspond aux usages en la matière ».

On peut également imaginer d'autres formules mêlant forfait et proportionnalité (par exemple, une redevance forfaitaire par nombre d'exemplaires téléchargés).

Est-il alors nécessaire de prévoir une disposition spécifique pour les œuvres numériques, qui permettrait d'indiquer que les « produits d'exploitation » des œuvres numériques peuvent être calculés sur une assiette ne dépendant pas du prix public ? On peut s'interroger sur le bien fondé d'une telle modification.

Une option plus satisfaisante consisterait en effet à ne pas modifier les dispositions du code de la propriété intellectuelle et à prévoir l'ouverture de discussions interprofessionnelles sur les bonnes pratiques à mettre en œuvre.

En effet, le code de la propriété intellectuelle paraît, à rédaction constante, capable d'accommoder les évolutions qui pourraient résulter d'une entrée rapide de l'édition dans l'univers numérique. L'assiette de la rémunération proportionnelle, devrait, comme on l'a vu, pouvoir faire l'objet d'une interprétation plus souple en matière d'œuvres numériques.

Une définition claire, au niveau interprofessionnel, des pratiques à mettre en œuvre, permettrait d'orienter le juge et de faire évoluer les usages sans nécessairement passer par une modification législative.

Aussi la commission recommande-t-elle, d'une part, de ne pas modifier le code de la propriété intellectuelle, d'autre part, d'ouvrir des discussions interprofessionnelles, afin d'identifier des assiettes de calcul des droits les plus pragmatiques et les plus équitables pour le calcul des rémunérations proportionnelles.

III.2.3. Le droit moral des auteurs

Le droit moral des auteurs est un autre champ de questionnement. Il soulève des difficultés de deux ordres.

Tout d'abord, l'adaptation des œuvres pour le numérique suscite des appréhensions, particulièrement chez les auteurs de bandes dessinées ou de mangas, très attachés aux effets visuels et au langage graphique imaginé pour un espace spécifique - celui de la page, voire de la double page. Le passage à une œuvre destinée à être lue sur un écran, voire des écrans de formats différents, est donc un objet d'inquiétude¹². Plus généralement, se pose la question de savoir si le droit moral des auteurs est nécessairement mis en cause en cas d'édition numérique d'une œuvre dès lors que celle-ci incorpore des fonctionnalités nouvelles – enrichissement par des liens hypertextes, possibilité de consultation par extraits, etc.

Les auteurs font valoir que, pour les œuvres cinématographiques, le producteur et le réalisateur choisissent ensemble la version finale du film (« final cut »). Cela supposerait d'envisager des dispositions contractuelles permettant aux auteurs de valider les « versions numériques » de leurs œuvres avant qu'elles ne soient proposées au public.

La deuxième difficulté a trait au voisinage, sur les écrans, d'œuvres et d'éventuelles publicités. En cas de modèle économique reposant sur la publicité, les auteurs veulent savoir à quelles annonces ou types d'annonces leurs œuvres seront susceptibles d'être associées. S'il paraît difficile pour les éditeurs de maîtriser l'environnement publicitaire des œuvres, il semble néanmoins nécessaire de réfléchir aux règles qui pourraient, le cas échéant, limiter les excès en la matière.

En définitive, on peut se demander, d'une part, comment aménager l'exercice du droit moral (par nature inaliénable) et permettre aux auteurs d'exercer un contrôle *a priori* souverain et efficace, et d'autre part, si cet aménagement relève de la loi ou de négociations contractuelles.

Deux options sont possibles.

a) La première serait de modifier les dispositions du code de la propriété intellectuelle relatives au droit moral, qui sont toutes de niveau législatif. Mais ces dispositions sont d'ordre général et ce n'est pas leur rédaction actuelle qui empêche le contrôle renforcé souhaité par certains auteurs.

b) La deuxième option consisterait à aménager contractuellement, dans le corps du contrat d'édition, l'exercice du droit moral. Le caractère inaliénable de ce droit laisse aux parties à un contrat d'édition la faculté de déterminer les conditions dans lesquelles il peut être exercé par l'auteur. Ainsi, chaque situation pourrait être prise en compte et donner lieu à des dispositions adaptées au genre éditorial en cause (œuvre illustrée ou non notamment). Cette solution pourrait notamment se fonder sur une réflexion menée

¹² On relèvera au passage que cette question est différente de celle des œuvres proposées sur internet en mode « collaboratif », qui sont donc modifiables par les lecteurs – il s'agit alors d'un choix délibéré de l'auteur d'origine, qui vraisemblablement aura choisi de diffuser son œuvre sous licence de type « Creative commons ».

en amont, au niveau interprofessionnel, sur les clauses qui pourraient prévoir de tels mécanismes.

En conséquence, sur la question du droit moral, la commission estime que la voie contractuelle, éventuellement sur la base d'une réflexion interprofessionnelle préalable, doit être privilégiée.

Quelles que puissent être les avancées de la profession en matière de pratique contractuelle, la commission rappelle la nécessité impérieuse d'une action ambitieuse des pouvoirs publics mettant le droit d'auteur au cœur de la démarche de la politique culturelle.

III.3. Etablir des mécanismes permettant aux détenteurs de droits de jouer un rôle central dans la détermination des prix

La détermination des prix d'utilisation d'un droit dans l'univers numérique est une problématique microéconomique extrêmement complexe. Elle gagnerait à être longuement étudiée par des économistes spécialisés dans l'établissement de politiques de discrimination tarifaires.

III.3.1. Caractéristiques de l'univers numérique

L'univers numérique se caractérise par la fragmentation des offres et la multiplication des possibilités d'accès. Dans ce contexte, la difficulté première que présente la fixation du prix de vente du livre numérique tient moins à la détermination de son niveau que de son objet. Avant même de débattre du prix, ce qu'il faut établir c'est ce qui est vendu. **Vendre un livre numérique, c'est vendre quoi ?** Si c'est vendre en une seule fois l'intégralité d'un fichier téléchargeable, le livre numérique, à la dématérialisation près, est comparable au livre sur papier.

Malheureusement, ce type d'opération ne correspond pas à la réalité de l'univers numérique. **Dans un environnement d'accès, les modèles commerciaux ne se limitent plus à l'acte d'achat, mais incluent le « bouquet » et la période d'abonnement.** Dès lors que l'on passe ainsi de fichiers téléchargés à des offres d'abonnements, qui ne sont pas tarifés à l'acte mais à une plage et un temps d'accès, il ne peut être question d'un seul prix par ouvrage. **Utiliser le mécanisme du prix unique, dans la forme que connaît l'édition sur papier, devient difficile, faute d'un mode de commercialisation majoritaire et d'un support unique du contenu.**

La définition de ce support – qu'est-ce qu'un livre numérique ? – n'est pas un point mineur de sémantique. L'application de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre aux livres, dans l'univers physique, se fonde en effet sur la définition fiscale du livre : « un ensemble imprimé, illustré ou non, publié sous un titre, ayant pour objet la reproduction d'une œuvre de l'esprit d'un ou plusieurs auteurs en vue de l'enseignement, de la diffusion de la pensée et de la culture ». L'ouvrage doit comporter une partie rédactionnelle suffisante permettant de conférer à l'ensemble le caractère d'une œuvre intellectuelle. Il ne doit pas présenter un caractère commercial ou

publicitaire marqué. Enfin il ne doit pas contenir un espace important destiné à être rempli par le lecteur.

Définir avec la même efficacité un livre numérique relève de la gageure. D'une part, son contenu est fluide, sécable, intégrable au sein de diverses offres: il ne peut donc plus être question d'un « ensemble », contrairement au raisonnement retenu dans la définition fiscale. D'autre part, la fragmentation des offres en abonnements et en temps d'accès qu'implique l'univers numérique rend difficile la relation entre un prix forfaitaire et un contenu unique. Finalement, le livre numérique, c'est avant tout un droit lié à une œuvre de l'écrit.

La question centrale est celle de la détermination du prix d'utilisation de ce droit. Dans l'univers numérique, la fixation d'un prix suppose de discriminer par les prix : les coûts de production marginaux tendant vers zéro il faut, pour fixer le prix des biens culturels, déterminer ce que vaut « l'utilité » marginale, autrement dit l'expérience attendue par le consommateur. Une tâche impossible si l'on n'établit pas différentes strates de prix pour différentes offres. L'éditeur du numérique travaille à partir de discriminations tarifaires. Il doit donc disposer d'une marge de manœuvre dans la fixation du prix, afin de recueillir l'information que ne lui fournit pas, comme dans le monde réel, le coût de production.

III.3.2. La loi du 10 août 1981 comme mécanisme de détermination des prix

En imposant un prix unique de vente quel que soit le vendeur, la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre a permis à l'industrie du livre de conserver un réseau dense et diversifié de librairies à même de présenter une offre elle-même diversifiée, et d'éviter la concentration des acteurs de la vente et le resserrement d'une offre sur les titres les plus porteurs.

Le marché du livre en France lui doit sa stabilité (250 millions d'exemplaires vendus en 2007, une croissance annuelle de 0,5%). Mais il s'agit aussi d'un marché fragile : la marge nette moyenne des libraires indépendants est de 1,4%, celle des éditeurs de 3,5%. Ces chiffres n'incitent pas à courir le moindre risque de fragilisation. **Voilà pourquoi il est essentiel que cette loi perdure dans l'univers physique, où elle exerce des effets structurants et demeure la condition essentielle de bon fonctionnement du secteur.**

La circulation des ouvrages, l'accès des lecteurs à la création, la rémunération des auteurs, tout cela fonctionne et n'incite pas procéder à un changement dans l'univers sur papier. Pour autant, il serait malheureux de ne pas profiter d'une réussite et le bilan très positif de l'application de la loi du 10 août 1981 suscite une question : est-il possible de l'amender pour qu'elle puisse inclure l'univers numérique ?

L'esprit de la loi du 10 août 1981, sa rédaction et la définition fiscale du livre sur laquelle elle s'appuie semblent la lier à l'univers physique et logistique du livre imprimé. Cependant, rédigée dans le contexte de défense de la Librairie, cette loi s'inscrit comme un dispositif particulier dans une démarche beaucoup plus large visant à garantir la capacité des ayants droits à déterminer leur prix de vente.

A la limite, le seul cas où l'amendement semble « naturel » serait celui du fichier fermé téléchargé, simple retranscription d'un livre existant dans l'univers imprimé. Mais

même dans ce cas, ce dispositif risquerait d'être discriminant par rapport aux autres formes de « livres numériques ». Du coup, le mode d'exploitation le plus respectueux de la version sur papier serait le seul à être régulé (car étant le seul à être définissable en continuité directe avec l'univers de l'imprimé) ; de ce fait, il serait potentiellement pénalisé au profit d'autres qui ne seraient pas encadrés.

La loi « Lang » semble donc, dans sa formulation actuelle, ne pas pouvoir être amendée pour inclure la totalité des expressions d'un « livre numérique » qui est avant tout un droit de propriété intellectuelle sur un contenu écrit.

Mais si l'amendement de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre semble difficile à promouvoir en raison du contexte spécifique de sa rédaction, l'application du principe central auquel elle obéit, et qui la dépasse, semble à la commission un devoir d'intérêt public lorsque l'on aborde l'univers numérique. Ce principe c'est, rappelons-le, d'établir des mécanismes permettant aux ayants droits de participer à la détermination des prix de vente, de façon à maximiser la valorisation de leurs droits. C'est un principe qui dépasse l'édition pour englober toutes les industries culturelles, mais c'est un principe qui conditionne la richesse de la production éditoriale.

La commission réaffirme l'impérieuse nécessité de promouvoir des mécanismes aidant les ayants droits à déterminer le prix de vente final. Cette nécessité d'intérêt général existe dans le contexte particulier du livre imprimé ; il est à créer dans l'univers plus général des droits intellectuels dans l'univers numérique, que ces droits soient liés à un contenu écrit (« livre numérique ») ou non.

Il appartient donc aux pouvoirs publics de promouvoir une politique résolue de régulation du marché visant à garantir, d'une part la capacité des détenteurs de droits éditoriaux à fixer leur prix final, d'autre part, mais dans le même ordre d'idée, à établir des mécanismes de maximisation de la valeur de leurs droits.

La commission formule trois propositions allant dans ce sens :

1/ que face aux industries de la distribution, les pouvoirs publics engagent une réflexion économique afin de définir des mécanismes de régulation de marché. Cette réflexion pourrait associer les autres industries culturelles à base de droits ;

2/ qu'une fois établie cette réflexion, des dispositifs soient proposés au niveau national et défendus au niveau européen ;

3/ qu'à titre transitoire, le secteur de l'édition adopte les mécanismes de fixation de prix recensés par la commission.

III.3.3. Des mécanismes de maîtrise des prix peuvent être utilisés

Est-il possible, malgré un contexte de parcellisation des offres et de multiplication des abonnements, de prévoir des mécanismes permettant à un éditeur de conserver la maî-

trise des prix, et aux différents distributeurs/libraires numériques d'être placés sur un pied d'égalité grâce à un prix public de vente unique ? Ces problématiques ne peuvent être étudiées sans tenir compte des règles du droit de la concurrence, notamment des principes de libre détermination des prix par le jeu de la concurrence (article L. 410-2 du code de commerce) et d'interdiction des ententes sur les prix de vente entre entreprises (article L. 420-1 du code de commerce).

a) Certains dispositifs contractuels permettent de conserver la maîtrise des prix sans tomber sous le coup des ententes sur les prix, prohibées par les articles 81§1 du traité instituant la Communauté européenne et L. 420-1 du code de commerce.

Cette voie, de nature purement contractuelle, consisterait à développer les contrats de mandats entre éditeurs et distributeurs. Ces contrats de mandats ont pour intérêt de permettre au mandant de fixer le prix de revente des biens (ou services) dont il confie la négociation au mandataire, pour son compte. La jurisprudence tant française que communautaire a tracé le cadre dans lequel de tels contrats doivent s'inscrire et posé une condition essentielle : le risque pris par le mandataire doit demeurer « négligeable ».

Ainsi, une entreprise mandante peut fixer le prix de vente au public de produits commercialisés pour son compte par un mandataire, à condition que ce dernier ne supporte aucun risque, ou n'en supporte qu'une partie négligeable.

Ce type de contrat, du fait de ses particularités et de son objet, serait valable au regard des règles du droit de la concurrence, et paraît, pour la commission, la solution à privilégier.

b) L'hypothèse d'un « décret d'exemption » pris sur la base de l'article L. 420-4 du code de commerce.

Pour des accords de distribution qui ne seraient pas des mandats, les dispositions de l'article L. 420-4 autorisent le ministre chargé de l'économie à prendre par décret une décision d'exemption d'accords individuels ou de catégories d'accords qui tomberaient sous le coup des ententes, permettant aux producteurs de fixer les prix de vente finals de leurs distributeurs. Deux conditions doivent être remplies : ces accords apportent des progrès sensibles dans la distribution et la diffusion de produits et bénéficient tant aux entreprises du secteur qu'aux consommateurs.

En l'espèce, l'apport de tels accords devrait bénéficier tant à la diversité des canaux de distribution qu'à la diversité de l'offre, et sécuriser les revenus des ayants droits. Ce système a notamment été proposé récemment pour les distributeurs de cinémas¹³, qui, avec le développement des cartes d'abonnement et d'offres spécifiques, n'ont plus la maîtrise du prix des billets vendus aux spectateurs par les exploitants de salles.

Ce type de décret requiert toutefois un avis conforme du Conseil de la concurrence. Il s'agit bien évidemment d'une démarche plus lourde que l'option précédemment envisagée.

¹³ Anne Perrot, Jean-Pierre Leclerc, Célia Vérot, *Cinéma et concurrence : rapport au ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi et au ministre de la culture et de la communication*, mars 2008.

La voie contractuelle devrait, là encore, être privilégiée en s'appuyant sur les contrats de mandat. Une réflexion pourrait être engagée parallèlement sur un argumentaire destiné à étayer un dossier de demande d'exemption.

III.4. Mener une politique ambitieuse auprès des institutions communautaires

Les instances communautaires doivent être sensibilisées aux enjeux particuliers des biens culturels numériques.

■ D'une façon générale, il paraît utile de structurer les actions interprofessionnelles auprès des institutions communautaires.

Les mécanismes économiques de tarification des biens culturels numériques, que certains économistes qualifient de « biens d'expérience », paraissent peu ou mal connus des instances de concurrence et notamment des institutions communautaires.

Il paraît donc important de bâtir et défendre l'argumentaire économique de la tarification des biens d'expérience : approcher l'utilité marginale, discriminer les préférences, décliner les versions de produits pour élargir leur diffusion, faire de la valorisation maximale des droits l'outil du financement de la diversité et de la création de marques mondiales, etc. Un tel argumentaire permettrait de renforcer les positions françaises en matière de politiques tarifaires dans le domaine du livre, éventuellement appuyées par celles des autres pays européens ayant également ce type de politique.

La commission considérerait positive l'existence, auprès des instances européennes, d'un « lobby de la propriété intellectuelle », afin d'équilibrer le dialogue avec les industries de l'accès. Cette démarche pourrait être amorcée en favorisant l'établissement, dès les premiers jours de la présidence française et en concertation avec la profession, d'un bureau chargé de la promotion des politiques liées à la propriété intellectuelle, visant à l'établissement d'une politique européenne en la matière.

■ L'objectif le plus immédiat auprès des instances communautaires et des autres pays membres de l'Union européenne est surtout d'emporter l'autorisation de bénéficier d'une TVA à taux réduit pour les contenus culturels en ligne.

Il est important de relever que le livre numérique pourrait être plus coûteux à produire qu'il n'y paraît. Tout en notant la grande diversité des estimations de coûts de production mis en circulation par les professionnels, la commission relève qu'ils ne sont pas modestes. En outre, les premières années, l'investissement nécessaire pour la rétro conversion des fonds serait particulièrement lourd – il peut s'élever jusqu'à 2000 € pour une ressaisie structurée du texte/relecture pour une œuvre complexe.

L'attente du consommateur suppose, elle, une tendance inverse. A la lumière des premières expériences (Gallica, marché américain), il apparaît clairement que le public s'attend à régler pour les contenus numériques un prix inférieur de -15% et -30% par rapport au livre papier. Une telle baisse de prix dans la nouvelle chaîne de valeur numérique semble impossible sans un ajustement de la TVA du numérique (19,6%) sur le modèle papier (5,5%). Cette différence élevée de taux d'imposition sur des contenus similaires, à raison de leur forme ou de leur support, semble du reste difficilement justifiable et ne contribue pas au développement du marché des livres numériques.

Dans l'absolu, la solution la plus satisfaisante serait d'obtenir, pour les « livres numériques », l'application du taux réduit de TVA de 5,5%. Il ne paraît en effet pas justifié que des contenus semblables fassent l'objet d'une taxation différente selon le support sur lequel ils sont offerts. C'est particulièrement vrai pour le secteur de l'édition, où l'alignement du taux de TVA normal de 19,6 % sur le taux réduit de 5,5 % permettrait d'éviter des distorsions peu légitimes.

Toutefois le succès d'une telle démarche n'est pas assuré, non seulement parce que les négociations sur la TVA au niveau européen sont particulièrement délicates, mais surtout parce que la définition d'un « livre numérique » est, comme l'a vu, difficile à arrêter.

Il paraît donc plus judicieux de proposer, plus généralement, une TVA à taux réduit pour l'ensemble des biens culturels numériques. La présidence française du Conseil de l'Union européenne et l'échéance de renégociation de la sixième directive TVA pourraient permettre de mettre rapidement l'accent sur cette demande.

La commission estime donc nécessaire de demander, pour favoriser l'essor des livres numériques, l'application d'un taux de TVA réduit pour les contenus culturels numériques.

CONCLUSION

L'entrée dans l'ère numérique semble se produire plus tardivement pour le livre que pour d'autres industries culturelles. Si certains secteurs de l'édition comme les livres professionnels, pratiques ou de référence, sont déjà largement dématérialisés, cette évolution n'a pour l'instant remis en cause ni le modèle commercial, ni la relation avec les auteurs, ni les usages des lecteurs.

Un basculement brutal de l'édition dans le numérique, hypothèse que l'on ne peut exclure, pourrait cependant exercer des effets très importants sur l'industrie du livre, dont les équilibres sont fragiles.

Une vigilance toute particulière doit notamment être portée à la concurrence nouvelle qui pourrait s'exercer entre les détenteurs de droits (auteurs et éditeurs), dont la rémunération de la création doit être préservée et valorisée, et les détenteurs d'accès et de réseaux, qui n'ont pas nécessairement intérêt à la valorisation des droits de propriété intellectuelle.

Dans ce contexte, deux éléments sont essentiels : la propriété intellectuelle, comme clé de voûte de l'édition, et le rôle central des éditeurs dans la détermination des prix.

La commission préconise en conséquence une série de mesures organisées au sein de quatre actions.

1. La promotion d'une offre légale attractive doit s'appuyer, d'une part, sur l'interopérabilité la plus large possible des contenus numérisés, d'autre part, sur la structuration des métadonnées décrivant ces contenus, condition essentielle de leur visibilité dans l'univers numérique, enfin, sur la poursuite du soutien à la numérisation des contenus sous droits.

2. La défense de la propriété intellectuelle n'exige pas de modifier le code de la propriété intellectuelle, dont les dispositions actuelles peuvent s'accommoder à l'entrée dans le numérique, mais devrait être appuyée par une réflexion interprofessionnelle sur les droits d'auteur.

3. La mise en place de mécanismes permettant aux détenteurs de droits d'avoir un rôle central dans la détermination des prix est une condition essentielle d'équilibre dans l'univers numérique. Si le dispositif législatif de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre paraît difficile à amender pour y inclure le « livre numérique », dont la définition relève de la gageure, d'autres mécanismes de régulation de niveau contractuel et réglementaire existent.

4. La conduite d'une politique active auprès des institutions communautaires est indispensable, à la fois pour qu'un « lobby de la propriété intellectuelle » soit présent auprès de ces instances et pour défendre l'application d'un taux de TVA réduit sur les biens culturels numériques.

ANNEXES

ANNEXE 1 - Composition de la commission sur le livre numérique

Bruno Patino, président directeur-général de *Télérama*, président du *Monde interactif*.
Président

Sophie-Justine Lieber, maître des requêtes au Conseil d'Etat.
Rapporteur

Jean-François Fogel, journaliste, co-auteur d'*Une presse sans Gutenberg*.

Gilles Haeri, directeur-général de Flammarion

Isabelle Ramond-Bailly, directrice juridique d'Editis

Stéphanie van Duin, responsable de la stratégie et du développement d'Hachette Livre

ANNEXE 2 - Liste des personnes auditionnées

Pouvoirs publics

M. Benoît Yvert, Marc-André Wagner, Fabien Plazanet, Centre national du livre (CnL)
MM. Gilles Braun et Jean-Yves Capul, ministère de l'Éducation nationale

Auteurs

MM. Alain Absire, Jean Sarzana, Jean-Claude Bologne, Société des Gens de Lettres
M. François Bon
M. Emmanuel de Rengervé, Bruno Bellamy et Mme Joanna Schipper, Syndicat National des Auteurs et des Compositeurs (SNAC)

Editeurs

MM. Serge Eyrolles, Antoine Gallimard, Francis Esmenard, Arnaud Nourry, Hervé de La Martinière, Vincent Montagne, Pierre Dutilleul, Arnaud Valette, Mmes Christine de Mazières, Teresa Cremisi, Liana Levi, Irène Lindon et Nathalie Jouven, du Syndicat National de l'Édition (SNE)
M. Jean-Pierre Arbon, 00h00
M. Jean-Manuel Bourgois, Meta Editions
M. Jean-Franck Cavanagh, Groupe Reed-Elsevier
M. Alban Cerisier, Editions Gallimard
M. Yves Clavier, Editions Hatier
MM. Louis Delas et Patrick Gambach, Editions Casterman
M. François Gèze, Editions La Découverte
M. Renaud Lefebvre, Editions Dalloz
M. Arnaud Nourry, Editions Hachette Livre

Libraires

MM. Jean-Marie Sevestre, Renny Aupetit, François Maillot, Christian Thorel, Thierry Lecompte, Eric Hardin, Guillaume Husson et MMes Hélène Clément et Caroline Tachon, du Syndicat de la Librairie Française
Commission numérique du Syndicat de la Librairie Française : François Maillot, Thierry Lecompte, Renny Aupetit, Eric Hardin, Hélène Clément, Caroline Tachon, Guillaume Husson
M. Bertrand Picard, Fnac.com

Agrégateurs numériques

M. Eric Brys, Cyberlibris
M. Denis Zwirn, Numilog

Représentants des bibliothèques

MM. Bruno Racine et Arnaud Beaufort, Bibliothèque Nationale de France
M. Patrick Bazin, bibliothèque municipale de Lyon, auteur du blog "La Feuille"
M. Pierre Carbone, consortium Couperin
Mme Marie-Dominique Heusse et Christophe Peralès, Association des Bibliothèques Universitaires (ABU)

Experts de l'économie numérique

M. Olivier Bomsel, Ecole des Ponts-et-Chaussées
M. Jean-Baptiste Coumau, Eric Hazan, Georges Desvaux, McKinsey
M. Alain Iribarne, CNRS, laboratoire d'économie et de sociologie du travail
M. Henri Isaac, Université Paris-Dauphine, auteur du rapport sur l'université numérique
M. Eric Mouchous, Accenture
MM. Quentin Sannié et Manuel de la Fuente, Cabinet Mandragore
M. Laurent Sorbier, Cour des comptes

Professionnels des nouvelles technologies

M. Jimmy Barens, Adobe
M. Stephan Bole, Nintendo
MM. Philippe Colombet et Olivier Esper, Google
M. Francis Jubert, Syntec Informatique
M. Thierry de Vulpillières, Microsoft

Juristes

M^o Didier Théophile, avocat
M. Vianney de La Boulaye, Editions Larousse, commission juridique du SNE

Entretiens

Jacques Attali
Bernard Fixot, Editions XO
Alain Kouck, Groupe Editis

ANNEXE 3 - Droits d'auteur : principales dispositions

1. Droit moral

■ Article L 121-1 du code de la propriété intellectuelle : « *L'auteur jouit du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre. / Ce droit est attaché à sa personne. / Il est perpétuel, inaliénable et imprescriptible. / Il est transmissible à cause de mort aux héritiers de l'auteur. / L'exercice peut être conféré à un tiers en vertu de dispositions testamentaires.* »

■ Article L 132-11 : « (...) *L'éditeur ne peut, sans autorisation écrite de l'auteur, apporter à l'œuvre aucune modification (...)* »

■ Jurisprudence : le droit au respect de l'œuvre implique que celle-ci ne peut être « ni altérée, ni déformée dans sa forme ou dans son esprit » (CA Paris 28.07.1932).

2. Droits patrimoniaux

2.1. Rémunération des auteurs

■ Article L 131-4 : « *La cession par l'auteur de ses droits sur son œuvre peut être totale ou partielle. Elle doit comporter au profit de l'auteur la participation proportionnelle aux recettes provenant de la vente ou de l'exploitation.*

Toutefois, la rémunération de l'auteur peut être évaluée forfaitairement dans les cas suivants :

1° La base de calcul de la participation proportionnelle ne peut être pratiquement déterminée ;

2° Les moyens de contrôler l'application de la participation font défaut ;

3° Les frais des opérations de calcul et de contrôle seraient hors de proportion avec les résultats à atteindre ;

4° La nature ou les conditions de l'exploitation rendent impossible l'application de la règle de la rémunération proportionnelle, soit que la contribution de l'auteur ne constitue pas l'un des éléments essentiels de la création intellectuelle de l'œuvre, soit que l'utilisation de l'œuvre ne présente qu'un caractère accessoire par rapport à l'objet exploité ;

5° En cas de cession des droits portant sur un logiciel ;

6° Dans les autres cas prévus au présent code.

Est également licite la conversion entre les parties, à la demande de l'auteur, des droits provenant des contrats en vigueur en annuités forfaitaires pour des durées à déterminer entre les parties. »

■ Article L 132-5 : « *Le contrat peut prévoir soit une rémunération proportionnelle aux produits d'exploitation, soit, dans les cas prévus aux articles L. 131-4 et L. 132-6, une rémunération forfaitaire.* »

■ Article L 132-6, en principe inapplicable pour l'édition numérique d'une œuvre: « *En ce qui concerne l'édition de librairie, la rémunération de l'auteur peut faire l'objet d'une rémunération forfaitaire pour la première édition, avec l'accord formellement exprimé de l'auteur, dans les cas suivants :*

- 1° *Ouvrages scientifiques ou techniques ;*
- 2° *Anthologies et encyclopédies ;*
- 3° *Préfaces, annotations, introductions, présentations ;*
- 4° *Illustrations d'un ouvrage ;*
- 5° *Editions de luxe à tirage limité ;*
- 6° *Livres de prières ;*
- 7° *A la demande du traducteur pour les traductions ;*
- 8° *Editions populaires à bon marché ;*
- 9° *Albums bon marché pour enfants.*

Peuvent également faire l'objet d'une rémunération forfaitaire les cessions de droits à ou par une personne ou une entreprise établie à l'étranger.

En ce qui concerne les oeuvres de l'esprit publiées dans les journaux et recueils périodiques de tout ordre et par les agences de presse, la rémunération de l'auteur, lié à l'entreprise d'information par un contrat de louage d'ouvrage ou de services, peut également être fixée forfaitairement. »

■ **Jurisprudence sur la notion de « recettes provenant de la vente ou de l'exploitation » :**

Cass. Civ. 9.10.1984 : *« Il résulte des dispositions impératives de l'article L 131-4 du CPI que la participation de l'auteur aux recettes doit être calculée en fonction du prix de vente au public »*. Rejette une clause faisant référence aux *« ventes réalisées par le cessionnaire des droits »* et à une participation calculée sur les seules recettes encaissées par l'éditeur.

CA Paris 7.7.1992 et Cass.Civ. 1^{ère} 9.1.1996 (sur des contrats conclus en 1979 et 1984) : *« Les recettes provenant de la vente ou de l'exploitation doivent s'entendre du prix auquel les libraires, acheteurs ou simples dépositaires, vendent des volumes dans le public, abstraction faite des remises qui leur sont consenties et des taxes ; que la référence aux recettes brutes de la vente répond à la volonté du législateur de 1957 qui a voulu protéger les auteurs et éviter qu'ils supportent les frais d'exploitation des ouvrages et ne constitue nullement une application rétroactive de la loi Lang. »*

Cass.Civ.1^{ère} 26.1.1994 : nullité du prix distributeur comme assiette de droits.

Cass. Civ. 7.6.1995 : nullité d'une clause qui prévoyait une déduction de 20% représentant les frais de prospection et d'agent littéraire, ce qui revenait à calculer la rémunération de l'auteur sur une *« assiette intermédiaire »* entre le prix de vente au public et celui perçu par l'éditeur, et non sur le seul prix de vente au public.

CA Paris 22.3.2006 et 21.11.1994 : la clause selon laquelle la rémunération est calculée sur le chiffre d'affaire de l'éditeur est nulle.

Cette jurisprudence vaut pour la vente de supports matériels de l'œuvre (sur les vidéos : Cass.Civ. 16.7.1998).

ANNEXE 4 – Formats de lecture et DRM : état des lieux pour les livres numériques

1. Définition et enjeux

Le format de lecture d'un contenu numérique varie en fonction du type d'appareil utilisé. Les enjeux sont à la fois, pour l'industrie, de repérer les formats qui seront les plus largement utilisés et pour les consommateurs, de bénéficier de formats interopérables.

Les solutions de gestion de droits numériques (ou « digital rights management », DRM) sont pour l'essentiel destinées à empêcher une dissémination incontrôlée des œuvres sur les réseaux peer-to-peer, et non à empêcher la copie privée. Le numérique introduit en effet une rupture technologique radicale dont on ne peut pas ne pas tenir compte : la possibilité de reproduire instantanément le support d'une œuvre et d'en diffuser des millions de copies en très peu de temps à coût quasi-nul. Le changement d'échelle de la copie possible introduit ainsi un vrai changement de nature.

Un autre objectif de la protection technique des contenus numériques, auquel les auteurs sont particulièrement sensibles, est lié au droit moral sur les œuvres : s'il est possible très facilement et sans limite de copier coller des parties d'ouvrages pour les éditer dans un traitement de texte en les incorporant à ses propres documents, le numérique risque de devenir un outil de plagiat à grande échelle ou de déformation de textes originaux, qui va bien au-delà du droit de citation inscrit dans le code de la propriété intellectuelle.

Les auteurs et les éditeurs souhaitent en général que des mesures techniques limitent ce risque, potentiellement accru par le numérique.

Il est bien entendu également essentiel que les DRM ne s'opposent pas à un usage souple et commode des livres numériques dans des environnements technologiques variés. A ce titre :

- les DRM actuellement utilisés pour le téléchargement restreignent la possibilité de copie privée mais ne l'empêchent pas : ils la limitent à un certain nombre de copies, c'est-à-dire d'installations du fichier du livre numérique sur différentes machines « activées » avec un même compte utilisateur. Certains systèmes permettent de désactiver le livre sur une machine pour l'installer sur une autre, assurant ainsi la possibilité de faire circuler le livre numérique comme un objet physique ;
- les solutions DRM utilisées devraient garantir pour les lecteurs la plus grande interopérabilité possible et pour les acteurs de la chaîne du livre la plus grande neutralité possible quant aux schémas de distribution envisageables. Encore faut-il définir avec précision ces schémas et notamment les appareils inclus dans le périmètre d'usage, compte tenu des usages envisagés (par exemple : les livres numériques doivent ils pouvoir être lus sur toutes les consoles de jeux, etc.)

2. Livres numériques téléchargés : formats et DRM

2.1. Formats de lecture des livres numériques téléchargés

2.1.1. Il existe jusqu'à présent pour les livres en français trois formats principaux de fichiers utilisés pour télécharger et lire des livres numériques.

Le format Adobe PDF est adapté à la lecture sur ordinateur de livres pour lesquels la conservation de la mise en page, de la pagination, des illustrations et des polices de caractère est importante : livres de sciences et techniques, ouvrages universitaires, livres pratiques, beaux livres, bandes dessinées.

Le format Mobipocket PRC est adapté à la lecture sur appareil mobile de livres pour lesquels l'adaptation à la taille de différents écrans de support mobile est importante : romans, essais constitués essentiellement de textes, dictionnaires ou guides de voyages si leur mise en page fait l'objet d'une adaptation. Ce format a la particularité d'être compatible avec plusieurs appareils de lecture à base d'encre électronique, comme l'Illiad de Irex et le Cybook de Bookeen.

Un nouveau format, le format Adobe ePub s'est ajouté récemment et est probablement appelé à devenir un nouveau standard, adapté comme le format Mobipocket PRC à la lecture sur divers appareils mobiles, grâce à la fonction de « reflowing » ou « repagination dynamique ». Ce format devrait en particulier être compatible avec plusieurs appareils de lecture à base d'encre électronique, comme la future version du Sony Reader proposée en France. Il présente l'avantage d'être édité par la même société, Adobe, qui édite le format PDF.

2.1.2. Il existe bien d'autres « formats ouverts » de lecture numérique possibles, en particulier le format Microsoft.LIT pour Microsoft Reader ou Palm.PDB pour eReader.

Mais ils ne semblent pas être en mesure à l'heure actuelle, en France, de concurrencer les trois formats indiqués ci-dessus pour une part importante du marché : ils existent depuis plusieurs années et n'ont pas opéré de percée significative sur le marché français. Le scénario le plus probable - compte tenu des données techniques actuelles – paraît être celui d'une domination continuée du format PDF pour les ouvrages consultés sur ordinateurs et d'une rivalité entre les formats PRC et ePub pour ceux lus sur appareils mobiles. Cette rivalité pourrait tourner en Europe à l'avantage de l'ePub étant donné la plus grande neutralité industrielle de ce format.

2.1.3. Enfin, il existe des « formats fermés » sur un modèle de distribution vertical, dans lequel l'éditeur du format se réserve le canal de distribution des contenus et définit la solution DRM associée (en général elle-même liée à un type d'appareil).

On pense ici au fameux modèle Apple : AAC / iTunes / iPod. La proposition qu'Amazon fait pour les ebooks à travers le Kindle (même si les fichiers sont en PRC, il s'agit d'une version modifiée requise pour cet appareil) ou celle qu'a fait Sony au Japon pour le Sony Reader sont de ce type. Ces solutions sont proposées pour des raisons stratégiques évidentes de tentative de captation de marché, et sont donc par définition défavorables aux autres acteurs de la chaîne, y compris les auteurs et éditeurs, qui risquent de se retrouver dans une situation de trop forte dépendance à l'égard d'un distributeur unique ou super dominant.

2.2. Principes généraux de fonctionnement des DRM

La protection des livres numériques par des systèmes tels que filigranes ou marquages des fichiers n'apparaît pas nécessairement comme une protection suffisante pour les acteurs du marché désireux de protéger leurs contenus. Les systèmes de DRM sont plus robustes puisqu'ils sont liés à des algorithmes de cryptage sophistiqués.

Le mode de fonctionnement le plus pratique et sûr, utilisé en particulier par Mobipocket ou par Adobe, est le suivant.

Un serveur (par exemple celui d'un éditeur ou de son distributeur numérique) héberge les fichiers de livres numériques de manière sécurisée. La solution de gestion DRM est installée sur ce serveur et les fichiers y sont stockés de manière cryptée, prévenant de toute conséquence de risque d'attaque du serveur lui-même.

Le téléchargement par le client depuis ce serveur lie le fichier à sa machine en utilisant l'identifiant du logiciel de lecture (« reader ») que le client doit installer. La société de gestion DRM intervient pour définir et certifier cet identifiant client (processus d'« activation » du reader, une fois seulement) et pour certifier le cryptage par la solution DRM installée sur le serveur. Aucun mot de passe n'est nécessaire dans ce type de solution (contrairement par exemple à la solution utilisée pour le format PDB, qui repose sur l'utilisation du numéro de carte bancaire comme mot de passe... ce dont l'efficacité est contestable et qui oblige les libraires à stocker ces numéros).

Les solutions de cryptage reposent en général sur les systèmes les plus robustes autorisés dans les domaines non militaires, soit des clés de cryptage asymétriques de 128 bits. Très peu d'informaticiens sont capables de « casser » de tels systèmes, même si cela demeure possible.

L'objectif des solutions de DRM est d'abord d'empêcher la dispersion incontrôlée des fichiers et leur duplication infinie, fonction qu'ils remplissent en liant ces fichiers à une ou plusieurs machines activées avec un compte.

Mais elles peuvent également être utilisées d'une manière plus générale pour paramétrer des droits d'usages sur des livres et définir différents modèles économiques associés à ces usages, par exemple :

- le nombre de machines sur lesquels les livres numériques peuvent être transférés (0 ou plusieurs).
- le pourcentage de droits de copier coller et d'impression, en termes de nombre de pages, absolues ou par période (par exemple : 15 pages par semaine).
- le contrôle de la durée de lecture autorisée, afin de définir des modèles économiques de prêt.

Tous les systèmes de DRM ne présentent cependant pas les mêmes possibilités de paramétrage.

2.3. Les principaux systèmes DRM utilisés pour les livres numériques

Chaque format a ses spécificités pour ce qui est de la gestion des droits numériques. Un même système DRM peut protéger plusieurs formats. Mais, réciproquement, un même format peut être protégé par des systèmes de DRM différents, qui peuvent de plus comporter plusieurs versions.

On s'attachera ici aux trois formats identifiés comme standards potentiels.

2.3.1. Ebook Base (format PRC)

Le format PRC ne peut être protégé que par le système « e-book base » installé exclusivement sur le serveur de Mobipocket.

Ceci représente un inconvénient important dans la mesure où les éditeurs et les distributeurs sont dépendants du serveur de Mobipocket, filiale d'Amazon qui n'est pas un acteur neutre de la chaîne. Les éditeurs ne peuvent donc pas maîtriser, s'ils le souhaitent, l'hébergement de leurs fichiers. Et les distributeurs tiers sont dépendants d'un concurrent. La gestion des détaillants référencés est effectuée par Mobipocket.

Ce système de DRM présente à l'heure actuelle d'autres inconvénients, notamment :

- il ne permet pas de choisir l'impression ou non (celle-ci est impossible dans tous les cas) ;
- il n'est pas paramétrable par l'éditeur ;
- il est très dépendant des versions successives du logiciel de lecture ;
- la gestion des prêts n'est pas satisfaisante à ce jour (elle manque de précision et son maintien est incertain) ;
- il ne permet pas d'utiliser des systèmes de synthèse vocale pour les personnes mal voyantes.

Les principaux avantages de ce système de DRM sont par contre son interopérabilité importante pour les appareils mobiles et la bonne qualité du logiciel de lecture.

2.3.2. ADEPT et Adobe Content Server (formats PDF et ePub)

Les systèmes de DRM utilisables pour les fichiers PDF sont nombreux et plusieurs sociétés proposent régulièrement de nouveaux systèmes : Adobe Content Server, Adobe Policy Server, File Open, Delivery, Sealed Media, etc.

Adobe propose en outre depuis peu une nouvelle solution : le système ADEPT (Adobe Digital Editions Protection Technology, en mode ASP) ou Adobe Content Server 4 (en mode serveur), qui présente l'avantage de permettre une protection par le même système des deux formats de lecture PDF et ePub.

L'intérêt de cette solution est en outre de garantir la compatibilité du triplet : format / logiciels de lecture / DRM puisqu'Adobe maîtrise l'ensemble de cette chaîne. Les lecteurs n'ont donc pas à maîtriser des technologies différentes et à installer des solutions distinctes pour divers catalogues de livres numériques.

Cette solution permet de lire les ouvrages avec plusieurs logiciels de lecture : Adobe Reader 6, 7 ou le nouveau « reader » Adobe Digital Editions, basé sur une technologie Flash qui permet d'incorporer des animations sons et vidéos aux livres (par exemple pour

les guides de voyage ou les livres scolaires, ou techniques). Ces « readers » peuvent être installés sur tous les PC et Mac récents. Des logiciels de lecture pour appareils mobiles compatibles avec cette solution DRM devraient également être proposés prochainement, en particulier pour plusieurs appareils à base d'encre électronique.

Cette solution paraît donc présenter des garanties d'interopérabilité et de neutralité industrielle. Elle est en outre paramétrable (impression, copier coller, durée) et permet aux éditeurs et/ou distributeurs qui le souhaitent de s'assurer d'une pleine maîtrise des fichiers en les hébergeant s'ils le souhaitent sur leurs propres serveurs.

En définitive, il reviendra donc aux acteurs de la chaîne du livre, les éditeurs en particuliers, d'exercer une influence plus significative sur les solutions DRM – notamment celles proposées par Adobe, qui sont entièrement paramétrables – à plusieurs niveaux : les systèmes d'exploitation compatibles, les modèles économiques, les paramétrages (entre autres points à améliorer pour les lecteurs : la simplicité des conditions de transfert sur des appareils mobiles, la possibilité de prêt entre utilisateurs).

3. Mesures de protection pour la lecture en ligne

Les livres numériques peuvent aussi être lus en ligne, sur Internet, avec des logiciels de lecture divers et beaucoup moins standardisés que les « readers » hors ligne. La lecture en ligne est le principal mode de lecture souhaité notamment dans un contexte universitaire, voire d'entreprise. De nombreux internautes souhaitent également l'utiliser. Il présente en effet plusieurs avantages spécifiques :

- il n'est pas nécessaire d'attendre le téléchargement du fichier et de le stocker sur son ordinateur ;
- certaines barrières techniques (proxy, firewall...) prévenant les téléchargements dans des environnements d'entreprise ne brident pas la lecture en ligne ;
- les environnements techniques compatibles sont bien plus larges : une connexion Internet suffit ;
- il n'y a pas de mesures de DRM limitant la lecture à une ou plusieurs machines : l'accès au texte peut se faire depuis n'importe quelle machine connectée, moyennant une simple authentification du lecteur.

Ce mode de lecture devrait donc également connaître un développement important.

Les logiciels de lecture proposés pour la lecture en ligne sont plus nombreux et hétérogènes que ceux proposés pour la lecture après téléchargement. Chaque plate-forme propose en général le sien. Mais cela ne présente pas d'inconvénient majeur dans la mesure où ces logiciels n'ont pas à être installés : ils fonctionnent dans le cadre de la navigation Internet.

Par contre, une attention insuffisante est souvent portée aux mesures de protection associées à ces solutions de lecture en ligne, en pensant que seul le téléchargement présente des risques de piratage. Il est vrai que la lecture en ligne présente une protection naturelle plus forte que le téléchargement car les pages sont lues une par une, le fichier ne peut pas être copié en une fois. Toutefois, il demeure tout à fait possible avec certains logiciels de lecture en ligne de copier les pages une par une, d'imprimer le livre en totalité, voire de programmer un robot qui aspirera toutes les pages.

C'est pourquoi des mesures de protection pour les logiciels de lecture en ligne existent, qui permettent :

- de donner accès à la lecture de fichiers images plutôt que de fichiers texte ;
- de rendre très difficile pour un usager normal l'enregistrement des pages affichées en empêchant non seulement l'usage de la fonction « enregistrer sous » mais aussi la récupération du contenu de la page ou des éléments externes appelés par la page au sein des sources HTML que le navigateur peut afficher ;
- de contrôler les droits d'impression ;
- de sécuriser l'accès aux pages lues en ligne, sous la forme d'une procédure d'authentification du lecteur afin de contrôler ses droits de lecture et d'éviter que les pages ne soient accessibles à tout internaute ;
- de mettre en place des systèmes anti-robots.

En principe, les environnements technologiques compatibles pour la lecture en ligne, très variés, ne sont pas affectés par ces protections. La possibilité de lecture nomade de son livre, en changeant d'ordinateur mais en s'authentifiant avec le même compte, est préservée. La notion de copie numérique privée n'a par ailleurs guère de sens dans ce contexte où aucun fichier n'est téléchargé, sauf à l'associer à la possibilité pour un client authentifié de « prêter » son authentification à un autre pour le temps d'une lecture.

ANNEXE 5 – Les métadonnées

1. Définition

Les métadonnées sont des informations décrivant un objet, saisies et gérées dans des bases de données descriptives.

Si l'objet est un livre, le titre, l'auteur, le prix, le nombre de page sont des métadonnées de ce livre. Si l'objet est un fichier e-book, le titre, l'auteur, le prix, le format, le type de DRM sont des métadonnées de ce fichier.

2. Échanger des métadonnées

Dès que les éditeurs veulent communiquer autour des produits numériques, il faut fournir des métadonnées.

Les métadonnées permettent ainsi de produire des catalogues papier et d'alimenter les sites web en informations sur les livres.

Pour transmettre ces métadonnées, les solutions les plus diverses existent :

- connexion directe à la base de données de gestion (par exemple pour renseigner les pages Web des sites grand public des éditeurs) ;
- transfert dans des fichiers Excel ou Word.

Dès lors qu'il s'agit d'échanger entre systèmes informatiques, une normalisation s'impose.

2.1. EDI : une normalisation de gré à gré

Avec l'EDI, deux sociétés s'entendent sur un format d'enregistrement pour s'échanger les métadonnées. Il s'agit généralement d'une description fournie par le client à son fournisseur qui lui permet d'interpréter correctement les fichiers envoyés.

Des tentatives de généralisation de ces formats ont été opérées par métiers : transactions bancaires, commande/facturation, etc.

Mais comme l'échange par enregistrement suppose toujours de faire référence à une description extérieure, ce mode présente des limites.

2.2. XML : une généralisation de la normalisation

Avec XML, il est devenu possible de fournir des fichiers de métadonnées auto-décrits. Chaque donnée est « balisée », ce qui permet des transferts d'information plus sûrs et plus souples.

Ce système est plus souple que l'EDI : l'ajout de données dans un enregistrement EDI décale tout et oblige à revoir les chaînes de traitement, alors que l'ajout d'une nouvelle

information dans un une suite d'éléments XML ne perturbe pas les systèmes et ne nécessite d'intervenir sur les chaînes que pour exploiter la nouvelle donnée.

C'est aussi un système plus sûr, dès lors que chacun se réfère aux mêmes « balises ». Ainsi, pour chaque métier, des vocabulaires de balises ont été mis en place. Par exemple, pour les transactions de cartes bancaires, le GIE Carte Bleue a codifié une structure XML spécifique. Au niveau européen, des définitions pour les virements financiers ont été établies : c'est la norme CEPA qui doit entrer en vigueur au plus tard début 2009.

L'adoption de ces normes doit beaucoup à la puissance du langage XML et à la disponibilité de nombreux outils de traitement du XML en Open Source.

3. Les normes dans le domaine du livre et des ressources numériques

Dans le domaine des documents numériques, des normes ont été mises en place depuis de nombreuses années. Les plus répandues et les plus stables sont :

- **Dublin Core**
- **ONIX**
- **LOMFR**

Dans le domaine éducatif, ces normes permettent à des applications de gestion de cours (**LMS** : Learning Management System) d'assembler des ressources pédagogiques pour constituer des cours complets et cohérents destinés aux plates-formes d'enseignement en-ligne ou hors-ligne.

3.1. Dublin Core

Dublin Core est un jeu de 15 éléments de métadonnées pour décrire des ressources documentaires. Créé en 1999 et soutenu par une organisation **Dublin Core Metadata Initiative** (<http://dublincore.org/>), il a fait l'objet d'une normalisation **ISO** en novembre 2003 (ISO 15836).

Sa simplicité a fait son succès et il est très largement utilisé par les organismes gouvernementaux, dans les systèmes de gestion électronique de document (GED), les systèmes d'archivage et par toutes les bibliothèques. En France, il a été notamment adopté par la BNF qui a édité un guide d'utilisation en français en août 2006.

Les fiches de métadonnées **Dublin Core** peuvent être enregistrées en XML : il existe un schéma pour cela (<http://dublincore.org/documents/dcmes-xml/>).

Enfin, **Dublin Core** fait partie du **RDF** "Resource Description Framework" du **W3C** et participe à l'**OAI-PMH** (Open Archives Initiative's Protocol for Metadata Harvesting - <http://www.openarchives.org/OAI/openarchivesprotocol.html>)

Le tableau ci-dessous récapitule la liste des 15 éléments de métadonnées **Dublin Core**, dans leur traduction proposée par la BNF.

Élément	Définition
Contributeur	Entité responsable de contributions au contenu de la ressource
Couverture	Périmètre ou domaine d'application du contenu de la ressource
Créateur	Entité principalement responsable de la création de la ressource
Sujet ou mots-clés	Thème du contenu de la ressource
Date	Date d'un événement dans le cycle de vie de la ressource
Description	Présentation du contenu de la ressource
Format	Manifestation physique ou numérique de la ressource
Identifiant	Référence univoque à la ressource dans un contexte donné
Langue	Langue du contenu de la ressource
Éditeur	Entité responsable de la mise à disposition de la ressource
Relation	Référence à une ressource apparentée
Déclaration de droit	Informations sur les droits associés à la ressource
Source	Référence à une ressource dont la ressource décrite est dérivée
Sujets ou mots-clefs	Thème du contenu de la ressource
Titre	Nom donné à la ressource

3.2. ONIX

ONIX for Books est une norme de message de message pour transmettre des métadonnées décrivant un ou plusieurs ouvrages.

Cette norme est maintenue par un comité international **ONIX International Steering Committee** et publiée par éditeur. La version actuelle est la 2.1, révision 0.2 publiée en juillet 2004. Une version française de la documentation a été publiée en mars 2005 par le groupe **ONIX France** soutenu par le Cercle de la Librairie.

Un message **ONIX** est un fichier XML. Il commence par une entête dont l'objectif essentiel est d'identifier la société émettrice. Il contient ensuite des éléments **Product** décrivant chacun un seul produit. La couverture informationnelle de l'élément **Product** est très vaste (250 éléments d'information) et se découpe en 26 domaines principaux qui sont indiqués ci-dessous.

- PR. 1 Numéro de référence d'enregistrement
- PR. 2 Numéro de produit
- PR. 3 Présentation produit
- PR. 4 Détail de publication numérique
- PR. 5 Collection
- PR. 6 Ensemble
- PR. 7 Titre
- PR. 8 Mentions de responsabilité
- PR. 9 Conférence
- PR. 10 Edition
- PR. 11 Langue
- PR. 12 Mesures de contenu et autres caractéristiques
- PR. 13 Sujet
- PR. 14 Public
- PR. 15 Descriptions et autres textes d'appui
- PR. 16 Liens vers des fichiers image / audio / vidéo
- PR. 17 Prix littéraires
- PR. 18 Eléments de contenu
- PR. 19 Editeur
- PR. 20 Dates de publication
- PR. 21 Droits territoriaux
- PR. 22 Dimensions
- PR. 23 Produits liés
- PR. 24 Fournisseur, disponibilité et prix
- PR. 25 Représentation sur un marché
- PR. 26 Information promotion des ventes

Pratiquement toute l'information caractérisant la vie d'un livre peut donc être décrite dans les termes de la norme **ONIX**.

Chacune des informations élémentaires est documentée avec précision, augmentant d'autant la fiabilité de l'utilisation de cette norme. Voir par exemple la description de l'élément **EAN13** :

PR. 2.2 EAN 13	
	Code produit interprofessionnel administré par EAN International et ses agences membres dans le monde. Pour les livres, un numéro EAN peut être dérivé d'un ISBN en (a) le préfixant par les trois chiffres 978, (b) supprimant le caractère de contrôle ISBN, et (c) attachant un nouveau caractère de contrôle calculé selon les règles EAN.
Format	Longueur fixe: 13 caractères numériques. Le dernier chiffre est un caractère de contrôle <i>modulo 10</i> calculé conformément aux règles disponibles à : http://www.ean.be/html/CDCCalcul.html
Balise longue	<EAN13>
Balise courte	<b005>
Exemple	9788474339796

3.3. LOMFR

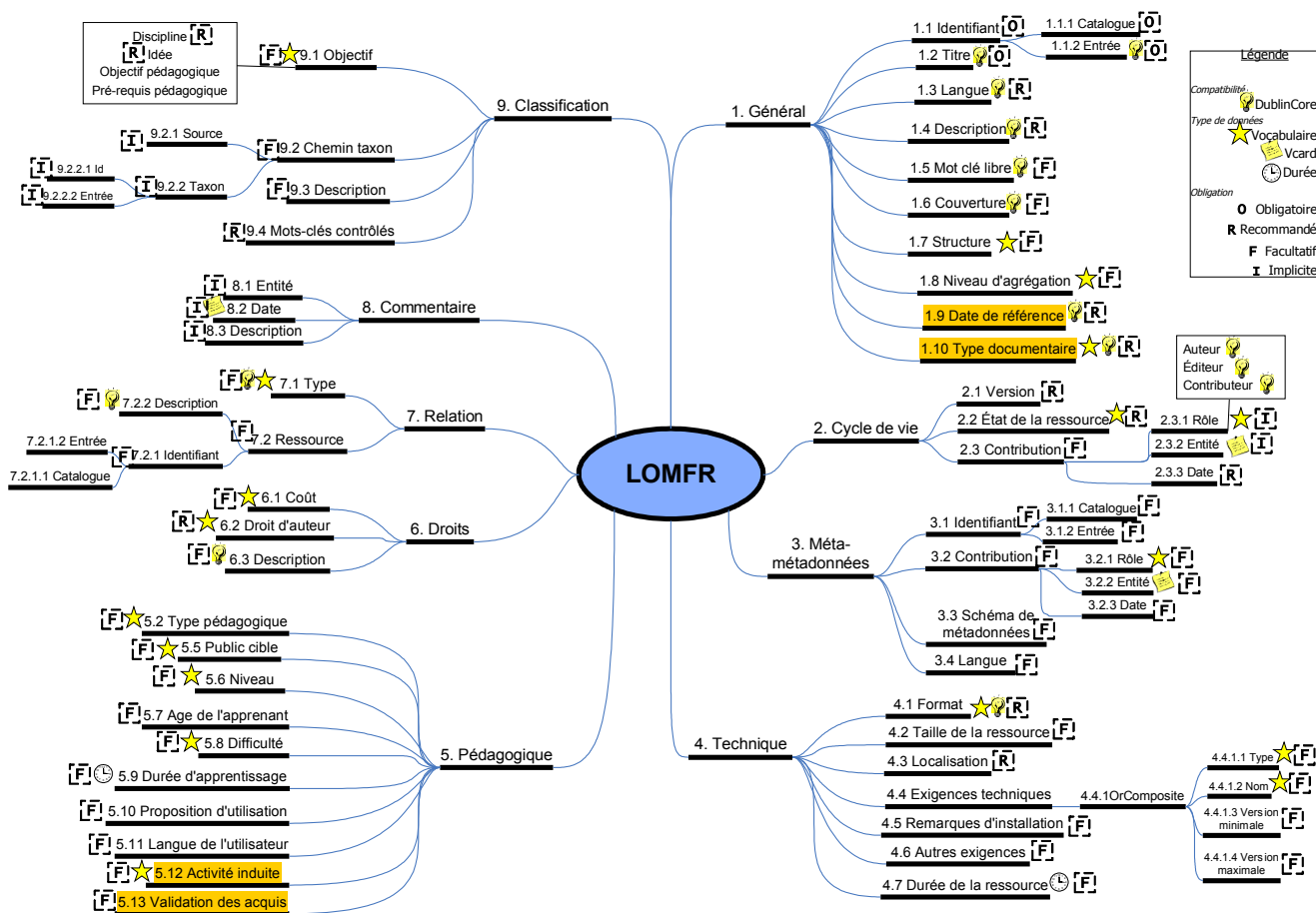
LOMFR est le profil d'application français de la norme LOM (Learning Object Metadata) d'origine anglo-saxonne. Il s'agit d'une norme de métadonnées permettant de décrire des **ressources pédagogiques** numériques.

LOMFR se base sur **Dublin Core** dont il augmente les possibilités de description notamment dans les domaines pédagogiques, techniques et de classification.

Les utilisateurs de cette norme sont incités à utiliser des vocabulaires descriptifs contrôlés notamment par **MotBis**, le thésaurus géré par le **CNDP** (Centre National de Documentation Pédagogique). Ce thésaurus est accessible gratuitement sur un site dédié : <http://www.motbis.fr/>. **Motbis** a été choisi comme source de descripteurs dans la norme **LOMFR** de métadonnées pour la description de ressources éducatives. Bien que dédié à l'éducation, il est très étendu. Il pourrait être complété dans certains domaines par des thésaurus spécifiques.

Une implémentation des fiches **LOMFR** en XML est disponible avec un schéma XML.

Voici le schéma global des éléments du **LMOFR** :



ANNEXE 6 – Les offres de « readers »

La mise au point de « readers » destinés spécifiquement à la lecture numérique a pris un tour intense dans la période récente, au point qu'il devient impossible d'établir un recensement complet des machines. La commission a pointé dans le monde industrialisé et en Asie plus d'une vingtaine de modèles commercialisés.

Le concept de « lecture numérique » est en soi difficile à synthétiser à la vue de ces appareils. On peut le résumer dans une intention : offrir une lecture sur un support pouvant se connecter à un réseau et dont l'affichage n'offre pas un texte rétro-éclairé mais plutôt une présentation de caractères visant à rappeler l'apparence d'une typographie imprimée sur papier. Ces appareils ont pour trait commun d'être peu consommateurs en électricité. Certains, grâce à la technique de l'encre électronique, ont une consommation nulle tant que le l'utilisateur ne change pas de page. La résolution est à l'aune de ces ambitions spécifiques : en général inférieure à 200 DPI. Le noir et blanc reste l'offre principale d'affichage, mais depuis trois ans, la couleur progresse au sein du parc.

Une minorité de ces appareils, pourvus d'une mémoire et d'une unité centrale à la façon d'un ordinateur portable, font référence au mot livre (Cybook de Booken) ou encore aux mots de journal (Daily Star de la compagnie homonyme), lecteur (Readius de Polymer Vision) et carte (e-paper Visual Card de Fujitsu). A ce paysage s'ajoutent de nombreuses offres de dispositifs d'affichage, « papier électronique et écran » qui ont entraîné la fabrication de supports spécifiques.

Dans la pratique commerciale, les différences initiales tombent et les appareils nés autour de l'idée du livre proposent des contenus de presse tout comme ceux qui sont déployés par des éditeurs de presse incluent des livres dans leur offre.

Les deux appareils correspondant à l'offre la plus large en termes d'ouvrages qui leur sont associés (le Kindle d'Amazon et le Sony PRS505) sont en regard de l'offre micro-informatique des engins à l'affichage fruste (n'offrant que des niveaux de gris) et dont la gamme d'interfaces est limitée. C'est d'ailleurs cette « pauvreté » apparente qui les classe parmi les readers : leurs avantages sont dans la capacité d'interagir avec une plate-forme jouant à la fois le rôle de librairie et de bibliothèque personnelle de l'utilisateur. Les deux appareils révèlent au premier coup d'œil les deux options ouvertes aux fabricants : proposer un clavier pour la prise de notes et une interactivité forte (Amazon) ou, au contraire, aller au plus léger et au plus simple avec de simples commandes de lecture (Sony).