

Le numérique doit être une chance pour le livre

Orange a initié et orchestré un large rassemblement d'acteurs du marché des télécoms, de l'édition et de la librairie pour promouvoir un modèle ouvert de la distribution numérique au sein d'un consortium, MO3T (1). Face à un changement de paradigme, il propose une solution ouverte sur l'avenir dans le respect des acquis du passé, de la richesse des expériences et des savoir-faire de tous les acteurs du livre.

Par **Mari-Noëlle JÉGO-LAVEISSIERE*** et **David LACOMBLE****

Le secteur du livre traverse une crise d'identité. De fait, la rentrée littéraire a moins été consacrée à des auteurs d'avenir qu'elle n'a été source d'interrogations sur l'avenir du secteur. En effet, libraires et éditeurs voient leur horizon obscurci conjointement par deux menaces : la vente des livres sur Internet par des géants mondiaux et le livre numérique.

Concernant la vente sur Internet, la menace est effective. La vente par Internet risque, de par sa nature même, de contourner le libraire en niant son savoir-faire et de réduire à néant les intermédiaires. C'est l'existence-même du libraire qui est en jeu. Pour les éditeurs, la pression est plus sournoise, mais tout aussi réelle.

Pour ce qui est du livre numérique, il en va différemment. Pour l'instant, force est de reconnaître qu'il ne

s'agit pas d'une menace frontale. Les acteurs de la chaîne du livre – même s'ils s'en défendent parfois – ont en tête le modèle de la musique, voire celui du DVD, où la numérisation a produit sur ces secteurs tout entiers les remises en cause que l'on connaît.

LE « RETARD FRANÇAIS »

Pour l'instant, la numérisation dans le secteur du livre ne présente pas du tout les mêmes caractéristiques que celle qui s'est opérée dans le secteur de la musique et du disque. En France, à l'été 2012, la part de marché du livre numérique est insignifiante (inférieure à 1 %). Elle est largement en-deçà de ce que l'on peut constater aux États-Unis (plus de 20 %) ou en Grande-Bretagne (10 %). Tout au plus peut-on enregistrer un frémissement sur certains genres, comme le policier, la science-fiction et les « romans de gare », c'est-à-dire des livres qui se lisent rapidement, qui ne coûtent pas cher et qui représentent, *a priori*, un faible investissement affectif.

La première cause de ce retard est la faiblesse du catalogue. Aujourd'hui, seuls 40 000 titres sont disponibles sur le marché Internet, pour 600 000 sur le

* Directrice de Projet d'Orange.

** Directeur délégué à la Stratégie des Contenus d'Orange.

(1) MO3T est composé d'éditeurs et de distributeurs numériques (Eden, Editis, Flammarion, Gallimard, La Martinière-Le Seuil et Immatériel.fr), de libraires (Dialogues, Lamartine, La Procure), du Syndicat de la Librairie française, d'opérateurs de télécommunication (Orange et SFR) et des technologies de De Marque, Dilicom, EPagine, Institut Mines Telecom et Viaccess. Site Internet : www.mo3t.org

marché « papier ». Cela signifie – en extrapolant légèrement – que les chances de trouver une référence que l'on recherche en version numérique sont vingt fois inférieures à celles de la trouver en version papier. Une faiblesse du catalogue qui s'explique notamment par les coûts élevés de la numérisation et par une certaine difficulté à franchir le pas du numérique, pour les éditeurs. On peut comprendre leur réticence.

Numériser demande aux éditeurs à la fois un investissement financier qu'ils ne sont pas tous à même de fournir et des compétences nouvelles, qu'il s'agit de déployer dans un contexte de crise. Et tout cela, pour un marché qui non seulement ne représente rien aujourd'hui, mais risque, s'il se développe, d'être porteur tout autant de menaces et de remises en cause que d'opportunités.

Notons qu'aux Etats-Unis, il en a été autrement. La numérisation a été en grande partie cofinancée par Amazon, puis, dans un second temps, par Apple, pour « amorcer la pompe ». Et, de fait, le marché américain n'a véritablement commencé à décoller qu'à partir du moment où le catalogue a atteint les 100 000 titres. Le retard, en France, s'explique également par des prix encore élevés (se situant souvent aux alentours de 80 % du prix d'une première édition, soit dans les 15 à 20 euros), alors que pour le public, le prix « idéal » d'un livre numérique devrait se situer sous la barre des 10 euros, voire au niveau du prix d'un livre de poche. Pour autant, les éditeurs ne sont pas par principe réticents à s'engager sur la voie du numérique. Car ils ont bien pris conscience du fait que le meilleur moyen d'éviter un piratage massif (comme c'est le cas pour la musique) consisterait à donner – et le plus tôt possible – aux lecteurs une offre abondante. À ce titre, saluons les décisions récentes prises par Hachette et Gallimard de ramener les prix d'une bonne partie de leurs livres numériques au niveau des prix des livres de poche.

UNE DISPARITÉ MONDIALE

Disparité car les autres pays présentent différents scénarios. Le livre numérique a explosé aux Etats-Unis grâce à l'action conjointe d'Amazon, de Barnes & Noble et d'Apple. Aujourd'hui, avec ses 2 700 000 titres, le catalogue disponible dépasse (et de loin) celui que l'on peut trouver dans tous les autres pays occidentaux réunis, et la pénétration du numérique est estimée à environ 12 % du marché américain.

Le Royaume-Uni est le seul pays européen à s'être vraiment lancé dans le sillage des Etats-Unis et la pénétration du numérique y est de 6 %, avec 400 000 titres.

Les autres pays européens sont plus ou moins dans la situation de la France, avec toutefois des perspectives différentes. L'Allemagne et l'Italie semblent peu ou prou sur la même trajectoire, avec néanmoins une

implication plus forte des opérateurs télécoms. L'Espagne suscite, quant à elle, plus de convoitises, car le catalogue numérique espagnol ouvre la possibilité de vendre également en Amérique du Sud et aux Etats-Unis. Cette perspective peut attirer les investissements de grands acteurs et l'Espagne pourrait être un des prochains grands marchés pour le livre numérique. C'est d'ailleurs là une des tendances que l'on pourrait voir émerger dans les années à venir, avec le numérique : la restructuration des droits d'édition selon des aires linguistiques, plutôt qu'en fonction de marchés nationaux.

Quant aux pays émergents, d'Asie, notamment, tout le monde imagine que le livre numérique peut y connaître un développement massif et toucher des populations considérables, y compris dans des contextes où le livre papier est lui-même peu diffusé. Mais, pour l'instant, le marché du numérique s'y situe aux alentours de 1 % du marché global du livre, derrière une locomotive, la Corée du Sud, qui est quasiment aussi avancée que les Etats-Unis dans le domaine. Ce rapide tour du monde montre à l'évidence, que malgré la globalisation, de forts tropismes et des réalités structurelles sont à l'œuvre dans chaque pays. Le contraire eût été étonnant, car le livre est bien un secteur profondément enraciné dans la culture de chaque pays.

POUR UNE OFFRE NUMÉRIQUE OUVERTE

C'est cette prise en compte de ce « facteur local » qui nous a fait réfléchir à un modèle qui permettrait au marché français de s'engager dans la numérisation avec toutes ses chances de succès, tout en préservant ce qui en fait – et ce depuis toujours – sa richesse.

Le projet ambitieux que nous voulons construire trouve son origine dans une série d'interrogations : l'arrivée du numérique doit-elle nécessairement aboutir à la désintermédiation ? La numérisation doit-elle nécessairement céder à la domination d'acteurs de taille mondiale issus d'un nombre limité de pays ? La numérisation doit-elle obligatoirement sonner le glas de tous les acteurs nationaux ? Et, dans notre ère de géants et de disruption, l'avenir est-il voué à ce qu'un unique acteur adresse tous les cas d'usage et diffuse tous les types de contenu écrit ?

Est-il envisageable, au moment où les écrans se multiplient, qu'une œuvre ne puisse être lisible que sur un seul terminal ? Comment envisager qu'un livre dont le prix reste élevé (parce qu'il faut bien rémunérer – et c'est normal – ses acteurs de manière équitable), n'apporterait plus la garantie de pouvoir être ouvert plus d'une fois ?

À toutes ces interrogations, une réponse s'impose à nous : il faut absolument promouvoir des standards d'échange ouverts.

Ce sont ces interrogations et ces réflexions qui nous ont conduits à imaginer et à promouvoir le projet MO3T, pour «Modèle Ouvert 3 Tiers». Ce projet vise à proposer de tels standards à travers un nouveau modèle de distribution de l'écrit numérique reposant sur deux valeurs essentielles et intangibles pour nous dès lors qu'il s'agit du livre : d'une part, l'ouverture et, d'autre part, le respect du rôle de chacun.

Assurer l'ouverture en rendant publics les standards afin que chacun puisse accéder à ce marché en bénéficiant de l'interopérabilité avec tous les autres acteurs. Le respect des rôles de chacun peut, quant à lui, être garanti dans la construction de valeur qu'opère la chaîne du livre : par exemple, un libraire n'a pas besoin d'être en même temps un fabricant de terminaux pour pouvoir survivre.

Pour cela, il s'agit absolument d'opérer un changement de modèle, où ce ne seraient plus des fichiers qui circulent, mais des droits d'accès à ces fichiers, ce qui ouvrirait considérablement le champ des types de contenus et des types d'offres possibles.

Ce sont, selon nous, les conditions indispensables pour permettre à la fois une véritable ouverture du marché et de garantir au lecteur que ses droits et libertés seront non seulement respectés, mais qu'ils seront les mêmes, pour le numérique comme pour les livres papier. Ce projet repose sur une vision de ce que devraient être les marchés de biens numériques dans les dix années à venir, et au-delà.

Dans un autre domaine, si le SMS a rencontré le succès planétaire qu'on lui connaît, c'est bien parce que tous les acteurs de la téléphonie ont accepté d'utiliser le même standard (à l'inverse du MMS).

INVENTER LE « TIERS DE CONFIANCE DU LECTEUR »

Un nouveau modèle qui consacre certes un changement de paradigme, mais aussi l'introduction, dans la relation entre le vendeur et le client, d'un troisième tiers appelé « le gestionnaire de bibliothèques personnelles ». Son rôle consiste à gérer le cycle de vie du livre numérique après l'achat. La conservation, en accord avec leur propriétaire, des droits acquis par le client, indépendamment du vendeur ; l'évolution des contenus associés à ces droits ; les adaptations aux différents terminaux du client, actuels et à venir ; le téléchargement des livres sur les terminaux des clients, avec les meilleurs logiciels de lecture du moment...

Ce nouvel acteur représente en quelque sorte « le tiers de confiance du lecteur ». Il est celui qui lui garantira que tous les livres qu'il aura achetés seront conservés dans le *cloud*, lisibles *ad vitam aeternam*, voire transmissibles à ses enfants.

N'importe quel acteur peut devenir gestionnaire de bibliothèques personnelles s'il peut en assumer la

charge, c'est-à-dire garantir au client la conservation de ses droits, l'adaptation des contenus à tous ses terminaux, un service après-vente disponible et une certaine pérennité. Ainsi, on peut imaginer que, demain, les opérateurs de télécommunications, mais également des acteurs de l'Internet ou (pourquoi pas ?) des banques pourraient souhaiter développer ce type d'activité.

Il y a simplement deux règles, fondamentales, à respecter, l'indépendance fonctionnelle vis-à-vis des vendeurs et la portabilité des droits. À tout moment, un client doit pouvoir changer de gestionnaire pour sa bibliothèque personnelle, s'il n'est pas satisfait du service rendu, sans pour autant perdre le contenu de celle-ci !

C'est l'introduction de ce tiers, véritable clef de voûte du nouveau système, que nous présentons. Il change radicalement la dynamique économique de la distribution des contenus numériques tout en permettant de préserver – et non pas de contourner – l'existence de milliers de libraires ou de vendeurs de livres. Il restaure la confiance dans la pérennité des contenus – ou des droits – que l'on achète. Ainsi, il permet de sortir de l'ère du numérique jetable pour entrer dans celle d'une autre économie plus riche, davantage porteuse de diversité et d'échanges humains.

S'ENGAGER DANS L'AVENIR, TOUT EN RESPECTANT LE PASSÉ

Comme le dit Tancrède dans le célèbre roman *Le Guépard*, de Giuseppe Tomasi di Lampedusa, nous sommes intimement convaincus que pour que la greffe du livre numérique prenne, « il faut que tout change pour que rien ne change ». En d'autres termes, il faut absolument promouvoir un tout nouveau système et de nouveaux paradigmes pour que la richesse du livre et la diversité de ses acteurs soient conservées. Attendre, créer des chapelles, ce serait la pire des choses. Cela serait nocif non seulement pour les lecteurs, qui perdraient leur liberté de choisir, mais aussi pour tout l'écosystème culturel du livre, qui repose certes parfois sur des pratiques à repenser, mais surtout sur une richesse inestimable et sur des savoir-faire uniques.

Comme il existe les droits imprescriptibles du lecteur, ainsi que les avait imaginés Daniel Pennac, il nous revient d'inventer les *devoirs imprescriptibles du livre*. C'est parce que c'est autour de celui-ci que s'organise la réunion d'une communauté de professionnels, d'éditeurs, d'auteurs, de libraires, de critiques et avant tout de lecteurs, qu'il s'agit de privilégier les nouveaux espaces et de supprimer les barrages. La technologie ne doit pas ériger des barrières, mais ouvrir des horizons.