

DU PAPIER AUX PLATEFORMES

ÉDITION, PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET
RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

Par Jens Bammel

Industries créatives N° 9

TABLE DES MATIERES

1.	PRÉFACE	5
1.1	Alphabétisation, édition et politique publique	5
2.	OBJET DE LA PRÉSENTE PUBLICATION	9
3.	LE SECTEUR MONDIAL DE L'ÉDITION	19
3.1	Présentation du secteur mondial de l'édition	19
3.1.1	L'édition mondiale en un clin d'œil	19
3.1.2	L'édition grand public	24
3.1.3	L'édition scolaire	25
3.1.4	L'édition scientifique et professionnelle	28
3.2	Les marchés mondiaux de l'édition	30
3.2.1	Les États-Unis d'Amérique : premier marché mondial de l'édition	30
3.2.2	L'Union européenne : un marché unique diversifié	31
3.2.3	Les principaux marchés asiatiques	34
3.2.4	Les marchés émergents	36
3.3	Le commerce international des droits et des droits de traduction	38
4.	QUELS FACTEURS FAVORISENT LA TRANSITION NUMÉRIQUE DANS LE SECTEUR DE L'ÉDITION?	40
4.1	Les facteurs socioéconomiques, culturels et politiques	40
4.2	Le dernier facteur : le choix du consommateur	42
4.3	Les facteurs de la transition numérique dans l'édition grand public	45
4.4	Les facteurs de la transition numérique dans l'édition scolaire	47
4.4.1	Stratégies dans le secteur de l'édition scolaire numérique	49
4.4.2	La réaction des éditeurs face à la transition numérique	49
4.4.3	Environnements d'apprentissage virtuels, applications et formations en ligne ouvertes à tous (MOOC)	50
4.4.4	Les manuels dans l'enseignement supérieur	51
4.4.5	Facteurs de la transition numérique dans l'édition scientifique en professionnelle	52
5.	L'ÉCONOMIE DE L'ÉDITION DANS L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE	56
5.1	Introduction : l'édition et l'environnement numérique	56
5.2	La chaîne de valeur traditionnelle de l'édition	56
5.2.1	L'édition grand public	56
5.2.2	L'édition scolaire	57
5.2.3	L'édition scientifique	58

5.3	Les chaînes de valeur de l'édition sur l'Internet	59
5.3.1	La chaîne de valeur traditionnelle adopte le numérique	60
5.3.2	Désintermédiation et réintermédiation	64
5.4	Prix pratiqués et nouveaux modèles économiques	69
5.4.1	Les écrivains qui partagent leur contenu gratuitement	73
5.4.2	Le contenu sponsorisé	74
5.4.3	Le financement participatif de livres	75
5.4.4	L'abonnement et la concession de licences temporaires	77
5.5	Le libre accès et le contenu "gratuit"	78
5.5.1	La publication assistée par la publicité	78
5.6	Les modèles économiques hybrides : gérer ensemble les activités analogiques et numériques	79
6.	LA GESTION DES DROITS DANS L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE	81
6.1	Le droit d'auteur et l'Internet	81
6.2	Auteurs et éditeurs doivent comprendre le droit d'auteur et la concession de licences	82
6.3	Droits pertinents pour les éditions numériques	84
6.4	Nouveaux défis en matière de droit d'auteur dans l'environnement numérique	85
6.4.1	Droits sur les éditions numériques et relation entre auteurs et éditeurs	85
6.4.2	Concession des droits d'impression et des droits numériques	87
6.4.3	Concession des droits pour le monde entier	88
6.4.4	Arrangements en matière d'autoédition	89
6.5	Œuvres du domaine public, œuvres libres de droits et œuvres orphelines	89
6.6	Gestion numérique des droits	91
6.7	Chaîne de blocs et gestion numérique des droits	92
6.8	Licences collectives	93
7.	PIRATAGE ET ÉDITION NUMÉRIQUE	95
7.1	Stratégies de lutte contre le piratage	98
7.1.1	Lutter contre le piratage en ligne	99
8.	CONCLUSION	102
8.1	Aide-mémoire des politiques publiques pour faciliter la transition numérique	104
8.2	Aide-mémoire des stratégies numériques des auteurs et des éditeurs :	108
9.	ANNEX	110
9.1	Remerciements	110
9.2	Note sur les statistiques et les données utilisées dans le présent ouvrage	110
9.3	À propos de l'auteur	111



1. PRÉFACE

1.1 Alphabétisation, édition et politique publique

L'histoire de la civilisation humaine commence par des récits. Depuis que l'humanité a inventé le langage, les humains racontent des histoires, partagent des idées et transmettent leur savoir, contribuant ainsi à l'établissement de sociétés au-delà des tribus locales.¹ L'invention des systèmes d'écriture a permis de transmettre l'information avec une précision sans précédent et en grande quantité aux générations futures et aux autres sociétés et nations, jetant ainsi les bases de la culture, de la science et de l'économie modernes.

L'histoire des idées est inextricablement liée à l'histoire de l'écrit, qui débute autour de 3500 ans avant l'ère chrétienne, avec l'apparition des tout premiers écrits connus qui accompagnent l'éclosion de la civilisation en Mésopotamie², suivis des premiers textes fondateurs des religions monothéistes, puis de l'imprimerie, inventée au VI^e siècle en Chine, ou encore de la presse à caractères mobiles de Gutenberg, qui contribuera au rayonnement des idées des Lumières jusqu'aux révolutions de l'ère moderne³.

La révolution scientifique et l'invention de la presse à imprimer au XV^e siècle ont donné naissance au métier d'éditeur. Les premiers éditeurs sont imprimeurs ou libraires. Rapidement, toutefois, ceux-ci commencent à passer commande auprès d'écrivains talentueux ou populaires, auxquels ils versent des avances, et à organiser des souscriptions pour financer des tirages avant que l'œuvre soit achevée. Bien que les métiers d'imprimeur et d'éditeur soient, en général, étroitement liés, au point que, aujourd'hui encore, ils soient considérés comme une seule et unique profession, le métier d'éditeur s'est modernisé et est devenu un élément essentiel du secteur du livre et d'autres secteurs de la création, tels que ceux de la musique, du cinéma, du logiciel ou encore des jeux vidéo.

Depuis le XV^e siècle, la technologie, les politiques publiques et l'évolution des comportements ont maintes fois révolutionné le secteur de l'édition. Les presses à imprimer et la presse rotative, la baisse du prix du papier et les progrès réalisés dans d'autres domaines ont transformé les livres en produits de grande consommation. Les lois en matière de droit d'auteur, la réglementation du prix des livres, la censure et les politiques d'achat des gouvernements, entre autres, ont façonné les marchés nationaux du livre. Dans le même temps, l'amélioration des services postaux, les bibliothèques commerciales, les salons internationaux

¹ Voir *Sapiens : une brève histoire de l'humanité*, de Yuval Noah Harari, 2011.

² Voir <http://www.ancient.eu/writing/>.

³ Voir <https://www.britannica.com/topic/publishing>.

du livre, les clubs de lecture, les services de vente par correspondance, ainsi que d'innombrables autres innovations ont fait du secteur de l'édition le plus grand secteur de la création de notre époque.

Le puissant secteur de l'édition est désormais menacé par la révolution numérique qui, plutôt que de donner la primauté à un secteur particulier de la création, fait disparaître les frontières entre l'écrit, l'image et le son.

Le développement et l'omniprésence croissante de l'Internet n'ont rien enlevé à l'importance de l'alphabétisation et de la lecture. De fait, la promotion des livres et de la lecture demeure un objectif important de politique publique mondiale au début du XXI^e siècle. Avant d'étudier les effets de la révolution numérique sur la culture et l'économie du livre, il importe de rappeler pourquoi il en est ainsi.

La recherche a établi un lien de corrélation étroit entre le fait de lire régulièrement des livres et la réalisation d'études supérieures, un niveau élevé de rémunération, un engagement civique plus fort, voire une plus grande propension à voter.⁴ Des études de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) ont montré que la lecture joue un rôle plus important que le milieu socioéconomique dans la réussite académique.⁵ Par ailleurs, la Banque mondiale considère que la fourniture de manuels scolaires constitue le moyen le plus efficace de renforcer l'éducation.⁶ En se fondant sur ces éléments, l'Assemblée générale des Nations Unies a, en 2003, proclamé la Décennie des Nations Unies pour l'alphabétisation⁷ afin de promouvoir l'alphabétisation des adultes analphabètes et des enfants non scolarisés du monde entier.

L'alphabétisation et la lecture jouent également un rôle essentiel dans l'acquisition de compétences précieuses dans le domaine numérique : la recherche a montré que les bons lecteurs ont en général plus de facilité à naviguer dans l'environnement numérique.⁸ Les résultats de tests effectués pour mesurer le taux d'alphabétisation "sur papier" permettent d'anticiper avec précision les résultats des tests relatifs au taux d'alphabétisation "numérique". Par conséquent, bien que la technologie évolue, l'alphabétisation et la lecture demeurent

⁴ Voir la page 19 de "To Read or Not To Read A Question of National Consequence", NEA research report #47 : <https://www.arts.gov/sites/default/files/ToRead.pdf>.

⁵ Voir "Reading for Change, Performance and Engagement Across Countries", OCDE, 2002, disponible à l'adresse <http://www.oecd.org/edu/school/programmeforinternationalstudentassessmentpisa/33690904.pdf>.

⁶ Voir <http://documents.worldbank.org/curated/en/111011468162550538/pdf/391570educatio1eterminants01PUBLIC1.pdf> et plus récemment : UK Department for Education : Research evidence on reading for pleasure, Education standards research team, May 2012, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284286/reading_for_pleasure.pdf.

⁷ <http://www.un-documents.net/a54r122.htm>.

⁸ OCDE (2015), Students, Computers and Learning : Making the Connection, PISA, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239555-en> page 94.



essentielles et devraient être inscrites parmi les objectifs de développement national. En d'autres termes, la lecture et le secteur de l'édition restent au cœur de la question du développement culturel, économique et social.

Les initiatives de l'ONU ont été payantes : à la fin de la décennie des Nations Unies pour l'alphabétisation, le taux mondial d'alphabétisation des adultes dépassait 84% et celui des jeunes, 89%.⁹ Ces succès ont renforcé la détermination de la communauté internationale à poursuivre des efforts. En adoptant les objectifs de développement durable entrés en vigueur le 1^{er} janvier 2016, les États membres des Nations Unies se sont engagés à ce que, d'ici à 2030, tous les jeunes sachent lire et écrire.¹⁰ Cela revient à sortir plus de 123 millions de jeunes, dont plus de 60% de filles, de l'analphabétisme.

Le rôle que joue le droit d'auteur comme base des modèles commerciaux du secteur de l'édition est aussi resté inchangé et est reconnu depuis longtemps par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. La Convention de Berne, le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur ainsi que d'autres accords contiennent des dispositions particulières sur le droit d'auteur visant à inciter les auteurs et les éditeurs à investir dans la création d'œuvres littéraires ou autres. Plus récemment, le Traité de Marrakech visant à faciliter l'accès des aveugles, des déficients visuels et des personnes ayant d'autres difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées soulignait "l'importance que revêt la protection du droit d'auteur pour encourager et récompenser la création littéraire et artistique et pour améliorer les possibilités de chacun [...] de participer librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de profiter des progrès scientifiques et de leurs bienfaits".¹¹

Bien que la protection conférée par le droit d'auteur reste le fondement de l'édition, la technologie numérique est en train de bousculer le statu quo en offrant la possibilité aux auteurs de trouver des lecteurs par l'intermédiaire de nouveaux supports ou dispositifs et de communiquer différemment et de façon plus interactive avec le public. Avec l'Internet, certains acteurs traditionnels du secteur de l'édition – éditeurs de thèses et de mémoires, fournisseurs d'abonnements et éditeurs d'annuaires – ont quasiment disparu ou ont été obligés de radicalement modifier leurs modèles commerciaux. Les librairies sont désormais accessibles en ligne, les bibliothèques sont concurrencées par les moteurs de recherche et toute la filière de l'édition a dû adopter des supports et des modèles commerciaux nouveaux pour survivre. Un certain nombre

⁹ Voir <http://www.globalgoals.org/global-goals/quality-education/>.

¹⁰ Voir <http://www.globalgoals.org/global-goals/quality-education/>.

¹¹ http://www.wipo.int/wipolex/fr/treaties/text.jsp?file_id=301016.

d'intermédiaires traditionnels ont été remplacés par des entreprises innovantes offrant des compétences et des services novateurs.

Pour contribuer à l'instauration d'une culture nationale du livre et de la lecture, par exemple grâce à l'implication des écrivains et des éditeurs professionnels locaux, il faut d'abord comprendre comment fonctionne ce secteur et comment il est influencé par la révolution numérique. Si le secteur de l'édition dans son ensemble a subi une transformation profonde, certaines branches ont été plus touchées que d'autres. Les prédictions selon lesquelles, dans cinq, 10 ou 15 ans, on n'utiliserait plus du tout le papier pour lire ou pour écrire,¹² ne se sont pas vérifiées et pourraient ne jamais se réaliser.

Reste cependant à déterminer pourquoi le secteur de l'édition tarde à décoller dans de nombreux pays en développement ou émergents. Le problème vient dans une certaine mesure de la politique publique : le secteur de l'édition et son vaste écosystème d'auteurs, d'éditeurs, de librairies, de fournisseurs de technologies, de bibliothèques et d'intermédiaires dépendent largement de l'application d'une bonne politique publique. Les droits de douane pour l'importation de papier, les lois sur le droit d'auteur et leur application, les taxes (telles que la taxe sur la valeur ajoutée et les taxes générales sur les ventes de livres), ainsi que d'autres lois nationales et accords internationaux ont une incidence directe sur la viabilité des secteurs nationaux de l'édition. Les subventions accordées aux bibliothèques publiques et scolaires accroissent la disponibilité des livres, tandis que les programmes d'alphabétisation accroissent l'intérêt pour les livres. Les politiques nationales peuvent contribuer à renforcer le secteur local de l'édition, notamment en ce qui concerne l'édition de manuels scolaires et empêcher ainsi la domination du marché par des éditeurs internationaux. La création d'un secteur local de l'édition est particulièrement intéressante pour les pays en développement, car elle facilite la mise à disposition de manuels scolaires adaptés à la demande locale.

La présente publication vise à aider les décideurs politiques, notamment dans les pays qui souhaitent promouvoir le secteur local de l'édition, à mieux comprendre le fonctionnement du secteur et comment le droit d'auteur et d'autres politiques influent sur la façon dont les livres sont créés, publiés et consommés.

¹² Voir par exemple <https://techcrunch.com/2010/08/06/physical-book-dead/>; <http://www.nytimes.com/2012/08/12/books/review/the-death-of-the-book-through-the-ages.html>.



2. OBJET DE LA PRÉSENTE PUBLICATION

La révolution numérique n'a pas simplement contribué à moderniser la technologie que nous utilisons. Elle a permis au grand public d'accéder à un nombre toujours plus élevé de sources d'information, d'apprentissage et de divertissement et d'y accéder. Elle lui a donné le pouvoir d'interagir avec les créateurs, les entreprises et les tiers d'une façon nouvelle, à l'échelle mondiale.

Pour les industries de la création, la révolution numérique a fait plus que simplement modifier les dispositifs et les supports par l'intermédiaire desquels nous consommons du "contenu", terme générique contemporain utilisé pour désigner toutes les œuvres culturelles sur l'Internet. Elle a créé de nouvelles habitudes de lecture, changé la manière dont est perçue la valeur du contenu, généré des attentes quant aux délais de publication et à l'authenticité du contenu, et conféré le sentiment de pouvoir partager du contenu sans limites. Ces nouveaux comportements ont fait disparaître certains modèles commerciaux et en ont fait naître d'autres. Ils ont créé de nouveaux géants du secteur et balayé ceux qui étaient incapables de s'adapter au changement.

L'impact de la révolution numérique sur le secteur de l'édition n'a pas été uniforme. Certaines branches du secteur de l'édition sont restées dans l'univers du papier, tout comme un grand nombre de lecteurs. D'autres branches du secteur sont à la pointe de la révolution de l'information et ont été les moteurs du développement des nouvelles technologies ou se sont rapidement adaptées aux nouvelles perspectives qui s'ouvraient.

La première publication de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) portant sur le droit d'auteur et le secteur de l'édition s'intitulait "Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition".¹³ Dans la mesure où elle continue d'être un guide très pratique sur les principes généraux du droit d'auteur et les accords de licence, elle a résisté à l'épreuve du temps. Toutefois, elle a été rédigée à une période où l'impact réel de la révolution numérique sur le secteur de l'édition n'était pas encore connu.

La présente publication porte sur l'enjeu stratégique que représente la révolution numérique pour ce qu'il est généralement convenu de dénommer le "secteur du livre", c'est-à-dire les branches dédiées à la publication des livres destinés au grand public; des manuels pour l'enseignement primaire, secondaire et supérieur; et des ouvrages didactiques, tels que les revues scientifiques et les monographies. Cette définition est limitée dans la mesure où sont exclues les branches du secteur chargées de la publication des bases de données, des

¹³ <http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=255>.

cours en ligne, des jeux vidéo, des sites Web, des journaux, des bulletins, ainsi que des magazines destinés aux professionnels, aux consommateurs et aux clients. Cependant, si l'on dépassait les trois catégories susmentionnées, cette publication deviendrait trop complexe et présenterait moins d'intérêt pour les personnes qui souhaitent connaître le cœur du métier traditionnel d'éditeur, qui consiste à raconter des histoires, à donner aux enseignants les outils pour enseigner, et à documenter et faire connaître les avancées de la science.

La présente publication vise également à aider les visionnaires, qu'ils soient auteurs, éditeurs ou décideurs politiques, notamment dans les pays en développement, à mieux comprendre les enjeux stratégiques auxquels ils sont confrontés et à leur donner un aperçu général des choix faits par leurs homologues dans d'autres pays.

En cette période de changements dynamiques, tout examen de l'environnement numérique ne peut offrir qu'un infime aperçu de la situation à un moment donné. Compte tenu du large éventail de progrès réalisés dans différents pays, le présent rapport ne peut donner qu'un instantané de la situation. Il ne permet aucunement de prédire les évolutions futures. De nouvelles technologies pourraient être inventées prochainement et modifier profondément le paysage de l'édition. Les marchés numériques mondiaux connaissent aussi des variations importantes et certaines branches très semblables à première vue pourraient être touchées plus que d'autres par l'évolution numérique.

Le changement est une constante et la technologie numérique est le moteur des changements sociétaux qui façonnent l'avenir du secteur de l'édition. La présente publication traite des facteurs, des tendances et des éléments moteurs auxquels sont confrontés auteurs, éditeurs et décideurs politiques. Cependant, bien que tous les acteurs doivent évaluer les mêmes facteurs de changement, il appartient à chaque auteur, éditeur ou décideur politique de s'appuyer sur les données disponibles et sur son expérience personnelle pour tirer ses propres conclusions. Toutefois, ils doivent garder à l'esprit que tout retard dans la prise de décisions importantes comporte un coût sur les plans économique et politique.

Les deux exemples ci-après illustrent les effets de la révolution numérique sur les différentes branches du secteur de l'édition à différents moments.



Étude de cas n° 1 sur la révolution numérique : l'Encyclopædia Britannica

Aucune publication n'illustre mieux le profond bouleversement qu'a connu le secteur de l'édition que l'Encyclopædia Britannica, ouvrage de référence en anglais qui détient le record de longévité dans l'histoire de l'édition.

La première édition de la célèbre Encyclopædia Britannica est publiée en Écosse en 1768. L'objet de cet ouvrage est de réunir l'ensemble des connaissances humaines dans une seule publication. Son nom fait référence à l'œuvre pionnière de Diderot, l'"Encyclopédie", publiée seulement quelques années auparavant.

Compte tenu du soin apporté et de l'attention accordée à chaque article de cette encyclopédie, les éditions sont produites à un rythme lent et sont coûteuses. Il faut trois années pour publier les trois tomes de la première édition, dont environ 3000 exemplaires sont vendus. La publication de la deuxième édition, en 10 volumes, prend sept ans. Au cours des siècles, de nouvelles éditions augmentées sont publiées, contenant les nouvelles connaissances acquises. La quinzième édition, publiée à partir de 1974, comporte 30 volumes et fait l'objet de révisions annuelles. À son apogée, en 1990, il se vend plus de 120 000 exemplaires de l'Encyclopædia Britannica.¹⁴

Puis arrive la révolution numérique. Six ans après, avec moins de 40 000 exemplaires vendus et sur fond de rumeurs de difficultés financières, l'Encyclopædia Britannica est vendue à un investisseur international. En 2010, l'éditeur de l'Encyclopædia Britannica annonce que la quinzième édition révisée, dont 8500 exemplaires ont été vendus au total, est la dernière édition imprimée.

Il serait faux de dire que les éditeurs de l'Encyclopædia Britannica n'étaient pas conscients de la nécessité de s'adapter à l'évolution numérique. En effet, au moment où la dernière édition imprimée de l'Encyclopædia Britannica se vend pour 1395 dollars, une version en ligne est disponible pour 70 dollars par an. En outre, l'éditeur de l'Encyclopædia Britannica ne fait pas que développer ses activités dans l'environnement numérique, car il propose déjà depuis un certain temps des versions numériques. Le premier CD-ROM est publié en 1994 et des produits en ligne disponibles sur abonnement sont aussi mis au point dans les années 90. À la fin des années 90, les éditeurs testent également une version gratuite en ligne.¹⁵

¹⁴ <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/9142412/Encyclopaedia-Britannica-stops-printing-after-more-than-200-years.html>.

¹⁵ Pour des informations générales, voir http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Reference%20Wars%20-%20Greenstein_6c4ac193-51eb-4758-a5a6-a4c412261411.pdf.

Depuis son rachat par des investisseurs, la stratégie d'édition de la société qui détient la marque Encyclopædia Britannica a évolué. Encyclopædia Britannica est désormais un éditeur de référence et de qualité qui propose un large éventail de produits sur support papier ou sous forme numérique.

L'effondrement des ventes de livres imprimés témoigne d'un changement de comportement du public et d'une évolution du modèle commercial : de plus en plus de personnes sont connectées à l'Internet. Wikipédia devient le point de départ par excellence pour toutes les recherches et, malgré ses points faibles évidents, elle fait référence. Cette situation ouvre de nouvelles perspectives pour d'autres éditeurs et nombreux sont ceux qui continuent à prospérer avec la publication d'ouvrages de référence, en ligne et hors ligne.

Aujourd'hui, l'Encyclopædia Britannica est passée d'une publication unique sur papier à une société d'édition polyvalente qui combine à souhait ses contenus pour proposer un portefeuille diversifié de produits.¹⁶ Elle propose des encyclopédies, des dictionnaires et d'autres ouvrages ciblant différents publics, soit sous la marque Britannica, soit sous d'autres noms, tels que Merriam-Webster. Les livres imprimés, les DVD et les abonnements en ligne s'adressent aux établissements d'enseignement, aux journalistes, aux personnes qui apprennent l'anglais et aux bibliothèques publiques. Certains produits portent sur des thèmes académiques ou offrent des illustrations provenant d'une large gamme de collections. Il suffit de visiter la boutique en ligne de l'éditeur (<http://store.britannica.com/>) ou le site Web de la société (<https://www.britannica.com/>) pour s'apercevoir que celle-ci cherche de nouveaux créneaux et un nouveau public qui reconnaisse la valeur fondamentale de la marque : celle de dépositaire du savoir.

La société Encyclopædia Britannica Inc. utilise le pouvoir d'attraction de la marque pour proposer une large gamme d'applications, de services en ligne et de publications sur sept sites Web différents ciblant chacun différents pays ou régions. D'autres marques, telles que Merriam-Webster et Spanish Central ont été ajoutées au portefeuille. La marque a été élargie et englobe notamment Britannica Kids, Britannica Escola et Britannica Digital Learning. Les droits d'impression ont été concédés sous licence à la société Publications International, notamment pour la publication d'un recueil scientifique interactif en six volumes fondé sur l'Encyclopaedia Britannica, qui s'adresse aux établissements d'enseignement.¹⁷

¹⁶ Voir <http://corporate.britannica.com/about/today/>.

¹⁷ Voir www.britannica.com.



Objet de la présente publication

13

M. Michael Ross, vice-président principal de l'Encyclopaedia Britannica, résume ainsi l'expérience de sa société : "Définissez votre proposition de valeur. Si vous n'avez pas de proposition de valeur indépendante d'un format, qui plus est si ce format devient obsolète, alors vous êtes en difficulté".¹⁸

¹⁸ Voir l'entrevue à l'adresse <http://www.cbronline.com/news/cloud/private/encyclopaedia-britannica-how-a-print-company-embraced-disruptive-innovation-in-publishing-4898586>.

Encyclopædia Britannica;

OR, A

DICTIONARY

OF

ARTS and SCIENCES,

COMPILED UPON A NEW PLAN.

IN WHICH

The different SCIENCES and ARTS are digested into
distinct Treatises or Systems;

AND

The various TECHNICAL TERMS, &c. are explained as they occur
in the order of the Alphabet.

ILLUSTRATED WITH ONE HUNDRED AND SIXTY COPPERPLATES.

By a SOCIETY of GENTLEMEN in SCOTLAND.

IN THREE VOLUMES.

VOL. I.

EDINBURGH:

Printed for A. BELL and C. MACFARQUHAR;

And sold by COLIN MACFARQUHAR, at his Printing-office, Nicolson-street.

M.DCC.LXXI.



Étude de cas n° 2 sur la révolution numérique : la littérature en ligne en Chine

La révolution numérique peut également contribuer à créer des secteurs d'activité et des modèles commerciaux entièrement nouveaux et le phénomène de la littérature en ligne en Chine en est le parfait exemple. En Chine, le secteur traditionnel de l'édition est fortement réglementé et seuls quelques éditeurs possèdent des licences. Cette situation, à laquelle s'ajoute le piratage à grande échelle qui constitue un défi majeur pour l'édition numérique dans les années 90, constitue un frein pour les éditeurs chinois souhaitant développer le marché du numérique.

À partir de 2003, alors que les éditeurs traditionnels tardent à publier des livres électroniques et à les proposer dans des librairies en ligne, les sites chinois de littérature en ligne, tels que www.qidian.com, commencent à inviter des écrivains amateurs à publier leurs histoires. Pour éviter le piratage, les histoires sont souvent publiées sous forme de feuilleton et sur une période donnée, chapitre par chapitre. Les lecteurs paient des frais d'abonnement minimes pour accéder au site sur lequel sont publiés les nouveaux chapitres et les écrivains touchent une part des recettes tirées des abonnements en fonction de leur popularité.

Cette nouvelle forme de création et de partage d'histoires est, depuis lors, devenue un phénomène culturel, un moteur économique et un modèle commercial polyvalent à part entière. Les genres littéraires les plus appréciés sont la romance et le fantastique.

Le développement de ces communautés de lecture en ligne a permis à plusieurs écrivains d'accéder à la notoriété. En 2016, l'écrivain Zhang Wei, plus connu sous le pseudonyme Tang Jia San Shao, a été le tout premier auteur en ligne à toucher un revenu annuel de 110 millions de yuans (16,8 millions de dollars) provenant à la fois des abonnements et de la concession sous licence de l'adaptation des intrigues, des personnages et d'autres éléments de propriété intellectuelle pour créer des séries télévisées, des films, des jeux vidéo ou d'autres produits promotionnels.¹⁹

Dès lors, les droits de propriété intellectuelle sur les contenus originaux sont de mieux en mieux connus en Chine.²⁰

¹⁹ <http://www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-internet-literature>.

²⁰ <http://www.nytimes.com/2016/11/01/world/asia/china-online-literature-zhang-wei.html>.

Extraits d'un entretien avec Zhang Wei :²¹

Question : Vous êtes l'un des auteurs de fiction en ligne les mieux rémunérés en Chine pour la quatrième année consécutive. Quel est votre secret?

Zhang Wei : Ce classement tient compte également des revenus provenant des redevances sur les séries Internet, les publications, le cinéma, la télévision et les jeux vidéo. Je n'ai jamais examiné la question en détail, mais je pense que je touche un montant similaire de chacune de ces sources. Je m'efforce d'actualiser quotidiennement mon travail et je m'assure que mes lecteurs puissent voir mon travail chaque jour. Le résultat est le fruit d'une dizaine d'années de travail laborieux. Je suis un des écrivains les plus prolifiques, je peux produire chaque jour en moyenne jusqu'à 8000 caractères chinois [ce qui équivaut à environ 5000 mots anglais].

Question : Comment faites-vous pour être aussi prolifique?

Zhang Wei : Difficile de répondre à cette question. Tout ce que je peux dire, c'est que je suis doué. Plus j'écris et plus j'acquiers de l'expérience. Je renforce ainsi ma maîtrise des mots, de l'intrigue et du contenu. Je m'améliore dans ma façon d'exprimer mes intentions.

Question : Comment faites-vous pour maintenir le lien avec vos lecteurs en tant qu'écrivain sur l'Internet?

Zhang Wei : L'âge de mes lecteurs tourne généralement autour de 25 ans. Je les considère comme des amis ou des proches. Ils comptent beaucoup pour moi. Je passe bien plus de temps avec eux qu'avec ma famille. Au tout début, c'est grâce à leur soutien que j'ai persévéré. En tant qu'écrivain, si on exige de la loyauté de la part de ses lecteurs, il faut d'abord faire preuve de loyauté envers eux. Mon équipe organise beaucoup de manifestations interactives avec mes fans sur des plateformes telles que la plateforme de microblogage Weibo, l'application de messagerie WeChat ou la communauté Baid Tieba. Ces interactions sont essentielles, car elles me permettent de savoir ce que pensent les lecteurs et permettent aux lecteurs de savoir ce que je pense et ce que nous sommes en train de faire.

Question : Certains critiques disent que vos histoires sont basées sur des formules et manquent de valeur littéraire. Que leur répondez-vous?

Zhang Wei : Chaque écrivain a son style et sa façon d'écrire. Pour moi, la fiction Internet est la forme de divertissement la plus accessible au grand public. Mes

²¹ Voir l'entrevue complète à l'adresse <http://www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-internet-literature>.



lecteurs sont des personnes comme vous et moi qui lisent de la fiction Internet pour se détendre durant leur temps libre. J'offre simplement une forme de divertissement. Je ne demande pas que les lecteurs se souviennent de moi, ou qu'ils se souviennent du contenu de chacune des histoires, pour autant qu'ils apprécient mes romans et en retirent du plaisir. Les critiques font d'un rien une montagne.

Question : Où réside la valeur de la fiction Internet? En quoi se distingue-t-elle de la littérature traditionnelle?

Zhang Wei : Dans l'imagination sans borne. En Chine, les écrivains sur l'Internet sont généralement assez jeunes. La plupart d'entre nous sont nés dans les années 80. Nos parcours scolaires, de même que notre perception du monde, diffèrent de ceux de la précédente génération. Celle-ci a grandi en lisant la littérature traditionnelle axée sur la Chine rurale et écrite dans un style différent du nôtre. Aujourd'hui, nous pouvons davantage laisser parler notre imagination et c'est cette imagination sans borne qui est à la base de la fiction Internet. Avec les progrès accomplis par notre pays, chacun peut faire de nouvelles expériences et élargir son horizon. Il en va de même pour nous, en tant qu'écrivains.

Question : Vous êtes professeur adjoint en littérature sur l'Internet. Que dites-vous à vos étudiants au sujet de l'évolution de la fiction Internet en Chine?

Zhang Wei : Je leur dis que la fiction Internet en Chine connaît aujourd'hui une phase de développement rapide. Cette forme d'expression littéraire, sous forme de feuilleton, est apparue avec le développement du multimédia à la fin des années 90.

La fiction Internet connaît une expansion incroyable depuis ses débuts. Au départ, il s'agit d'un concept entièrement nouveau sans aucun fondement, raison pour laquelle il continue d'évoluer d'année en année. Grâce au mariage entre la fiction Internet, le cinéma et la télévision, cette croissance rapide et constante devrait se maintenir pendant un certain temps. La fiction Internet permet de générer une multitude de produits dérivés à partir d'un contenu principal. La fiction Internet est en passe de devenir un des acteurs majeurs du secteur du divertissement.

Question : Cela signifie-t-il que vous allez désormais consacrer plus de temps à étendre vos activités à d'autres domaines ou supports?

Zhang Wei : Je veux que la propriété intellectuelle chinoise joue un rôle prépondérant sur le marché mondial. C'est là l'objectif que je souhaite atteindre. Pour y parvenir, je dois procéder étape par étape, par l'intermédiaire du cinéma,

de la télévision et d'autres publications. J'écris principalement dans le genre fantastique, car ce genre est le plus accessible. Plusieurs films et émissions de télévision adaptés à partir de mes œuvres vont être réalisés plus tard dans l'année. Je reste aussi tourné vers l'avenir. Je souhaite un jour créer un "Disney World de la Chine", c'est-à-dire un projet immobilier au centre duquel se trouverait un parc d'attractions fondé sur mes histoires. Je me suis donné 10 ans pour réaliser ce rêve. Les préparatifs sont déjà en cours.



3. LE SECTEUR MONDIAL DE L'ÉDITION

3.1 Présentation du secteur mondial de l'édition

En 2015, chaque personne dans le monde consacrait en moyenne 18 dollars à l'achat de livres. Cela étant, le montant total des dépenses annuelles, que celles-ci soient consenties par des citoyens ou par les pouvoirs publics chargés d'acheter les revues et manuels scolaires, ne se répartit pas de façon uniforme : selon les statistiques, les ventes de livres dépassent chaque année les 100 dollars É.-U par personne en Allemagne, en Norvège, en République de Corée,²² aux États-Unis d'Amérique et au Royaume-Uni, mais représentent moins de 10 dollars par personne²³ en Russie, au Brésil, en Inde et au Mexique. Ce montant est presque assurément plus faible dans les nombreux pays qui n'ont pas de statistiques sur le secteur de l'édition. Pour mieux comprendre la dynamique de ce secteur, nous devons observer les principaux marchés de l'édition dans le monde. La mesure dans laquelle l'édition grand public en particulier est passée à un environnement sans papier permet de mettre en évidence le passage au numérique.

3.1.1 *L'édition mondiale en un clin d'œil*

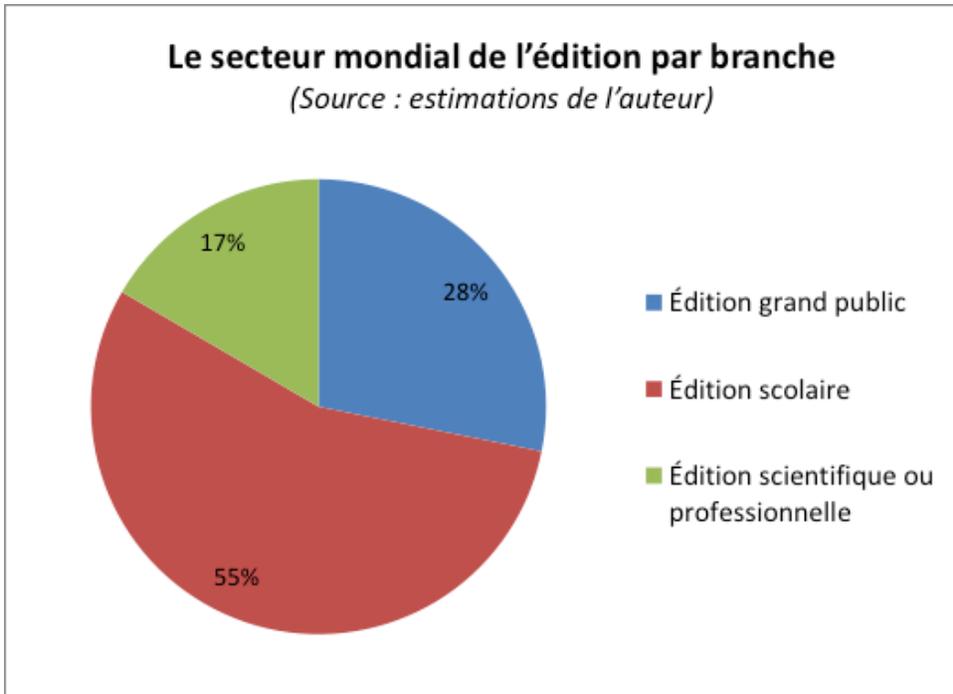
Vue sous l'angle des prix à la consommation, la valeur du marché du livre dans le monde s'élève à environ²⁴ 145 milliards de dollars,²⁵ ce qui fait de l'édition l'un des plus grands secteurs des industries de la création au monde. Alors que l'édition grand public constitue la branche la plus visible, l'édition scolaire en constitue la plus importante. Dans certains pays en développement, cette dernière représente plus de 90 % du chiffre des ventes du secteur national de l'édition. L'édition scientifique, troisième branche par importance, qui est un secteur d'envergure mondiale mais exploité uniquement à partir d'une poignée de pays, affiche des ventes annuelles s'élevant à quelque 25 milliards de dollars.

²² <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/61577-facts-and-numbers-on-the-korean-book-market-digital-publishing-in-korea-2014.html>.

²³ Voir Wischenbart, Rüdiger, *et al.* BookMap Report 001/17, How big is Global Publishing? A bird's Eye Perspective, première édition 2017, disponible à l'adresse <http://www.wischenbart.com/page-59>.

²⁴ Pour un commentaire général sur les statistiques concernant l'édition mentionnées dans cette publication, veuillez vous référer à la note sur les données statistiques en annexe.

²⁵ Voir Wischenbart, Rüdiger, *et al.* Ibid.



Bien qu'en théorie la plupart des pays disposent des ressources et de la demande interne nécessaires pour soutenir leur propre secteur de l'édition, ce dernier ne s'est pas développé de façon uniforme dans le monde. Les six plus grands marchés du livre représentent les deux tiers de l'édition mondiale.²⁶ Les États-Unis d'Amérique occupent de loin la première place, avec un marché estimé à plus de 37,25 milliards de dollars en termes de prix à la consommation en 2016.²⁷ La Chine arrive deuxième, avec des recettes totales dépassant 22,25 milliards de dollars.²⁸ L'Allemagne est estimée à plus de 9,25 milliards d'euros (soit 10 milliards de dollars), suivie par le Royaume-Uni (6,5 milliards de dollars²⁹), le Japon (6 milliards de dollars), la France (4,25 milliards de dollars) et l'Inde (3,75 milliards de dollars). L'Italie, la République de Corée et l'Espagne sont estimées entre 3 milliards et 3,5 milliards de dollars. Les parts de marché diminuent ensuite rapidement, avec la Turquie, le Canada, le Brésil, la Russie, l'Australie et les Pays-Bas seulement (dans cet ordre approximativement) dépassant le milliard de dollars.

En conséquence, l'Amérique du Nord et l'Europe représentent plus de la moitié du marché mondial de l'édition, et une poignée de pays asiatiques (Chine, Japon, République de Corée, Turquie et Inde) en représentent plus ou moins un autre quart. L'édition demeure sous-développée en Afrique, au Moyen-Orient et dans

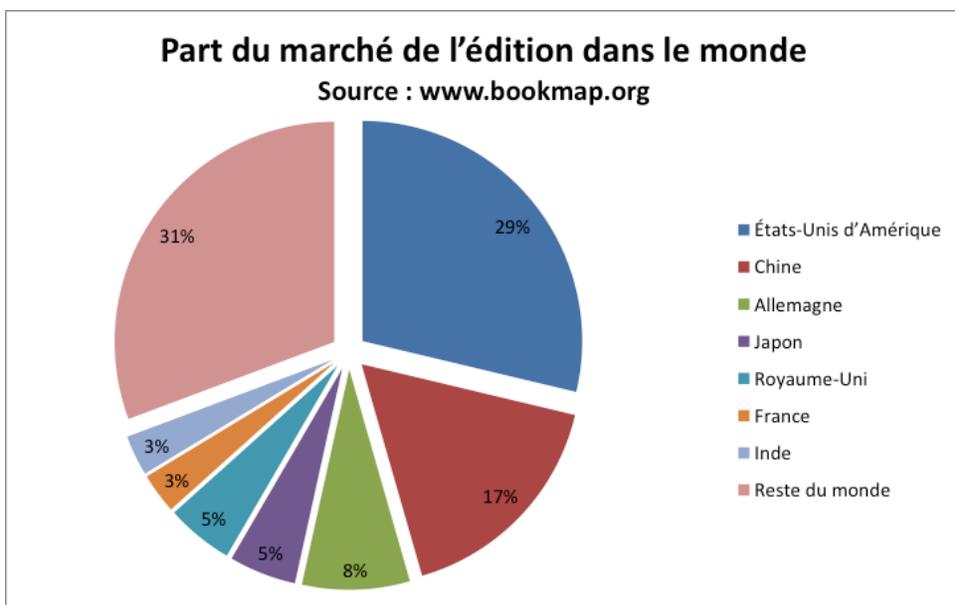
²⁶ http://www.wischenbart.com/upload/BookMap_brochure_Spring2017.pdf.

²⁷ Données de 2016, How Big is Global Publishing 2017 – © 2017 by www.BookMap.org & Ruediger Wischenbart Content and Consulting.

²⁸ Données de 2015, d'après Wischenbart, Rüdiger, *et al.* : How Big Is Global Publishing? A bird's eye perspective. http://www.wischenbart.com/page-59#bookmap_report_01_is_out%21_.

²⁹ Ce chiffre dépend fortement des fluctuations monétaires actuelles de la livre sterling.

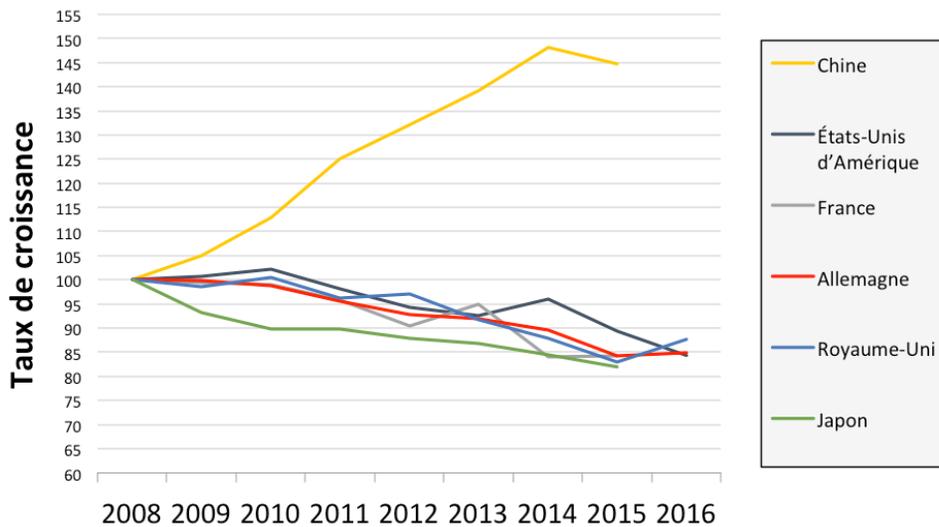
la plupart des pays d'Asie et d'Amérique latine. Cependant, ces dernières années, les marchés dans la plupart des pays industrialisés ont stagné ou décliné. Une croissance spectaculaire a été observée en Chine, en Inde et, par intermittence, au Brésil, bien que les marchés de ces pays soient plus volatils d'un point de vue politique et économique. Le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine (les BRIC) sont des marchés cibles dont on peut attendre une croissance importante. En fin de compte, la croissance ou le déclin de l'édition est lié à l'existence d'une classe moyenne qui accorde de la valeur à l'éducation, à la lecture, à l'accomplissement personnel, au discours intellectuel et à la culture.



30

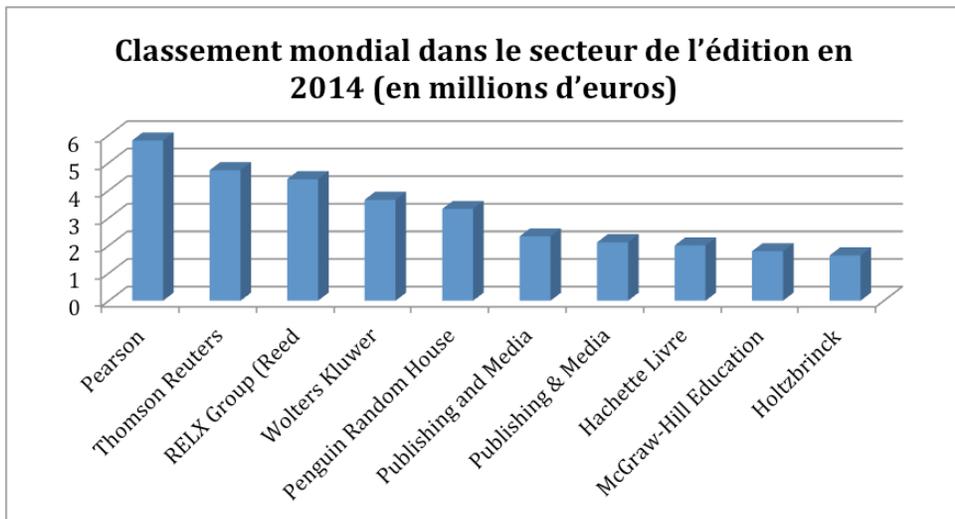
³⁰ How Big is Global Publishing 2017 – © 2017 by www.BookMap.org & Ruediger Wischenbart Content and Consulting.

Comparaison entre les 6 principaux marchés :
 États-Unis d'Amérique, Chine, Allemagne, Japon, Royaume Uni et France
 (de 2008 à 2016, en prix constants, pourcentage relatif, en glissement annuel)
 Source: www.bookmap.org



Le secteur de l'édition est très concentré. Les 50 plus grands éditeurs au monde enregistrent un chiffre d'affaires d'environ 76,5 milliards de dollars, soit plus de la moitié du marché mondial de l'édition. En 2015, les 10 premières maisons d'édition étaient les suivantes : Pearson (Royaume-Uni), Thomson Reuters (États-Unis d'Amérique), RELX Group (Royaume-Uni, Pays-Bas et États-Unis d'Amérique), Wolters Kluwer (Pays-Bas), Penguin Random House (États-Unis d'Amérique), Phoenix Publishing and Media Company (Chine), China South Publishing & Media Group (Chine), Hachette Livre (France), McGraw-Hill Education (États-Unis d'Amérique) et Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck (Allemagne). En 2015, leur chiffre d'affaires cumulé s'élevait à environ 42,3 milliards de dollars.³¹

³¹ Voir Wischenbart, Rüdiger : The Global Ranking of the Publishing Industry 2015, http://www.wischenbart.com/upload/Global-Ranking-2016_Analysis_final.pdf. Parmi les 10 principales maisons d'édition, la plupart possèdent des activités dans différentes branches de l'édition, dont certaines ne sont pas étudiées dans cette publication. Ainsi, les chiffres cités ici tiennent compte de revenus issus d'activités non prises en compte dans cette publication. Pour plus de précisions sur les taux de change, veuillez vous reporter au commentaire général.



32

Cette concentration s'explique en partie par les économies d'échelle, qui sont particulièrement palpables dans un environnement numérique mondialisé. Elle dépend aussi d'autres facteurs qui varient selon les branches : dans l'édition grand public, de grosses sommes sont nécessaires pour signer des auteurs de best-sellers et assurer leur promotion à l'échelle internationale. Dans l'édition scolaire, il faut disposer d'un éventail de savoir-faire et de ressources pour élaborer des contenus de qualité qui seront intégrés dans les programmes scolaires. Les éditeurs scientifiques doivent quant à eux consentir des investissements massifs dans la technologie.

Aux États-Unis d'Amérique, environ un tiers³³ du marché commercial est couvert par les cinq maisons d'édition grand public qui dominent : Penguin Random House, Hachette Book Group, Harper Collins, Simon & Schuster et Macmillan.³⁴ Sur ces maisons d'édition, seules ont leur siège aux États-Unis d'Amérique : Harper Collins, qui fait partie de News Corps, et Simon & Schuster qui appartient à CBS. Penguin Random House et Macmillan appartiennent respectivement à Bertelsmann et Holtzbrinck, qui ont toutes deux leur siège en Allemagne. Hachette Livre a son siège en France. Les autres grandes maisons d'édition internationales sont Grupo Planeta (Espagne), Bonnier (Suède), Egmont (Danemark), Phoenix Publishing and Media Group (Chine)³⁵ et China South Publishing & Media Group (Chine).

Il est devenu difficile de déterminer le nombre total d'éditeurs. Le seuil d'entrée sur le marché de l'édition numérique est bas du fait que les ventes en ligne

³² http://www.wischenbart.com/upload/Global-Ranking-2016_Analysis_final.pdf.

³³ <http://publishingperspectives.com/2016/05/us-market-kempton-nielsen/>.

³⁴ <https://www.thebalance.com/the-big-five-trade-book-publishers-2800047>.

³⁵ Puisque le classement Publishers Weekly Annual a exclu tous les éditeurs chinois pour des raisons comptables, nous présentons une liste de 2014. Pour des informations plus récentes, veuillez consulter : <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-world-s-50-largest-publishers-2017.html>.

(et les filières de vente en ligne) permettent aux petits éditeurs, ainsi qu'aux auteurs qui s'autoéditent, d'y accéder plus facilement. Très peu de données sont publiquement accessibles sur la part de marché croissante de l'autoédition, car de nombreux auteurs vendent ou concèdent sous licence leurs livres via des filières qui sont difficiles à mesurer ou qui ne publient pas de données.

3.1.2 *L'édition grand public*

L'édition grand public représente environ un tiers du secteur mondial de l'édition. Elle comprend tous les ouvrages achetés par le grand public, en version papier ou numérique, y compris les œuvres de fiction et les essais. Les genres traditionnels d'œuvres de fiction comprennent les romans, les œuvres classiques et les œuvres généralistes, les romans policiers, les romans à suspense, la science-fiction et les romans d'amour, ainsi que la bande dessinée. Les œuvres non romanesques comprennent les biographies, les ouvrages de référence et les livres sur des thèmes comme la religion, le tourisme, la santé, le bricolage, le commerce, la cuisine, la décoration, le jardinage, l'art et l'informatique.

Toutes les économies émergentes peuvent avoir leur propre secteur de l'édition grand public. L'édition est un secteur intéressant à développer car cela permet la création de nombreux d'emplois destinés à des personnes qualifiées sans mettre à mal les ressources naturelles ou l'environnement. Un bon secteur de l'édition permet également de créer des opportunités pour l'exportation.

Les marchés de l'édition reposent sur une classe moyenne lettrée et éduquée, qui attache de la valeur à l'éducation et qui encourage les enfants à lire. Les lecteurs achètent des livres non seulement pour se distraire, mais aussi pour s'améliorer sur le plan personnel et professionnel, ainsi que pour faire progresser leurs enfants. Compte tenu de la taille et de la croissance de leur classe moyenne, un certain nombre de pays se distinguent immédiatement comme des marchés à la croissance potentielle : la Chine, l'Inde, l'Indonésie, le Nigéria et les Philippines.³⁶ Les données relatives à la croissance des classes moyennes dans les économies émergentes suggèrent que le secteur mondial de l'édition devrait se déplacer globalement vers l'Asie, avec une perspective très positive en Afrique subsaharienne.

Les pouvoirs publics peuvent directement stimuler la croissance de leurs marchés nationaux de l'édition grand public, en encourageant la lecture et la culture du livre et – indirectement – en favorisant les éditeurs locaux d'ouvrages scolaires. Cela peut se faire dans le cadre de campagnes de promotion de la lecture

³⁶ Pour de plus amples informations, veuillez consulter : <http://blog.euromonitor.com/2015/09/top-5-emerging-markets-with-the-best-middle-class-potential.html> et <http://publications.credit-suisse.com/tasks/render/file/index.cfm?fileid=4187F83D-DA3B-6BF8-C7F76CF7E8A6A4B3>.



après des plus jeunes, des programmes³⁷ d'apprentissage de la lecture et de l'écriture, de subventions aux bibliothèques et de politiques d'aide au secteur du livre, telles que la baisse de la TVA sur le livre ou des allègements fiscaux pour les distributeurs et les vendeurs de livres. La mise en valeur des auteurs, des livres et de la lecture aux yeux du public, au moyen de prix et de récompenses, d'émissions télévisées et de manifestations et de campagnes publiques, est une autre façon d'encourager le goût de la lecture.

3.1.3 *L'édition scolaire*

L'édition scolaire produit les manuels, les cahiers d'exercices, les examens et le matériel didactique destinés aux écoles maternelles, primaires et secondaires publiques et privées.

Près de la moitié (45%, d'après les estimations) du secteur mondial de l'édition dessert le marché scolaire. Ce pourcentage est beaucoup plus élevé dans les pays en développement, où l'édition scolaire constitue le pilier du secteur national de l'édition, représentant parfois plus de 90% du chiffre d'affaires. La plupart des éditeurs nationaux grand public ont commencé par faire de l'édition scolaire, avant d'étendre leurs activités en éditant, entre autres, des livres pour enfants.

Les plus grands éditeurs scolaires internationaux comprennent Pearson (Royaume-Uni), China Education Publishing & Media Group (Chine), China South Publishing & Media Group (Chine), Planeta (Espagne), Hachette (France), McGraw-Hill Education (États-Unis d'Amérique), Holtzbrinck (Allemagne), John Wiley & Sons (États-Unis d'Amérique), Scholastic (États-Unis d'Amérique) et Oxford University Press (Royaume-Uni).³⁸

Les manuels scolaires de haute qualité sont essentiels pour l'éducation dans les économies émergentes ou en développement. L'éducation constitue l'un des premiers secteurs d'investissement pour les économies émergentes, mais là où les ressources sont limitées, où les enseignants qualifiés sont peu nombreux et où les salles de classe sont très remplies, la transmission d'un enseignement de qualité dépend des manuels scolaires.³⁹

Plusieurs facteurs déterminent la taille du secteur national de l'édition scolaire. Naturellement, le nombre d'enfants dans les écoles et le budget du gouvernement alloué à l'éducation offrent un cadre général. Les écoles privées peuvent aussi

³⁷ À titre d'exemples : <http://www.reachoutandread.org/>, <https://www.booktrust.org.uk/>, www.szlib.com, <http://www.bookstart.or.jp/>, <http://www.natiperleggere.it/>, www.leerenfamilia.com et library.christchurch.org.nz/Learning/BooksForBabies/.

³⁸ Voir Wischenbart, Rüdiger : The Global Ranking of the Publishing Industry 2015.

³⁹ Voir World Bank Group Research Report No 7956 : What Do Teachers Know and Do? Does It Matter? Evidence from Primary Schools in Africa <http://documents.worldbank.org/curated/en/882091485440895147/What-do-teachers-know-and-do-does-it-matter-evidence-from-primary-schools-in-Africa>.

être un marché lucratif qui joue un rôle important. Les modifications dans les programmes scolaires donnent au marché un nouvel élan, étant donné que de nouveaux manuels sont souvent nécessaires pour refléter les changements dans les objectifs pédagogiques.

La politique des pouvoirs publics

La politique des pouvoirs publics nationaux en matière de fourniture des manuels scolaires constitue le facteur le plus important sur le marché de l'enseignement. Les règles qui régissent le choix des manuels et la manière dont ceux-ci sont choisis, qui déterminent quelles sont les entités chargées des décisions dans ce domaine (organismes nationaux, États fédéraux, régions, municipalités ou écoles) et qui précisent quelles sont les entités chargées d'acheter les manuels scolaires (organismes publics, écoles ou parents) ainsi que la manière dont ceux-ci sont distribués aux élèves, déterminent souvent si la demande locale en livres scolaires peut-être couverte par les auteurs et éditeurs locaux, et si la distribution de ces livres profite aux librairies locales et aux autres infrastructures de distribution.

En 2013, par exemple, le Gouvernement hongrois a fait passer une loi pour prendre à sa charge la production des manuels scolaires, et ainsi réduire le nombre de manuels disponibles pour les écoles.⁴⁰ Cette loi a eu de graves répercussions sur l'édition scolaire locale. En effet, elle a été critiquée par le secteur de l'édition,⁴¹ par les adversaires politiques du gouvernement⁴² et par une partie de la presse.⁴³

Autre exemple, en 2011, le ministre des sciences et des technologies de la République de Corée a annoncé que l'ensemble du contenu des programmes scolaires serait disponible sur ordinateur, smartphone et tablette d'ici 2015,⁴⁴ ce qui a incité les éditeurs à adapter leurs stratégies en conséquence. Un an plus tard, cette politique ambitieuse a été revue à la baisse lorsque des enseignants et des parents ont exprimé leurs préoccupations face au temps passé par les enfants devant les écrans.

⁴⁰ Loi portant sur la fourniture de manuels scolaires aux établissements publics, 2013 CCXXXII du 21 décembre 2013, telle qu'indiquée sur le site : http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1300232.TV&celpara=#lbj0id5a76. Une présentation générale du système éducatif hongrois est disponible sur le lien suivant : <http://www.oecd.org/edu/Hungary-Profile.pdf>.

⁴¹ <http://www.internationalpublishers.org/educational-publishing/education-publishing-news/147-hungary-nationalizes-schoolbook-market-spelling-ruin-for-educational-publishers>.

⁴² <http://www.freehungary.hu/index.php/component/content/article/56-hirek/2426-nationalised-school-book-market>.

⁴³ <https://444.hu/2015/06/30/negyedmilliardo-nyeresegbol-140-millio-vesteseget-csinalt-egy-ev-alatt-a-kello/>.

⁴⁴ http://genproedu.com/paper/2013-01/full_003-009.pdf; <http://www.economist.com/blogs/banyan/2011/07/education-south-korea>, <https://www.dailymaverick.co.za/article/2011-07-27-south-korean-textbooks-to-go-fully-digital-by-2015/>.



Certains gouvernements, comme ceux de la Grèce, de la Norvège, de la Pologne et de la Suisse, publient des manuels scolaires en vue d'un usage exclusif dans leur pays.⁴⁵ Cependant, l'absence de choix et de diversité peut susciter des critiques, notamment de la part des éditeurs locaux, à l'égard de la qualité de ces documents pédagogiques. En outre, des problèmes peuvent surgir lorsque des gouvernements cherchent à utiliser des manuels scolaires pour promouvoir des programmes politiquement controversés. Ce sujet a donné lieu à des débats enflammés dans plusieurs pays. Les livres d'histoire en particulier ont provoqué des polémiques⁴⁶ en Hongrie⁴⁷, Russie⁴⁸, en République de Corée⁴⁹, aux États-Unis d'Amérique⁵⁰, et dans l'ancienne République de Yougoslavie⁵¹.

Dans certains pays, le gouvernement essaie de conserver une haute qualité, en lançant des appels d'offres et en autorisant les éditeurs internationaux à soumettre leurs propositions. Dans ces cas, les grands éditeurs internationaux disposent souvent, pour convaincre les décideurs politiques, d'un avantage compétitif du fait de leur expérience internationale, des économies d'échelle, des grandes équipes éditoriales et de la reconnaissance internationale de leur marque.

Quand les écoles publiques ne réalisent pas d'achat de manuels, d'évaluations et d'autres contenus complémentaires aux éditeurs nationaux, ces derniers proposent souvent du matériel pour les écoles privées et pour le "marché de l'après-midi" (livres scolaires destinés à aider les enfants à étudier en dehors de l'école, généralement achetés par les parents).

L'apprentissage préscolaire est également devenu un segment à part entière du marché, depuis que les décideurs politiques accordent une plus grande attention à ce domaine. Il est considéré comme un moyen très économique et pourtant efficace de réduire les inégalités et d'augmenter les chances pour toutes les couches sociales, en améliorant l'alphabétisation et la préparation préscolaire. Investir dans l'éducation préscolaire d'enfants défavorisés, âgés de zéro à cinq ans, permet de réduire aussi bien les écarts de réussite scolaire que les besoins d'enseignement spécial pour les enfants ayant des difficultés ou souffrant de troubles d'apprentissage. Cela favorise également des styles de vie saine, fait baisser le taux de criminalité et réduit les charges sociales en général. Chaque

⁴⁵ Voir <http://oerpolicy.eu/polish-ministry-of-education-releases-an-open-primer-textbook/> et <http://www.europeanbooksellers.eu/wp-content/uploads/2015/03/Books-at-which-Price.pdf>.

⁴⁶ <https://www.ft.com/content/d3f9eeb6-ab7e-11e3-aad9-00144feab7de>.

⁴⁷ <http://hungarianspectrum.org/2014/04/17/hungarian-history-textbooks-under-scrutiny/>.

⁴⁸ <https://cgamoscow2014.wordpress.com/2014/03/08/the-history-of-russia-putins-version-by-krystyna-nyemchynova/>.

⁴⁹ <http://www.bbc.com/news/world-asia-34960878>.

⁵⁰ <https://www.nytimes.com/2015/10/22/opinion/how-texas-teaches-history.html>.

⁵¹ <http://faculty.education.illinois.edu/westbury/paradigm/vol2/Par2.6.Kovac.rtf>.

dollar investi dans un enseignement préscolaire de haute qualité donne lieu chaque année à un retour sur investissement compris entre 7 et 10%⁵².

Les marchés nationaux

L'édition scolaire pour les écoles primaires et secondaires se concentre en général sur les marchés nationaux plutôt qu'internationaux. Trois raisons expliquent ce fait. Premièrement, les programmes scolaires nationaux sont très différents. Deuxièmement, il y a une tendance croissante à enseigner tout d'abord la lecture et l'écriture dans la langue maternelle (dans de nombreux pays en développement, cela nécessite la publication de livres dans plusieurs langues locales). Troisièmement, les jeunes enfants apprennent mieux lorsque le matériel de lecture est en rapport avec leur environnement particulier et avec les aspects de leur vie quotidienne (cela est particulièrement vrai pour les plus jeunes).

Des efforts ont été faits pour internationaliser les programmes. Cette démarche est logique pour les étudiants de premier cycle et les lycéens qui se préparent à passer un diplôme international, comme le Baccalauréat international. Historiquement, cela a permis à des éditeurs d'anciennes puissances coloniales de promouvoir des manuels de leur pays. Plus récemment, des entreprises de technologies ont encouragé les programmes internationaux, notamment pour faciliter l'utilisation des plateformes éducatives qu'elles développent dans différents marchés nationaux. Cette tendance va à l'encontre des arguments pédagogiques invoqués précédemment, c'est-à-dire d'éduquer les jeunes enfants dans leur langue maternelle et d'éviter les références à des contextes culturels différents.

3.1.4 L'édition scientifique et professionnelle

L'édition scientifique et professionnelle constitue la troisième branche la plus importante du secteur. Elle concerne l'édition de revues, de monographies, d'ouvrages de référence et d'ensembles de données, c'est-à-dire de dossiers de résultats de recherche accessibles au public, pour la communication scientifique et professionnelle (droit, comptabilité, finance, etc.). Ses publics cibles se limitent en général à des étudiants de troisième cycle et à des professionnels du domaine.

L'investissement dans la recherche scientifique est devenu une politique importante pour de nombreux pays en développement, qui reconnaissent le potentiel financier associé aux brevets et à l'innovation. Contrairement à l'enseignement primaire et secondaire, il s'agit d'un marché très mondialisé, avec des travaux de recherche qui sont pour la plupart partagés à l'échelle internationale. Cependant, s'il y a des éditeurs nationaux dans la plupart des pays

⁵² Heckman, James : The Economics of Inequality The Value of Early Childhood Education, in AMERICAN EDUCATOR | SPRING 2011, <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ920516.pdf>.



(si ce n'est dans tous), le secteur de l'édition scientifique et professionnelle est fortement centralisé en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord⁵³.

La publication de résultats faisant partie intégrante du processus de recherche, les auteurs et les éditeurs jouent dans ce domaine un rôle différent de celui qu'ils jouent dans les autres branches de l'édition. Les auteurs ne publient pas pour gagner de l'argent, mais pour que les résultats de leurs recherches soient formellement consignés, pour se faire connaître, pour mobiliser des fonds pour de nouveaux travaux de recherche et pour progresser dans leur carrière scientifique.

De la même façon que pour l'édition scolaire, les consommateurs n'achètent généralement pas les publications. En ce qui concerne l'édition scolaire, les manuels et ouvrages pédagogiques sont achetés par les pouvoirs publics et les écoles pour être mis à disposition des élèves, alors que pour les éditions scientifiques, ce sont en général les bibliothèques universitaires qui les achètent pour l'usage des personnes qui y sont inscrites. Il n'en est évidemment pas toujours ainsi, mais il s'agit d'une pratique prédominante qui influe sur les modèles d'activité dans le domaine de l'édition, qu'il s'agisse d'édition sur support papier ou numérique.

L'une des principales différences entre l'édition scientifique et professionnelle et les autres branches de l'édition réside dans le fait que le volume de publications dépend généralement des auteurs de recherches, et non pas des acheteurs : étant donné que les chercheurs et leurs résultats sont de plus en plus nombreux, le nombre d'articles publiés augmente. Le nombre d'articles scientifiques a connu une croissance annuelle estimée à plus de 3% au cours des 30 dernières années. Cela accroît la pression sur les acheteurs (en particulier les bibliothèques et les universités), qui doivent fournir à leurs usagers l'accès à un nombre croissant d'articles et de revues spécialisés, alors qu'ils ne disposent souvent pas des fonds qui leur permettraient de le faire.

Environ 5000 éditeurs de revues sont listés dans les bases de données internationales du secteur de l'édition, avec peut-être 5000 autres petits éditeurs davantage spécialisés ou localement pertinents. Quelque 650 éditeurs relèvent des principaux organismes commerciaux internationaux. Parmi eux, quelque 480 éditeurs (73%), représentant environ 2300 revues (20%) sont dirigés par des éditeurs à but non lucratif ou par des organismes scientifiques. Leur modèle d'activités tend vers la stabilité économique ou l'apport d'une contribution au but social du propriétaire. Le secteur est également très concentré, avec plus de 40% de l'ensemble des revues publiées par six entreprises : Springer/Nature

⁵³ Ware, M. et Mabe M. (2015) The STM Report : An overview of scientific and scholarly journal publishing. STM Association (Royaume-Uni). http://www.stm-assoc.org/2015_02_20_STM_Report_2015.pdf.

(Allemagne), Elsevier (Pays-Bas), John Wiley (États-Unis d'Amérique), Taylor and Francis (Royaume-Uni), Sage (Royaume-Uni) et Wolters Kluwer (Pays-Bas)⁵⁴.

3.2 Les marchés mondiaux de l'édition

3.2.1 *Les États-Unis d'Amérique : premier marché mondial de l'édition*

En 2016, le secteur américain de l'édition de livres et de revues a généré un revenu net de 26,24 milliards de dollars⁵⁵. Les revenus et l'unité de volume se sont fondamentalement stabilisés au cours des trois dernières années, signe d'un marché mature.

La branche la plus importante, à savoir l'édition grand public, a généré un revenu net de 15,9 milliards de dollars. Les recettes pour les fichiers audio téléchargés ont presque doublé entre 2012 et 2016, passant de 299 millions de dollars à 643 millions de dollars.

En 2013, les recettes découlant de la vente au détail en ligne ont dépassé pour la première fois celles des librairies physiques. En 2016, environ 814 millions d'unités se sont vendues sur des canaux en ligne. Environ 672 millions de livres ont été vendus dans des librairies physiques.

Il serait négligent de parler du marché américain de l'édition sans mentionner la position dominante d'une librairie en ligne : Amazon.com Inc ("Amazon" dans le langage courant). Le secteur de l'édition dépend énormément d'Amazon pour les ventes en ligne de livres imprimés, alors qu'Amazon dépend peu des livres : si Amazon contrôle 65% des ventes en ligne de livres imprimés⁵⁶, les livres ne représentent que 7% de ses activités⁵⁷.

Étant donné sa position dominante, Amazon peut faire pression sur les éditeurs. Les petits éditeurs peuvent être obligés de vendre leurs livres à Amazon à un prix réduit de plus de 60%. Une partie de cette réduction est souvent dissimulée dans les frais de promotion ou les "fonds de développement marketing", et des frais supplémentaires sont appliqués en fonction du chiffre d'affaires de l'année précédente⁵⁸. Cette situation a donné lieu à une vague de plaintes dans le secteur de l'édition, qui dénonce un abus de position dominante, et Amazon

⁵⁴ http://www.stm-assoc.org/2015_02_20_STM_Report_2015.pdf.

⁵⁵ <http://newsroom.publishers.org/book-publishing-annual-statshot-survey-reveals-religious-crossover-and-inspirational-books-supported-trade-book-growth-in-2016/>.

⁵⁶ <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/62520-bea-2014-can-anyone-compete-with-amazon.html>.

⁵⁷ <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3>.

⁵⁸ <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3>.



est constamment menacé d'un procès antitrust aux États-Unis d'Amérique⁵⁹ et ailleurs⁶⁰. Cependant, du fait qu'Amazon semble avoir utilisé sa position dominante pour faire baisser le prix des livres pour les consommateurs, les autorités américaines en matière de concurrence sont souvent réticentes à soutenir les éditeurs et les librairies.

Le livre électronique grand public aux États-Unis d'Amérique

Les ventes de livres électroniques grand public ont enregistré une croissance spectaculaire en 2009 (356%), en 2010 (199%) et en 2012 (44%). Après que la croissance a atteint un pic en 2013 avec 3,24 milliards de dollars, les recettes commerciales de livres électroniques ont décliné à 3,20 milliards de dollars en 2014, puis ont perdu 11,3% en 2015 pour atteindre 2,84 milliards de dollars. En 2016, les ventes de livres électroniques ont à nouveau chuté, passant à 2,3 milliards de dollars. Le nombre de produits vendus a aussi diminué de 14,7%, et les livres électroniques représentent à présent 14% du marché commercial des livres⁶¹.

De nombreux observateurs accusent la hausse des prix des livres électroniques, qui découle du retour du "prix d'agence", pour expliquer le déclin de la croissance des ventes de livres électroniques. Suite à une bataille juridique menée en 2013 entre les plus grands éditeurs américains, ce sont à présent les éditeurs (et non pas les détaillants) qui fixent habituellement le prix de vente final. Peut-être que de nombreuses ventes de livres électroniques sont passées dans la branche de l'autoédition, dont les chiffres de vente sont difficiles à vérifier et peuvent donc être exclus des statistiques.

Les ventes de livres électroniques sont également dominées par Amazon, suivie à bonne distance par Apple et Barnes&Noble. Cela dépend en grande partie de la popularité des liseuses de livres électroniques, et le Kindle d'Amazon constitue la plateforme prédominante pour le commerce des livres électroniques.

3.2.2 L'Union européenne : un marché unique diversifié

En 2015, plus de 575 000 titres ont été édités en Europe. Dans l'Union européenne et dans l'Espace économique européen, le total des recettes annuelles enregistrées par les éditeurs de livres était d'environ 22,3 milliards d'euros (23,8 milliards de dollars)⁶². Les plus gros marchés, en termes de

⁵⁹ <http://antitrust.booklocker.com/amazon-booklocker-settlement-agreement.pdf>.

⁶⁰ Voir l'exemple du Japon : <http://www.reuters.com/article/us-amazon-com-japan-antitrust-idUSKCN10J0GW> and European Union Commission http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5166_en.htm and http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-137_en.htm.

⁶¹ <http://newsroom.publishers.org/us-publishing-industrys-annual-survey-reveals-nearly-28-billion-in-revenue-in-2015/>.

⁶² <http://www.fep-fee.eu/European-Book-Publishing-823>.

chiffre d'affaires des éditeurs, étaient l'Allemagne (9,2 milliards d'euros⁶³, soit 9,8 milliards de dollars), suivie par le Royaume-Uni (3,3 milliards de livres sterling⁶⁴, soit 4,85 milliards de dollars), la France (2,7 milliards d'euros⁶⁵, soit 2,9 milliards de dollars), l'Italie (3,3 milliards d'euros⁶⁶, soit 3,52 milliards de dollars) et l'Espagne (3 milliards d'euros⁶⁷, soit 3,2 milliards de dollars).

En plus des nouveaux titres publiés par les éditeurs européens en 2014, environ 16,9 millions de titres différents existaient (ou étaient disponibles) en format papier, dont plus de 3 millions existaient aussi en format numérique. Plus de 60% des recettes provenaient de l'édition grand public, et moins de 20% de la branche scolaire et de la branche scientifique et professionnelle.

Même si quatre éditeurs sur cinq vendent des livres électroniques, leur part de marché varie grandement d'un pays à l'autre. Au Royaume-Uni, la part de marché des livres électroniques grand public était de 15% en 2016, contre 17% en 2015⁶⁸. Dans d'autres pays, la part de marché était bien moindre : 4,6%⁶⁹ en Allemagne, 5%⁷⁰ en Espagne, 5,1%⁷¹ en Italie et 6,5%⁷² en France, les autres pays de l'Union européenne détenant une part d'environ 1%.

En Europe, les exportations constituent une partie importante des activités d'édition; en 2015, elles représentaient 22,9% des ventes. Si les exportations de livres sont particulièrement importantes pour le secteur de l'édition, notamment au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, en France et en Italie, des droits pour la traduction sont également activement achetés ou vendus par le secteur de l'édition grand public dans toute Europe, pratique encouragée par les gouvernements qui considèrent que la traduction d'œuvres nationales dans d'autres langues étrangères constitue une forme de diplomatie douce : les livres peuvent être de précieux ambassadeurs, pour améliorer la compréhension ou encourager le tourisme. Par exemple, le livre d'Elizabeth Gilbert "Mange, prie, aime"⁷³ a eu des répercussions sur le tourisme à Bali, et la promotion de la littérature islandaise a entraîné un essor du tourisme en Islande⁷⁴.

⁶³ http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/WIPK16_Tabellenkompendium.pdf.

⁶⁴ <http://www.publishers.org.uk/services-and-statistics/statistics/pa-stats-snapshots/>.

⁶⁵ <http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs>.

⁶⁶ <http://www.aie.it/Press.aspx>.

⁶⁷ <http://federacioneditores.org/img/documentos/010217-notasprensa.pdf>.

⁶⁸ The UK Book Industry in Statistics 2015, disponible à l'adresse <http://www.publishers.org.uk/resources/uk-market/>.

⁶⁹ <http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/ig2016-4.pdf>.

⁷⁰ <http://federacioneditores.org/img/documentos/010217-notasprensa.pdf>.

⁷¹ <http://www.aie.it/Press.aspx>.

⁷² <http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs>.

⁷³ Voir <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,2011931,00.html>.

⁷⁴ <https://grapevine.is/mag/articles/2013/06/04/icelandic-literature-goes-global/>.



Étude de cas n° 3 : l'Islande, un pays immergé dans les livres

Lorsque l'auteur islandais Halldór Laxness a reçu le Prix Nobel de littérature en 1955, il a déclaré : "Je pense aussi à cette communauté composée de cent cinquante mille hommes et femme qui forment un peuple amoureux des livres, les Islandais que nous sommes. Dès le tout début, mes compatriotes ont suivi ma carrière littéraire, en critiquant et en récompensant maintenant mon travail, sans pratiquement jamais laisser tomber un seul mot dans l'indifférence. Comme un instrument sensible qui enregistre chaque son, ils ont réagi avec plaisir ou mécontentement à chaque mot que j'ai écrit. C'est une chance immense pour un auteur d'être né dans un pays empreint d'une tradition poétique et littéraire séculaire."

L'Islande n'est pas seulement empreinte de tradition littéraire : d'une certaine manière, c'est un pays mondialement maître dans la promotion de l'alphabétisation, de la lecture et de la culture du livre. Son taux d'alphabétisation, qui dépasse les 99%, résulte de politiques ciblées remontant au XVIIIe siècle. Des immigrants norvégiens se sont installés en Islande à la fin du IXe siècle et au Xe siècle. Les célèbres sagas islandaises racontent l'histoire de ses premiers habitants. L'Edda fait aussi partie de la tradition littéraire de l'Islande, avec ses mythes et contes de fées. Les histoires sont souvent liées aux formations rocheuses, aux cascades et aux autres éléments naturels présents dans tout le pays. Souvent racontées pendant les longs hivers nordiques, elles constituent la pierre angulaire de la culture islandaise.

De nos jours, la lecture, l'écriture et l'édition continuent d'occuper une place importante dans la société islandaise. L'Islande possède, pour ses 330 000 habitants, 34 librairies, dont quatre sont des librairies en ligne. Quelque 40 maisons d'édition professionnelle ont édité environ 1000 titres par an pendant de nombreuses années. Les titres de fiction s'impriment en moyenne à 1000 exemplaires environ, et les best-sellers peuvent se vendre à plus de 20 000 exemplaires, un nombre impressionnant au vu de la taille de la population. Selon une étude menée en 2013, 50% des Islandais lisent au moins huit livres par an, et 93% en lisent au moins un.

L'administration publique islandaise fait une promotion active de l'édition. Le Centre islandais de littérature, organisme financé par l'État, permet de mieux faire connaître la littérature islandaise, que ce soit en Islande ou à l'étranger, et encourage sa diffusion. Les éditeurs étrangers de livres islandais peuvent faire des demandes de subvention pour la traduction. Les auteurs, les éditeurs et les organisateurs d'événements littéraires peuvent demander des soutiens afin que les auteurs islandais puissent aller promouvoir leurs œuvres à l'étranger.

En outre, le Centre encourage la publication d'œuvres littéraires islandaises et assure la promotion de la culture littéraire en Islande.

Pour promouvoir l'écriture islandaise, l'organisme public Rannís gère le fonds pour le salaire des artistes, qui verse 550 salaires mensuels à des écrivains de fiction chaque année. Plus de 70 auteurs reçoivent un salaire pour une durée de 3 à 12 mois, pendant qu'ils écrivent leur livre. Il existe un autre fonds semblable pour les auteurs d'ouvrages non romanesques.

La littérature islandaise a remporté un franc succès lorsque l'Islande a été l'invitée d'honneur à la Foire du livre de Francfort en 2011, ce qui a permis de présenter la littérature islandaise. Cet événement a été le catalyseur de centaines de traductions d'œuvres littéraires islandaises en langues étrangères, en particulier de romans policiers. En 2011, Reykjavik a été désignée "Ville de littérature" par l'UNESCO.

La transition numérique des livres islandais est étonnamment lente. Seul environ 1% des livres islandais sont vendus en format électronique. Cette situation s'explique peut-être par le fait que les lecteurs islandais achètent fréquemment des livres électroniques en anglais. La petite taille du marché numérique rend les livres électroniques islandais beaucoup plus chers que leurs équivalents en langue anglaise.

L'Islande n'est pas non plus immunisée contre les crises économiques, les modifications de comportements des lecteurs et les changements politiques. En 2015 par exemple, la TVA est passée à 11%, ce qui représente l'un des taux les plus élevés d'Europe pour les livres. Depuis 2008, le chiffre d'affaires des librairies en Islande a chuté de 23%, avec seulement 885 titres édités en 2015. Toutefois, selon la norme internationale, ce nombre réduit reste remarquable : le peuple islandais adore la lecture et l'écriture. Une vieille expression islandaise le confirme : "*Ég er með bók í maganum*" ou "j'ai un livre dans le ventre", ce qui signifie "avoir un livre en soi", qui attend de naître.

3.2.3 *Les principaux marchés asiatiques*

Alors que les marchés de l'édition sont, pour la plupart, matures en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, le moteur de croissance de l'édition s'est déplacé en Asie. Dès l'émergence d'une classe moyenne éduquée et prospère, les marchés de l'édition se développent. Les pouvoirs publics investissent dans les contenus éducatifs et la littérature et les consommateurs éduqués ont envie d'acheter des livres, tout d'abord pour se perfectionner eux-mêmes, et ensuite pour se divertir et se détendre.



Le marché chinois de l'édition

La Chine compte 538 éditeurs titulaires d'une licence, qui collaborent avec d'innombrables "ateliers culturels" indépendants. En 2014, ils ont publié 450 000 titres, pour une valeur nette totale du marché de 19,5 milliards de dollars. En 2015, la valeur nette totale du marché était de 22,3 milliards de dollars⁷⁵. Les librairies physiques ont enregistré un chiffre d'affaires de 12,5 milliards de dollars contre 3,2 milliards de dollars pour les librairies en ligne.

Les livres électroniques en Chine

En Chine, le nombre d'utilisateurs d'Internet aurait atteint les 688 millions en décembre 2015, ce qui représente 50,3% de la population totale. La grande majorité des personnes (620 millions) utilise des téléphones portables pour accéder à Internet, et le pourcentage d'utilisateurs de téléphones portables a augmenté de 85,8% en 2014 à 90,1% en 2015. Les habitudes de lecture en Chine se sont modifiées pour s'adapter aux appareils numériques. Plus de la moitié de tous les adultes qui utilisent des ordinateurs lisent des livres sur des appareils numériques, et plus des trois quarts d'entre eux utilisent pour cela leurs téléphones portables.

Les revenus relatifs aux livres électroniques en Chine ont grimpé de 24,5 millions de dollars (150 millions de yuans renminbi) en 2006 à 4,5 milliards de yuans renminbi en 2014, avec une augmentation de 20,5% par an depuis 2012. Selon les statistiques officielles, les revenus tirés des livres électroniques en 2014 et 2015 étaient d'environ 690 millions de dollars (4,5 milliards de yuans renminbi). Les géants internationaux, avec leurs liseuses de livres électroniques, n'ont rejoint que tardivement le marché chinois : Amazon a ouvert une boutique en langue chinoise en 2012, tandis qu'Apple a lancé son iBook en Chine en 2015.

Le marché chinois des livres électroniques se divise en deux : d'une part, les livres électroniques "traditionnels" proposés par les éditeurs habituels et, d'autre part, les plateformes d'autoédition en ligne, où les œuvres littéraires en ligne sont écrites par des utilisateurs d'Internet, dont certains deviennent des auteurs professionnels et font parfois fortune. En 2015, la plus grande plateforme d'œuvres littéraires en ligne, à savoir China Reading Limited, comptait 4 millions d'auteurs et 297 millions de lecteurs enregistrés⁷⁶.

La croissance des livres électroniques "traditionnels" a été lente en raison de problèmes de confidentialité et des difficultés liées à l'obtention des autorisations de droit d'auteur pour les éditions numériques. À présent, les éditeurs se montrent beaucoup moins circonspects par rapport au développement

⁷⁵ 20,914 milliards d'euros, voir Wischenbart, Rüdiger, *et al.*, BookMap Report Wischenbart,01/2017

⁷⁶ www.wsj.com/articles/online-fiction-becomes-chinese-cultural-force-1469035251

numérique, tandis que les efforts de la Chine pour accroître la protection du droit d'auteur et lutter contre le piratage ont contribué positivement au développement numérique.

La République de Corée

La République de Corée est le huitième plus gros marché de l'édition au monde⁷⁷. Chaque année, un ménage moyen dépense plus de 225 dollars en livres, principalement en livres scolaires de soutien. Avec des ventes à hauteur de 3,8 milliards de dollars, il s'agit d'un marché mature, avec des échanges internationaux fructueux en matière de droits de traduction, en particulier pour les livres pour enfants et les bandes dessinées de type "manga". Malgré une infrastructure numérique très développée, l'édition numérique sudcoréenne en est à ses débuts. Actuellement, les livres électroniques ne représentent que 4,65% du marché total. Étant donné que seuls 30 à 40% des best-sellers sont disponibles en format électronique, il n'y a que 15% environ des lecteurs qui lisent aussi des livres électroniques⁷⁸.

Le Japon

En 2015, les ventes de livres dans le secteur japonais de l'édition s'élevaient à environ 5,85 milliards de dollars (742 milliards de yens)⁷⁹. Le marché a connu une baisse de 40% par rapport à son pic atteint en 1996. Plusieurs causes sous-jacentes peuvent être à l'origine de ce déclin spectaculaire, notamment une population vieillissante, des étudiants moins nombreux et un engouement pour les jeux sur smartphone⁸⁰.

Les livres électroniques n'ont pas su s'imposer au Japon. Les liseuses spécialisées de livres électroniques n'ont pas réussi à percer. Les téléphones portables sont plus largement utilisés pour la lecture; les mangas, un genre japonais de bandes dessinées, se taillent la part du lion de la lecture numérique. Cependant, les téléphones portables sont principalement utilisés pour jouer, et le marché des jeux vidéo sur smartphone est estimé au Japon à environ 9,5 milliards de dollars, dépassant celui des États-Unis d'Amérique.

3.2.4 Les marchés émergents

Là où la population est nombreuse, le potentiel existe d'un vaste marché de l'édition. Si les BRIC étaient auparavant considérés par les économistes comme

⁷⁷ Wischenbart, *Global eBook*, 2016.

⁷⁸ <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/61577-facts-and-numbers-on-the-korean-book-market-digital-publishing-in-korea-2014.html>.

⁷⁹ <http://www.jbpa.or.jp/en/pdf/pdf01.pdf>.

⁸⁰ <http://publishingperspectives.com/2016/06/kinokuniyas-hiroshi-sogo-bookselling-challenges-japan/>.



un bloc monolithique, leur développement économique a connu de grandes différences.

L'Inde

Bien que la population de l'Inde, deuxième pays le plus peuplé de la planète, ne soit composée que de 12% d'anglophones, cette proportion représente la deuxième plus grande population anglophone au monde. Le secteur indien de l'édition arrive en sixième⁸¹ ou septième position au niveau mondial, avec une valeur estimée à 3,9 milliards de dollars (260,6 milliards de roupies)⁸². Au fur et à mesure que le nombre d'habitants augmente, la population instruite croît et, selon les estimations, elle devrait passer de près de 800 millions en 2011 à plus de 1,3 milliard en 2030. Entre 2012 et 2015, le marché du livre a connu une croissance de plus de 20% par an. Comme dans de nombreux marchés en développement, l'édition scolaire constitue la branche la plus importante en Inde. Le pays compte plus de 5000 éditeurs qui fournissent le marché de l'enseignement primaire et secondaire, et l'édition publique prend une part importante d'activités dans le domaine de l'éducation. Plus de 3000 éditeurs répondent aux besoins de l'enseignement supérieur. Comme cela arrive souvent dans un pays émergent, le secteur de l'édition grand public est beaucoup plus réduit, avec moins de 1000 maisons d'édition qui représentent seulement 6% du marché de l'édition en Inde. Les livres électroniques en sont à leurs tout débuts, et l'appareil le plus fréquemment utilisé pour lire reste l'ordinateur personnel. Cependant, les éditeurs indiens investissent massivement dans les livres électroniques, et plus de 70% d'entre eux ont déjà numérisé leur contenu⁸³.

Le Brésil

En 2016, le marché brésilien de l'édition valait 1,5 milliard de dollars (5,27 milliards de reais brésiliens)⁸⁴. Le marché de l'édition connaît une baisse considérable en raison des difficultés économiques générales du pays. Comme le Gouvernement brésilien est le plus gros acquéreur de publications au monde, à l'origine de près d'un quart (23,5%) des revenus des éditeurs brésiliens, la baisse des dépenses de l'État concernant les livres a eu de lourdes retombées sur ce secteur. Le marché du livre électronique doit encore se développer. Seuls 45 000 titres sont disponibles en format électronique et représentent moins de 0,5% des ventes totales.

⁸¹ <https://kitaab.org/2016/05/02/18-must-know-facts-about-the-indian-publishing-industry/>

⁸² <https://kitaab.org/2016/05/02/18-must-know-facts-about-the-indian-publishing-industry/> et Wischenbart, Rüdiger, Book Map 01/2017, *ibid*.

⁸³ Nielsen India Book Market Report, 2015.

⁸⁴ http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2016/08/S%C3%A9rie-Hist%C3%B3rica-Fipe-2006_2016.pdf.

La Fédération de Russie

Le secteur russe de l'édition a été durement touché par les difficultés politiques et économiques du pays. Il était déjà en net déclin après la crise économique de 2008 et il a également subi la perte du marché russophone en Ukraine⁸⁵. Les statistiques sur le secteur russe de l'édition montrent une baisse constante de la production de livres, et les spécialistes estiment que le marché de l'édition est passé en dessous de la barre des 1 milliard de dollars (56 milliards de roubles⁸⁶).

L'une des raisons du déclin de l'édition est la montée des livres électroniques. Selon une enquête de 2013, si plus de 70% des lecteurs russes lisent des livres électroniques, 92% des lecteurs expliquent qu'ils téléchargent "gratuitement" des livres électroniques sur Internet.

Le marché légal du livre électronique se développe progressivement : Exmo-AST, le plus grand éditeur, a créé sa propre boutique de livres en ligne, LitRes. Bookmate et Mybook, deux librairies proposant un abonnement forfaitaire, sont également parvenues à s'installer. Selon les estimations actuelles, la part du marché des livres électroniques est de 3 à 4%⁸⁷. Quelques éditeurs internationaux, comme Pearson⁸⁸, investissent en ce moment dans le marché russe du livre électronique.

3.3 Le commerce international des droits et des droits de traduction

Le secteur de l'édition est depuis toujours un commerce d'ordre international. Ouvrages et manuscrits se vendent à l'occasion de foires et de salons depuis que la presse d'imprimerie de Gutenberg permet d'effectuer des tirages à moindre coût. Le premier salon consacré aux ouvrages imprimés était le Salon du livre de Francfort, centre du commerce international des livres à partir de 1488 jusqu'au XVIIIe siècle. Relancé en 1949, il reste le plus grand salon du livre au monde et l'événement professionnel le plus important pour les éditeurs internationaux. Les éditeurs y vendent et achètent les droits de traduction des ouvrages, rencontrent des agents, des distributeurs et des imprimeurs et font la promotion de leurs publications. Peu d'autres salons du livre se focalisent à ce point sur les droits internationaux, mais certains autres salons constituent des événements culturels nationaux majeurs. Les foires locales et régionales facilitent les échanges transfrontières lorsque les infrastructures de distribution efficaces sont inexistantes.

⁸⁵ <https://publishingperspectives.com/2017/08/ukraine-publishing-industry-closures-amid-russian-book-ban/>.

⁸⁶ <https://publishingperspectives.com/2017/09/russia-book-market-consolidation-concerns/>, mais non 1,168 milliard d'euros selon Wischenbart, Rüdiger, Book Maps 01/2017, *ibid*.

⁸⁷ <https://publishingperspectives.com/2017/05/russia-ebooks-growing-print-sales-down/>.

⁸⁸ <http://www.ewdn.com/2015/03/02/pearson-inks-deal-with-russian-online-education-platform-azbuka/>.



Des actions sont-elles lancées pour encourager l'échange numérique des droits? De nombreux efforts ont été faits pour remplacer les salons traditionnels par des alternatives virtuelles ou favoriser la concession de licences internationales depuis les plateformes en ligne. La concession automatique de licences génériques en grande quantité et à faible marge a connu un certain succès. Certaines organisations de gestion collective, par exemple, le *Copyright Clearance Center*⁸⁹ aux États-Unis d'Amérique, offrent également ce type de service.

Pourtant, l'édition, et plus particulièrement la concession de licences internationales pour les traductions, repose dans une large mesure sur la confiance et se fonde ainsi sur l'établissement et le maintien de liens personnels. Les salons virtuels ne sont pas encore en mesure de remplacer les salons internationaux du livre.

⁸⁹ <http://www.copyright.com/rightsholders/rightslink-permissions/>.

4. QUELS FACTEURS FAVORISENT LA TRANSITION NUMÉRIQUE DANS LE SECTEUR DE L'ÉDITION?

Les prévisions concernant la fin du livre imprimé remontent à 1835 déjà⁹⁰. Avec l'arrivée des ordinateurs, des tablettes et des smartphones, ce genre de prédiction est devenu de plus en plus fréquent. Ceux qui confondent édition et impression pensent ainsi que le secteur de l'édition aura complètement disparu dans les années à venir et considèrent les éditeurs qui continuent d'orienter leurs activités sur l'édition imprimée comme rétrogrades et voués à disparaître. Même en sachant que les éditeurs trouvent d'autres moyens que l'impression pour se démarquer, certains supposent encore généralement que, tôt ou tard, les livres imprimés cesseront d'exister.

La situation est tout autre pour ce qui concerne le passage au numérique dans le secteur de l'édition. Si les procédures en matière de rédaction, d'édition et de production tendent rapidement à se numériser, et que les auteurs et éditeurs ont adopté les médias numériques et les réseaux sociaux dans leurs campagnes marketing et leurs relations publiques, l'utilisation du livre électronique s'étend moins rapidement et le nombre de publications imprimées a été particulièrement stable dans plusieurs branches. La présence de librairies et d'ouvrages imprimés dans le commerce de détail est un indicateur du caractère pérenne de l'édition imprimée. Même si leur nombre est en diminution et que les ouvrages sont supplantés par d'autres types de marchandises, il existe encore un certain nombre de librairies physiques dans la plupart des pays développés et les signes de reprise dans le secteur des librairies indépendantes sont visibles. Alors, quels sont les moyens pour les auteurs, les éditeurs et les décideurs de savoir quand et comment les divers secteurs industriels de leurs pays respectifs passeront au numérique? Quelles sont les raisons qui freinent la progression numérique du secteur de l'édition et quelles seront les mesures qui favoriseront cette transition dans l'édition? Pour les auteurs et les éditeurs, quel est le bon moment pour investir dans l'édition numérique?

4.1 Les facteurs socioéconomiques, culturels et politiques

Lorsqu'on tente de prévoir l'évolution des marchés, il est important de distinguer trois types de facteurs qui favorisent la transition numérique : les facteurs socioéconomique, culturel et politique.

⁹⁰ "Le journal tue le livre, comme le livre a tué l'architecture, comme l'artillerie a tué le courage et la force musculaire." *Mademoiselle de Maupin*, Théophile Gautier, 1835. https://www.ebooksgratuits.com/html/gautier_mademoiselle_maupin.html?bcsi_scan_D99544420D78AF92=0&bcsi_scan_filename=gautier_mademoiselle_maupin.html.



Quels facteurs favorisent la transition numérique dans le secteur de l'édition?

Facteurs socioéconomiques

Les facteurs socioéconomiques sont relativement simples à prévoir. Dans le secteur de l'édition, les principaux facteurs socioéconomiques tiennent compte de la taille et de la croissance de la population, de son niveau d'instruction et de formation et du revenu disponible. Dans l'environnement numérique, les facteurs les plus importants sont les moyens de connexion Internet et le taux de pénétration des smartphones et des autres appareils numériques. Accès aux smartphones, connexion Internet, télécommunications à bas prix et moyens de paiement en ligne sécurisés sont autant de facteurs qui contribuent à créer un marché économique dans lequel les consommateurs peuvent choisir de se procurer des livres électroniques et où les gouvernements peuvent investir dans l'enseignement numérique.

Facteurs culturels

Les facteurs culturels sont les plus difficiles à prévoir. Ce sont les facteurs qui témoignent des changements concernant le point de vue et les habitudes des individus. Dans le secteur de l'édition traditionnelle, il s'agit de savoir quelle est la place accordée aux livres et à la lecture dans la société et quel est le degré de reconnaissance et de respect des auteurs. Tandis que la plupart des sociétés sont attachées à la lecture dans l'enseignement et encouragent les enfants à lire, les points de vue des différents pays du monde divergent en ce qui concerne le rôle des livres dans la vie active et le débat public. Certains pays sont fiers de leurs auteurs et l'actualité littéraire est présente dans le débat public et les médias.

Le niveau de popularité des dispositifs de lecture numérique ainsi que le temps consacré à la lecture sur smartphone par rapport au temps passé sur les jeux vidéo ou les réseaux sociaux figurent parmi les facteurs de la transition numérique. Comme indiqué précédemment, au Japon, par exemple, le niveau de connexion Internet et le taux de pénétration des smartphones sont parmi les plus élevés, pourtant, le marché du livre électronique ne s'est pas encore entièrement déployé. Dans les marchés occidentaux, les dispositifs de lecture numérique (liseuses) sont populaires, tandis qu'en Pologne et en Russie, on utilise généralement des supports mobiles ou d'autres types d'appareils électroniques qui ne sont pas spécialement conçus pour la lecture⁹¹.

⁹¹ <https://www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/global/shared/global/media-resources/documents/paypal-global-gaming-and-ebooks-study.pdf>.

Facteurs politiques

Les facteurs politiques revêtent un aspect d'intérêt général qui a une incidence sur le secteur de l'édition. Il s'agit, par exemple, du système de taxation, plus particulièrement de la taxe sur la valeur ajoutée, réduite ou nulle, sur les livres, de la réglementation relative au prix unique du livre ou encore des mesures de lutte contre le piratage. Souvent, l'action des pouvoirs publics a aussi une influence sur d'autres facteurs, tels que les programmes d'instruction publique visant à promouvoir à la fois l'alphabétisation et la lecture. Les subventions versées aux bibliothèques contribuent à créer des habitudes de lecture et soutiennent les auteurs et éditeurs locaux. Les régimes de droit de prêt au public⁹² pourraient également aider les auteurs. Les dépenses dans l'enseignement public profiteraient au corps enseignant, aux infrastructures ou à l'achat de manuels. Les mécanismes de concession de licences collectives non seulement représenteraient une source de revenus, mais offriraient également aux auteurs et aux éditeurs un cadre stable consacré à la formation, au dialogue et à la promotion.

Dans l'édition, l'intérêt de ces politiques varie fortement en fonction des branches, mais il importe surtout de relever que l'intérêt général contribue fortement à promouvoir ou à empêcher la progression du secteur de l'édition à l'échelon local, y compris dans le secteur de l'édition numérique.

Certains facteurs clés varient considérablement selon les différentes branches de l'édition. Il est donc nécessaire d'observer les facteurs dans chacune des branches individuellement pour ensuite se pencher sur les facteurs particuliers qui auront un effet sur les produits numériques de l'édition.

4.2 Le facteur déterminant : le choix du consommateur

Tous ces facteurs pèsent sur les choix du consommateur qui va décider s'il consacre du temps et de l'argent à la lecture de livres, mais surtout s'il achète ces livres au format numérique ou continue d'acheter une version imprimée. On peut observer plusieurs raisons qui déterminent le choix du lecteur pour l'un ou l'autre format :

Dix raisons de choisir le numérique :

- les livres électroniques sont (souvent) moins chers;
- les livres électroniques peuvent être lus sur un smartphone ou une tablette et sont donc facilement transportables;

⁹² Voir l'adresse <http://internationalauthors.org/public-lending-right-introductory-guide-launched/>.



- de nombreux livres électroniques peuvent être gardés en mémoire sur le même dispositif qui est léger;
- les livres et les publications électroniques peuvent être actualisés pour fournir les dernières informations disponibles;
- un même dispositif permet de profiter d'autres types de médias tels que la musique, les films et les jeux;
- en public, les livres électroniques permettent aux lecteurs de ne pas se sentir gênés par leurs lectures;
- les fonctionnalités de recherche, de découverte et de renvoi numériques offrent une navigation rapide et précise;
- les éléments multimédias contenus dans les livres électroniques peuvent expliquer certains aspects plus efficacement que des images statiques et permettent ainsi de lire et de profiter de la lecture en s'adonnant à d'autres activités;
- il est possible de modifier la taille des caractères ainsi que d'autres options dans les livres électroniques pour simplifier la lecture; ces fonctionnalités sont importantes pour les personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés;
- les liens vers des œuvres de référence, des pages Wikipédia ou d'autres sources aident à comprendre des contenus complexes ou à lire dans une langue étrangère.

Dix raisons de rester au format papier :

- un livre imprimé bien conçu est également agréable à prendre en main;
- la lecture de livres imprimés offre la possibilité de se déconnecter d'Internet;
- les parents veulent que leurs enfants passent moins de temps sur les appareils connectés;
- les livres imprimés sont faciles à manipuler, robustes et n'ont pas besoin d'être alimentés en électricité ou connectés;
- il est plus aisé de mettre des annotations ou de surligner dans un livre imprimé;
- l'apprentissage est plus efficace avec un livre imprimé;

- les livres imprimés peuvent être offerts en cadeau et mis en valeur sur une étagère ou une table de salon;
- parcourir les rayons d'une librairie est une expérience agréable et un moyen pratique de découvrir de nouveaux ouvrages;
- les appareils connectés sont une source de distraction;
- les livres imprimés sont plus faciles à prêter et à partager que les livres électroniques.

À partir de ces éléments, on constate que le format papier possède encore certains avantages de taille par rapport au format numérique. À l'achat d'une publication imprimée ou numérique, le poids des arguments en faveur de l'un ou l'autre format dépendra du type d'œuvre et du genre de l'ouvrage, de l'usage auquel il est destiné et, surtout, des habitudes propres à chaque individu en matière d'utilisation des outils numériques et de lecture numérique. Cette approche diffère fondamentalement de celle concernant les œuvres musicales et audiovisuelles, où le nombre de personnes à apprécier les avantages d'un support physique en particulier, tel que le disque vinyle, est bien inférieur.

Il est donc nécessaire d'observer la transition numérique du secteur de l'édition en examinant chaque aspect ayant une influence sur la demande dans un marché en particulier, voire même la demande pour un genre ou un ouvrage en particulier, plutôt que d'adopter une approche générale.

Un changement de paradigme essentiel pour les éditeurs : prendre en considération le lecteur

Le lecteur peut désormais choisir entre livre imprimé et livre électronique. Cela crée un changement de paradigme pour les éditeurs. Avant, ceux-ci se limitaient à rendre le contenu accessible dans les formats existants et à travers les quelques canaux de distribution à disposition. Les livres étaient disponibles en édition reliée ou de poche, en librairie ou en bibliothèque. Dans l'environnement numérique, les éditeurs doivent être attentifs aux lieux et aux habitudes de consommation des utilisateurs. Par exemple, si les lecteurs lisent sur leur smartphone entre leur lieu de travail et leur domicile, les ouvrages doivent être édités dans des formats qui pourront être lus facilement sur ces appareils. En outre, le type de contenu peut aussi varier car le lecteur qui se rend sur son lieu de travail ou à son domicile pourra préférer une lecture plus légère ou plus courte. De même, les scientifiques doivent encore se pencher sur les derniers articles de recherche au sein d'un corpus de textes scientifiques en pleine expansion, publiés au niveau international. La technique a rendu les études méta-analytiques et les recherches sur les publications scientifiques possibles. Ces études sont indispensables aux

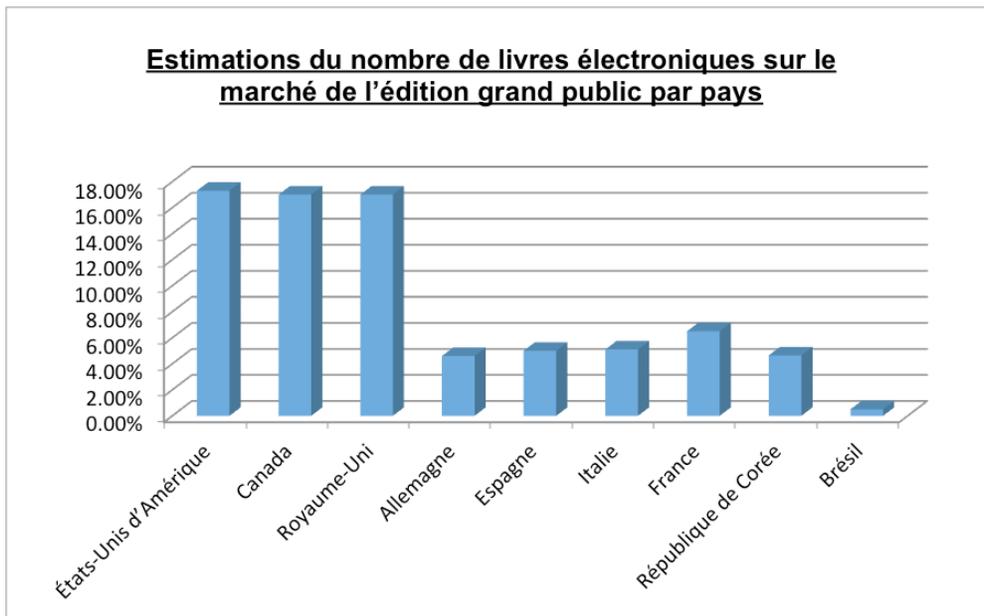


scientifiques simplement pour pouvoir suivre l'évolution de toutes les avancées dans ce domaine. Les derniers outils de recherche et les nouveaux services d'extraction de données sont élaborés par ces mêmes éditeurs de publications scientifiques, qui observent le changement de comportement de leurs auteurs et de leurs lecteurs. Bien que les éditeurs scolaires puissent concevoir des techniques numériques dernier cri et à la pointe de la technique pour le domaine de l'enseignement, le succès à long terme de ces techniques dépendra des enseignants et des étudiants qui utilisent ces outils, soit pour répondre à un besoin, soit pour en tirer réellement avantage. L'enseignement à distance retire un bénéfice évident de l'édition scolaire numérique, car celle-ci permet de résoudre les problèmes d'accès à distance. Toutefois, les outils utilisés en classe ne donneront de bons résultats que s'ils offrent une contrepartie au niveau pédagogique, même lorsque certains enseignants sont peu enclins à changer leurs habitudes d'enseignement.

4.3 Les facteurs de la transition numérique dans l'édition grand public

Dans le marché du livre électronique, il ne suffit pas que les livres soient accessibles en format électronique dans des boutiques en ligne, il faut un écosystème entier comprenant des distributeurs, des vendeurs, des systèmes de paiement, une connexion Internet et des dispositifs de lecture appropriés. Surtout, le passage au numérique suppose de faire évoluer les habitudes de lecture. L'ampleur de cette transition dépend d'une série de facteurs, qui varient fortement à l'échelon national :

- l'accès aux supports de lecture, y compris liseuses, téléphones mobiles et tablettes;
- le niveau de popularité de la lecture sur ce type de support par rapport aux jeux vidéo ou aux réseaux sociaux;
- l'existence de plateformes en ligne sérieuses et fiables;
- l'accès aux livres électroniques à un prix que les lecteurs considèrent comme étant raisonnable; et
- l'accès à des livres imprimés est aussi possible dans une boutique proche de chez soi, ce qui constitue une bonne alternative.



Les taux de pénétration relatifs aux livres électroniques, aux smartphones et à l'utilisation des réseaux sociaux montrent des différences étonnantes, même entre des pays offrant des niveaux de connexion Internet semblables. Les marchés de l'édition du Royaume-Uni, de la France et de l'Allemagne sont forts, à des degrés comparables, mais le Royaume-Uni est le seul pays où le marché du livre numérique est solide. C'est là qu'interviennent les facteurs culturels et les habitudes des lecteurs en ce qui concerne l'utilisation des livres numériques, parfois influencée par les politiques des prix des éditeurs. Si le prix du livre électronique n'est pas largement inférieur à celui de la copie imprimée, le consommateur n'est pas intéressé.

À l'échelon national, l'absence de plateformes fiables de vente en ligne empêche les lecteurs et les éditeurs de se tourner vers le numérique. Cela peut entraîner des effets pervers : sans livres électroniques, pas de lecteurs, et sans lecteurs, pas de livres électroniques. D'un pays à l'autre, cependant, ce sont souvent les travailleurs immigrés qui alimenteront le marché du livre électronique dans leur langue maternelle. Alors que le nombre de personnes qui travaillent et qui vivent à l'étranger augmente, ce qui signifie que ces personnes n'ont plus accès aux librairies qui vendent des livres dans leur langue maternelle, il existe un marché international de librairies en ligne. Par exemple, Amazon.com vend désormais des ouvrages dans plus de 80 langues, y compris dans certaines langues peu communes telles que l'igbo, le same, le rajasthani ou le khmer.



4.4 Les facteurs de la transition numérique dans l'édition scolaire

Les principaux facteurs socioéconomiques de la demande en matière de livres scolaires, au format imprimé ou numérique, sont le nombre d'enfants en âge scolaire et la quantité de fonds publics alloués au contenu pédagogique. Cependant, pour le secteur de l'édition, la politique en matière de marchés publics est le facteur le plus important. L'État peut ainsi stimuler, de façon délibérée ou non intentionnelle, le déploiement du marché local de l'édition scolaire, selon la façon dont il achète les manuels scolaires et les ressources pédagogiques numériques.

Un facteur socioéconomique essentiel de la transition numérique concerne l'accès aux technologies de l'information et de la communication dans le milieu scolaire. Dans les pays de l'OCDE, plus de 90% des élèves ont accès à un ordinateur à l'école⁹³, même si, en moyenne, seuls 72% d'entre eux déclarent en faire une utilisation régulière. Alors que l'accès à un environnement et une connexion informatiques est plus faible au niveau mondial, la tendance générale est claire : les ordinateurs et les outils numériques seront bientôt utilisés dans la plupart des établissements d'enseignement, sauf dans le cas des établissements d'enseignement alternatifs, peu nombreux mais en augmentation, dont la pédagogie exclut expressément l'utilisation d'outils comprenant des écrans.

Tandis que les politiques publiques influencent le secteur de l'édition scolaire, le succès des initiatives numériques dépend en grande partie de facteurs culturels, tels que ceux qui reflètent le point de vue et les habitudes des enseignants et des élèves. Il s'agit, surtout, de définir dans quelle mesure les enseignants ont la possibilité et la volonté d'intégrer les outils numériques dans leur méthode d'enseignement. Les enseignants voient souvent d'un mauvais œil ces changements technologiques, et parfois à raison : ces dernières décennies, les écoles se sont essayées aux nouvelles techniques pour tenter d'améliorer les résultats scolaires. Télévision en classe, enseignement sur ordinateur dès la petite enfance, laboratoire de langues, tableau interactif ou simulation d'environnement numérique, etc., tous ont été expérimentés dans les écoles. L'enthousiasme suscité au départ par ces nouveaux outils a rapidement disparu. Malgré l'aspect attrayant et moderne que présentaient les derniers modèles technologiques et gadgets, ceux-ci ont rarement comblé les attentes en matière d'amélioration des résultats scolaires. Dès lors que les données empiriques montrent qu'il faut adopter une approche plus objective et différenciée, une nouvelle technique voit le jour et est présentée comme étant la panacée.

⁹³ <http://dx.doi.org/10.1787/888933252791>.

Étude de cas : étude de l'OCDE sur les outils informatiques et l'apprentissage

En 2015, les scientifiques de l'OCDE ont publié un rapport intitulé : "*Students, Computers and Learning*"⁹⁴. Cette publication analyse les résultats de l'enquête globale du Programme international pour le suivi des acquis des élèves (PISA) de 2012 et examine les liens entre les centaines de données rassemblées auprès des élèves participants, des écoles et des établissements d'enseignement. L'étude examine en particulier les facteurs de corrélation probables entre les très bons résultats du PISA en compréhension de l'écrit et en mathématiques, et les facteurs qui semblent avoir des effets négatifs sur ces résultats. L'énorme quantité que représentent les ensembles de données permet d'isoler les effets propres à chaque pays et de corriger les facteurs socioéconomiques ou tout autre facteur.

Alors que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) est en constante augmentation dans le monde, les effets des TIC sont minimes, voire inexistantes, sur les résultats du PISA.

L'étude conclut que : "Malgré les importants investissements consentis dans l'environnement informatique, dans les connexions Internet et dans les logiciels pour l'enseignement, peu de preuves tangibles démontrent qu'une utilisation accrue des ordinateurs par les élèves entraîne de meilleurs résultats en mathématiques et en compréhension écrite."

Le rapport conclut que : "[I]l reste encore à réaliser et exploiter pleinement les réelles contributions que les technologies de l'information et de la communication sont susceptibles d'apporter à l'enseignement et l'apprentissage."

Souvent négligé, le facteur qui va stimuler ou empêcher la transition numérique dans le domaine de l'enseignement est la préférence des élèves. Aujourd'hui encore, un nombre étonnant d'élèves semble préférer étudier avec des manuels imprimés. Des études menées entre 2010 et 2013⁹⁵ auprès d'élèves du secondaire aux États-Unis d'Amérique, au Japon, en Allemagne, en Slovaquie et en Inde ont révélé qu'entre 77% (Japon) et 95% (Allemagne, et la différence de facteurs culturels est notable) des élèves ont trouvé qu'il était plus facile de se concentrer en lisant des ouvrages imprimés et que 87% d'entre eux ont répondu que si le coût était identique, ils choisiraient des ouvrages imprimés en

⁹⁴ http://www.oecd-ilibrary.org/education/students-computers-and-learning_9789264239555-en;jsessionid=431j0347ad3qp.x-oecd-live-02.

⁹⁵ Baron Naomi, Words Onscreen : *The Fate of Reading in a Digital World*, 2015. <http://www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-92-percent-college-students-prefer-paper-over-pixels-20160208-story.html>



tant que support de cours. Ces résultats corroborent les recherches démontrant que la capacité de lecture et de mémorisation des élèves varie en fonction du support utilisé, entre média numérique et livre imprimé. Les ouvrages imprimés offrent moins de distractions et facilitent la prise de notes, ce qui améliore la capacité d'apprentissage. Actuellement, ces résultats sont en contradiction avec de nombreuses politiques visant à promouvoir l'enseignement numérique. Ils démontrent aussi que les simples lois du marché peuvent être influencées par les habitudes des individus et que les différents facteurs favorisant le passage au numérique doivent être pris en considération.

4.4.1 Stratégies dans le secteur de l'édition scolaire numérique

Tous les éditeurs scolaires les plus importants dans les économies développées ont investi dans les produits numériques et proposent des produits numériques pour l'enseignement. Dans un premier temps, la transition entre le manuel imprimé et la version électronique au format fixe a été un ajustement mineur. Ensuite, les éditeurs ont rendu le format des livres électroniques ajustable pour que ceux-ci puissent être lus sur différents supports numériques. Avec l'arrivée du format de publication EPUB3, les éditeurs ont investi encore davantage dans le livre électronique en ajoutant des niveaux de structure et de navigation, des liens, des contenus multimédias et des fonctionnalités interactives, des épreuves et des exercices au contenu électronique. Le manuel imprimé et électronique devient ainsi un élément central au sein d'un environnement d'apprentissage virtuel (EAV) plus vaste, dans lequel le contenu, les exercices, le soutien et les épreuves scolaires forment un ensemble vendu en un seul bloc.

Dans les faits, ces éditeurs ont arrêté de vendre des livres et commencé à fournir des services éducatifs. Certains sont même allés plus loin et ont ouvert des classes de maternelle et des écoles privées. Un nouveau marché s'est également construit autour des écoles privées dont les frais de scolarité sont peu élevés. Ces écoles sont destinées principalement aux familles à faibles revenus des pays en développement qui désirent offrir à leurs enfants un enseignement de qualité à un prix abordable⁹⁶.

Le passage du format papier à l'EAV ne se fera pas de manière linéaire ni sans accroc, et il n'est actuellement pas possible de définir clairement dans quelle mesure la transition numérique s'effectuera.

4.4.2 La réaction des éditeurs face à la transition numérique

Malgré les résultats du PISA de 2015 qui continuent de montrer les effets négatifs en lien avec l'utilisation des TIC et les résultats du PISA à la fin de l'enseignement

⁹⁶ <https://www.theguardian.com/global-development/2012/jul/03/pearson-invest-private-education-africa-asia>.

secondaire, les éditeurs n'ont aucune raison de ne pas continuer leur transition vers le numérique. Avec le temps, les outils numériques trouveront leur place dans le domaine de l'enseignement, répondront à des problèmes particuliers et seront plus efficaces que les manuels traditionnels. Dans ce marché en mutation, les éditeurs vont au minimum suivre le mouvement, tandis que certains en seront les chefs de file.

La plupart des éditeurs scolaires ont adopté le numérique et proposent désormais des produits numériques ou du moins des contenus supplémentaires sous forme numérique. La maison d'édition Pearson, le plus important acteur de l'édition scolaire dans le monde, ne se définit plus en tant qu'éditeur mais comme l'entreprise de référence du domaine de l'enseignement dans le monde. Certains éditeurs concentrent leurs efforts sur les moyens permettant de proposer des contenus numériques, avec en ligne de mire une rentabilité à court et à moyen terme. Même les éditeurs les plus prudents auront un avantage à proposer certains types de contenus en ligne. Par exemple, certains éditeurs n'envoient plus d'exemplaires imprimés aux enseignants, mais leur donnent accès à des manuels au format numérique, car c'est une manière plus sûre et moins onéreuse de promouvoir leurs manuels et d'en encourager l'utilisation.

Alors que les produits et techniques numériques nécessitent d'importants investissements dans le savoir-faire et les techniques de pointe, la question essentielle de la transition numérique dans le domaine de l'enseignement reste celle du modèle commercial qui ne s'est pas encore pleinement adapté à cette nouvelle gamme de produits. Dans beaucoup de pays, les écoles prévoient l'achat de manuels au format papier, mais le processus d'allocation de fonds pour des produits numériques est plus compliqué. Les livres imprimés sont encore souvent demandés, mais on attend des éditeurs qu'ils offrent gratuitement le contenu numérique et le matériel pertinent. Il s'agit d'une dépense supplémentaire, mais celle-ci ne rapporte quasiment rien. Dans le pire des cas, les nouveaux supports de lecture devenus nécessaires seront inscrits au même poste budgétaire que celui des manuels.

Malgré cela, certains éditeurs scolaires ont étoffé et mis à l'essai leur gamme de logiciels, d'applications et d'EAV.

4.4.3 Environnements d'apprentissage virtuels, applications et formations en ligne ouvertes à tous (MOOC)

Alors que les manuels restent un pilier central de l'enseignement primaire et secondaire, certains éditeurs les perçoivent désormais comme des éléments au sein d'un ensemble plus vaste de ressources d'apprentissage. Internet leur donne la possibilité de proposer des épreuves, des exercices ou du matériel



pédagogique supplémentaires. Ces derniers peuvent être vendus sous licence avec l'ouvrage ou vendus séparément, y compris aux parents.

Contrairement aux outils d'enseignement numériques utilisés en classe aux niveaux primaire et secondaire, les outils d'apprentissage en ligne et à distance dans l'enseignement supérieur ont rencontré un franc succès. Avec les cours en ligne, les répertoires numériques et les ressources éducatives libres, l'accès au contenu pédagogique a cessé d'être un obstacle à l'enseignement pour tous ceux qui ont un accès à Internet et ne peuvent pas se rendre en classe ou ont besoin d'étudier durant leur temps libre. Dans ce contexte, les éditeurs doivent faire face à de nouveaux arrivants : les sociétés Internet.

Les manuels ne sont pas au centre de la stratégie des sociétés Internet. Celles-ci vont, par exemple, choisir un cours en ligne en tant que ressource pédagogique principale et élaborer leur offre de cours à travers un site Web. Finalement, les deux approches peuvent produire les mêmes résultats : un EAV, dans lequel les étudiants sont susceptibles de trouver toutes leurs ressources, de faire des exercices et des examens et même, dans le cas des cours en ligne, d'obtenir un certificat.

Par conséquent, les éditeurs sont désormais en concurrence avec les sociétés Internet les plus importantes dans le marché de l'enseignement. Alors que ces sociétés ont l'avantage de bénéficier de ressources plus abondantes, auquel s'ajoute le savoir-faire en matière de conception et de technique, elles n'ont souvent qu'une compréhension limitée du matériel pédagogique et s'adaptent difficilement aux exigences des programmes d'enseignement locaux. Plusieurs d'entre elles répondront aux normes de formation internationales afin de proposer leurs produits à l'échelon international. Les formations en ligne ouvertes à tous (MOOC) sur Internet offrent généralement une grande partie des contenus gratuitement, mais de nouveaux moyens ont été trouvés pour les rentabiliser, notamment la publicité, l'affiliation, les certificats payants ou l'échange de cours de soutien. La vente d'informations concernant les étudiants à des entreprises à la recherche de candidats aux résultats brillants demeure une question controversée. Tous les éditeurs scolaires doivent être conscients de la nature délicate des informations personnelles⁹⁷.

4.4.4 Les manuels dans l'enseignement supérieur

La publication de manuels destinés à l'enseignement supérieur est un marché qui s'étend à l'international. Les établissements d'enseignement supérieur et les universités de différents pays sont susceptibles de demander à leurs étudiants

⁹⁷ Voir des exemples à l'adresse <http://mfeldstein.com/popular-discussion-platform-piazza-getting-pushback-selling-student-data/>.

de lire les mêmes manuels pour leurs cours. Cela a créé un marché mondial entre éditeurs internationaux et étudiants des universités du monde entier. Ce marché mondial a ses propres limites. Si un nombre suffisant d'étudiants aux États-Unis d'Amérique ont la possibilité et la volonté de dépenser 250 dollars ou plus dans un manuel, les étudiants de la plupart des autres pays jugent ces prix excessifs. Les éditeurs ont donc élaboré une série de stratégies pour lutter contre les importations parallèles dans les pays qui pratiquent des prix inférieurs et les étudiants ont mis au point des méthodes pour éviter de devoir déboursier de telles sommes. Ces tendances concernent de manière spécifique le marché des manuels universitaires et se distinguent totalement de celles du marché de l'édition dans l'enseignement des niveaux primaire et secondaire.

Beaucoup d'étudiants considèrent que les manuels universitaires sont très onéreux. Traditionnellement, ceux qui n'avaient pas les moyens achetaient soit des ouvrages de seconde main, soit des copies piratées. Plus récemment, les étudiants ont commencé à importer leurs ouvrages des pays en développement, où des ouvrages similaires sont vendus à des prix bien inférieurs. Les éditeurs ont alors réagi de différentes manières. Dans certains cas, ils ont cessé de proposer des éditions à bas prix. Dans d'autres, ils ont modifié les éditions destinées aux pays en développement, en y ajoutant des contenus applicables spécifiquement au pays concerné ou en modifiant la structure des ouvrages, à l'avantage des étudiants des pays en développement, désormais mieux servis. La meilleure solution pour les éditeurs a été de proposer des contenus numériques supplémentaires. L'accès aux sites Web contenant des ressources supplémentaires peut-être vendu avec l'ouvrage imprimé. La licence peut-être facilement limitée dans le temps, verrouillée ou limitée à une zone géographique. Avec ces nouvelles particularités, le livre usagé ou importé sur le marché parallèle perd de sa valeur ajoutée lorsque sa licence a expiré ou s'il est utilisé dans un pays différent.

4.5 Facteurs de la transition numérique dans l'édition scientifique et professionnelle

Le marché de l'édition scientifique et professionnelle est essentiellement mondial, plutôt que national, ce qui se prête davantage au numérique qu'à l'impression, dans la mesure où l'Internet permet une diffusion instantanée et touchant un public mondial, deux conditions essentielles pour les chercheurs qui publient leurs travaux. Le World Wide Web a été inventé par un scientifique, Tim Berners-Lee, en 1989. Il n'est donc pas surprenant que la branche scientifique de l'édition soit probablement celle qui est allée le plus loin en termes de transition numérique. Néanmoins, une grande variété de facteurs continuent d'influer considérablement sur le développement du marché du numérique dans cette branche.



Les principaux facteurs sont liés à l'évolution de l'environnement de la recherche, notamment l'internationalisation et la croissance de la recherche et de ses résultats et l'exigence d'une diffusion plus rapide des travaux et d'un accès immédiat aux dernières publications scientifiques, qui sont les éléments les plus importants du point de vue du lecteur, c'est-à-dire du chercheur.

L'un des facteurs déterminants de la croissance du marché des revues scientifiques est le nombre d'articles publiés. Comme l'indiquait en 2011 l'Académie des sciences britannique, "depuis le début du XXI^e siècle, les dépenses mondiales consacrées à la recherche-développement ont quasiment doublé, les publications ont augmenté d'un tiers et le nombre de chercheurs continue de croître" (passant de 5,7 millions à 7,1 millions entre 2001 et 2007). De même, le nombre d'universitaires et de chercheurs a augmenté régulièrement⁹⁸. Comme le nombre d'articles publiés par chacun d'entre eux a également augmenté, il a fallu que l'édition renforce ses capacités afin de faire de la place à leurs publications et exerce une pression sur les acheteurs (généralement, des bibliothèques universitaires) afin qu'ils trouvent de nouvelles sources pour financer cet espace. Il en résulte des pressions de la part des auteurs (les chercheurs) et des clients (les bibliothèques universitaires) qui exigent la diffusion sous forme numérique en même temps que des coûts d'accès moins élevés.

L'environnement numérique a rendu l'espace de publication moins rare, étant donné que les revues ne sont plus soumises aux mêmes limitations que lorsqu'elles étaient imprimées. Le facteur limitant le développement de ce marché est (à l'heure actuelle) le budget des bibliothèques. Le marché des périodiques n'est pas très sensible au prix : les clients sont dans leur grande majorité des bibliothèques universitaires. Les variations du prix d'accès aux revues ou aux bases de données importantes, à la hausse ou à la baisse, ont très peu de répercussions sur le nombre d'abonnements.

Un autre facteur significatif est la forte demande, de la part des chercheurs, en faveur de délais de publication plus courts, de produits plus élaborés sur le plan technique (hyperliens, multimédia) et dont le contenu est plus facile à réutiliser.

Le troisième facteur pour les éditeurs de cette branche, et le plus souvent évoqué, est le facteur politique. Les initiatives de libre accès visent à garantir que la recherche soit accessible gratuitement à tous les chercheurs comme au grand public. L'argument le plus souvent invoqué en faveur de tels objectifs de politique générale est que la recherche subventionnée au moyen de fonds publics devrait être accessible au public. L'argument concernant la nature même de la

⁹⁸ Royal Society (2011) Knowledge, Networks and Nations : Global scientific collaboration in the 21st century. Royal Society (Royaume-Uni). https://royalsociety.org/~media/Royal_Society_Content/policy/publications/2011/4294976134.pdf.

communication scientifique a davantage de poids. La science et les chercheurs exigent une transparence absolue, un droit de regard de tous et un accès universel à la totalité des connaissances scientifiques sur un pied d'égalité. S'il certaines initiatives en matière de libre accès sont prises par des scientifiques, des bibliothèques ou des établissements universitaires, les initiatives les plus efficaces ont été lancées par les pouvoirs publics ou par des organismes de financement de la recherche, telles que les politiques de publication ouverte mises en place par le Wellcome Trust⁹⁹ ou la Fondation Bill et Melinda Gates¹⁰⁰.

La gratuité du contenu au point de consommation requiert un modèle commercial dans lequel quelqu'un d'autre qu'un acheteur ou un abonné doit payer. Les éditeurs et les décideurs expérimentent de nombreux modèles économiques (voir le chapitre 5 ci-après pour plus de détails) dans l'espoir d'en trouver un qui soit rentable, qui préserve la qualité des publications ainsi que la liberté scientifique, et qui soit viable sur le long terme.

Il existe des modèles économiques mixtes qui incluent une certaine forme de libre accès, soit avec un embargo, soit avec des archives ouvertes spécifiques¹⁰¹. Les pouvoirs publics peuvent également délivrer des licences nationales pour le compte des éditeurs ou conclure d'autres formes de licences. Les éditeurs peuvent changer leur modèle commercial afin de demander aux chercheurs de payer la publication. Ce dernier modèle apporte son propre lot de problèmes : à moins que le financement ne soit couvert par une bourse de recherche, il donne le pouvoir à ceux qui, dans les milieux universitaires, tiennent les cordons de la bourse. Cela conduit également à des pratiques éditoriales contraires à l'éthique, avec des éditeurs prédateurs qui montent de fausses revues à l'allure respectable pour inciter des chercheurs peu avisés à publier chez eux¹⁰².

La numérisation observée dans ce secteur s'est opérée pour l'essentiel dans le domaine des revues scientifiques, mais les monographies suivent de près et les mêmes facteurs qui influent sur périodiques affectent de plus en plus les formes de publication plus durables.

En 2009, seuls les deux tiers environ des éditeurs publiaient sous forme électronique¹⁰³, et les recettes qu'ils tiraient des livres électroniques représentaient moins de 10% des ventes totales. Cependant, ce chiffre a considérablement augmenté depuis lors en raison de la demande croissante pour

⁹⁹ <https://wellcome.ac.uk/funding/managing-grant/open-access-policy>.

¹⁰⁰ <https://www.gatesfoundation.org/fr/How-We-Work/General-Information/Open-Access-Policy>.

¹⁰¹ Pour un aperçu, voir <https://scicasts.com/insights/2123-open-science/10333-evolution-of-open-access-policies-and-business-models-which-way-to-the-future/>.

¹⁰² <https://www.nature.com/news/investigating-journals-the-dark-side-of-publishing-1.12666>.

¹⁰³ <http://www.alpsp.org/Reports-Publications/scholarly-book-publishing-practice-first-survey-2009>.



répondre à l'augmentation du contenu d'une manière plus rentable qui permette également une plus grande diffusion à l'échelle internationale.

5. L'ÉCONOMIE DE L'ÉDITION DANS L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

5.1 Introduction : l'édition et l'environnement numérique

La révolution numérique est une révolution non seulement technologique mais également sociale. Comme toutes les révolutions, il est difficile de juger de leur incidence profonde sur la société alors qu'elles sont encore en cours. Les auteurs, les éditeurs et les décideurs doivent s'adapter à un environnement imprévisible et en mutation rapide. Dans leur évaluation de la vitesse et de la portée de la transformation numérique dans leur secteur et leur branche, ceux-ci se doivent également réfléchir aux modèles économiques que l'environnement numérique permet, voire exige.

Pour l'industrie du livre, les aspects technologiques de la révolution numérique sont particulièrement importants : ils influent sur la manière dont les livres et autres publications sont produits, distribués, lancés et consommés. Cependant, les bouleversements sociaux et comportementaux, c'est-à-dire les facteurs culturels, sont encore plus spectaculaires : ils modifient les habitudes de consommation, l'attitude envers la lecture, les attentes en matière de prix et la manière dont les lecteurs veulent interagir avec les auteurs, les livres, les librairies et les autres lecteurs. La globalisation du secteur de l'édition, à l'instar de nombreuses autres industries, résulte à la fois des nouvelles technologies et de l'évolution des comportements et des attitudes.

5.2 La chaîne de valeur traditionnelle de l'édition

Une chaîne de valeur est un modèle qui décrit la séquence d'intermédiaires commerciaux qui apportent une valeur ajoutée au produit final. Le contenu créé par les auteurs et autres titulaires de droits passe par la chaîne de valeur de l'édition avant d'atteindre les consommateurs et les lecteurs. La chaîne de valeur se présente de manière très différente entre l'édition grand public, l'édition scolaire et l'édition scientifique. Au sein de chaque branche, il a aussi toujours existé des variantes et des acteurs qui ont mis au point leurs propres chaînes de valeur, parfois particulières; c'est pourquoi les sections qui suivent décrivent des scénarios typiques au sein desquels des auteurs et des éditeurs peuvent avoir élaboré leurs propres variantes.

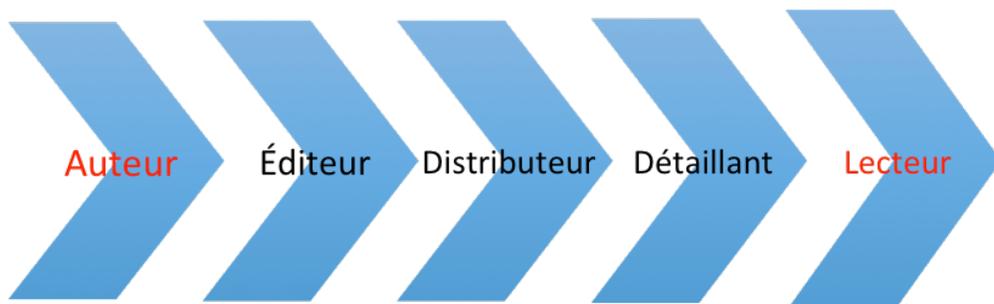
5.2.1 *L'édition grand public*

Dans le domaine de l'édition grand public, la chaîne de valeur traditionnelle est simple : les auteurs concèdent leurs œuvres sous licence aux éditeurs, souvent appuyés par des agents qui les aident à dénicher des auteurs de talent et se



spécialisent dans la négociation de licences pour leur compte. Les éditeurs sélectionnent les œuvres et se chargent de l'édition et de la production du livre (y compris la vérification de la cohérence et de la lisibilité, la présentation générale, le titre, la mise en forme et l'impression). Les ouvrages imprimés doivent être stockés avant d'être distribués, ce qui suppose généralement l'intervention de grossistes et de distributeurs. Les campagnes de vente, de promotion et de relations publiques sont généralement assurées par les détaillants et contribuent à susciter l'intérêt et la demande du public. Pour un titre de fiction, la période de promotion active s'étend sur 18 mois au maximum, ensuite de quoi, il est maintenu au catalogue de l'éditeur pendant un certain temps avant que les droits ne reviennent à l'auteur à la fin de sa durée de vie commerciale.

Dans la chaîne de valeur traditionnelle, il existe indéniablement des goulots d'étranglement. C'est-à-dire qu'il existe des points de rareté, difficiles à franchir pour les livres imprimés. Ces goulots d'étranglement résident traditionnellement dans la difficulté à se faire publier dans un premier temps et ensuite à assurer la disponibilité physique du livre, en d'autres termes, de l'acheminer dans des librairies où les clients pourront l'acheter. Les grands éditeurs ont un avantage certain et les nouveaux venus sur le marché auront du mal à faire en sorte que leurs livres soient stockés, distribués, mis en rayon et activement promus par les vendeurs en librairie.



5.2.2 *L'édition scolaire*

La chaîne de valeur de l'édition scolaire peut varier considérablement selon la politique du pays en matière de marchés publics. Dans les cas les plus extrêmes, les pouvoirs publics peuvent rédiger, imprimer et publier eux-mêmes les manuels scolaires. Dans ce cas, il n'y a aucune chaîne de valeur commerciale. Les auteurs et éditeurs privés se concentrent alors en général sur le segment périscolaire, c'est-à-dire celui du matériel complémentaire destiné aux parents qui, lui, repose sur la chaîne de valeur de l'édition commerciale. Mais il est plus fréquent que les pouvoirs publics mettent la production d'un manuel scolaire sous appel d'offres

et signent un contrat avec le soumissionnaire retenu. C'est alors le seul point de rareté. Non seulement ces grands appels d'offres favorisent par eux-mêmes la corruption et les manipulations, mais ils entravent également le développement de l'édition scolaire locale. Seules les maisons d'édition très stables financièrement peuvent maintenir le niveau de compétences élevé qu'exige la production de manuels scolaires de qualité, compte tenu du nombre d'appels d'offres limité dans le temps. C'est pourquoi ces appels d'offres font vivre les éditeurs internationaux au détriment de l'édition scolaire locale.

À l'autre extrémité, les pouvoirs publics peuvent se contenter de prescrire les programmes et se tenir à l'écart de la production des manuels. Ils comptent alors sur les éditeurs, qui sont en concurrence les uns avec les autres, pour produire, vendre, commercialiser et distribuer leurs manuels aux établissements et aux enseignants. La plupart des pays ont des politiques de passation de marché pour les manuels scolaires qui autorisent une certaine concurrence dans le secteur de l'édition. Certains peuvent insister pour que les éditeurs livrent les manuels en grande quantité dans des entrepôts gérés par les pouvoirs publics et organiser eux-mêmes leur distribution. Dans d'autres pays, les éditeurs vendent leurs manuels aux établissements tout en permettant aux librairies d'en assurer la distribution. C'est un moyen de soutenir les librairies locales qui peuvent compter sur les recettes régulières générées par la vente de ces manuels.

PROGRAMME

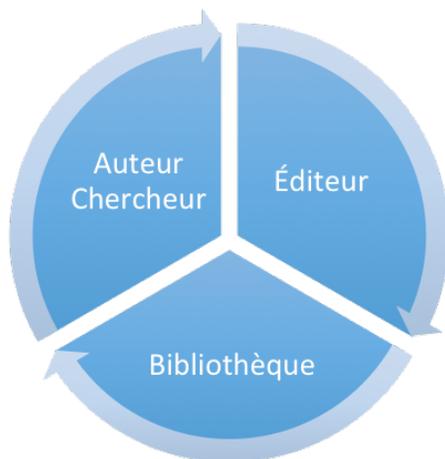


5.2.3 L'édition scientifique

L'édition scientifique présente des similitudes avec l'édition grand public, en particulier sur le marché de la monographie. Cependant, pour de nombreux éditeurs scientifiques, il existe une version condensée de la chaîne de valeur commerciale dans laquelle ils vendent leurs publications (monographies et revues scientifiques) soit directement aux bibliothèques, soit, souvent, par l'intermédiaire de sociétés proposant des abonnements. Les librairies vendent rarement des



revues et constituent un débouché limité pour les monographies¹⁰⁴. Une des différences notables entre l'édition scientifique et l'édition grand public réside dans le fait que l'acheteur n'est généralement pas le consommateur : la majorité des ventes sont destinées aux bibliothèques et non à l'utilisateur final.



5.3 Les chaînes de valeur de l'édition sur l'Internet

Le secteur de l'édition a dans un premier temps cherché à reproduire sa chaîne de valeur traditionnelle sur l'Internet. Cependant, à leur niveau le plus élémentaire, les technologies numériques permettent une communication et une diffusion directes du contenu entre toutes les personnes participant à la chaîne de valeur. Cela peut se faire par l'intermédiaire d'applications spécifiques ou de sites sur le World Wide Web. Compte tenu du faible coût en jeu et de la facilité d'obtention des compétences techniques nécessaires, les obstacles à l'établissement d'une présence sur l'Internet sont très peu nombreux. Pour les auteurs, l'Internet lève une grande partie des obstacles à l'entrée qui entravent la distribution commerciale de leurs œuvres imprimées. De la même façon, toutes les autres parties prenantes ayant des fonctions traditionnellement distinctes dans la chaîne de valeur ont également la possibilité d'étendre leurs services à des domaines précédemment réservés à leurs partenaires commerciaux.

Alors qu'en théorie la diminution des obstacles à l'entrée devrait permettre une concurrence illimitée, les effets de réseau produisent souvent le résultat inverse, c'est-à-dire des positions dominantes dans la chaîne de valeur. L'examen des conséquences économiques et sociales de l'Internet ne saurait passer sous silence la domination écrasante d'un petit nombre de parties

¹⁰⁴ Morris, S, Barnas, E, LaFrenier, D and Reich M (2013) *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge University Press.

prenantes, et ce phénomène ne se cantonne pas à l'édition ou aux industries de la création. Google, Facebook, Twitter, Uber, Airbnb et Netflix sont autant d'exemples d'entreprises dominantes sur leurs créneaux respectifs. La principale préoccupation des auteurs et des éditeurs est la domination d'une seule et unique librairie en ligne, par exemple Amazon, sur les marchés du livre imprimé et du livre électronique en Amérique du Nord et dans la plupart des pays d'Europe occidentale. Il existe des pays où d'autres acteurs locaux occupent une position similaire ou concurrencent effectivement Amazon (voire la dépassent en termes de ventes). C'est notamment le cas de Dangdang en Chine, de Flipkart en Inde ou de Vinabook au Viet Nam.

Alors que le secteur de l'édition se mondialise de plus en plus, il importe de noter que les modèles économiques étudiés ici ne sont pas uniformément répartis dans le monde et qu'il existe des différences géographiques et sectorielles. Cependant, outre la simplification de la chaîne de valeur traditionnelle, l'Internet a fait apparaître trois principaux types de modèles économiques : l'autoédition par les auteurs, le contenu généré par les utilisateurs et le contenu sponsorisé. Au sens le plus large, il existe également un quatrième modèle commercial, à savoir la diffusion non autorisée d'œuvres protégées par le droit d'auteur, autrement dit le piratage. Le présent chapitre s'intéressera à ces quatre modèles économiques et à leurs incidences.

5.3.1 *La chaîne de valeur traditionnelle passe au numérique*

La chaîne de valeur traditionnelle de l'édition grand public joue encore un rôle important sur Internet : les auteurs autorisent les éditeurs à produire, distribuer et commercialiser des livres en format imprimé ou électronique. Les livres sont entreposés et vendus dans des librairies en ligne où les lecteurs les consultent et les achètent ou les téléchargent. Cependant, la chaîne de valeur traditionnelle est très différente sur Internet.

Les coûts de publication dans l'environnement numérique

Pour les maisons d'édition, les coûts afférents à la création du premier exemplaire d'une œuvre sont très similaires, qu'il s'agisse du format imprimé ou numérique. Ils comprennent les étapes de publication, de mise en page, de conception et autres. Cependant, le fait qu'un livre imprimé ne soit pas produit permet de faire des économies. Toutefois, les redevances versées aux auteurs pour les livres électroniques ont tendance à être plus élevées que dans l'environnement papier. En effet, tandis que les redevances sont de l'ordre de 8 à 15% dans l'environnement papier, elles avoisinent souvent 25% pour les livres électroniques, certains organismes de défense des auteurs réclamant 50%¹⁰⁵.

¹⁰⁵ <https://www.theguardian.com/books/2010/jul/12/ebooks-publishing-deals-fair>.



Compte tenu des tarifs et des redevances alléchants proposés par les services de publication à compte d'auteur, la marge de négociation de redevances plus élevées est beaucoup plus large. Tandis que les éditeurs réalisent globalement des économies, certaines sont répercutées sur le client. Dans la plupart des pays, les livres électroniques coûtent moins cher que les livres imprimés.

Dans l'édition scolaire et scientifique et pour certaines maisons d'édition, l'édition numérique implique des investissements supplémentaires non négligeables. La création d'une édition numérique peut nécessiter de nouvelles compétences techniques et des investissements supplémentaires (voir la section ci-après sur les méta-données); l'éditeur peut avoir besoin de créer des archives sophistiquées (des bases de données pour l'édition scientifique, par exemple) avec des outils de recherche et de consultation; et la livraison du contenu à des intermédiaires comme les bibliothèques peut se révéler plus complexe.

Les éditeurs de manuels scolaires doivent également investir des sommes importantes dans le développement de contenu supplémentaire en ligne (pour ajouter du contenu interactif tel que des exercices, des vidéos, du matériel pédagogique, etc.). Cela nécessite des compétences techniques et des ressources supplémentaires considérables.

Les librairies en ligne doivent accroître leur présence sur Internet. Par conséquent, la structure des coûts est très différente de celle des librairies traditionnelles. Bien que les frais d'infrastructure (frais généraux) puissent être beaucoup plus élevés, ils tendent à générer des économies sur d'autres postes; ainsi, aux États-Unis d'Amérique, les circuits de distribution traditionnels ont besoin, en moyenne, de 47 salariés pour atteindre un chiffre d'affaires de 10 millions de dollars, tandis qu'Amazon n'a besoin que de 14 salariés pour atteindre le même objectif¹⁰⁶.

La valeur ajoutée des différents intermédiaires n'est plus la même

La valeur ajoutée des différents intermédiaires n'est pas la même dans un environnement numérique. Bien que la production d'exemplaires imprimés puisse encore avoir de la valeur pour certains auteurs et certains lecteurs (les livres d'art en papier glacé ou les éditions soigneusement reliées), l'exigence d'exemplaires imprimés a diminué voire disparu dans certains domaines, ce qui fait que ce service n'est plus nécessaire ni valorisé.

Depuis l'émergence du livre électronique, les éditeurs ne sont plus les gardiens des librairies; les bibliothèques ne sont plus les seuls dépositaires de l'information; et les librairies ne sont plus l'endroit le plus adapté pour acheter un livre. Du fait de ce changement, les éditeurs qui publiaient les thèses de doctorat

¹⁰⁶ <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#4c3343e65a3a>.

contre rémunération ont été parmi les premiers à disparaître du marché à cause de l'Internet, étant donné que la plupart des bibliothèques universitaires diffusent gratuitement les thèses en ligne et n'ont plus vraiment besoin d'un exemplaire imprimé. Bien que la distribution numérique semble très simple à première vue, elle nécessite l'acquisition de nouvelles compétences qui augmentent les coûts, notamment :

- les contrôles d'accès (seul le destinataire concerné doit recevoir la publication);
- le formatage (le format fourni au consommateur ou à l'acheteur doit être compatible avec le système qu'il utilise – Kindle, ePub, PDF, etc.);
- le contrôle de version (la bonne version doit être fournie);
- les systèmes de paiement en ligne (avec mécanismes de remboursement); et
- les méta-données (pour les systèmes de catalogage, de consultation et d'indexation).

Les métadonnées

Les métadonnées ont pris une importance considérable sur Internet. Les méta-données sont des informations sur les données. En ce qui concerne les livres, il s'agit d'informations bibliographiques qui décrivent le livre, c'est-à-dire le titre, l'auteur, l'éditeur, la date et le lieu de publication. Il peut également s'agir d'informations sur le contenu (genre, langue, mots-clés, domaine, niveau de langue, etc.) ou sur le format de publication (pour les versions imprimées : taille ou autres caractéristiques; pour les livres électroniques : format de fichier, options et caractéristiques d'accessibilité). Les méta-données incluent souvent des identifiants pour les œuvres, les éditions, les auteurs, les éditeurs et autres contributeurs. Elles peuvent également contenir des informations sur les droits et les ayants droit actuels pour différents droits et territoires.

Les métadonnées ne sont pas seulement importantes pour les livres électroniques. Le réseau traditionnel de distribution commerciale des livres imprimés est plus efficace et fiable depuis que les catalogues et bases de données bibliographiques comprennent des méta-données standardisées, notamment le numéro ISBN, ainsi que d'autres données qui permettent de découvrir des ouvrages sur la base d'une série de critères.

Les méta-données sont encore plus importantes sur Internet. En effet, les sites Internet ont de très petites "vitrines", c'est-à-dire des écrans où les livres peuvent être présentés. Même ce petit écran est personnalisé afin que les



clients voient des livres qui sont sélectionnés en fonction de leurs goûts ou pour la promotion desquels les éditeurs ont rémunéré le site. La recherche et la consultation supposent que l'utilisateur entre des données de recherche qui sont ensuite associées aux méta-données contenues dans les bases de données bibliographiques.

La gestion des méta-données est très importante et est aussi l'un des principaux moyens utilisés par les éditeurs pour ajouter de la valeur aux œuvres des auteurs. En effet, elle peut accroître directement les ventes. Elle suppose la compréhension des exigences des divers intermédiaires en matière de méta-données, le souci du détail et de l'expérience. Les éditeurs perdent des ventes lorsque le titre du livre ou le nom de l'auteur sont mal orthographiés, ce qui curieusement demeure un problème fréquent. Ainsi, les publications occidentales épellent le nom de l'ancien dirigeant libyen et auteur prolifique Moammar Kadhafi de plus de 100 façons différentes en le transposant avec les alphabets occidentaux¹⁰⁷. Les méta-données et les identifiants uniques permettent d'assurer que les résultats de recherche produisent l'auteur et le livre recherchés, mais uniquement si les orthographes correctes sont saisies dans les masques de recherche. Le classement d'un livre dans le mauvais rayon, ou le fait de ne pas fournir de mots-clés populaires et pertinents qui soient en rapport avec le sujet du livre peuvent faire baisser le volume des ventes. Les identifiants permettent d'éviter de commander par erreur des éditions antérieures. Les méta-données sur les livres électroniques garantissent que l'œuvre commandée est dans le bon format (sachant qu'il existe plus de 30 formats numériques courants de livres électroniques).

Traditionnellement, les agences nationales de l'ISBN (Numéro international normalisé du livre) étaient au centre de l'intérêt des éditeurs pour les méta-données du secteur¹⁰⁸, et tous les éditeurs ont l'habitude de recevoir les numéros ISBN et de gérer les données correspondantes. Actuellement, d'autres identifiants gagnent également de l'importance : l'identifiant numérique d'objet (DOI¹⁰⁹) fournit une infrastructure technique et sociale pour l'enregistrement et l'utilisation d'identifiants interopérables persistants pour tous les types de contenu. Le Système international d'identification des œuvres textuelles basé sur un identifiant (ISTC¹¹⁰) fournit un identifiant unique pour toutes les versions publiées d'une même œuvre, ce qui facilite la gestion des redevances

¹⁰⁷ <http://blogs.abcnews.com/theworldnewser/2009/09/how-many-different-ways-can-you-spell-gaddafi.html>.

¹⁰⁸ <https://www.isbn-international.org/fr>.

¹⁰⁹ <http://www.doi.org/>.

¹¹⁰ <http://www.istc-international.org/>.

et la consultation. Le Code international normalisé des noms (ISNI¹¹¹) permet l'identification des entités qui contribuent aux œuvres créatives et qui participent activement à leur distribution. Deux organismes internationaux d'élaboration de normes éditoriales ont joué un rôle particulièrement important dans l'élaboration des normes dans l'édition numérique : le Publishing Group et le groupe communautaire EPUB 3 du World Wide Web Consortium¹¹², qui conçoivent et gèrent des formats numériques importants, et EDItEUR¹¹³, un consortium international du secteur de l'édition qui met en place des normes pour la chaîne de distribution de livres imprimés et numériques.

Les informations relatives aux droits sur les éditions numériques sont tout aussi importantes et seront abordées ci-après.

Dans l'environnement numérique, il importe non seulement d'obtenir les identifiants nécessaires pour chaque œuvre et d'enregistrer les méta-données nécessaires, mais aussi de communiquer ces informations de manière standardisée. *ONIX for Books Product Information Message*¹¹⁴ est la norme internationale pour la représentation des messages d'information sur les produits de l'industrie du livre sous forme électronique et pour la communication de ces messages. Il est essentiel de comprendre comment créer ces entrées et de se tenir au courant de leurs mises à jour pour assurer le succès de l'édition dans l'environnement numérique.

5.3.2 Désintermédiation et réintermédiation

La majorité des prestataires de services de la chaîne de valeur traditionnelle considèrent l'Internet comme une possibilité d'étendre leurs services au détriment des autres membres de la chaîne de valeur.

Certains détaillants en ligne ont acheté une maison d'édition ou bien créé leur propre maison d'édition, espérant ainsi supplanter les éditeurs. Ainsi, Amazon a lancé sa propre maison d'édition en 2009 et possède désormais une série de collections, dont Montlake Romance pour la littérature sentimentale et Thomas & Mercer pour les romans policiers. Cette stratégie d'intégration verticale est similaire à celle adoptée dans d'autres secteurs d'activité tels que le luxe, où le titulaire de la marque peut contrôler la production, la distribution et les points de vente au détail.

Certains éditeurs se sont étendus à la publication à compte d'auteur en vendant des services d'édition indépendants aux auteurs. Cela permet aux éditeurs de

¹¹¹ <http://www.isni.org/>

¹¹² Anciennement IDPF, qui a fusionné avec W3C : <https://www.w3.org/publishing/>.

¹¹³ <http://www.editeur.org>.

¹¹⁴ <http://www.editeur.org/83/Overview/>.



monétiser les manuscrits pour lesquels ils ne sont pas prêts à prendre un risque économique. Ainsi, Penguin a acheté l'entreprise spécialisée dans la publication à compte d'auteur Author Solutions en 2012 (mais a mis fin à cette expérience en 2015).

Amazon, Apple, Kobo et d'autres détaillants en ligne ont également lancé des services de publication à compte d'auteur. Cela signifie qu'au lieu de verser une redevance aux auteurs, ils facturent aux auteurs en puissance leurs services d'édition et de production et l'intégration de leurs livres dans la librairie en ligne. En règle générale, ce programme est géré séparément des collections traditionnelles.

Certains agents d'auteurs ont également modifié leur modèle commercial et facturent désormais leurs services aux auteurs, en leur proposant également des services d'édition, de marketing ou de communication numérique.

Même les bibliothèques tentent d'exclure les autres membres de la chaîne de valeur. Ainsi, les thèses universitaires sont souvent publiées par les bibliothèques universitaires, et les éditeurs ne sont plus impliqués. Dans certains pays, les bibliothèques versent désormais des redevances d'un montant substantiel aux éditeurs pour le prêt électronique ou même la vente de livres électroniques par le biais de leurs plateformes de prêt numérique, créant ainsi un nouveau canal de vente au détail en ligne. S'agissant des publications scientifiques, les bibliothèques universitaires ont de plus en plus tendance à publier des revues scientifiques pour le compte de leur personnel universitaire sur des sites Internet de libre accès, soit pour compléter les revues appartenant à des éditeurs, soit pour les concurrencer.

L'autoédition

La perturbation la plus extrême de la chaîne de valeur traditionnelle se produit lorsqu'un auteur la contrôle dans son intégralité. Les auteurs peuvent éditer et produire leurs livres et les vendre à des clients directement sur des sites particuliers. En fonction de leur expertise, les auteurs peuvent choisir de faire appel à des prestataires pour l'édition et la conception de leurs livres, la gestion des aspects technologiques et la gestion des services d'exécution et de paiement. Ils pourraient aussi créer leur propre maison d'édition, comme les éditeurs de musique que de nombreux groupes de rock célèbres ont créés pour gérer leurs droits d'auteur. Ce modèle commercial présente l'avantage de permettre aux auteurs d'exercer un contrôle total sur leurs livres et sur la façon dont ils sont commercialisés. Les auteurs reçoivent un retour d'information sans filtre de leurs lecteurs et peuvent entretenir une relation avec leurs lecteurs et adapter leurs futurs écrits en fonction des attentes des lecteurs, s'ils le

souhaitent. Ce modèle commercial peut également présenter de nombreux inconvénients. En effet, les auteurs doivent acquérir de nouvelles compétences en ce qui concerne la production numérique, la gestion des méta-données et des droits, l'édition, la distribution, la vente, le marketing et les relations publiques. Ils peuvent aussi engager des professionnels pour ces activités, puis consacrer du temps à la gestion de leur équipe. Cependant, tout cela représente autant de temps qu'ils ne pourront pas consacrer à l'écriture. Cette option est donc réservée à des auteurs déjà connus, suffisamment riches pour investir dans le développement de ces canaux, et des auteurs capables et désireux de développer l'expertise technique nécessaire, et de consacrer du temps pas seulement à l'écriture, mais aussi à la gestion de leur activité éditoriale.

Étude de cas : J. K. Rowling

J. K. Rowling est un exemple célèbre : elle s'est abstenue de concéder les droits sur les éditions numériques de la série "Harry Potter" à ses éditeurs d'œuvres imprimées ou audio. Au lieu de cela, elle a lancé son site Internet, Pottermore, en 2012. Dès son lancement, ce site Internet était bien plus qu'une simple boutique où l'on peut acheter les livres d'Harry Potter. Il comprend actuellement d'autres textes de J. K. Rowling, fournit des informations générales sur le monde des sorciers de J. K. Rowling et fait la promotion des dernières adaptations théâtrales ou cinématographiques de la série originale. Des fonctionnalités interactives permettent aux lecteurs de pénétrer dans le monde des sorciers. La section "nouveau" permet d'accéder aux communiqués de presse et aux reportages médiatiques sur tout ce qui touche à Harry Potter. La boutique propose Harry Potter en version imprimée et électronique ainsi que des enregistrements audio en danois, en néerlandais, anglais, en français, en allemand et japonais.

Étude de cas : les auteurs de littérature sentimentale aux États-Unis d'Amérique

La littérature sentimentale représente un marché de 1,08 milliard de dollars aux États-Unis d'Amérique (2013)¹¹⁵ et environ 13% de la fiction pour adultes. Environ 39% des romans sentimentaux sont achetés en format électronique.

La majorité des acheteurs de romans sentimentaux sont des femmes (84%); 29,5% des lecteurs lisent essentiellement en format électronique et, parmi eux, 23% utilisent plus d'un support électronique pour lire. Les lecteurs de romans d'amour ont généralement entre 30 et 54 ans, lisent et achètent régulièrement de nouveaux livres et discutent des livres qu'ils lisent avec leurs amis. Les lecteurs ont généralement une préférence pour tel ou tel sous-genre

¹¹⁵ <https://www.rwa.org/p/cm/ld/fid=580>.



et sont fidèles aux écrivains dont ils ont apprécié les livres. Les sous-genres comprennent, entre autres, la littérature contemporaine, historique, érotique, paranormale, pour jeunes adultes et chrétienne.

L'autoédition et l'édition de livres exclusivement électroniques sont particulièrement populaires chez les romanciers, ce qui rend leur volume de ventes et leur part de marché particulièrement difficiles à suivre. Authorearnings.com, un service innovant de suivi des ventes, estime que 89% des ventes à l'unité de romans sentimentaux sont numériques, et que plus de la moitié de ces romans sont autoédités. Environ 74% des ventes à l'unité sont réalisées par le biais d'Amazon, 11% par le biais d'Apple et 10% par le biais de Google Play, Kobo et Nook. Sur les 30 000 auteurs de romans sentimentaux qui vendent par le biais de Kindle, environ 780 gagnent plus de 50 000 dollars, 1825 plus de 10 000 à 25 000 dollars. Au sommet, 15 auteurs, dont 10 sont autoédités, gagnent plus de 1 million de dollars par an¹¹⁶.

Dans l'édition scolaire, les enseignants, les plateformes sociales, les gouvernements, les bibliothèques, les fondations et les initiatives de financement participatif se sont efforcés de publier des manuels, des tests et du matériel supplémentaire à l'intention des écoles. Ces initiatives ont connu un succès variable.

Dans l'édition scientifique, l'autoédition est relativement rare. Il existe quelques cas d'auteurs-chercheurs ayant lancé leur propre revue (par exemple, la revue *Discrete Analysis*, lancée en 2015 : <http://discreteanalysisjournal.com/>), mais peu de monographies sont autoéditées. Les archives de prépublications jouent également un rôle important dans certains domaines, comme la physique et les sciences de la vie. Les premières versions des articles qui n'ont pas encore été publiés sont présentées pour discussion et, surtout, pour que les conclusions de l'auteur prévalent.

Le contenu généré par les utilisateurs

Les médias sociaux sur Internet permettent à tous les participants de partager des points de vue, de l'information, du code logiciel, des jeux, des nouveautés, de la musique et des clips vidéo. Naturellement, cela comprend aussi les articles de revues, les poèmes, les romans, les analyses et les contenus pédagogiques. Il existe certains médias sociaux, ou quasi sociaux, qui font concurrence à l'édition traditionnelle ou proposent un autre modèle commercial.

Les wikis sont des sites Internet qui permettent aux utilisateurs de modifier le contenu d'un site Internet par l'intermédiaire de leur navigateur. L'exemple le

¹¹⁶ <http://authorearnings.com/2016-rwa-pan-presentation/>.

plus célèbre est Wikipédia, qui permet à un nombre potentiellement illimité de contributeurs d'enrichir une vaste encyclopédie. Les règles ont évolué au fil du temps, mais tendent généralement à permettre aux contributeurs de s'exprimer librement. Cependant, la communauté des contributeurs autogérée est supposée maintenir des normes éditoriales, politiques et éthiques.

L'encyclopédie Wikipédia n'est pas aussi prolifique dans toutes les langues et régions. Néanmoins, elle est un concurrent direct des éditeurs d'ouvrages de référence et les met au défi de publier des ouvrages de référence aussi complets ou à jour. Cela étant, les points forts de Wikipédia sont aussi sa faiblesse : son système de rédaction ouvert à tous et l'anonymat de ses contributeurs limitent sa capacité d'être citée comme référence crédible. Sa crédibilité repose sur les sources auxquelles renvoient ses articles. Étant donné que Wikipédia est un outil de référence polyvalent, il existe un marché pour les sources spécialisées. Comme le montre l'Encyclopædia Britannica, les ouvrages de référence destinés à des publics spécifiques tels que les universitaires, les enfants, les étudiants, les professionnels, les personnes ayant une vision culturelle ou politique particulière, et d'autres groupes ayant des besoins plus ciblés, peuvent encore trouver un marché commercialement viable.

Les wikis ont également été utilisés pour la création de contenu pédagogique. Les Pays-Bas, par exemple, ont créé les "Wiki Weijs"¹¹⁷, des plateformes pédagogiques où les enseignants peuvent trouver, modifier et partager du matériel pédagogique. Dans beaucoup d'autres pays, les enseignants sont invités à partager leur contenu ainsi que leurs tests ou exercices sur des plateformes pédagogiques afin que d'autres puissent les télécharger, les améliorer et les réutiliser. Bien que ces plateformes semblent être un excellent moyen d'exploiter les compétences collectives du corps enseignant, d'un point de vue théorique, elles sous-estiment les compétences particulières supplémentaires qui sont nécessaires à la création d'un contenu pédagogique cohérent et bien structuré. Un bon contenu pédagogique sert un programme spécifique et fait partie d'un ensemble plus vaste d'éléments d'apprentissage où le nouveau contenu est élaboré à partir des éléments déjà appris. Dans ce cas, les anciens contenus sont subtilement repris et inclus, et un concept pédagogique global assure la réussite à long terme. Il est difficile de reproduire une pensée éditoriale et pédagogique aussi globale et profonde dans des unités d'apprentissage modulaires où ceux qui améliorent le contenu peuvent ne pas comprendre la raison d'être de certains éléments. Dans la pratique, ces sites Internet risquent également de subir l'influence du contenu gratuit mis à disposition à des fins politiques, religieuses ou

¹¹⁷ <https://www.wikiwijsleermiddelenplein.nl/>.



commerciales, et il arrive souvent qu'un contenu d'excellente qualité soit copié par les éditeurs.

Les scientifiques utilisent également leurs propres réseaux sociaux pour partager les résultats de leurs recherches. Il reste à voir quel rôle ResearchGate et Academia.edu ou les plateformes bibliographiques comme mendeley ou Zotero joueront dans la communication scientifique.

5.4 Prix pratiqués et nouveaux modèles économiques

Le consommateur a tendance à penser qu'un livre électronique coûte moins cher qu'un livre physique en raison des économies qui sont à l'évidence réalisées en matière d'impression, de stockage et de distribution des exemplaires imprimés. Aux États-Unis d'Amérique et en Allemagne, le prix de vente des versions électroniques des best-sellers est de 20 à 25% inférieur, mais les livres les moins populaires sont souvent vendus au rabais.

Les conséquences contractuelles de la vente de livres imprimés et de la concession de livres électroniques sous licence sont très différentes. En effet, lorsqu'un client achète un livre imprimé, il achète une copie physique qui devient sa propriété (qu'il peut revendre, prêter, détruire, etc.). Cependant, les livres numériques ne sont généralement pas vendus : le client bénéficie d'une concession de licence. Cela a de nombreuses conséquences qui seront abordées dans une autre section (voir la section "Droits", par exemple). Cependant, en ce qui concerne les prix, cela ouvre la voie à une grande variété de modèles de concession de licence et de fixation des prix.

Les éditeurs cherchent d'autres moyens de concéder des œuvres sous licence à des prix plus attractifs afin de permettre d'autres paliers de prix. Ils peuvent vendre des licences pour des chapitres de livres ou pour une période de temps définie. Les manuels scolaires numériques, par exemple, peuvent être concédés sous licence pour un an ou deux seulement. Dans le domaine de l'édition scientifique et universitaire, il existe des périodes de "location" plus courtes, d'une journée ou de quelques semaines. Certains éditeurs suivent le modèle de fixation des prix de "Netflix", c'est-à-dire qu'ils facturent un paiement régulier et renouvelable pour l'accès à une grande bibliothèque de livres électroniques. C'est également un moyen de générer des revenus supplémentaires grâce aux titres les moins populaires.

Il existe de nombreuses expériences en matière de prix, notamment dans le domaine de l'édition scolaire et scientifique. En voici quelques exemples :

- le "regroupement" de contenus : les grands éditeurs vendent des licences permettant d'accéder à des collections particulières (par exemple, une

liste "Santé", qui comprend un éventail de revues et de livres). Cela permet au client de payer un article moins cher tout en simplifiant la transaction pour l'éditeur (une vente plutôt que des centaines);

- les acquisitions guidées par les usagers (ou acquisitions guidées par la demande) : l'achat de livres électroniques par les bibliothèques universitaires est largement spéculatif, à moins qu'un livre ne fasse partie des manuels stipulés. C'est pourquoi le modèle suivant a été mis au point : la bibliothèque a accès à toute la liste (ou collection) de l'éditeur en contrepartie d'un montant relativement faible. Elle bénéficie ainsi d'un nombre fixe d'accès à chaque publication (six, par exemple), de sorte que, à partir du moment où les usagers de la bibliothèque accèdent à un livre pour la septième fois, le prix total de la publication est facturé à la bibliothèque. En conséquence, les bibliothèques paient le prix intégral uniquement pour les livres que leurs usagers utilisent réellement¹¹⁸;
- sur le marché des bibliothèques, certains éditeurs vendent des licences pour les livres, bien qu'avec une clause de prêt limité. Par exemple, en 2015, Penguin a annoncé qu'il vendait ses livres à des bibliothèques publiques en stipulant que les livres en question ne pouvaient pas être prêtés au-delà de 36 fois, après quoi la bibliothèque devrait renouveler sa licence. Il s'agissait de tenir compte de la durée de vie limitée d'un livre imprimé, estimée à un an environ (soit 36 prêts environ)¹¹⁹;
- le prépaiement des articles : dans le milieu universitaire, certains éditeurs acceptent le paiement anticipé des articles. Cela signifie qu'une bibliothèque scientifique paie l'accès d'avance, mais n'est facturée que pour les articles auxquels ses usagers ont effectivement accès¹²⁰; et
- l'adhésion en ligne : certains sites Internet perçoivent une cotisation mensuelle qui permet ensuite à l'utilisateur d'accéder à une publication "gratuite" par mois dans le cadre de son adhésion. Les utilisateurs peuvent également acheter d'autres livres et sont invités à profiter d'offres spéciales qui leur permettent d'acheter davantage de livres à prix réduit. On peut notamment citer l'exemple du service de livres audio, Audible. Il ne s'agit pas d'un service fourni par un éditeur, mais plutôt d'une librairie en ligne autorisée par les éditeurs à proposer de telles offres à ses membres.

¹¹⁸ <https://library.hud.ac.uk/blogs/hike/2012/12/06/patron-driven-acquisition/>.

¹¹⁹ <https://www.penguinrandomhouse.co.uk/media/news/2015/december/penguin-random-house-uk-launches-extended-ebook-library-lending-/>.

¹²⁰ Voir <https://www.elsevier.com/solutions/sciencedirect/content/articlechoice>.



Le prêt électronique

Le prêt de livres électroniques par les bibliothèques pose une difficulté particulière, car les bibliothèques considèrent le prêt de livres électroniques comme faisant partie de leur mission, tandis que les éditeurs perçoivent cette activité comme constituant une concurrence directe à la vente de livres ou à leurs modèles très similaires de concession de licences. Les éditeurs ont tenté diverses stratégies de concession de licences pour atténuer ce risque, à la grande déception des bibliothèques.

Parmi ces stratégies, on peut notamment citer¹²¹ :

- le report du prêt électronique des ouvrages les plus populaires pendant un certain temps après leur publication;
- la limitation des prêts électroniques simultanés : un lecteur peut emprunter un seul livre électronique à la fois;
- la limitation du nombre de prêts avant que le prix total du livre ne soit facturé de nouveau;
- la facturation aux bibliothèques d'une commission de prêt fixe par utilisation;
- l'obligation imposée aux bibliothèques de facturer à chaque emprunteur des droits de licence fixes; et
- le prêt de livres par l'intermédiaire de bibliothèques commerciales, telles que la bibliothèque kindle d'Amazon Prime.

Pour les bibliothèques publiques à but non lucratif, ces stratégies soulèvent de nombreuses interrogations et remettent en question la plupart des principes qui leur sont chers. Dans l'environnement papier, les bibliothèques étaient libres d'acheter les livres publiés à n'importe quel moment. Elles pouvaient autoriser les lecteurs à effectuer des copies sous réserve d'exceptions au droit d'auteur et pouvaient archiver et entreposer les livres conformément à leurs politiques en matière de collections. Avec les livres électroniques, les bibliothèques souhaiteraient établir un droit de prêt¹²², afin de pouvoir remplir leur mission de service public. On ignore encore quelles seraient les limites de ces nouveaux droits de prêt et comment ils s'articuleraient avec les structures commerciales qui fournissent ces services de location, désormais considérées comme faisant partie de "l'exploitation normale" d'une œuvre publiée.

¹²¹ Pour de plus amples informations, voir <https://publishingperspectives.com/wp-content/uploads/2015/11/Guide-to-Ebook-Licensing-Purchase-Models-Bookwire-and-Dosdoce.pdf>.

¹²² <http://www.ifla.org/node/7418>.

Une série de questions pratiques se posent : les bibliothèques ont souvent recours à des intermédiaires numériques pour fournir des services de prêt électronique¹²³. Cependant, cela pose des questions de politique générale : comment ces bases de données numériques tierces peuvent-elles être intégrées aux collections des bibliothèques? Comment le rôle des bibliothèques peut-il être préservé dans l'environnement numérique? Ce rôle devrait évoluer? L'ensemble des parties prenantes continuent d'être consultées sur cette question, qui fait l'objet de discussions et d'expérimentations.

L'expérimentation des prix

L'un des grands avantages d'Internet est la possibilité d'expérimenter en temps réel et à petite échelle. Les éditeurs peuvent rapidement modifier leurs prix et s'adapter, à condition qu'ils concèdent aux détaillants l'exploitation des œuvres par le biais du "modèle des agences". Cela signifie que le détaillant ne fixe pas ses prix librement, mais agit en qualité d'agent qui vend les livres au prix fixé par l'éditeur. Dans l'autre modèle, les détaillants fixent leurs prix librement, à condition de verser une partie du prix de vente de chaque exemplaire vendu au titulaire du droit d'auteur. Les détaillants préfèrent généralement cette solution, car elle leur permet de contrôler tous les prix des livres. Ils peuvent accroître leurs parts de marché grâce à des prix-chocs qui peuvent être compensés plus tard ou ailleurs. Les auteurs et les éditeurs ont tout intérêt à garder le droit de fixer les prix, car ils n'ont aucun intérêt à ce que les différents détaillants entrent dans une guerre des prix en ce qui concerne leurs livres. Cela a mené à des poursuites judiciaires où des détaillants accusaient les éditeurs de collusion pour faire appliquer le modèle des agences¹²⁴.

L'environnement numérique offre également la possibilité de pratiquer des prix différents selon les clients. Ainsi, les prix facturés peuvent être différents selon la taille des clients. Par exemple, des frais d'abonnement différents peuvent être perçus selon la taille de l'université, l'emplacement du client ou le format de la publication. Des prix réduits pourraient être facturés aux sociétés à but non lucratif. La différenciation des prix sans différenciation des produits génère le risque de contournement (comme dans le cas des importations parallèles) ou de mécontentement des clients s'ils considèrent injuste le fait de payer plus cher pour le même produit. Ainsi certains éditeurs différencient leurs produits par des améliorations, afin de proposer aux clients prêts à payer plus cher des produits attrayants dont le prix plus élevé est justifié. Ainsi, les modèles de fixation des prix "Freemium" permettent aux lecteurs de lire le premier chapitre d'un

¹²³ http://www.bibliotheksportal.de/fileadmin/user_upload/content/bibliothek/en/international/Study_Public_Library_E-Lending_Models_2014.pdf.

¹²⁴ <http://fortune.com/2016/03/07/apple-supreme-court-ebook/>.



livre gratuitement, mais il faut acheter le livre pour pouvoir le lire entièrement. Certains lecteurs paient un supplément pour avoir accès à des fonctionnalités supplémentaires, telles que du matériel d'apprentissage supplémentaire ou des tests ressemblant à ceux des manuels scolaires, des livres illustrés ou des enregistrements sonores réalisés par des acteurs connus.

L'un des inconvénients de l'environnement numérique est la position dominante de certains des principaux acteurs. Ainsi, Amazon est le principal vendeur en ligne dédié à la vente de livres en format imprimé et électronique en Europe occidentale et aux États-Unis d'Amérique. De par sa position dominante (semblable à celle des grandes chaînes de librairies physiques), Amazon a pu exiger que les éditeurs lui concèdent des livres sous licence ou lui vendent leurs livres à un prix inférieur ou égal à celui proposé aux autres détaillants de livres électroniques. Toutefois, cette pratique a été contestée en 2014 par la *Börsenverein* (l'association des éditeurs et libraires allemands), qui a alors déposé plainte contre plusieurs pratiques commerciales d'Amazon auprès de l'office fédéral allemand des ententes. Sa plainte a été examinée par la Commission européenne, qui a estimé que les exigences d'Amazon avaient probablement enfreint les règles de concurrence de l'UE "interdisant les abus de position dominante et les pratiques commerciales restrictives". En janvier 2017, elle a adopté une décision rendant juridiquement contraignants les engagements offerts par Amazon pour stopper certaines pratiques¹²⁵.

5.4.1 Les écrivains qui partagent leur contenu gratuitement

Les écrivains en herbe et les écrivains à succès peuvent partager leurs textes de plusieurs façons. Les blogs, les sites Internet de fanfiction, les sites Internet dédiés aux auteurs de genres particuliers et autres donnent la possibilité aux écrivains de donner accès à d'autres personnes à leurs écrits. Bien qu'il s'agisse le plus souvent d'un passe-temps, certains auteurs utilisent ces outils directement ou indirectement pour gagner de l'argent. Les blogueurs tirent le plus souvent leurs revenus de la publicité; plus leurs blogs deviennent populaires, plus leurs revenus publicitaires augmentent. D'autres auteurs demandent aux lecteurs de s'abonner à certaines parties du contenu qu'ils proposent ou vendent leurs livres directement aux clients. Les publications gratuites constituent également une source indirecte de rémunération : les textes intéressants peuvent non seulement attirer les éditeurs, mais aussi valoriser le talent d'écrivains indépendants prêts à accepter des commandes. Les blogs valorisent également l'expertise recherchée sous forme de présentations, de formations ou de conseils. Parfois, la frontière entre écrivains amateurs, écrivains en herbe, experts en écriture et écrivains professionnels est floue. Paradoxalement, les blogs sur l'écriture, l'autoédition et

¹²⁵ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1223_fr.htm.

le métier d'écrivain en ligne sont devenus un sujet et un genre à part entière pour les auteurs dont les ouvrages sont publiés à compte d'auteur et via les circuits traditionnels.

Certaines données ponctuelles montrent que l'écriture de contenu en libre accès peut générer des flux de revenus substantiels dans d'autres médias pour les auteurs individuels, mais il faut considérer ces données comme atypiques. En effet, l'observation des revenus publicitaires générés par l'Internet montre clairement que cette source de revenus concerne une poignée d'écrivains, et non un grand nombre d'écrivains secondaires. Sachant que Google et Facebook se taillent la part du lion des dépenses publicitaires mondiales (estimées à 160 milliards de dollars¹²⁶), il ne reste pas grand-chose à partager entre les innombrables autres intermédiaires, sans parler des personnes qui mettent du contenu sur Internet.

5.4.2 *Le contenu sponsorisé*

Certains contenus ont toujours été mis gratuitement à la disposition des lecteurs. Il s'agit du contenu publié par les gouvernements, du contenu éducatif et des publications des organismes de financement de la recherche et les organismes philanthropiques recherchant la diffusion la plus large possible. Les organisations humanitaires, les organisations religieuses et autres organisations non gouvernementales (ONG) publient des manuels scolaires, tandis que les gouvernements publient des lois, des informations gouvernementales et des informations sur le service public. Dans de nombreux pays en développement et pays les moins avancés, la majorité du contenu est publié par le biais de ces canaux. Le contenu est souvent publié par les salariés ou des agences. Ceux qui sont davantage soucieux de réduire les coûts (et qui calculent de manière transparente le coût réel des ressources internes) choisissent souvent d'externaliser les opérations de publication à des partenaires commerciaux.

Du point de vue du secteur de l'édition, les publications financées par les gouvernements, les organismes philanthropiques ou l'aide étrangère correspondent à un modèle commercial où une seule entité paie la publication à l'avance. L'Internet a facilité ce mode de publication. Il semble avoir réglé la question de la disponibilité et de la distribution du contenu qui n'est pas essentiellement motivé par une demande économiquement viable. Il faut moins de prestataires de services extérieurs si l'objectif premier est de diffuser l'information, en grande quantité, sans égard ou presque pour la présentation et la conservation.

¹²⁶ <http://www.marketingtechnews.net/news/2016/jun/21/global-digital-ad-spend-hit-285-billion-2020/>.



Cette pratique a également acquis une certaine pertinence dans l'édition scolaire. Un certain nombre de pays, comme la Grèce, demandent aux éditeurs remportant l'appel d'offres de produire des manuels scolaires pour le primaire et le secondaire et d'en publier le contenu en ligne pour qu'il puisse être téléchargé gratuitement par tous les utilisateurs. Le fait de ne percevoir qu'une redevance fixe à l'avance, sans perspective de redevances à échéances régulières, rend la publication difficile dans ce contexte. Si les éditeurs ne peuvent pas trouver des sources de revenu régulier et prévisible, ils n'investiront pas dans l'acquisition des nouvelles compétences nécessaires. Les appels d'offres uniques aboutissent généralement à des publications à faible coût et de qualité moindre. Les éditeurs d'ouvrages scolaires se tournent alors vers le marché parental et investissent dans des livres conçus pour un usage à la maison. Involontairement, cela engendre un système éducatif à deux vitesses, où les élèves issus des ménages à faible revenu ont accès uniquement à des livres de moindre qualité.

Du point de vue des politiques publiques, le contenu gratuit peut aussi présenter des inconvénients. Si les consommateurs ne paient pas, quelqu'un d'autre doit le faire. Il appartient donc à la personne ou à l'entité en question de décider de ce qui doit être publié. C'est le cas des directeurs d'université (ou des donateurs) qui décident quels articles de revue seront financés; des organisations philanthropiques (et souvent motivées par la valeur) paient pour un contenu conforme à leurs valeurs; des gouvernements financent les livres qu'ils considèrent comme les plus appropriés, même lorsque les utilisateurs feraient des choix différents si on leur laissait le choix. Comme l'a dit Jaron Lanier : "On oublie trop facilement que 'gratuit' signifie inévitablement que quelqu'un d'autre va décider de votre mode de vie".

5.4.3 *Le financement participatif de livres*

Le financement participatif est un modèle commercial où les entrepreneurs ou les personnes qui ambitionnent de créer un produit ou de mettre en œuvre un projet spécifique invitent le public à contribuer financièrement à son développement ou à sa mise au point définitive. En échange de leur contribution, les donateurs peuvent recevoir une récompense. Les projets de financement participatif concernent généralement les jeux sur ordinateur ou la mise sur le marché d'idées ou de créations technologiques. Les jeux de société, les albums de musique, les films et autres projets créatifs se prêtent au financement participatif, en particulier lorsqu'il est possible de mobiliser et de fidéliser un grand nombre de fans. Le financement participatif n'est pas une nouveauté. Dans le secteur de l'édition, cela fait des siècles que les abonnés sont invités à faire des promesses de don pour un livre qui n'a pas encore été publié. Même le piédestal de la statue de la Liberté à New York a bénéficié d'une campagne de financement participatif.

Le financement participatif présente plusieurs avantages : le risque financier est couvert en amont; la demande du produit peut-être déterminée avant sa publication; et le processus contribue au marketing et aux relations publiques. Au cours des 10 dernières années, des services spécialement dédiés au financement participatif (Kickstarter, Indiegogo, par exemple) ou des sites spécialisés dans le financement participatif de livres (Pubslush, Unbound, par exemple) ont vu le jour.

Chez Kickstarter, par exemple, sur les 224 000 projets proposés, environ un tiers réussit à obtenir des promesses de don qui permettent son financement. Plus de 60% des projets d'édition de livres nécessitent entre 1000 dollars et 9999 dollars. Les promesses de don avoisinent les 80 dollars en moyenne. En août 2016, plus de 1226 millions de donateurs ont investi plus de 100 millions de dollars dans 9660 livres qui ont vu le jour grâce au financement participatif. Il s'agissait notamment d'une nouvelle édition illustrée de Don Quichotte pour célébrer le 400^e anniversaire de l'œuvre, et de la publication de poèmes de Pablo Neruda récemment découverts. Les livres pour enfants sont des projets de financement participatif particulièrement populaires.

S'agissant des auteurs et des éditeurs, la réussite de leur campagne de financement dépend de leur capacité de convaincre un grand nombre de fans, de clients ou d'amis d'apporter leur contribution via le site de financement participatif. Le site en soi vise rarement à faire la promotion de tel ou tel projet. Cela signifie que les auteurs et les éditeurs doivent consacrer du temps et des efforts aux relations publiques et à la commercialisation de leur campagne de financement participatif, et investir en amont dans des aspects de la vente de livres qui ont lieu normalement après le lancement. Une histoire passionnante et bien racontée dans une vidéo explicative soigneusement conçue peut aider : il en est de même pour les récompenses, qui donnent aux bailleurs de fonds le sentiment de recevoir quelque chose de précieux en échange de leur contribution. Il ne faut pas sous-estimer les compétences et les efforts qui sont nécessaires à l'élaboration d'une campagne de financement participatif efficace. Les livres ayant bénéficié d'une campagne de financement participatif peuvent également être repérés et sélectionnés par des maisons d'édition.

Le financement participatif des monographies scientifiques?

Une initiative récente¹²⁷ a mis en évidence la possibilité d'une forme particulière de financement participatif pour les monographies scientifiques. Les éditeurs s'adressent aux bibliothèques et leur demandent de financer à l'avance la publication de telle ou telle monographie à un prix nettement inférieur à celui d'une monographie conventionnelle. Si suffisamment de bibliothèques prennent

¹²⁷ <http://www.knowledgeunlatched.org/>.



cet engagement, l'éditeur produit le livre et le publie en libre accès. Chacune des parties prenantes tire avantage de ce système. Pour les éditeurs, le financement participatif réduit le risque de publication et génère des rentrées de trésorerie. Les auteurs quant à eux sont motivés pour promouvoir leur propre projet de livre, car si le nombre de bibliothèques adhérentes n'est pas suffisant, le livre ne sera pas publié. Les bibliothèques tirent également avantage de ce système, car elles paient moins cher. Les auteurs et les bibliothèques sont également satisfaits que le livre soit publié en libre accès.

5.4.4 *L'abonnement et la concession de licences temporaires*

L'abonnement permet aux consommateurs d'accéder à un large éventail de contenus en échange d'un paiement à échéances régulières. En d'autres termes, l'accès au contenu n'est plus possible si le paiement cesse. Les consommateurs connaissent bien ce modèle commercial utilisé par les services de diffusion en continu de musique tels que Spotify, Soundcloud ou Google Play Music ainsi que par les services de diffusion en continu d'œuvres audiovisuelles tels que Netflix ou Hulu. Les abonnements ont toujours fait partie de l'édition de revues et de magazines. À ce jour, l'abonnement reste le modèle dominant en ce qui concerne l'édition de revues, même si les modèles économiques de libre accès se développent progressivement.

Un certain nombre d'entreprises ont créé des modèles d'abonnement à des livres électroniques. Ainsi, Scribd, Bookmate et Amazon (Kindle Unlimited) proposent tous l'accès à des milliers de livres électroniques en échange d'une cotisation mensuelle. Avant de proposer leurs livres électroniques par le biais de ces services, les auteurs et les éditeurs cherchent à savoir si cela va améliorer ou cannibaliser leurs ventes par le biais d'autres canaux. Les grands éditeurs sont ravis de monétiser les livres les moins populaires qui ne sont pas beaucoup commercialisés par ailleurs. Ils hésiteront généralement à inclure leurs lancements les plus récents, car ces derniers peuvent être vendus avec des rendements plus élevés par le biais d'autres canaux. Les données d'Authorearnings.com montrent que les auteurs de littérature sentimentale dont les livres sont autoédités et qui ont publié un certain nombre de livres ont tendance à en publier certains mais pas d'autres sur Kindle Unlimited, ce qui montre que l'abonnement est un moyen subsidiaire de monétiser les livres, lorsque les ventes individuelles ne sont plus rentables.

5.5 Le libre accès et le contenu "gratuit"

L'un des changements les plus révolutionnaires de l'économie de l'Internet a été l'avènement de la gratuité de l'information et le fait que les consommateurs souhaitent accéder gratuitement à du contenu numérique au point de

consommation. Du point de vue des politiques publiques, l'accès libre et ouvert à l'information culturelle, éducative et scientifique est un objectif important. Cependant, cela va à l'encontre d'autres objectifs tout aussi importants, notamment l'incitation à créer et à diffuser des contenus de haute qualité, c'est-à-dire des contenus qui ont nécessité des investissements conséquents.

Cela a abouti à une situation assez complexe. Les consommateurs lisent plus de livres que jamais, regardent plus de films que jamais, lisent davantage d'articles d'information et d'articles de magazines en ligne, mais paient moins cher. Il y a un problème culturel et comportemental : les consommateurs sont prêts à payer pour le matériel qu'ils utilisent et pour les services des fournisseurs de services Internet, mais ils sont peu disposés à payer pour le contenu.

La musique et le cinéma ont déjà été confrontés à un marché numérique où le partage non autorisé était monnaie courante. Les services de diffusion en continu de musique et de vidéo ont considérablement modifié la donne. Bien que les difficultés commerciales perdurent, il existe aujourd'hui un marché légal réaliste et largement accepté pour la musique.

5.5.1 *La publication assistée par la publicité*

L'Internet a largement adopté le modèle publicitaire pour financer le contenu gratuit. Ce modèle permet aux moteurs de recherche, aux médias sociaux, aux hébergeurs de vidéos, au stockage dans le nuage (*cloud*) et à d'autres services Internet de proposer des services gratuits aux consommateurs. Le modèle publicitaire suppose des auditoires très larges et des dépenses d'exploitation limitées afin que le cumul des très faibles revenus permette de couvrir le coût des services. Ce modèle se prête à des services techniques à grande échelle, tels que les sites d'hébergement de contenu. Il ne convient pas en revanche aux services de création de contenu qui visent généralement un public plus restreint, comme la plupart des livres grand public, ni au contenu cher à produire. Il a sa place, limitée, dans la publication de revues et de bulletins d'information ou de blogs.

5.6 Les modèles économiques hybrides : gérer ensemble les activités analogiques et numériques

L'Internet est en train de changer la façon dont le monde apprend, communique et se distrait à une vitesse sans précédent et à une échelle véritablement mondiale.

En juin 2016, plus de 50% de la population mondiale était connectée à l'Internet. Plus de la moitié des internautes vivent en Asie. La pénétration de la téléphonie mobile est encore plus importante pour l'édition. Fin 2016, 95% de la population mondiale vivait dans une zone couverte par un réseau de téléphonie mobile.

Notre planète compte presque autant d'abonnements téléphoniques que d'êtres



humains, et même dans la plupart des pays en développement, les utilisateurs de téléphones mobiles représentent plus de 85% des 15 à 74 ans.

L'Internet est un canal unique d'accès à toutes sortes de divertissements. Les transitions aisées entre la lecture, l'écoute, le visionnage, le partage, les commentaires, l'achat, la participation et l'influence sont innombrables. L'humanité lit et écrit davantage sur l'Internet que nulle part ailleurs.

L'Union internationale des télécommunications décrit l'évolution des comportements comme suit : "En 2016, les gens ne se connectent plus à l'Internet, ils sont sur l'Internet. L'Internet est de plus en plus omniprésent, ouvert, rapide et riche en contenu, ce qui a changé la façon dont beaucoup de gens vivent, communiquent et travaillent, et les personnes, les gouvernements, les organisations et le secteur privé en tirent de nombreux avantages"¹²⁸.

Cependant, le livre imprimé fait toujours partie de ce monde moderne. Bien que le secteur de l'édition ait embrassé la technologie numérique dans tous les aspects de sa chaîne de valeur, sont utilisation pour la création, la production, la vente et la commercialisation de livres, le livre imprimé, qui résulte d'un processus d'édition numérique, semble perdurer dans certains secteurs tel un anachronisme inébranlable qui rappelle que les lecteurs valorisent leur vie en dehors de la réalité virtuelle et que les anciens médias ne sont jamais véritablement remplacés par les nouveaux médias. Les anciens médias peuvent uniquement se rabattre sur un créneau où ils peuvent exploiter leurs atouts. Pour de nombreux lecteurs, le plaisir de la lecture n'est pas totalement dissociable du plaisir de tenir un livre entre les mains. Pour beaucoup d'élèves, le caractère physique du manuel facilite l'apprentissage et la compréhension.

Par conséquent, la majorité des livres sont vendus en format imprimé. Beaucoup de gens préfèrent acheter dans les librairies. Les parents lisent à leurs enfants des livres imprimés richement illustrés, qui proposent autre chose que le divertissement numérique omniprésent.

Dans un avenir proche, la plupart des éditeurs devront donc gérer une économie hybride, où les livres seront publiés à la fois en format imprimé et en format numérique; où il sera possible d'acheter des livres chez des détaillants en ligne ou physiques; et où les auteurs et les éditeurs devront gérer à la fois l'environnement de distribution physique et l'environnement de distribution numérique.

Cela pose de grandes difficultés à bien des égards. La lente transition numérique exerce une pression sur les librairies indépendantes. Elle exige l'acquisition

¹²⁸ Édition 2016 du rapport "Mesurer la société de l'information" établi par l'UIT (en anglais seulement), p. 195.

de nouvelles compétences en matière de vente en ligne et de distribution numérique, de même que les anciennes compétences pour le marché physique. Le passage au numérique est davantage une chance qu'une menace pour toutes les parties prenantes. Cette transition signifie simplement que le secteur passe par une phase d'ajustement progressif, et non de changement révolutionnaire. Les auteurs, les éditeurs et autres parties prenantes ont le temps de s'adapter, d'acquérir de nouvelles compétences et de renforcer leurs capacités. Dans le même temps, ils ne doivent pas relâcher leurs efforts. Dans une industrie où les marges sont très faibles, tous les secteurs d'activité et toutes les sources de revenus comptent.



6. LA GESTION DES DROITS DANS L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

6.1 Le droit d'auteur et l'Internet

Un bref exposé du fonctionnement de l'Internet met en évidence l'importance sans cesse renouvelée du droit d'auteur :

L'Internet est un réseau mondial d'ordinateurs qui partagent l'information en utilisant des protocoles de communication standardisés. Autrement dit, les ordinateurs échangent des informations sous forme de paquets numériques. Tout contenu, qu'il s'agisse d'un mail ou d'un livre électronique, est segmenté en paquets de données qui sont envoyés, via le réseau, du serveur de l'expéditeur au serveur du destinataire, où il est décompressé et réassemblé. Les informations ainsi obtenues s'affichent sur l'ordinateur du destinataire, qui peut y accéder au moyen du navigateur, de l'application ou du programme de son choix.

Toutes les opérations effectuées sur l'Internet impliquent la reproduction et la communication de copies numériques d'informations, qu'il s'agisse de données, de messages, d'œuvres littéraires, d'illustrations, de logiciels, de bases de données, d'enregistrements sonores, de spectacles ou de représentations audiovisuelles ou d'autres éléments. Lorsque ces opérations concernent des œuvres protégées par le droit d'auteur, la loi sur le droit d'auteur s'applique.

Dans le monde analogique, les usages que peuvent faire un acheteur d'un livre sont largement connus. Sur l'Internet en revanche, une copie numérique doit être accompagnée d'informations sur les utilisations autorisées. Les relations entre ceux les expéditeurs et les destinataires d'œuvres protégées par le droit d'auteur sont régies par des licences, c'est-à-dire des contrats qui stipulent les actes limités en vertu de la législation sur le droit d'auteur. La plupart des sites Internet et des réseaux sociaux explicitent ces clauses de licence dans leurs conditions d'utilisation. Lorsque ces clauses ne sont pas explicites, elles peuvent être implicites, c'est-à-dire reposer sur ce que les destinataires peuvent raisonnablement s'attendre à être autorisés à faire. En dernier ressort, les législations nationales sur le droit d'auteur fixent des limites aux droits de l'auteur sur ses œuvres dès lors qu'un exemplaire est parvenu à un lecteur.

La législation sur le droit d'auteur est un droit territorial. Les auteurs et les éditeurs doivent donc toujours se conformer à leur législation nationale en matière de droits et d'obligations. Toutefois, le World Wide Web ainsi que la majeure partie de l'Internet ont été conçus pour faciliter les interactions transfrontières. Les utilisateurs ont donc accès à des œuvres protégées par le droit d'auteur qui

sont régies par différentes législations nationales et qui ont été téléchargées, hébergées et communiquées dans différents pays et sur différents territoires, parfois à l'insu de l'utilisateur. Les parties aux licences d'exploitation peuvent donc estimer qu'il existe différents points de vue quant aux lois nationales sur le droit d'auteur qui s'appliquent à des actes spécifiques ou qui régissent leurs relations. Le droit international privé détermine la législation applicable à une transaction donnée. Lorsque des licences sont convenues entre des parties issues de différents pays, celles-ci ont souvent la possibilité de choisir le droit ou le for applicable, ce qui permet de clarifier les lois qui régissent le contrat. En l'absence de clauses expresses, c'est la législation nationale (et en dernier ressort les tribunaux) qui détermine le droit applicable.

Bien que la législation sur le droit d'auteur soit de nature nationale, elle découle des traités internationaux qui prévoient des normes minimales de protection des titulaires de droits en vertu du droit public international. Les traités internationaux les plus importants en matière de droit d'auteur et de propriété intellectuelle sont administrés par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). La Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques et le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT) s'appliquent sans équivoque aux œuvres littéraires et artistiques qui ont été créées dans l'environnement numérique et qui sont reproduites ou mises à disposition en format numérique. Néanmoins, ces traités sont des contrats de droit international public qui lient les gouvernements nationaux. Leur effet sur les législations nationales sur le droit d'auteur dépend de la manière dont chaque pays choisit de transposer les obligations imposées par ces traités dans sa législation nationale et de la manière dont les tribunaux nationaux interprètent les lois dans lesquelles ces obligations sont transposées.

De nombreux traités de l'OMPI sont clairement interprétés comme une description des normes communes très spécifiques en matière de protection de la propriété intellectuelle. En raison de ces normes communes rigoureuses, il est possible de formuler des observations générales sur le fonctionnement du droit d'auteur sur l'Internet, en dépit de la mise en garde générale selon laquelle il est nécessaire de consulter les lois nationales pour trancher au cas par cas.

6.2 Auteurs et éditeurs doivent comprendre le droit d'auteur et la concession de licences

Traditionnellement, les éditeurs sont plus habitués à un environnement commercial dans lequel les livres imprimés sont vendus sans qu'il y ait de relations ultérieures entre l'auteur, l'éditeur et l'acheteur. Cette nouvelle situation a donné lieu à la "doctrine de la première vente", qui a trait au droit de l'acheteur



d'un objet matériel, comme un livre dans lequel une œuvre protégée par le droit d'auteur est imprimée, de revendre ou de transmettre cet objet. Ce principe constitue le cadre fondamental du commerce du livre d'occasion.

En principe, ce droit de revente n'existe pas pour les livres électroniques, à la grande déception des bibliothèques et des lecteurs qui aimeraient revendre les livres électroniques dont ils n'ont plus besoin. Dans l'environnement numérique, chaque copie numérique est fournie avec une licence, qui est une relation contractuelle entre le lecteur et son partenaire contractuel, et dont la validité s'étend jusqu'à l'expiration du droit d'auteur. En règle générale, ces licences ne prévoient pas le transfert de propriété à un tiers.

Au-delà du contrat proprement dit, pour procéder à la vente, il est indispensable de détenir les droits appropriés. Les transferts de droits devraient donc inciter à la prudence, particulièrement en ce qui concerne les contrats antérieurs entre auteur et éditeur. Par exemple, de nombreux lecteurs ont "acheté" des copies électroniques des livres de George Orwell "La Ferme des animaux" et "1984" sur Amazon¹²⁹. Cependant, en 2009, les droits de vente d'Amazon sur l'édition électronique pour Kindle ont été contestés. Il s'est avéré que l'éditeur de téléchargements ne possédait pas les droits requis. Amazon s'est retrouvé dans l'incapacité d'accorder une licence pour ces deux œuvres à ses clients Kindle qui les avaient "achetées" et téléchargées¹³⁰ de bonne foi. Le site Web a été obligé de réagir à la contestation de son droit de concéder des licences pour l'exploitation des œuvres. Les personnes qui pensaient avoir "acheté" des livres électroniques les ont vus soudainement disparaître de leur lecteur (avec remboursement intégral). Légalement, la raison en est qu'une série d'étapes doit être respectée lors de la concession de licences, en partant de l'auteur, en passant par l'éditeur, le vendeur de livres électroniques, jusqu'à l'utilisateur Kindle. La rupture de cette chaîne signifie que la licence a été concédée au lecteur par une personne non titulaire des droits nécessaires. Dans ce cas, les livres électroniques devraient être retirés sur l'ordre du véritable titulaire de droits.

Tout transfert de fichier numérique entre auteurs et éditeurs s'accompagne de conditions de licence, exprimées soit dans un contrat, implicitement ou régies par les lois nationales. Ainsi, auteurs et éditeurs doivent mieux connaître le droit d'auteur et la propriété intellectuelle. Ils doivent saisir pleinement la portée des licences qu'ils concèdent aux intermédiaires ou à leurs lecteurs sur les œuvres. Les éditeurs doivent comprendre, fixer par écrit et gérer les droits qu'eux-mêmes détiennent sur les œuvres des auteurs, artistes graphiques et autres

¹²⁹ Voir <http://www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html>.

¹³⁰ http://www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html?_r=0.

collaborateurs qui leur en ont concédé la licence, et savoir comment ils peuvent transférer ces droits.

6.3 Droits pertinents pour les éditions numériques

La première brochure de l'OMPI traitant la question du droit d'auteur et de l'édition, intitulée "Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition"¹³¹, demeure pertinente pour ce qui concerne toutes les questions fondamentales de licence. Un bref résumé des principes du droit d'auteur dans le contexte international soulignerait les domaines dans lesquels les droits sur les éditions numériques sont essentiels.

Selon la Convention de Berne, une œuvre, imprimée ou sous forme numérique, est automatiquement protégée par le droit d'auteur dès sa création, sans que l'auteur n'ait besoin d'accomplir quelque formalité que ce soit. L'expression constante de l'œuvre sous forme numérique est suffisante. Il y a néanmoins des avantages pratiques à enregistrer un droit d'auteur lorsqu'il existe un registre national volontaire, afin d'avoir une trace officielle de la date d'enregistrement et de l'identité du nouvel inscrit. L'enregistrement est un moyen concret de revendiquer la paternité d'une œuvre si cette dernière devait être contestée plus tard.

Dès la création de l'œuvre, l'auteur (ou éventuellement son employeur, comme c'est le cas dans les pays qui autorisent le louage d'ouvrage) détient immédiatement et exclusivement le droit d'autoriser tout acte dit "soumis à restriction" ou des "droits exclusifs", à savoir la reproduction, la publication, la distribution, la traduction, l'adaptation, la représentation et la diffusion à la radio ou à la télévision de l'œuvre, ainsi que sa mise à la disposition du public.

Les conditions susmentionnées ne sont pas toujours exprimées mot pour mot dans des contrats de licence. Dans le commerce, ces droits sont séparables et exprimés de façon différente. Concernant le secteur de l'édition d'œuvres imprimées, les éditeurs ont la possibilité d'acquérir les droits de reproduction physique dans un format spécifique et compréhensible (relié, broché, numéroté, etc.) ainsi que des droits de distribution. Même les licences qui autorisent uniquement la vente de copies imprimées permettraient de réaliser des copies et des adaptations numériques dans les limites prévues par le processus de production.

S'agissant des livres électroniques, les éditeurs peuvent acquérir le droit de reproduction des éditions numériques (formats spécifiques de livres électroniques, formats multimédias) et de communication au public. Les licences

¹³¹ <http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=255>.



peuvent autoriser l'adaptation à un média particulier, comme les droits sur livres audio et les droits d'adaptation au théâtre. Les droits de traduction peuvent être cédés pour une langue dans le monde entier ou pour une région géographique spécifique. Ces licences sont généralement limitées dans le temps.

La technologie numérique a introduit de nouvelles façons d'utiliser les œuvres littéraires et, de fait, d'en concéder les licences. Les œuvres peuvent être déposées dans des bibliothèques numériques, avec ou sans contrepartie financière. Elles peuvent être adaptées aux fins d'utilisation dans des applications informatiques et des jeux vidéo. Les produits dérivés peuvent aller d'articles de papeterie à des parcs de loisirs. Des adaptations audiovisuelles peuvent être autorisées séparément pour des dessins animés, des séries télévisées ou des films. Ces droits relèvent du droit d'auteur et peuvent comprendre de nombreux "actes soumis à restriction" parmi ceux susmentionnés. Ils reposent également sur des marques qui permettent aux auteurs de personnages particulièrement connus ou caractéristiques et d'environnements de livres de protéger les personnages, les lieux fictifs et les noms originaux utilisés dans leurs œuvres, et sur des produits dérivés.

6.4 Nouveaux défis en matière de droit d'auteur dans l'environnement numérique

La loi sur le droit d'auteur et les conditions de licence doivent être adaptées aux changements qui affectent la technologie et les modèles commerciaux dans le secteur de l'édition, et vice-versa. La présente section donne un aperçu de cinq domaines dans lesquels l'environnement numérique a engendré de nouveaux défis, à savoir la relation entre auteur et éditeur; la séparation des licences pour les droits sur les éditions numériques et sur les éditions imprimées; l'augmentation des demandes concernant les droits pour le monde entier; et les difficultés particulières propres à l'autoédition.

6.4.1 Droits sur les éditions numériques et relation entre auteurs et éditeurs

La relation entre auteur et éditeur est au cœur de l'édition. La brochure de l'OMPI intitulée "Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition" demeure pertinente pour présenter tous les aspects fondamentaux des contrats entre auteurs et éditeurs. Compte tenu de la complexité nouvelle de la gestion des droits, il n'est pas suffisant que le contrat soit seulement fixé par écrit. Les données de licences devraient être exprimées de façon à pouvoir s'inscrire dans un système de gestion numérique des droits, en utilisant de préférence une langue normalisée pour les droits.

Les contrats liant auteurs et éditeurs ont toujours été un sujet de discorde entre eux. L'environnement numérique a alimenté ces conflits et ajouté de nouveaux éléments à cette discorde. Toutes les plus grandes maisons d'édition utilisent des contrats types dont plusieurs sont privilégiés par les auteurs et les organisations d'éditeurs, parfois conjointement. Tandis que ces modèles de contrats fournissent le cadre juridique et le langage requis (qui devraient toujours être adaptés aux lois nationales et à chaque circonstance), ils omettent de traiter des questions de négociation essentielles nécessitant une attention particulière de la part des parties prenantes du secteur de l'édition numérique. Les auteurs (ou éditeurs) sont d'autant mieux à même d'orienter le contrat d'édition que leur pouvoir de négociation est étendu.

Les auteurs se trouvent généralement dans une position de négociation inférieure par rapport à celle de l'éditeur et doivent accepter les conditions d'édition qui leur sont proposées, du moins au départ. Des États comme la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne protègent les auteurs, partie faible dans les relations contractuelles, en introduisant par exemple des réglementations régissant les formalités relatives à la conclusion des contrats; en imposant des restrictions sur l'étendue des transferts de droits (concernant de futurs modes d'exploitation ou de futures œuvres); et en appliquant des règles qui régissent le paiement d'une rémunération adéquate ou équitable, spécifient la manière d'interpréter les limites des contrats et déterminent l'incidence des transferts sur des tiers. Ces règles s'intéressent aussi aux utilisations qui peuvent être faites de l'œuvre et à la résiliation des contrats¹³².

Les auteurs et les éditeurs gagnent à ce que leurs contrats soient clairs et estimés justes par les deux parties, quel que soit l'endroit où seront publiés les livres. Lorsqu'un auteur négocie les droits sur des éditions numériques avec un éditeur, il est important que toutes les parties définissent précisément et comprennent bien les droits qui sont acquis. Cela peut-être source de confusion et de conflit. Par exemple, un livre électronique ou audio ou une autre version numérique pourrait être en texte intégral, en version abrégée ou en version améliorée avec des matériels supplémentaires qui peuvent ou non être créés par le même auteur. Différents droits "audio" sont concernés selon qu'une œuvre est enregistrée, adaptée en vue d'une interprétation dramatique ou sonorisée pour les personnes ayant des difficultés de lecture.

La plupart des aspects du contrat entre auteur et éditeur sont abordés dans la brochure intitulée "Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de

¹³² Voir <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-study-remuneration-authors-books-and-scientific-journals-translators-journalists-and>.



l'édition". Dans tout contrat d'édition passé dans l'environnement numérique, il convient de porter une attention particulière au fait :

1. de donner une description claire et sans ambiguïté des droits concédés sur une œuvre, y compris les formats de publication qu'un éditeur est autorisé à produire, la langue et les territoires autorisés par la licence;
2. de préciser l'exclusivité ou la non-exclusivité du contrat;
3. de mentionner la durée du contrat et les modalités régissant le retour des droits à l'auteur; et
4. d'indiquer les taux de redevance ainsi que le calendrier des paiements et de la soumission des rapports, y compris les avances.

6.4.2 Concession des droits d'impression et des droits numériques

Dans le passé, un auteur concédait une licence d'exploitation sur son œuvre à un éditeur, lequel publiait et commercialisait cette dernière pendant la durée de son cycle de vie sur un territoire donné. Avec l'arrivée d'éditeurs spécialisés (comme l'édition de livres brochés ou de livres audio), il est devenu possible d'autoriser différents formats commerciaux en concédant directement des licences à différents éditeurs.

L'édition de formats numériques peut-être autorisée par la même licence que celle pour le format papier, faire l'objet d'une licence séparée, ou ne pas être autorisée. Les "droits sur les éditions tous formats" (contrat principal entre l'auteur et l'éditeur, qui inclut généralement tous les formats) comprend désormais de plus en plus souvent les droits sur les livres électroniques. Ce type de contrat convient à la majorité des grands éditeurs, qui souhaiteraient acquérir le droit d'éditer à la fois des formats de livres électroniques et des formats imprimés. Pour les titres grand public, ils voudront récolter les dividendes de leurs ventes et de leurs efforts de commercialisation des formats numérique et imprimé. Dans les pays où il existe un marché du livre relié, peut-être voudront-ils retarder la date de publication du livre numérique afin que le format relié haut de gamme ne rivalise pas avec le livre électronique (beaucoup plus abordable dans de nombreux pays). La décision commerciale définissant la stratégie exacte du lancement de livres électroniques peut-être différente sur chaque marché.

Les auteurs sont préoccupés par la concession de droits sur des œuvres qui, par la suite, ne sont pas commercialisées. Ils ne veulent pas concéder de droits sur des livres numériques si l'éditeur omet ensuite d'éditer le livre en format numérique. Ce point devrait faire l'objet de négociations. En Allemagne¹³³, en

¹³³ VerlG, sect. 1.

Belgique¹³⁴, en France¹³⁵, en Hongrie¹³⁶ et en Suède¹³⁷, l'éditeur est légalement tenu d'exploiter les droits concédés¹³⁸. Une vision partagée de la stratégie et du programme d'édition peut enfin permettre d'éviter les litiges avec les preneurs de licence dans tous les pays.

6.4.3 *Concession des droits pour le monde entier*

Auparavant, les droits étaient exclusivement concédés à un éditeur pour un territoire particulier ou, dans le cas de traductions, pour une langue spécifique. Les grandes maisons d'édition, présentes dans plusieurs pays, peuvent également acquérir les droits pour les pays concernés.

Il peut aussi être commode d'autoriser le premier éditeur à concéder des licences sur des traductions internationales d'une œuvre plutôt que de passer par un agent, à condition que l'éditeur ait la possibilité et la volonté de chercher activement des partenaires de licence internationaux. Cela présente un intérêt lorsqu'une publication associe les œuvres de plusieurs créateurs, comme les livres d'illustrations, ainsi que sur le marché scientifique et le marché scolaire où les éditeurs ont déjà établi un créneau et des contacts dans leur domaine.

Le secteur de l'édition a toujours été un secteur international, toutefois le marché scolaire et le marché s'adressant au grand public ont toujours eu une approche territoriale. Cependant, dans l'environnement numérique, un seul éditeur, même modeste, peut désormais répondre aux besoins d'un public mondial. Par conséquent, la demande de droits pour le monde entier est en hausse dans tous les secteurs. Par exemple, l'éditeur Bloomsbury commente sur son site Web : "Pour les livres d'images de toutes sortes, qu'il s'agisse ou non de fiction, au Royaume-Uni, les éditeurs requièrent généralement les droits pour le monde entier car le seul marché britannique n'est pas assez vaste pour supporter les coûts de l'impression en quadrichromie. Aux États-Unis d'Amérique, les éditeurs ont la chance d'avoir un marché domestique suffisamment important pour ne pas être tributaires des ventes à l'étranger et par conséquent, ils n'exigeront pas forcément les droits pour le monde entier¹³⁹."

¹³⁴ LDA, art. 26.1).

¹³⁵ CPI, L. 132-1 et suivants.

¹³⁶ HCA, art. 56-57.

¹³⁷ URL, art. 33.

¹³⁸ Voir l'étude intitulée "CONTRACTUAL ARRANGEMENTS APPLICABLE TO CREATORS : LAW AND PRACTICE OF SELECTED MEMBER STATES" à l'adresse http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/juri/dv/contractualarrangements_/contractualarrangements_en.pdf.

¹³⁹ Walsh, Caroline (nd) Publishing Agreements. Bloomsbury Writers&Artists, <https://www.writersandartists.co.uk/writers/advice/162/after-publication/rights-and-legal-advice/publishing-agreements> (site consulté le 26 janvier 2017).



L'édition scientifique et professionnelle est généralement destinée au marché international. Il est donc nécessaire pour un éditeur d'acquérir les droits pour le monde entier, au moins dans une langue spécifique. Il en va de même pour tout éditeur qui s'adresse à un public international dans une seule langue. De nombreuses langues sont aujourd'hui parlées et lues par d'importantes communautés de la diaspora relativement aisées qui souhaitent aussi acquérir des livres dans leur langue maternelle. L'édition de livres électroniques convient parfaitement à ce type de public. Étant donné que les diasporas sont dispersées dans un grand nombre de pays, il est important d'acquérir les droits de distribution et de vente dans le monde entier aux fins de publication dans ces langues.

6.4.4 *Arrangements en matière d'autoédition*

Il n'a jamais été aussi aisé qu'aujourd'hui pour un auteur de publier ses propres livres, mais jamais il n'a été aussi difficile de vivre de sa plume. La liberté de pouvoir être publié sans l'aide d'un agent ni éditeur commercial rend les auteurs très expérimentés en matière de licence.

L'autoédition offre désormais une gamme de services variés. Puisque l'auteur paie pour bénéficier de services de publication, certains éléments du contrat diffèrent des contrats d'édition classiques et requièrent une attention particulière.

- Les auteurs devraient préciser si le contrat est exclusif ou s'il permet également à d'autres intermédiaires de publier le même livre.
- Les auteurs devraient savoir si leur livre est uniquement commercialisé ou s'il peut aussi être loué, par exemple dans le cadre du programme de location de livres électroniques Kindle d'Amazon. Les taux de redevance peuvent également varier considérablement selon les options choisies par l'auteur.
- La possibilité de modification et de retrait est essentielle du point de vue de la liberté que donne l'autoédition.
- Comme toujours, une attention particulière devrait être portée aux clauses relatives au retour des droits à l'auteur, c'est-à-dire la rapidité du délai pour retirer un livre du programme lorsque l'auteur souhaite passer par un autre service.

6.5 **Œuvres du domaine public, œuvres libres de droits et œuvres orphelines**

Ainsi qu'il a été mentionné précédemment, l'utilisation d'un contenu "libre de droits" pour créer des publications et la mise à disposition d'un contenu "à titre gratuit" constituent avant tout un modèle commercial, et pas nécessairement une

décision légale. Le fait que le contenu puisse être en libre accès ou expressément gratuit ne signifie pas qu'il puisse être réutilisé librement. Les éditeurs doivent s'attacher à distinguer les œuvres qui ne sont pas ou plus protégées par la loi sur le droit d'auteur (tout en prenant garde au droit moral!) des œuvres protégées par le droit d'auteur qui ont été autorisées par des licences publiques de portée très large.

Les éditeurs qui rééditent des ouvrages historiques dont le droit d'auteur a expiré n'ont pas à se préoccuper d'obtenir des licences, à moins qu'ils n'utilisent des traductions modernes. Il est souvent permis de rééditer des lois nationales, des données économiques et des registres de brevets sans qu'il y ait besoin de se procurer une licence particulière. Cependant, les mécanismes par lesquels les lois nationales permettent d'éditer ces œuvres peuvent varier. Il pourrait par exemple s'agir d'exceptions ou de limitations relatives à des actes soumis à restriction en vertu de la législation sur le droit d'auteur, ou une licence générale ouverte. Un contenu réédité trouvé "gratuitement" sur l'Internet suit les mêmes principes, à savoir : les contenus provenant de sites Web, les courtes vidéos, les billets de blogues, les mêmes, les messages publiés sur Facebook et Twitter, les photos partagées et les autres contenus de ce type ne peuvent être copiés ou republiés sans autorisation. La plupart des sites Web sociaux ont des conditions de licence claires concernant la réutilisation de leurs contenus. En l'absence de termes clairs, ou en l'absence d'une exception au droit d'auteur, de telles œuvres ne devraient pas être utilisées sans l'autorisation expresse du titulaire de droits.

Trouver le bon titulaire de droits est souvent une tâche difficile, en particulier lorsque l'éditeur initial n'a pas joint les méta-données suffisantes à l'œuvre. S'agissant des œuvres publiées, il faut commencer par chercher du côté de l'éditeur le plus récent. Les organisations de gestion collective d'auteurs ou d'éditeurs ou les bibliothèques nationales détiennent souvent des informations contribuant à identifier ou à localiser les titulaires de droits. Cette question revêt une importance particulière pour les bibliothèques et les services d'archives souhaitent numériser leurs collections et les mettre à la disposition du public. Les titulaires de droits peuvent être si nombreux que les contacter pour obtenir leur autorisation coûterait très cher. Un certain nombre de pays, notamment le Canada¹⁴⁰ et le Royaume-Uni¹⁴¹, ont promulgué des lois nationales permettant la réutilisation, sous certaines formes, d'œuvres orphelines, et l'Union européenne a publié une directive qui traite la question¹⁴². La plupart des lois de ce type exigent la recherche sans délai du titulaire de droits et imposent certaines conditions

¹⁴⁰ <http://www.cb-cda.gc.ca/unlocatable-introuvables/other-autre/BRO-2016-08-26-FR.pdf>.

¹⁴¹ <https://www.gov.uk/apply-for-a-licence-to-use-an-orphan-work>.

¹⁴² <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:299:0005:0012:FR:PDF>.



concernant le rééditeur ou l'objectif de la réutilisation avant la concession d'une licence.

6.6 Gestion numérique des droits

L'édition dans l'environnement numérique implique une gestion plus complexe des droits. Du fait que les possibilités de sources de revenus augmentent, les éditeurs et autres intermédiaires doivent être à même de déterminer rapidement et précisément s'ils possèdent ou contrôlent les droits appropriés, et s'ils peuvent concéder ces droits sous licence en vertu de leur stratégie et de leurs politiques commerciales, et à quel prix. Des mécanismes de licence automatisés sont actuellement en phase de conception : des programmes informatiques qui recherchent un contenu spécifique, déterminent si celui-ci est apte à recevoir une licence pour une utilisation donnée puis concluent le contrat de licence sans autre intervention humaine. L'enregistrement systématique et (cela est capital) cohérent et continu des données relatives aux droits sur les éditions numériques permet en outre aux éditeurs de fournir aux auteurs des informations et des paiements transparents, ce qui est un élément crucial pour l'établissement d'une relation de confiance.

Afin d'enregistrer les droits, ONIX for Licensing Terms (OLT¹⁴³) (ONIX pour les conditions de licence), famille de normes de messagerie ONIX en cours de conception, constitue un excellent point de départ pour déterminer les droits qui peuvent être enregistrés et de quelle manière. Les formats OLT sont spécialisés pour répondre aux besoins des différents groupes d'utilisateurs et des différentes applications.

ONIX for Publications Licenses (ONIX pour les licences sur les publications) est un format de communication important pour les éditeurs de publications car il leur permet, ainsi qu'aux intermédiaires et aux bibliothèques, d'énoncer les conditions de licence pour les matériels numériques d'une manière structurée de sorte qu'elles puissent être saisies dans un système de gestion de ressources électroniques et interprétées par ce système. Cela évite aux bibliothèques d'avoir à gérer les différentes conditions de licence propres à chaque éditeur.

ONIX for Rights Information Services (ONIX pour les services d'information sur les droits) aide les bibliothèques à identifier les titulaires de droits sur les œuvres de leurs collections. Cette norme permet de réduire le nombre d'œuvres orphelines dans une collection donnée.

ONIX for RROs (ONIX pour les organismes gérant les droits de reproduction) facilite le transfert de données entre les organismes gérant les droits de reproduction et les auteurs et les éditeurs. Cette norme permet d'améliorer le délai et la précision

¹⁴³ <http://www.editeur.org/85/Overview/>.

du versement des droits de licence perçus par les organismes gérant les droits de reproduction aux auteurs et aux éditeurs.

6.7 Chaîne de blocs et gestion numérique des droits

La chaîne de blocs est un type de logiciel récemment mis au point qui crée un grand livre numérique, décentralisé et ouvert. Les données ne peuvent pas être modifiées rétrospectivement. Cela signifie que le logiciel peut par exemple suivre la propriété et le transfert des actifs sans vérification externe. Chaque nouvelle transaction peut-être ajoutée à la chaîne de blocs suivant un ensemble de règles convenues. Toute personne peut vérifier l'enregistrement, mais, à la différence des bases de données centralisées, l'autorité et le pouvoir de modifier les données n'incombent pas à une seule organisation centrale. Bitcoin, la célèbre monnaie virtuelle, utilise la technologie de la chaîne de blocs. Certains secteurs utilisent les chaînes de blocs pour estampiller des documents, suivre des actifs, protéger les logiciels contre la falsification et sécuriser l'infrastructure numérique. Il est prévu que cette technologie révolutionne la gestion de données car elle permet les transactions décentralisées et la gestion de données¹⁴⁴.

Cette technologie peut-elle avoir une incidence sur l'édition? Des expérimentations ont été menées dans le secteur musical, où la gestion des droits pour les compositeurs, les paroliers, les interprètes et les éditeurs est souvent très complexe. La technologie de la chaîne de blocs présente trois avantages pour le secteur de l'édition. Tout d'abord, elle permet de suivre la propriété des droits dans un fichier numérique et de remonter au créateur original ou aux créateurs originaux. Ensuite, la combinaison de la technologie de la chaîne de blocs et des licences exploitables par ordinateur permet de créer des systèmes de paiements aux fins d'amélioration de l'efficacité de ces derniers. Enfin, cette technologie peut rendre la concession de licences collectives plus compétitive et donc, efficace, en facilitant la mise en place de plateformes de licences alternatives.

La technologie de la chaîne de blocs a également ses détracteurs¹⁴⁵. Ceux-ci se demandent si une telle technologie est capable de gérer le nombre d'utilisations autorisées de fichiers musicaux sur l'Internet. Un élément plus important encore est l'absence d'autorité centrale, qui peut au final revenir à l'absence de responsabilité et d'obligation de rendre des comptes. On note en outre des préoccupations d'ordre juridique : n'importe qui peut prétendre être le propriétaire initial d'une œuvre de création. Même si le premier déposant a un certain pouvoir à cet égard, ce postulat peut-être interrogé. La question est de savoir quelles sont les responsabilités en cas de poursuites et les actions qui peuvent être entreprises s'il est impossible de modifier une chaîne de blocs mais qu'il est nécessaire de réévaluer la propriété, notamment

¹⁴⁴ Voir <https://www.economist.com/news/leaders/21677198-technology-behind-bitcoin-could-transform-how-economy-works-trust-machine>.

¹⁴⁵ <http://www.hypebot.com/hypebot/2017/08/why-you-cant-put-the-music-industry-on-a-blockchain-excerpt.html>.



suite à une décision de justice. Ces préoccupations valent également pour le secteur de l'édition.

6.8 Licences collectives

Les organisations de gestion collective gèrent les licences collectives pour le compte d'un grand nombre de titulaires de droits. La première organisation de gestion collective a été fondée par des auteurs dramatiques, des compositeurs et des paroliers en 1829¹⁴⁶, en France, et ces organisations se sont rapidement imposées dans le cadre de représentations théâtrales puis musicales.

L'avènement de la photocopie de masse a nécessité la création de sociétés collectives d'auteurs et d'éditeurs appelées organismes gérant les droits de reproduction. Aujourd'hui, la Fédération internationale des organismes gérant les droits de reproduction (IFRRO) comprend 92 membres. En 2015, ils ont collecté 1 milliard 140 millions de dollars (soit 1 milliard 67 millions d'euros¹⁴⁷).

Le revenu varie d'un pays à l'autre, mais dans de nombreux pays, les paiements versés aux organismes gérant les droits de reproduction représentent une part très importante des revenus des auteurs et des éditeurs, en particulier des éditeurs d'ouvrages scolaires, car les licences collectives sont particulièrement développées dans ce secteur. Les organismes gérant les droits de reproduction sont généralement dirigés par des auteurs et des éditeurs sur un pied d'égalité, et les règles de répartition des revenus, bien qu'étant très différentes d'un pays à l'autre, exigent souvent que les revenus de l'organisme soient partagés entre auteurs et éditeurs.

Certes, les organismes gérant les droits de reproduction ont pour tâche principale de gérer les licences collectives mais ils remplissent également d'autres fonctions importantes : ils amènent auteurs et éditeurs à réfléchir ensemble à la question qui les concerne tous, à savoir le renforcement du droit d'auteur et de la gestion collective, améliorant ainsi le dialogue. Les organismes gérant les droits de reproduction occupent en outre une place importante dans le débat national sur le droit d'auteur. Ils contribuent aussi souvent à développer d'autres aspects de l'infrastructure du secteur de l'édition. Ils élaborent des identificateurs et des normes, aident les auteurs et les éditeurs à défendre le droit d'auteur et à développer des relations suivies avec les bibliothèques, autres acteurs majeurs du secteur de l'édition.

L'introduction de licences collectives numériques a été un processus complexe. Si dans le domaine de l'impression il est unanimement admis que seules des

¹⁴⁶ Pour plus d'informations concernant l'histoire des organisations de gestion collective, voir http://www.cisac.org/content/download/1127/19620/file/CISACUniversity_The_History_of_Collective_Management_FINAL.pdf.

¹⁴⁷ http://ifrro.org/sites/default/files/ifrro_board_report_2016.pdf.

licences collectives peuvent autoriser la photocopie, dans l'environnement numérique le consensus sur la question de savoir quelles utilisations peuvent faire l'objet de licences collectives a peiné à se dégager. Les éditeurs ont d'abord cherché directement à acquérir des licences pour toute utilisation numérique, même mineure. Cette hésitation s'explique en partie par les règles de partage des revenus des sociétés de perception des droits : le partage des recettes à égalité entre les auteurs et les éditeurs est habituel dans les régimes de licences collectives, mais exceptionnel dans les contrats entre auteurs et éditeurs qui déterminent les redevances issues de licences que les éditeurs concèdent directement.

Plusieurs sociétés collectives ont élaboré des systèmes de licences comprenant les utilisations numériques telles que le scannage et l'intégration de parties de livres ou d'articles individuels de périodiques à des paquets de cours sur support numérique ou à des ressources éducatives en ligne. Certains organismes gérant les droits de reproduction, en particulier ceux qui sont le modèle commercial nécessitent des mandats volontaires des auteurs et des éditeurs, ont pu mettre au point de nouveaux produits de licences efficaces qui répondent aux préoccupations spécifiques des utilisateurs¹⁴⁸.

Dans le même temps, les organismes gérant les droits de reproduction ont dans l'ensemble été soumis à des pressions. Au Canada, des modifications de la loi ont affaibli les organismes nationaux gérant les droits de reproduction, et en Belgique (avec la participation de la Cour de justice européenne)¹⁴⁹ et en Allemagne¹⁵⁰, des affaires judiciaires ont remis en cause le rôle des éditeurs dans les sociétés collectives.

La question de savoir si les organismes gérant les droits de reproduction continueront à jouer un rôle prépondérant dans l'infrastructure du secteur de l'édition dépendra des responsables politiques. Les questions clés sur le sujet sont la représentation des auteurs et des éditeurs, la possibilité de collecter des droits de licence pour la copie privée et en particulier la mesure dans laquelle l'utilisation de parties de manuels et autres livres dans les établissements d'enseignement requiert le paiement de droits à verser aux intéressés par l'intermédiaire des organismes locaux gérant les droits de reproduction.

¹⁴⁸ Voir par exemple : <https://learningfield.com.au/>, <http://www.copyright.com/business/rightfind/>.

¹⁴⁹ C-572/13, Hewlett-Packard Belgique SPRL v Reprobél SCRL.

¹⁵⁰ Martin Vogel vs. VG Wort, BGH ZR 198/13.

7. PIRATAGE ET ÉDITION NUMÉRIQUE

Le piratage, équivalent du vol en droit d'auteur, remonte aux débuts mêmes de l'édition. Les éditeurs ont toujours été confrontés à des imprimeurs qui dépassent le nombre de tirages autorisés ou à l'importation ou la réimpression illicite de livres populaires par des tiers. Quand bien même le piratage était un problème généralisé avant l'avènement de l'Internet, ce dernier en a considérablement modifié la portée, l'échelle et les conséquences potentielles. Il y a fort à parier que chaque livre électronique à succès sera piraté et qu'il sera possible d'en télécharger gratuitement des copies illicites sur l'Internet, parfois même avant sa publication officielle. En 2015, par exemple, "Soumission", le roman de Michel Houellebecq, était accessible en ligne gratuitement, en téléchargement illégal une semaine avant sa sortie officielle dans les rayons. De telles nouvelles permettent de comprendre pourquoi certains titulaires de droits sont peu enclins à se lancer sur le marché du numérique.

Globalement, il n'existe aucune donnée vérifiable et empirique sur le piratage. Il est possible d'extrapoler les données en faisant une estimation du trafic mondial sur l'Internet généré par les sites d'échange de fichiers, et d'évaluer ensuite le pourcentage d'œuvres piratées. Concernant le piratage de livres, ces données sont insignifiantes car la taille des fichiers de livres est généralement réduite et les canaux de piratage peuvent être plus complexes. Si des données précises étaient disponibles, nous aurions probablement une image différente de la situation : dans les pays où le marché du numérique est suffisamment stable, un fort pourcentage du marché de l'édition est probablement licite. Dans certaines régions, l'absence presque totale d'un marché du numérique fonctionnant correctement signifie que près de la totalité des ventes de livres électroniques, quelle que soit leur taille, sont illégales. De ce fait, les chiffres collectés au niveau mondial sont dénués de sens. D'un point de vue politique, la question est de savoir s'il existe un marché ordonné favorisant un environnement stable pour le secteur de l'édition, qui génère des emplois, un système de taxes et surtout, qui encourage la création de livres.

Certaines industries de la création survivent dans un environnement où seul un petit pourcentage de consommateurs paye : les musiciens de rue jouent gratuitement et comptent sur une rémunération volontaire, et ils remportent parfois un succès remarquable¹⁵¹. Dans l'industrie cinématographique indienne, "Bollywood", les pirates gagnent plus d'argent que l'industrie du film elle-

¹⁵¹ Voir la publication de l'OMPI intitulée "Comment gagner sa vie avec la musique", page 126.

même¹⁵². Manifestement, les économies d'échelle se développent à la faveur de cette industrie cinématographique, vu la taille gigantesque du marché indien. Ce modèle s'applique également à "Nollywood", l'équivalent nigérian de Bollywood. Songer à l'incroyable machine économique et créative que pourraient être ces industries si les artistes, artistes interprètes ou exécutants, créateurs et parties prenantes de ce secteur étaient capables de tirer pleinement parti de leurs droits au titre du droit d'auteur donne cependant à réfléchir.

Certains auteurs et éditeurs, eux aussi, profitent du piratage. Ils considèrent le piratage en ligne et la disponibilité gratuite de leurs livres en ligne comme un outil commercial de promotion de leurs ventes sur papier. Paulo Coelho, l'auteur de best-sellers, publie les liens vers toutes les versions numériques et les traductions de ses livres sur son propre site Web. Il maintient que plus il y a de gens qui "piratent" un livre, mieux ça vaut et que s'ils apprécient le début, ils iront acheter le livre entier le lendemain¹⁵³.

Cette approche est de fait un modèle commercial selon lequel les ventes numériques perdues à cause du piratage sont compensées par les retombées sur la commercialisation du livre imprimé et les répercussions en matière de relations publiques ainsi que par les économies réalisées en décidant de ne pas lutter contre le piratage. La marque et l'image (de soi) peuvent également jouer un rôle. Ce modèle commercial ne peut-être appliqué que par les auteurs et les éditeurs qui détiennent une part du marché du livre imprimé suffisamment importante. Il peut également fonctionner pour les auteurs dont le livre actuel vise simplement à faire la promotion de leurs qualités et leurs compétences, qu'ils peuvent ensuite monnayer d'une autre manière. En conséquence, il n'est pas surprenant que les auteurs universitaires, qui touchent leur revenu principal de leur établissement universitaire, fassent en général peu de cas du piratage de leurs monographies. Ce modèle commercial ne convient pas aux auteurs dont les œuvres ne sont pas des best-sellers et dont la demande globale, sous forme imprimée ou numérique, est insuffisante pour assurer leur stabilité, ni lorsqu'une large proportion de la demande est satisfaite sans qu'aucun paiement ne soit versé aux auteurs et aux éditeurs.

Le piratage demeure donc source d'inquiétude pour la grande majorité des auteurs et des éditeurs. L'ensemble du marché potentiel se rétrécit dans une proportion égale à celle de la demande satisfaite par les pirates. Puisque le secteur de l'édition compte principalement des entreprises à faibles marges bénéficiaires, et que les éditeurs ont besoin des bénéfices dégagés par un petit

¹⁵² <http://www.thenewsminute.com/article/indian-films-gross-2-billion-piracy-makes-35-more-48603>.

¹⁵³ <https://www.theguardian.com/books/2012/feb/01/paulo-coelho-readers-pirate-books>.



nombre de best-sellers pour supporter les coûts de l'ensemble du programme d'édition, un petit nombre de copies piratées peut avoir de lourdes conséquences.

Avant d'analyser les outils permettant de lutter contre le piratage numérique, il est important de reconnaître que les conséquences du piratage varient selon les différentes branches du secteur de l'édition. Tous les marchés ne sont pas sujets au piratage à mesure égale. Certains marchés s'adressent aux consommateurs qui ont une solide culture du respect du droit d'auteur. Cela vaut pour les industries fondées sur la propriété intellectuelle, mais également, dans une mesure tout aussi importante, pour les bibliothèques, les institutions publiques, y compris les établissements d'enseignement public et les établissements d'enseignement supérieur dans la plupart des pays. Cela contribue à expliquer pourquoi les exceptions au droit d'auteur, moyen licite d'utiliser des œuvres sans rémunération, font l'objet d'un débat si animé dans ces secteurs. D'autres secteurs tels que le secteur bancaire, les services de consultation et la comptabilité, ont grand intérêt à ce que l'on sache qu'ils se conforment aux lois en général, y compris à la loi sur le droit d'auteur. De la même manière, certains marchés sont particulièrement exposés au piratage, comme la science-fiction ou les manuels de l'enseignement supérieur, domaines dans lesquels les lecteurs types ont des compétences en informatique qui dépassent leur compréhension du droit d'auteur, ou la considération qu'ils lui accordent. L'édition grand public dans les marchés émergents est également exposée au piratage, car les premiers consommateurs à adopter la lecture numérique sont aussi ceux qui ont de bonnes compétences en informatique et qui connaissent des sources non autorisées de musique, films et livres électroniques. La plupart des marchés licites du livre électronique naissent dans un environnement de lecteurs de contenu numérique dont la demande est satisfaite uniquement par les pirates et qui ont donc l'habitude de se procurer des livres gratuitement ou à très bas prix par des sources anonymes. Cela complique considérablement le développement de tels marchés. Plus un marché du numérique est établi et traditionnel, plus ses lecteurs sont enclins à respecter la loi, en particulier si leur choix est facilité par une offre accessible.

Quoi qu'il en soit, le piratage ne doit pas être traité à la légère. Les comportements face au téléchargement illicite de musiques, films et livres électroniques peuvent évoluer. Les titulaires de droits ne sont pas que des victimes du piratage, ils peuvent changer la manière dont la société perçoit les activités qui les privent d'obtenir la juste récompense de leur labeur. Les droits ne seront respectés que s'ils sont défendus.

7.1 Stratégies de lutte contre le piratage

Stratégies pouvant être appliquées par les auteurs et les éditeurs dans de telles circonstances?

Certains éditeurs pensent que le piratage en ligne est un tel risque pour leur activité qu'ils refusent tout net de s'engager dans l'édition numérique. À court terme, cette stratégie évite les pertes. À long terme, elle ne fonctionne que dans les secteurs qui restent fermement cantonnés à l'édition sur papier. Ces secteurs pourraient inclure les éditeurs de livres pour enfants, les éditeurs de beaux livres et quelques autres. Dans la plupart des autres secteurs, les auteurs recherchent parfois des éditeurs qui leur offrent des bénéfices tant pour les publications numériques que pour celles imprimées. À long terme, les éditeurs de publications exclusivement sur papier peuvent se spécialiser dans la sous-traitance auprès de maisons d'édition à même de proposer une variété de formats, ce qui ne les distingue plus tellement des imprimeurs.

Une première stratégie visant à prévenir le piratage consiste à utiliser des modèles commerciaux qui résistent à ce fléau. Les éditeurs qui fournissent un accès payant à des bases de données régulièrement actualisées ou à des bibliothèques numériques et à leurs collections, comme les éditeurs de contenus éducatifs numériques, peuvent contrôler le trafic sur leurs plateformes et détecter facilement les violations flagrantes de mots de passe. Grâce à l'actualisation continue des produits, même si quelqu'un parvient à copier un produit, le produit original sera toujours de qualité supérieure. Une autre tactique consiste à grouper un livre donné avec un produit numérique et protéger l'accès à ce dernier par un mot de passe. Les ouvrages universitaires peuvent être proposés avec un code d'accès à un riche environnement éducatif numérique dont la licence est vendue avec un mot de passe spécifique pour chaque ouvrage. Les mots de passe piratés peuvent être bloqués. Cette méthode peut en outre affaiblir le marché du manuel d'occasion.

La deuxième approche consiste à recourir à des mesures techniques de protection. Ces mesures sont des barrières techniques qui empêchent la copie et la mise à disposition de fichiers numériques. Selon l'article 11 du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, les parties contractantes sont tenues de prévoir une protection juridique appropriée et des sanctions juridiques efficaces contre la neutralisation des mesures techniques efficaces. Il existe une gamme de technologies variées en termes de coût, d'efficacité et de désagréments pour le lecteur. Aucune technologie ne peut-être efficace à 100% mais il n'est pas forcément nécessaire de protéger le marché numérique. Les mesures techniques de protection créent une barrière qui n'est pas un simple inconvénient technique,



mais qui montre aussi que l'œuvre donnée est protégée par le titulaire du droit d'auteur. C'est encore un facteur qui pourra persuader certains lecteurs de se procurer une licence plutôt que de se livrer au piratage.

La troisième stratégie implique enfin de lutter activement contre le piratage, en particulier contre ceux qui en tirent profit.

7.1.1 *Lutter contre le piratage en ligne*

Le fait de lutter contre le piratage sur l'Internet, comme de lutter contre de nombreuses autres formes de cybercriminalité, n'est pas une mince affaire en raison de l'anonymat que fournit l'Internet. Pourtant, ce n'est pas une mission impossible. Il faut avant tout que le secteur de l'édition concerné ait la volonté de défendre et de faire respecter ses droits. Cela a un coût, en termes d'argent, de ressources et d'efforts collectifs. Si les auteurs et les éditeurs pensent que leurs œuvres ont de la valeur et sont une valeur ajoutée, alors la défense de ces droits est une étape politique et pratique importante.

Certaines mesures doivent être prises d'emblée par auteurs et éditeurs. Justifier de la propriété des droits et de la chaîne de transfert des droits est important dans une procédure judiciaire. Inclure des avis sur le droit d'auteur et des informations sur la gestion numérique des droits dans les livres électroniques ainsi que des conditions de licences expresses permet d'informer les utilisateurs et les personnes qui souhaitent partager ces œuvres plus largement des limites de leurs droits contractuels et de leurs obligations. Les informations sur la gestion numérique des droits et les informations sur le preneur de licence original au titre du contrat peuvent être intégrées en filigrane numérique, celui-ci incluant parfois des données cachées comprises dans les fichiers numériques et copiées en même temps que l'œuvre.

Hormis les mesures techniques, des mesures politiques importantes doivent également être prises. Il est également crucial de lutter ostensiblement contre le piratage afin d'inciter les autorités chargées de veiller au respect de la loi, les juges, les responsables politiques et les législateurs à créer un cadre juridique et de mise en œuvre qui prenne le piratage au sérieux. Auteurs et éditeurs doivent avoir la volonté de s'exprimer haut et fort et de montrer que le piratage n'est pas une infraction anodine.

Il n'est pas nécessaire de gagner toutes les affaires de piratage mais il est important de lutter contre cette infraction et de remporter les affaires qui ont fait date et ont publiquement revendiqué l'existence, l'efficacité et la légitimité de la loi sur le droit d'auteur. Les enquêtes en ligne, les récompenses offertes aux personnes qui contribuent à démasquer les pirates et les frais de justice peuvent

coûter très cher. Les auteurs et les éditeurs peuvent par conséquent sélectionner soigneusement les affaires qu'ils décident de porter en justice et demander à leurs associations de les aider à obtenir gain de cause dans les affaires marquantes. Il arrive souvent que les organismes gérant les droits de reproduction et les organisations rassemblant des titulaires de droits puissent également offrir un appui financier.

Là où les responsables politiques et les tribunaux ne parviennent pas à garantir une protection adéquate et efficace du droit d'auteur, la communauté internationale des auteurs et éditeurs peut apporter un soutien aux titulaires de droits locaux en rappelant leurs obligations aux gouvernements concernés au titre des traités de l'OMPI et de l'OMC qu'ils ont ratifiés. Ceux-ci exigent en effet, lorsqu'il y a lieu, la protection adéquate et efficace du droit d'auteur.

Développer des marchés licites

Le piratage en ligne existait dans la plupart des pays avant la naissance des marchés commerciaux. Ainsi, au début, tous les secteurs de l'édition ont été confrontés à la lourde tâche de développer un marché commercial dans un environnement servant à partager gratuitement des œuvres protégées par le droit d'auteur.

Le bon développement d'un marché du livre numérique exige quelques prérequis, qui sont examinés ci-après.

Une infrastructure de base pour le commerce en ligne, notamment des mécanismes de paiement et une infrastructure de distribution fiables.

Un prix raisonnable. Les consommateurs s'attendent à ce que les livres électroniques soient moins chers que les livres imprimés. Seuls les auteurs de renom peuvent vendre des versions électroniques de leurs romans à des prix avoisinant ceux du livre imprimé. Le prix est également influencé par les politiques gouvernementales comme la fixation d'un prix unique des livres, les réglementations parallèles en matière d'importation et la taxe sur la valeur ajoutée/la taxe générale sur les ventes¹⁵⁴.

Des efforts notables de toutes les parties prenantes et tous les responsables politiques pour combattre le piratage, notamment des lois claires, des tribunaux impliqués, des organes compétents chargés d'assurer le respect des lois et des titulaires de droits qui défendent activement leurs droits. En outre, il faut sensibiliser le public à la nécessité de rémunérer les titulaires de droits et aux moyens permettant d'observer les lois sur le droit d'auteur. La condamnation par

¹⁵⁴ Pour accéder aux détails de la discussion relative à la TVA sur les livres électroniques dans l'Union européenne, voir <https://euobserver.com/digital/136111>.



un tribunal, même si elle reste rare, crée une prise de conscience du mal causé par le piratage et du risque que prennent ceux qui s'en rendent coupables.

La meilleure stratégie de lutte contre le piratage est d'offrir une expérience et un service en ligne bien plus efficaces que ceux proposés sur les sites Web piratés. Les plateformes licites offrent plus qu'un simple contenu. Elles offrent une expérience en ligne sécurisée, pratique et agréable, notamment la garantie de la qualité des livres électroniques proposés et la garantie de la fiabilité du site Web. Elles offrent également la garantie d'un site Web protégé des virus, exempt de publicités non sollicitées ou de publicité de services illicites ou suggestifs, une vitesse de téléchargement à haut débit, des recommandations fondées sur des achats antérieurs, des évaluations de contenus et des communautés en ligne, la possibilité de dialoguer avec les auteurs, d'autres contenus ou produits connexes, un service aux consommateurs, un service d'assistance téléphonique, des applications pratiques, et d'autres avantages.

Les lecteurs veulent naviguer en toute sécurité sur des sites Web de confiance proposant une interface de recherche pratique et des services de qualité. Les auteurs et les éditeurs veulent s'assurer que leurs œuvres sont facilement accessibles, protégées de manière appropriée et dûment autorisées par une licence.

8. CONCLUSION

Le secteur de l'édition est en pleine révolution numérique. Tous les éléments de l'édition sont bouleversés par la technologie, même si le livre imprimé demeure un produit populaire et durable. Il est peu probable que toutes les branches du secteur de l'édition passent aux plateformes numériques, du moins pas à moyen terme. Pour les lecteurs, le passage aux produits numériques est facilité par la disponibilité de la technologie numérique. Cependant, les lecteurs peuvent toujours faire un choix entre l'écran et le papier.

Les livres imprimés se distinguent de tous les autres médias car les lecteurs donnent au papier plus qu'une valeur nostalgique. Le papier est résistant, compact, il peut-être facilement manipulé, il est bon marché, simple et ne requiert pas l'utilisation de l'électricité. On peut y inscrire des annotations, le déchirer, le réparer, le toucher, le plier, l'afficher et point n'est besoin d'avoir un ordinateur à proximité pour en disposer. Ces qualités sont souvent, mais pas toujours, appréciées. Tant que le livre imprimé aura de la valeur aux yeux du lecteur, il continuera d'exister. Les formats numériques prévalent là où ils apportent une utilité supplémentaire importante ou constituent des solutions à des problèmes pressants.

La communication scientifique a été le premier domaine dans lequel le papier a cédé la place au numérique, car les chercheurs ont besoin de la technologie numérique pour rendre le volume croissant des connaissances scientifiques consultable et les informations qu'elles requièrent accessibles. Le papier perdure résolument dans l'édition de livres pour enfants, car les parents préfèrent que leurs enfants lisent des livres plutôt qu'ils passent encore plus de temps sur un écran. L'enseignement à distance est passé au numérique car le numérique comble la distance physique bien plus efficacement que les livres imprimés ne le sauraient. Pourtant, dans les salles de classe de l'enseignement primaire et secondaire, les outils numériques n'ont à ce jour que rarement supplanté l'aspect crucial de l'apprentissage, à savoir la relation entre élèves et enseignants. Les solutions numériques ne sont un succès que lorsqu'elles pallient les lacunes des livres imprimés.

Le papier reste un média fermement ancré dans les domaines tels que l'édition de livres d'art, de livres de cuisine et de guides de voyage. Il demeure aussi populaire auprès de certains publics, jeunes et moins jeunes, qui préfèrent tout simplement lire sur papier ou apprendre sur des manuels imprimés, sauf lorsqu'ils sont en voyage ou doivent lire dans une langue autre que leur langue maternelle ou ont besoin de modifier la taille et l'espacement du texte, etc.



Ces changements de comportement décrivent la nouvelle situation dans laquelle se trouvent les éditeurs : l'impression jouera un rôle important dans la plupart des branches de l'édition. Cependant, le besoin de lecture et d'avoir accès à des publications pouvant se faire sentir n'importe où et à tout moment, les éditeurs doivent aussi apprendre à fournir aux lecteurs un accès à leurs contenus dans un ensemble de formats numériques.

Même pour le secteur de l'édition, "passer au numérique" n'est pas un acte isolé ou le simple fait de vendre un produit sous forme de fichier numérique. "Passer au numérique" est un changement d'état d'esprit. Cela implique d'apprendre à connaître les lecteurs, de comprendre pourquoi ils achètent des livres, à quel moment ils les lisent, ce qu'ils cherchent, et ensuite veiller à ce qu'ils aient accès aux publications à l'endroit et au moment où ils en ont besoin, dans le format qu'ils souhaitent utiliser pour satisfaire leurs besoins individuels. La véritable révolution a lieu au niveau du changement du côté de l'utilisateur. Le lecteur a tout pouvoir de décision. Les éditeurs à succès sont ceux qui ne résistent pas mais adaptent leurs services à ces besoins et bâtissent leur modèle commercial en fonction de ces derniers. En outre, même si les éditeurs décident de publier des ouvrages en format papier, pour réussir, ils devront adopter un état d'esprit tourné vers le numérique : observer leurs lecteurs, s'informer de leurs besoins et trouver des moyens de répondre à leur demande en matière de livres.

Cette importance donnée aux lecteurs complique les stratégies commerciales des auteurs et des éditeurs. Ils doivent envisager beaucoup plus de canaux de distribution, de sources potentielles de revenus et de modèles commerciaux. Les auteurs ou leurs éditeurs doivent désormais gérer la fourniture de contenus dans une variété de formats toujours croissante et via de multiples plateformes. De nouvelles compétences sont nécessaires pour gérer la complexité des nombreuses options et systèmes de licences.

Le droit d'auteur demeure essentiel pour l'avenir de l'édition, ainsi que l'affirme Jaron Lanier : "La propriété intellectuelle est un élément crucial pour bâtir un avenir qui reste digne. [...] La propriété intellectuelle offre une voie susceptible d'assurer au plus grand nombre des moyens de subsistance dans la dignité. C'est ce que nous pouvons faire de mieux¹⁵⁵."

Malgré tous les changements qui touchent les médias, la technologie et le comportement des lecteurs, le rôle essentiel du secteur de l'édition reste le suivant : exploiter la créativité des écrivains et les compétences des éditeurs, raconter des histoires, échanger des idées et transmettre un savoir

¹⁵⁵ http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2016/02/article_0001.html.

8.1 Aide-mémoire des politiques publiques pour faciliter la transition numérique

Tout pays dont la population sait lire et écrire et a reçu une instruction peut avoir une culture nationale du livre et un marché de l'édition. Toutes les branches de l'édition dépendent étroitement des politiques gouvernementales. Le tableau suivant dresse la liste des domaines de politique qui ont une influence sur les publications imprimées et numériques.



Politiques relatives au droit d'auteur

DOMAINE DE POLITIQUE	Lois, mesures de politique	Parties prenantes	Concours de l'OMPI
Lois sur le droit d'auteur			
Ratification et mise en œuvre des traités pertinents de l'OMPI :	Convention de Berne, WCT, Traité de Marrakech	Toutes	Disponible à la demande de l'administration nationale
Assistance dans le domaine législatif	Compatibilité avec les traités de l'OMPI	Toutes	Disponible à la demande de l'administration nationale
Respect du droit d'auteur	Campagnes de sensibilisation du public	Toutes	
Politiques antipiratage :	Sensibilisation, formation, application	Auteurs, éditeurs, autorités chargés d'assurer le respect des lois, tribunaux	Disponible à la demande de l'administration nationale
Cadre juridique approprié pour les auteurs et les traducteurs	Droit d'auteur et droit des contrats	Auteurs, traducteurs et éditeurs	
Droit d'auteur et compétences en matière de concession de licences	Renforcement des capacités des auteurs, éditeurs et autres parties prenantes	Auteurs et éditeurs, bibliothèques	
Dialogue prospectif sur la politique en matière de droit d'auteur	Tables rondes, consultations multipartites visant à encourager les solutions collaboratives	Toutes	Disponible à la demande de l'administration nationale
Gestion collective	Renforcement des capacités, contrôle de l'efficacité, de la qualité et de la bonne gouvernance des organisations de gestion collective	Auteurs, éditeurs, bibliothèques et autres preneurs de licence potentiels	Disponible à la demande de l'administration nationale

Politiques en matière d'édition numérique			
TVA/GST	Taux appropriés et constants de la TVA pour les livres électroniques et autres publications numériques	Auteurs, éditeurs, bibliothèques, détaillants, consommateurs	
Fixation des prix des livres	Règlements appropriés concernant le prix unique des livres	Auteurs, éditeurs, détaillants, consommateurs	
Droit de la concurrence	Contrôle approprié de la concurrence encourageant la distribution et la vente compétitives de livres en ligne	Auteurs, éditeurs, détaillants, consommateurs	
Accessibilité	Des politiques adéquates et des mécanismes concrets sont en place pour veiller à ce que les personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés aient accès aux livres	Éditeurs, bibliothèques, organisations représentant les personnes handicapées	Disponible à la demande de l'administration nationale

Politiques en matière d'éducation dans l'environnement numérique			
Politiques en matière d'enseignement sur support numérique	Objectifs appropriés en matière d'enseignement, qui permettent d'évaluer de manière adéquate les outils numériques et leur incidence sur l'éducation	Auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, fournisseurs de technologies, enseignants, chercheurs	
Expérimentations en matière d'enseignement sur support numérique	Expérimentation et évaluation méthodiques des principales initiatives numériques	Chercheurs, auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, enseignants	



Politiques d'achat dans l'environnement numérique	Politiques qui appuient les compétences locales en matière d'éducation, en particulier parmi les auteurs et les éditeurs	Auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, enseignants	
Politiques d'achat de manuels	Politiques qui incitent les auteurs et les éditeurs locaux à investir dans les compétences nécessaires à la conception de manuels de qualité. Évaluation minutieuse de l'incidence des politiques sur le marché.	Auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, enseignants	

Politiques de libre accès			
Politique de libre accès	Promotion de politiques de libre accès appropriées favorisant l'accès du public et garantissant la durabilité de la transmission des connaissances sur le long terme	Éditeurs, universités, bibliothèques, établissements universitaires	
Sensibilisation aux systèmes d'accès gratuit existants et aux organisations chargées de promouvoir l'accès	Sensibilisation et promotion de systèmes de licences existants et autres mécanismes et organisations destinés à améliorer l'accès	Initiatives visant à promouvoir l'accès aux données scientifiques	

Politiques générales			
Campagnes générales de promotion des livres	Promotion des livres et de la lecture sur les chaînes publiques de radio et de télévision, par l'organisation de concours nationaux, etc.	Auteurs, éditeurs, bibliothèques, organismes de radiodiffusion et de télévision, autres institutions culturelles	
Campagnes en faveur de l'alphabétisation précoce	Campagnes de promotion visant à faire la lecture aux jeunes enfants et à les accompagner dans l'apprentissage de la lecture	Bibliothèques, organisations caritatives, pédiatres, sages-femmes, campagnes internationales en faveur de la lecture à un stade précoce	
Statistiques sur le secteur de l'édition	Collecte et publication de données sur le secteur de l'édition, en vue de suivre son évolution	Éditeurs, associations, organismes publics de collecte de données statistiques, consultants spécialisés au niveau international	

8.2 Aide-mémoire des stratégies numériques des auteurs et des éditeurs :

Auteurs et éditeurs doivent avoir des connaissances sur l'Internet et le droit d'auteur. Le droit d'auteur, comme tout autre droit, doit être compris, revendiqué et géré. Cela exige le développement d'un ensemble de compétences nouvelles.

Gestion du droit d'auteur		OMPI
Formation au droit d'auteur	Auteurs et éditeurs doivent comprendre leurs lois nationales en matière de droit d'auteur et les droits dont ils disposent en vertu de ces lois	
Conformité au droit d'auteur	Auteurs et éditeurs doivent respecter les droits des autres personnes dont ils utilisent les œuvres, comme les illustrateurs, les traducteurs et les autres donneurs de licence	



Gestion des droits	Auteurs et éditeurs doivent établir leurs droits, en particulier l'étendue de leurs droits sur les éditions numériques.	
Relations entre auteurs et éditeurs	Auteurs et éditeurs devraient examiner ensemble leur stratégie en matière d'édition numérique dans le cadre du processus de concession de licences	
Autoédition	Les auteurs doivent comprendre les implications des différents fournisseurs de services d'édition, y compris l'autoédition, au regard du droit d'auteur	
Collaboration	Auteurs et éditeurs devraient renforcer l'action de leurs ONG nationales afin de défendre leurs intérêts.	
Organisations de gestion collective	Auteurs et éditeurs devraient renforcer l'action de leurs organismes de gestion des droits de reproduction et de leurs organisations de gestion collective au niveau national afin d'encourager le maintien d'un réseau national et international solide.	

9. ANNEX

9.1 Remerciements

Cet ouvrage a pu voir le jour grâce à l'initiative du secrétariat de l'OMPI en réponse à la volonté des États membres d'aider auteurs et éditeurs du monde entier à mener la révolution numérique.

Nous remercions tout particulièrement la République de Corée pour avoir financé cet ouvrage et Dimiter Gantchev du secrétariat de l'OMPI pour ses conseils, ses commentaires et son soutien.

Pippa Smart, notre première éditrice, a été patiente et avisée et sa connaissance du secteur de l'édition a amélioré considérablement cet ouvrage. Nous remercions également tous ceux qui y ont contribué en prodiguant leurs conseils, en fournissant des données et en accordant généreusement leur permission.

Rüdiger Wischenbart Content & Consulting est la première source de données et de statistiques en matière d'édition dans ce rapport. Localiser, évaluer, interpréter et harmoniser les statistiques du secteur de l'édition est une tâche importante et extrêmement difficile et Rüdiger et son équipe (sur le site www.bookmap.org), grâce à leurs compétences, ont su donner un sens à des données souvent incomplètes et confuses.

9.2 Note sur les statistiques et les données utilisées dans le présent ouvrage

Avec la révolution numérique, il est devenu pratiquement impossible d'évaluer le secteur de l'édition, ce qui relevait déjà du défi dans le monde de l'impression sur papier. Depuis l'émergence de l'autoédition, il n'est plus possible de compter le nombre d'éditeurs car de nombreux auteurs publient eux-mêmes leurs œuvres, soit à des fins commerciales, soit pour marquer leur présence sur les médias sociaux et ils pourraient être considérés comme des éditeurs. Il est devenu également impossible de compter le nombre de titres publiés car la notion même de titre est devenue confuse et on ne sait comment percevoir un livre qui est actualisé de façon répétée ou même constante pour devenir un nouveau titre ou une édition révisée. Compter les livres imprimés ou électroniques vendus devient absurde quand l'accès aux bibliothèques ou à de larges bases de données requiert une licence qui peut avoir une durée limitée.

Le secret commercial s'ajoute également à cette incertitude : beaucoup d'éditeurs majeurs sont des groupes privés qui ne sont pas tenus de dévoiler des informations commerciales détaillées. Certaines des plus grandes librairies mondiales en ligne refusent de publier les chiffres de vente de leurs livres et les



agents ne publient aucune donnée sur la cession des droits à l'international des œuvres de leurs auteurs.

On remarque dans le présent ouvrage un manque d'exemples et de données concernant les pays de la catégorie des moins avancés et les pays en développement. L'auteur n'a connaissance que d'un petit nombre d'études de cas référencées ou publiées. Cela s'explique par un manque d'organisation formelle des secteurs locaux de l'édition et par un manque d'attention au niveau mondial. Une deuxième édition du présent ouvrage, complétée par les contributions des lecteurs, permettrait certainement d'apporter des améliorations importantes à cet égard.

Certaines données sont néanmoins accessibles au public et, du fait de leur variation au fil du temps, permettent aux observateurs de tirer certaines conclusions. On ne soulignera jamais assez l'importance des travaux remarquables effectués par Rüdiger Wischenbart dans le domaine des statistiques en matière d'édition, sur le site www.bookmap.org.

Toutes les données figurant dans le présent ouvrage sont indiquées en dollars. En raison des fluctuations importantes de cette devise, en particulier par rapport à la livre sterling, au rouble russe et à l'euro, il est difficile de comparer la taille des marchés. La majorité des données relatives à l'édition qui sont citées étaient publiées en euro, ce qui a déjà pu nécessiter des ajustements de change compliqués. Lorsque les données originales étaient exprimées en euro ou dans d'autres devises, le taux de change annuel moyen pour l'année concernée, fondé sur le site Web <https://www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/yearly-average-currency-exchange-rates>, a été utilisé pour la conversion.

9.3 À propos de l'auteur

Jens Bammel est consultant international dans le secteur de l'édition. Après des études de droit à Berlin, Genève et Heidelberg, il a achevé sa formation juridique à Berlin, en France et en Indonésie. Il a travaillé comme conseiller juridique dans l'industrie des périodiques au Royaume-Uni avant de rejoindre la Publishers Licensing Society au Royaume-Uni en tant que PDG de 1998 à 2003. De 2003 à 2015, il a occupé les fonctions de secrétaire général de l'Union internationale des éditeurs. Depuis 2015, il travaille comme consultant auprès d'éditeurs, d'associations d'éditeurs et d'organisations internationales. Toutes les vues exprimées dans cet ouvrage sont les siennes propres et non celles de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.

