

**Quelques constats clés des séminaires récents sur le livre numérique :**  
**La bataille de l'imprimé à l'ère du papier électronique, 12 mars 2009, CNAM**  
**A l'heure du numérique - Assises professionnelles du SNE du 17 mars 2009, Salon du Livre**

Après la presse et ses Etats Généraux, c'est au livre d'être au cœur de l'actualité avec le Salon du Livre et la star médiatique du moment : le e-book et ses Readers (ou liseuses, selon un terme de plus en plus utilisé). Deux séminaires ont abordé cette thématique, et les impacts du livre numérique sur les différents niveaux de la chaîne du livre, à quelques jours d'intervalle.

Le premier était organisé par la société Electronic Paper & Communications à l'occasion de la commercialisation en France de l'ouvrage québécois « La bataille de l'imprimé à l'ère du papier électronique ». Il a permis une présentation des nouveaux Readers, et la tenue de débats intéressants sur les développements potentiels dans le marché du livre. Une table ronde sur l'impact du numérique sur le marché de la presse était également à l'ordre du jour.

La deuxième rencontre s'est tenue à l'initiative du SNE, dans le cadre du Salon du Livre. Cette journée très dense a permis de couvrir l'essentiel des problématiques posées par le développement de l'e-book sur la filière : relations auteur-éditeurs, éditeurs-libraires, freins technologiques et juridiques, etc.

En synthèse, voici quelques idées clés qui sont ressorties des divers débats.

**PREMIER THEME : LE LIVRE NUMERIQUE...**

Avant de rentrer dans le fond du sujet, une petite clarification du vocabulaire à destination des (nombreux) non-spécialistes : un e-book ou livre numérique désigne le fichier numérique avec le contenu ; le Reader, ou liseuse, ou tablette, est le terminal de chargement et de lecture dédié pour ces e-books, basé sur la technologie de l'encre électronique (écran sans rétroéclairage et donc moins consommateur d'énergie et moins fatigant pour les yeux qu'un écran traditionnel).

Il faudrait également distinguer, selon les spécialistes, le *livre numérisé*, c'est-à-dire un fichier créé à partir d'un livre papier (ce qui existe en majorité aujourd'hui), du vrai *livre numérique*, créé spécifiquement pour une lecture sur écran et intégrant des enrichissements tels que liens hypertextes, son ou vidéo.

Nous utiliserons cependant le terme livre numérique ou e-book pour désigner l'ensemble des fichiers numériques, qu'ils soient issus du papier ou créés spécialement.

Voici, **sur le sujet du livre numérique, les enseignements essentiels en 6 points :**

- 1 – Des pratiques et un marché encore balbutiants
- 2 – Un livre papier en bonne santé
- 3 – Une question sensible et non tranchée : le prix
- 4 – Une offre de contenu en développement mais des freins technologiques et juridiques
- 5 – Des pratiques et perspectives très différentes selon les familles de livres : littérature, livres techniques et professionnel, scolaire, etc.
- 6 – L'impression à la demande : une solution intéressante pour réduire les frais liés au stock et pour réduire le pilon
- 7 – La nécessité de maintenir la qualité de l'offre

## 1 – Des pratiques et un marché encore balbutiants

Indéniablement, le livre numérique a su créer le « buzz » en cette période clé de Salon du Livre.

A écouter les nombreux promoteurs de ce nouveau marché, l'e-book pourrait suivre la voie du secteur de la musique dans les prochaines années, et détrôner définitivement un soi-disant ringard livre papier. **Mais quels sont au jour d'aujourd'hui les usages réels de cette nouvelle technologie ?**

- **Quelques données :**

- la **Fnac, qui a commercialisé un Reader Sony depuis septembre, en aurait vendu 6000** depuis le début de l'opération... c'est un démarrage, certes, mais assez modeste comme le reconnaissent les intervenants de l'enseigne. Ceux-ci l'expliquent notamment par une offre de contenu encore faible, de 4000 titres.

Une enquête réalisée auprès des acheteurs du Reader de Sony montre qu'il s'agit principalement d'hommes, de 45 ans et plus, gros lecteurs de livres. Ils semblent satisfaits de leur expérience de lecture sur liseuse.

La Fnac pense commercialiser 5-6 Readers différents d'ici la fin de l'année.

- Aux Etats-Unis, 650 000 Readers auraient été commercialisés, et 200 000 titres seraient accessibles.
  - Au total dans le monde, un milliard de lecteurs nomades seraient en circulation, ce qui relativise le poids de ces 650 000 lecteurs dédiés (qui sont plutôt à contre-courant de la tendance actuelle à la convergence des supports)
  - Aujourd'hui, le marché du livre numérique représente moins de 1% du CA de l'édition française... la quasi-totalité des contenus est lue sur ordinateur
  - Selon une étude GFK auprès de consommateurs internautes, 9% des répondants téléchargent déjà des livres, 8% envisagent de le faire, et donc 83% n'envisagent pas de télécharger des livres numériques. 29% se déclarent potentiellement intéressés par un Reader, et donc 71% non.
- Ainsi, **le marché existe, mais il en est encore à ses balbutiements. Aucune donnée ou tendance crédible ne permet de prédire qu'il supplantera dans un avenir prévisible le livre papier.** Il est certain que les usages de lecture sur écran (qu'il s'agisse d'un écran d'ordinateur ou de Reader) se développeront sur certains contenus ou profils (nous développerons ce point un peu plus loin), mais ils s'inscriront sans doute souvent en complémentarité avec le livre papier, et ne devraient pas toucher l'ensemble des segments.
  - Heureusement, **une étude lancée par le CNL en 2009 sur les usages et attentes du public vis-à-vis du livre numérique permettra enfin d'asseoir d'éventuelles prédictions sur des données sérieuses**, plutôt que le fantasme de leurs auteurs...

## 2 – Un livre papier en bonne santé

Deux constats illustrent cette vitalité et modernité du livre :

- **Le marché se porte très bien, en comparaison avec d'autres secteurs.**
  - La **production éditoriale n'a cessé de croître** ces dernières années.
  - Les **ventes de livres ont été stables en 2008**, à la différence notamment des autres biens culturels (-3,6%) dont -7,5% pour la vidéo et -14% pour la musique, selon les données Gfk.
  - Toujours selon Gfk, malgré la crise, les **premiers mois de l'année seraient tous en croissance par rapport à 2008** : +5% en janvier, +7% en février, un bon début de mois de mars.
  - **Et la fréquentation du Salon du Livre a connu une hausse de 20%** par rapport à 2008.

Ainsi, le **livre serait une valeur « refuge »** en ces temps de grands chamboulements. En tous cas, il paraît certain que cet objet de culture est loin d'être en perte de vitesse.

- **Les livres numériques imitent le format du livre papier, reconnu comme très performant.**
  - En effet, à la différence de la musique, **l'objet livre accumule des centaines d'années d'usage. Son ergonomie et sa présentation sont optimales**, comme l'ont souligné plusieurs intervenants.
  - Ainsi **les Readers tentent de reproduire l'expérience de lecture sur papier** :
    - \* reprise du **format classique du codex**, qui serait le mieux adapté à une « lecture dense ».
    - \* développement **d'applications** pour imiter le bruit des pages qui tournent, le feuilleteage, voire l'odeur de l'encre et la transparence des pages.

### 3 – Une question sensible et non tranchée : le prix

- Une **demande** de livres numériques existe, réelle sur certains segments bien précis comme nous le verrons (lectures pratiques et professionnelles), mais **embryonnaire** sur l'essentiel (lecture plaisir).
- **Cependant, un facteur pourrait peut-être augmenter cette demande : un prix significativement inférieur** au livre papier
  - Les consommateurs estiment qu'un livre numérique devrait valoir 30-40% de moins qu'un livre papier, selon différentes études.
  - Le prix était le motif principal d'insatisfaction des acheteurs du Reader de Sony.
  - Un prix trop élevé pourrait conduire au développement du piratage, selon certains
- Or les **éditeurs ne semblent pas prêts à accéder à cette attente.**
  - Selon un travail réalisé par la commission numérique du SNE :
    - \* le seul réel poste d'économies est l'impression, qui ne représente que 7% des coûts.
    - \* La distribution (17% des coûts) sera également moins chère à terme, mais la mise en place d'une plate forme au départ génère d'importants investissements. De même, la numérisation ou conversion des fichiers, la protection contre le piratage, la renégociation des contrats génèrent des frais élevés.
    - \* La TVA à 19,6% représente un surcoût de 14%.
  - Selon le SNE<sup>1</sup>, il serait donc **dénué de sens de définir a priori qu'un livre numérique doit valoir 30% de moins**, comme l'a fait le Conseil du Livre dans un avis récent.  
Une telle démarche **compromettrait** la capacité des éditeurs à financer la création et les nouveautés, et donc la **richesse et/ou la qualité de l'offre.**
- Ainsi, un modèle économique conciliant les attentes des consommateurs et celles des éditeurs est encore à trouver...

---

<sup>1</sup> Notons néanmoins que ces arguments du SNE sont valables à court terme, car le numérique génère d'importants frais de démarrage ; mais une fois l'infrastructure en place, l'e-book devrait être moins coûteux à produire

#### 4 – Une offre de contenu en développement mais des freins technologiques et juridiques

Malgré cette interrogation sur le modèle économique, les **éditeurs avancent tous dans la numérisation de leurs fonds**, pour disposer d'une offre quand la demande se développera. La crise aurait d'ailleurs tendance à accélérer ce mouvement, certains acteurs de poids comme Orange, qui cherchent de nouveaux services à proposer à leurs clients, pressant les éditeurs de leur fournir du contenu.

Mais plusieurs freins existent, qui expliquent en partie la faiblesse actuelle de l'offre française.

- **Des freins techniques, notamment :**

- **l'absence de format standard** pour la numérisation des fichiers, à la différence du Japon ; à chaque Reader et chaque plate-forme de téléchargement son format, ou presque...

Du coup, un éditeur qui veut distribuer son contenu sur ces différentes plates-formes doit convertir ses fichiers sous X formats différents, ce qui complique la tâche et génère des frais supplémentaires.

- La question du **piratage**, qui inquiète fortement les acteurs et ne connaît pas de solution technique satisfaisante semble t-il

- **Des freins juridiques, notamment :**

- **L'obligation de renégocier les contrats** pour les œuvres sous droits déjà publiées, pour intégrer la diffusion numérique ; négociation qui serait encore complexifiée quand l'interlocuteur n'est pas l'auteur mais ses ayants-droit
- **L'absence de droits** des éditeurs français sur la diffusion numérique **d'œuvres étrangères**

- **Des freins financiers :** le **coût élevé** que représentent le travail de numérisation et l'infrastructure de diffusion, notamment pour des petits éditeurs et libraires, alors que le **marché est encore inexistant**.

A noter cependant que le CNL apporte une aide financière dans ce domaine.

Ainsi, **plusieurs chantiers importants restent à mener** pour permettre un réel développement de ce marché.

## **5 – Des pratiques et perspectives très différentes selon les familles de livres : littérature, livres techniques et professionnel, scolaire, etc.**

Les perspectives de marché sont très différentes selon les différentes familles d'ouvrages. Les **livres techniques, professionnels, pratiques, scolaires** etc. pour lesquels l'enrichissement par des vidéos, des liens hypertextes apporte une réelle valeur ajoutée vont sans doute **évoluer progressivement vers une part importante d'édition numérique**.

Cela est beaucoup moins évident **pour la lecture « plaisir »** : littérature, jeunesse etc.

Voici un **état des lieux** de la situation actuelle et des perspectives (points clés des retours d'expériences d'éditeurs spécialisés).

- **L'édition scolaire : des potentialités importantes mais un marché qui ne démarre pas encore**
  - Les éditeurs de ce secteur se disent convaincus de la valeur ajoutée pédagogique qu'apporte l'enrichissement multimedia de manuels papier. Aujourd'hui cet enrichissement existe, sous la forme de DVD ou Cd-Rom adjoints au support papier... un manuel 100% numérique permettrait de tout regrouper sur un seul fichier et un seul support.
  - Autre avantage de poids : l'allègement du cartable des élèves.
  - Mais aujourd'hui les usages restent anecdotiques : 400 classes sont équipées de manuels numérisés (qui sont video-projetés), et 3000 élèves d'ordinateurs individuels, les plus souvent grâce à des politiques ambitieuses de collectivités locales.
  - L'enjeu pour développer le marché est de faire évoluer doucement les pratiques des enseignants : d'abord manuels numérisés, avant de passer à de réels manuels numériques.
  - Les éditeurs de ce secteur insistent sur un point : la qualité, la structuration, la cohérence du contenu par rapport au programme scolaire. Toute l'information est aujourd'hui disponible sur internet, mais le manuel est un repère solide pour l'enseignant, qui l'assure de couvrir tout le programme dans la durée prévue.
- **L'édition juridique : un marché du numérique bien développé depuis plusieurs années**
  - Aujourd'hui le numérique représente 10 à 30% du CA des acteurs du secteur.
  - L'offre concerne aujourd'hui essentiellement des revues (mais le livre devrait se développer), et est structurée majoritairement en grosses bases documentaires proposées en abonnement.
  - Dans ce domaine aussi, toute l'information juridique est disponible sur Internet gratuitement. Mais les abonnés payent pour une garantie de qualité, une labellisation.
- **L'édition professionnelle : l'exemple du portail CAIRN**
  - Ce portail spécialisé dans les sciences humaines, apparu en 2005, a essentiellement travaillé sur des publications spécialisées, destinées à des publics universitaires. Jusqu'à présent le travail a essentiellement concerné les revues,

dont la « granularité » naturelle permet de proposer une vente à l'article qui fonctionne bien.

- Cette offre numérique en 2009 représentera 20% à 25% du CA global des revues, ce qui a permis à certaines publications de reconstituer des conditions normales d'exploitation, après une période d'érosion forte des ventes.

Ainsi pour les **secteurs techniques, pratiques, professionnels, les publications exclusivement numériques ou combinant numérique et papier se sont déjà largement développées**. Les libraires constatent d'ailleurs la disparition progressive de certains rayons comme les cartes routières, les encyclopédies, les revues professionnelles comme par exemple la Gazette du Palais, les guides touristiques sans valeur éditoriale,...

Selon les éditions Eyrolles (publications techniques et professionnelles), qui ont créé le portail de distribution Izibook, le développement du marché du numérique sur ces segments devrait s'appuyer davantage sur les écrans d'ordinateurs, déjà présents par millions dans les foyers, que sur les Readers au démarrage encore tout à fait incertain. En effet, à la différence de la littérature, il s'agit d'un contenu qui peut être lu sans difficultés sur écran, et l'est d'ailleurs déjà largement...

- **La BD : un développement possible sur les téléphones portables**

- Au Japon, la BD numérique, lue case à case sur téléphone portable, représente 4% du marché avec une offre supérieure à 150 000 titres.

Cependant la transposabilité du modèle n'est pas évidente :

- \* ce développement a été rendu possible notamment grâce à un accord entre les éditeurs sur un format standard, ce qui n'est pas le cas en France

- \* et surtout l'écran apportait une valeur ajoutée au contenu : un manga en couleurs, alors qu'il est traditionnellement en noir et blanc en version imprimée

- Selon un éditeur, l'avenir de la BD numérique réside dans la lecture case à case, à l'instar du Japon.

En effet, feuilleter une BD en PDF est une expérience moins intéressante que la lecture du même produit papier. Les écrans posent des problèmes d'ergonomie, car on ne peut y voir la page en entier.

A terme, le développement de la BD numérique devra impliquer une transformation du contenu, avec une conception du produit dès l'origine pour une lecture case à case.

- Les nouveaux lecteurs que sont les smartphones sont un support intéressant, car l'écran correspond à la taille d'une case de BD.

- **La littérature : un marché encore inexistant, au développement très incertain**

- Le **succès éventuel de ce marché est intimement lié au développement de supports de lecture adaptés** à une lecture dense.

Contrairement aux autres secteurs évoqués précédemment, lire un roman sur un écran d'ordinateur est presque inenvisageable (inconfort de lecture) et constituerait en tous cas une expérience beaucoup moins satisfaisante que sur

papier ; le marché de la littérature en numérique n'est donc possible que depuis qu'existe une offre de Readers crédible.

Et inversement, les ventes de Readers s'appuieront notamment sur l'appétence des lecteurs pour la littérature sous format numérique, car les autres types de segments (professionnels etc.) pourraient se développer plutôt sur ordinateur.

- **Pour la majorité des lecteurs, la valeur ajoutée de l'édition numérique pour la littérature reste à prouver.** Or cette valeur ajoutée est une condition incontournable d'un éventuel développement de ce marché.

\* Pour les **grands lecteurs, et/ou grands voyageurs, l'aspect « stockage »** de plusieurs dizaines de livres sur une tablette de quelques centaines de gramme est un avantage.

\* Mais hormis cet aspect, les autres potentialités du numérique (c'est-à-dire essentiellement l'enrichissement du texte) n'apparaissent pas forcément pertinentes pour la littérature.

**Certains auteurs ont soutenu qu'ajouter des liens ou des vidéos**, pour donner accès au lecteur à l'environnement géographique ou culturel du livre, correspondrait à une attente des nouvelles générations.

Mais la **majorité des participants n'a pas souscrit à cette idée**, soulignant que la **force et l'intérêt de la littérature résident dans le rôle clé de l'imaginaire**, de la création d'un monde propre au lecteur, et qu'un renvoi à la réalité casserait cela. Selon ces mêmes intervenants, des œuvres combinant texte, son, et image ont naturellement leur place, mais il s'agirait d'un nouveau format de création. Par ailleurs, les éditeurs ont souligné un frein au développement des ces œuvres d'un nouveau genre : l'acquisition des droits pour les images et sons, qui constitue un surcoût tout à fait significatif.

Ainsi, le **développement massif de la lecture de romans sur écran paraît loin d'être acquis**, faute de valeur ajoutée par rapport au papier et en raison de l'attachement des lecteurs à l'objet lui-même ; beauté et sensualité de l'objet qui ont été soulignés par la Secrétaire d'Etat Nathalie Kosciusko-Morizet dans son discours introductif aux Assises du SNE.

D'ailleurs, les développeurs de **Readers, qui jusqu'à présent misaient essentiellement sur ce marché**, semblent conscients de la nécessité d'élargir les usages possibles de leurs tablettes ; ils commencent par exemple à y intégrer le téléchargement de presse (exemple de Bookeen).



## 6 – L'impression à la demande : une solution intéressante pour réduire les frais liés au stock et pour réduire le pilon

- Ce thème n'a pas été réellement approfondi, mais le SNE prévoit d'organiser un atelier au printemps projet sur ce sujet.
- En effet, **l'impression en courts tirages ou à la demande**, grâce aux technologies d'impression numériques, a été citée par plusieurs intervenants comme une **voie d'avenir**.

Plusieurs avantages du « print on demand » :

- Rendre accessible des ouvrages épuisés (marché aujourd'hui convoité par les distributeurs de e-book)
- Limiter les frais importants, liés au stockage et au pilon, qui pénalisent particulièrement les petites maisons d'édition
- Un bilan environnemental plus favorable.

## 7 – La nécessité de maintenir la qualité de l'offre

Ce sujet a été abordé par la majorité des intervenants aux Assises du SNE.

La secrétaire d'Etat au numérique Nathalie Kosciusko-Morizet a longuement insisté sur ce point dans son discours inaugural, exprimant la crainte de la diffusion d'une offre à bas coût qui déstabiliserait la chaîne éditoriale au détriment de la qualité.

Le SNE a exprimé sa crainte qu'une diffusion de livres numériques à des coûts inférieurs ne déstabilise toute l'économie de la chaîne, au détriment de l'innovation et de la création.

Enfin les éditeurs spécialisés sur des segments où le numérique est développé, et pour lesquelles l'offre gratuite sur Internet existe, ont insisté sur le fait que c'est cette qualité qui leur permettait de proposer une offre payante avec succès.

## DEUXIEME THEME : L'OFFRE NUMERIQUE DANS LA PRESSE

L'offre et la lecture de presse numérique, qui sont beaucoup plus développées que dans le livre, ont été abordées lors du colloque au CNAM. Plusieurs enseignements intéressants :

- **Trouver un modèle économique viable 100% web est loin d'être évident :**
  - **Le « tout publicité » a ses limites.** Des sites d'information gratuite comme Rue 89, qui misaient sur cette manne lors de leur lancement, ont dû trouver des sources de revenus complémentaires (pour Rue 89 : formation, développement de sites internet, etc.). Et la situation devient de plus en plus difficile avec l'impact de la crise sur les budgets publicitaires.
  - **La vente de l'information sur Internet est très délicate**, en tous cas pour l'information générale, pour laquelle l'internaute surfe de site en site ; rendre l'accès payant signifie se priver de visites, et donc de recettes publicitaires
  - **Un modèle mélangeant les deux, ainsi que des services complémentaires** proposés en ligne, est sans doute la **stratégie la plus solide**.  
La zone payante d'un site doit cependant proposer une information à forte valeur ajoutée, pour que les lecteurs acceptent de la payer, ce qui suppose de disposer d'une équipe de rédaction suffisante.  
Ainsi selon un éditeur, la presse quotidienne a aujourd'hui du mal à se vendre en raison de la trop grande généralité de son analyse ; à l'avenir, les groupes devront vivre avec moins d'exemplaires vendus, mais une meilleure distribution et une nouvelle posture éditoriale.
  - Aujourd'hui, pour les éditeurs traditionnels, le **développement de la stratégie Internet repose sur les financements générés par le papier**.  
Pour Philippe Jannet, PDG du Monde Interactif, si le papier disparaissait demain, le web suivrait peu après.
- **Les stratégies Internet et papier doivent être complémentaires**  
Le papier est un outil de réflexion, d'explication de la masse d'information brute diffusée gratuitement sur le web. Aujourd'hui c'est le papier qui complète le web, et non l'inverse comme voici quelques années.
- **La tendance à la gratuité de l'information, financée par la publicité, pose le problème de l'intégrité journalistique.**  
Un intervenant de l'Université d'Ottawa a ainsi souligné la « connivence » de la presse gratuite, et l'importance de maintenir un journalisme éthique, loyal, défendant l'intérêt public, et donc déconnecté des intérêts privés.

## CONCLUSION

Pour **conclure**, outre tout ce qui a été évoqué précédemment, soulignons un autre élément qui incite à l'optimisme sur l'avenir du livre et de la presse papier : **l'importance pour les consommateurs de préserver des temps « déconnectés »**, face au développement exponentiel du temps passé sur des outils numériques.