

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Sommaire

Introduction

A/ Les fondamentaux du livre numérique : Contexte et vocabulaire

A.1/ De quoi allons nous parler ?

A.2/ Quelques définitions

B/ La chaîne de l'économie du livre numérique en France

B. 1/ Diffuseurs-distributeurs, libraires

- Agrégateurs et prestataires
- la place des libraires

B.2/ Editeurs

- Un éditeur qui s'essaie et perce : Eyrolles
- État des lieux côté production : un panorama des investissements d'aujourd'hui et de l'offre de demain

C/ Clients

C.1/ Grand public: reprendre paragraphe « prévisions » du blog 1

C.2/Cibles professionnelles et institutionnelles

- Le consortium Couperin pour les bibliothèques universitaires
- Le consortium Carel pour les bibliothèques municipales

Conclusion

Introduction

En préparant ce guide sur le livre numérique en France à destination des éditeurs canadiens francophones, nous avons été confrontées aux caractéristiques propres de ce secteur. Marqué par une évolution extrêmement rapide, ses acteurs n'ont pas de visibilité précise sur le futur et communiquent peu. Ils entendent ainsi profiter de l'avantage au premier entrant... ou n'ont tout simplement rien de très précis à communiquer. C'est pourquoi les informations recueillies auprès d'une quarantaine de professionnels peuvent apparaître parfois comme un peu « brutes », cependant nous avons tenté de les mettre en perspective. Il faut considérer ces données à l'instant T - avril 2009 - de cette enquête qui s'est menée à deux avec un seul objectif : transmettre un état des lieux du livre numérique en France, tant du point de vue l'offre en train de se constituer que de la diffusion qui se profile et des perspectives qu'elle peut offrir aux éditeurs canadiens.

Ce guide rassemble une série d'articles distincts diffusés sur le blog de l'AELC qui trouvent ici une nouvelle perspective : nous avons en effet tenté de rendre compte du cheminement de l'éditeur dans ses efforts de développements numériques. S'agissant d'un domaine encore peu exploré, nous avons d'abord défini les notions

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

et les mots, délimité notre propos ; puis nous nous sommes attachées à présenter la chaîne du livre numérique et son économie, encore naissante.

Quels supports de lecture pour quels formats de livres, comment se met en place l'organisation de la diffusion-distribution, quelle est la place des acteurs traditionnels du livre dans ce nouveau schéma, sur quels marchés peut-on projeter des ventes aujourd'hui et demain, quelles sont les conditions d'accès à ces marchés et, finalement, quels conseils pourrait-on donner aux éditeurs canadiens francophones qui veulent développer leurs ventes numériques en France ? Autant de questions qui sont traitées dans ce guide, toujours à partir d'entrevues avec des acteurs majeurs du domaine. Au fil de la lecture se dessinent des modèles à explorer et des opportunités à saisir pour, dans les mois et années à venir, ajuster sa stratégie, choisir ses partenaires et occuper le terrain indéniablement prometteur du e-book dans l'hexagone.

A/ Les fondamentaux du livre numérique : vocabulaire et contexte

A.1/ de quoi allons nous parler ?

Ce guide veut rendre compte aux éditeurs canadiens des expériences numériques des éditeurs de livres en France en mettant en évidence les grands modèles d'affaires qu'ils développent. Les acteurs le disent tous : le livre numérique n'est ni un produit ni un marché arrivé à maturation, à quelques exceptions près. Nous essaierons donc au fil de ces pages de dégager ce qui, dans les modèles d'affaires existants ou en construction, nous semble pertinent pour l'avenir et transposable pour un éditeur d'Outre-Atlantique. Nous le ferons à partir :

- de la présentation du contexte actuel en France, sachant qu'il est très mouvant et que cette photographie sera à mettre à jour tous les 6 mois dans les deux à trois années qui viennent ;
- d'interviews des acteurs les plus concernés et des professionnels de l'édition et de la diffusion les plus avancés ou engagés dans le domaine ;
- du pointage des grandes tendances par secteurs éditoriaux dégagant des « modèles » commerciaux et économiques émergents.

Un contexte français en pleine mutation

Le train de la numérisation est lancé depuis 15 ans en France, mais avec une grande disparité selon les secteurs. Il a démarré avec l'édition professionnelle (notamment dans le secteur juridique chez Wolters Kluwer, Reed-Elsevier par exemple, la mise-à-jour constante des bases de données ayant favorisé dès les années 1990 cette mutation), puis avec les éditeurs scolaires autour du « cartable électronique » et les éditeurs de littérature générale avec les premiers « e-readers », deux essais du début des années 2000 qui se sont soldés par des échecs économiques.

Un marché encore immature

Les Assises du SNE (Syndicat National de l'Édition) se sont tenues au Salon du livre de Paris, le 17 mars dernier et ont été *"l'occasion de poser des questions auxquelles nous ne sommes pas encore en mesure de répondre, remarque le président du SNE, Serge Eyrolles. Le numérique élargit l'offre mais le modèle économique n'est pas encore là. Il s'agit avant tout de confronter des expériences et d'apporter une réponse collective, d'avancer ensemble"*.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

En effet « *Le livre numérique représente aujourd'hui en France moins de 0,1 % du marché de l'édition et l'offre actuelle de titres disponibles est encore extrêmement réduite (*) comparée aux secteurs du disque et de la vidéo. Le retard ou la timidité du livre à basculer, pour son bonheur ou son malheur, dans le numérique traduit parfaitement le fait que les facteurs déterminants pour une révolution numérique ne sont pas encore réunis.* » écrit Hervé Gaymard dans le rapport sur le livre qu'il vient de remettre à la Ministre de la Culture le 10 mars dernier (**). Pour preuve, les statistiques du SNE ne prennent pas encore en compte le livre numérique.

Premiers indices à décoder

Pratiques actuelles

- En ce qui concerne l'achat des livres, les lecteurs ont encore l'habitude de voir, toucher, feuilleter avant d'acheter : les ventes sur internet de livres papier n'ont représenté en 2008 que 6 à 8% du chiffre d'affaires de la vente totale des livres en France. Les librairies traditionnelles et les grandes surfaces culturelles restent encore fortement ancrées dans les habitudes puisqu'elles représentent les 2/3 des ventes.
- À la question « *Avez-vous l'intention de télécharger sur des sites payants les contenus culturels suivants ?* », 40 % des Français répondent « *oui* » pour le cinéma, la vidéo ou le disque ; ils ne sont que 5 % à dire la même chose pour le livre (source 2009, GfK, institut de sondage spécialisé dans les industries culturelles).

Pratiques de demain ?

- A la question « *téléchargez-vous des livres ?* » : 83% des internautes français répondent *non*, 9% *oui déjà*, 8% *oui c'est mon intention*. L'interprétation que l'on peut faire ici est contradictoire : ou bien il n'y a pas de demande ou bien elle existe mais il n'y a pas d'offre, donc elle ne peut pas s'exprimer.
- A la question « *avez-vous l'intention d'acheter un e-book reader ?* » : 83% des déclarants répondent *oui pour lire de la presse et des livres, mais à 63 €* (les readers disponibles en France valent 300 € / 450\$ can) :
 - 71% « *pour télécharger de la littérature, à un prix moyen de 6 € /10,13 \$ can pour un roman au lieu de 14€ /23,66 \$ can pour la version papier.*
 - 40% *pour télécharger de la BD, à un prix moyen de 5 € /8,45\$ can au lieu respectivement de 9 € /15,20 \$ can pour la version papier.* »

Ces résultats rendus publics mardi 17 mars par l'institut GfK montrent bien l'écart qu'il y a entre les aspirations relativement fortes de la part du grand public et une offre encore quasi embryonnaire chez les éditeurs hexagonaux. Une sorte de grand écart quand on sait que la plupart des acteurs de la chaîne du livre, depuis les producteurs de fichiers numériques jusqu'aux diffuseurs, agrégateurs et libraires chargés de leur commercialisation ne semblent pas prêts à se lancer sur une grande échelle avant 6 à 18 mois.

En conclusion, si la demande du grand public est sans doute porteuse de développements rapides, elle est encore frémissante, et ce sont les marchés institutionnels et professionnels qu'il faut travailler en priorité dès aujourd'hui. Les bibliothèques universitaires notamment et les entreprises offrent les opportunités d'un marché réel, perspectives que nous développerons plus loin.

Ce serait donc bien l'offre (contenus disponibles et supports adaptés à part l'ordinateur) qui serait lacunaire. Est-ce la raison pour laquelle le Salon du livre de Paris 2009 s'est à ce point focalisé sur le livre numérique ? Raison pour laquelle aussi

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

les groupes La Martinière et Gallimard viennent de s'associer pour lancer à l'automne la distribution numérique de leurs livres via la plate-forme de la société québécoise De Marque ? Autant d'indices en forme d'appel d'air pour les éditeurs canadiens qui seraient déjà prêts...avant les éditeurs français ? Affaire à suivre...

Notes

(*) Commentaire de la blogueuse : seulement 30 000 titres francophones disponibles chez le plus gros agrégateur, Numilog.

(**) « SITUATION DU LIVRE : Évaluation de la loi relative au prix du livre et Questions prospectives. », Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication remis par H. Gaymard, mars 2009.

A 2/ Quelques définitions

La lecture de livres numériques s'effectue sur 6 types d'appareils disponibles en France :

- Ordinateurs professionnels et/ou personnels,
- Téléphones mobiles,
- PDA ou assistant personnels (comme le Palm Pilot, il sert d'agenda, de carnet d'adresses, bloc-notes, a un clavier, avec des petites touches ou un écran tactile associé alors à un stylet),
- Smartphones (comme l'iPhone, c'est un téléphone mobile couplé à un PDA, permettant une meilleure gestion du temps grâce à des fonctionnalités agenda/calendrier mais également de la navigation web, consultation de courrier, connectivité à un client de messagerie instantanée, navigation GPS, etc.),
- Consoles de jeux (DS Nintendo par exemple,
 - Enfin liseuses appelées « readers » ou encore tablettes de lecture.

Autant de mots qui recouvrent des technologies diverses, chacune fixant des contraintes de production spécifiques pour les éditeurs. Pour être capable d'échanger avec tout partenaire éventuel de la chaîne du livre numérique, mieux vaut savoir ce que recouvrent les termes les plus utilisés. Voici donc un petit glossaire, à utiliser avec précaution toutefois, la terminologie étant encore en pleine évolution. Nous avons choisi les définitions les plus couramment utilisées dans la profession.

Éclairage sur quelques mots clés du « parler numérique »

Agrégateur : selon les cas il s'agit d'un diffuseur - distributeur numérique et/ou simplement d'un e-distributeur, d'un e-entrepôt comme De Marque, ou encore d'une e-librairie permettant d'acheter des e-books. Par exemple, Numilog (créé en 1999 et racheté l'an dernier par Hachette) est un agrégateur « pure-player » (100% internet). Voir le tableau sur les agrégateurs plus loin.

Bi-media : publication mixte c'est-à-dire papier et électronique.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

DTD (Définition type de documents) : fichier dans lequel sont décrites toutes les règles concernant le document édité - sa structure, les éléments devant obligatoirement y figurer, les éléments qui s'imbriquent, etc. - ; il en existe des publiques et des privées c'est-à-dire propres à une maison d'édition.

DRM (Digital Right Management) : techniques de protection permettant de limiter ou interdire le piratage des e-books, ce qui permet de protéger les droits de l'auteur, des ayants droits et de l'éditeur. On parle ainsi de « formats fermés ou propriétaires », dans lesquels l'éditeur du format se réserve le canal de distribution des contenus et définit la solution DRM associée, qui est liée à un type d'appareil, par exemple Kindle/Amazon. Les partisans des formats NON propriétaires rétorquent qu'il faut s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation, que cette protection n'est que du protectionnisme au profit des majors et qu'il y a un marché du gratuit qui encourage le marché du payant.

Concrètement, pour un éditeur comme Gallimard, *« l'e-distributeur utilisera des mesures DRM agréées par l'éditeur, qui sera seul habilité à décider des paramètres de ces mesures de protection (format du fichier numérique, droits d'impression, droits de copier-coller...) »*.

e-distributeur : intermédiaire choisi par l'éditeur ou son diffuseur, dans le cas où l'éditeur est dans un schéma similaire à celui de Edenlivres (Edenlivres est le nom de la nouvelle plate forme de e-diffusion/distribution mutualisée qui vient d'être créée par Volumen du groupe La Martinière et CDE/Sodis du groupe Gallimard et qui a confié à De Marque sa e-distribution. Edenlivres sera opérationnel à la rentrée 2009). Nous vous en donnons sa définition, car elle vous permettra de comprendre exactement ce qui est du ressort du e-distributeur dans ce schéma (visible plus loin dans le guide):

- Stockage des métadonnées (ISBN, prix public, nom de l'auteur, date de publication, informations bibliographiques, éléments de PLV numérique et toutes autres mises à jour portant sur les livres numériques) afin de les livrer aux plateformes commerciales agréées- la plateforme commerciale désignant l'ensemble des infrastructures, tant matérielles que logicielles, qui constituent l'interface par laquelle le client final pourra commander et payer un livre numérique - .
- Livraison du livre numérique. Lorsque le client final aura passé sa commande à partir de la plateforme commerciale et que son paiement aura été encaissé, l'e-distributeur effectuera la livraison du livrel directement au client final par téléchargement. Le livrel sera délivré au client final dans un lien numérique e-distributeur /client final direct et sans autre intermédiaire. Le livrel ne transitera donc pas par la plateforme commerciale du libraire.
- Protection du livre numérique. Pour sécuriser la livraison du livrel au client final, le e-distributeur utilisera des mesures techniques de protection (DRM) autorisées par l'éditeur et ayant pour fonction de protéger les droits des auteurs et de l'éditeur.
- S.A.V. Le Service Après Vente des livres numériques pourra être assuré par l'e-distributeur auprès de la plateforme commerciale du libraire, soit pour répondre à la demande du libraire et/ou de sa plateforme commerciale, soit pour répondre directement au client final.

GUIDE AELC




Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

- Assistance technique au libraire et/ou à sa plateforme commerciale. L'e-distributeur mettra notamment à la disposition du libraire :
 - des documents techniques permettant d'interfacer les services de l'e-distributeur avec la plateforme commerciale du libraire ;
 - une « main courante électronique » des demandes de livraisons avec leur état d'achèvement ;
 - un service d'assistance technique accessible par Internet, par téléphone et par courrier pour toute question relative à l'utilisation des services de l'e-distributeur.

e-entrepôt ou entrepôt numérique : désigne un serveur - appartenant à l'éditeur et géré par lui et/ou son diffuseur ou encore l(es) agrégateur(s) avec le(s)quel(s) il a contractualisé - qui héberge le fichier source du Livre numérique de l'éditeur. Ce fichier source permet à l'e-distributeur de créer le Livre numérique au format téléchargeable et consultable par le client final sur son terminal de lecture.

Flip book : mode de consultation (proposé par e-kiosque) c'est-à-dire un livre en pages tournées, proposé en extrait ou dans son intégralité.

Formats : formats de lecture (déterminant les logiciels nécessaires pour les lire) des livres numériques. Il existe aujourd'hui en France 4 principaux formats de fichiers utilisés dans le livre numérique

- ✓ **XML** : Format générique qui permet le plus d'applications possibles; voir définition ci-dessous.
- ✓  **Adobe PDF** (Portable Document Format) : il suffit d'avoir Adobe Reader (téléchargement gratuit) pour y avoir accès. Ce format est particulièrement adapté à la lecture sur ordinateur d'ouvrages pour lesquels la conservation de la mise en page, de la pagination, des illustrations et des polices de caractère est importante : livres scientifiques et techniques, universitaires, pratiques, beaux livres, bandes dessinées.
- ✓  **PRC** (Palm Resource Compiler): Lecture sur appareil mobile de livres pour lesquels l'adaptation à la taille de différents écrans de support mobile est importante : romans, essais (textes), dictionnaires ou guides de voyages si leur mise en page fait l'objet d'une adaptation. Format compatible avec plusieurs readers, et utilisant l'encre électronique (par ex : Illiad/Irex, Cybook/Bookeen).
- ✓  **Adobe ePub** : Adapté comme le format PRC à la lecture sur divers appareils mobiles, grâce à la fonction de « repagination dynamique » (ou « reflowing »). Compatible avec plusieurs appareils de lecture utilisant l'encre électronique (par ex : Sony Reader proposé en France). Discutable sur la fiabilité du rendu des tableaux et de certaines formules mathématiques.
- ✓ Autres « **formats ouverts** » (Microsoft LIT pour Microsoft Reader ou Palm, PDB pour eReader) : minoritaires pour le moment en France.
- ✓ « **Formats fermés** » (AAC / iTunes / iPod ou Reader/sony) : minoritaires en France aussi, car « *pour des raisons stratégiques évidentes de tentative de captation de marché, ces solutions sont par définition défavorables aux autres acteurs de la chaîne, y compris les auteurs et éditeurs, qui risquent de se retrouver dans une situation de trop forte dépendance à l'égard d'un distributeur unique ou super dominant.* » (1)

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

En résumé, l'offre de livres numériques en France est pour l'instant essentiellement composée de format PDF et s'ouvre au e-pub (voir paragraphe sur la production numérique en France en B.2)

Livrel : livre numérisé, souvent appelé e-book en France. Par opposition au livre papier (parfois appelé p-book), c'est un ouvrage publié sous un format électronique, matérialisé par un ou des fichiers lisibles grâce à une machine (ordinateur, reader, smartphone ...), s'affiche sur l'écran ou est audible par synthèse vocale.

Reader (liseuse): terminal électronique nomade permettant de lire des livrels ou e-books et des audio-livres. Dédié à la lecture, donc différent de l'ordinateur qui par nature est multifonctions (et qu'il puisse aussi lire des e-books), il pèse moins lourd (< à 300 grammes), n'a pas de clavier physique et est donc très portable. Il existe différents readers, mais attention tous ne sont pas compatibles avec les formats dans lesquels sont publiés les e-books (voir DRM). D'une manière générale, les liseuses sont sonorisées, offrent une connexion Wi-Fi, une capacité de mémoire relative à la carte mémoire multimedia, pouvant par exemple stocker 800 romans, enfin une autonomie de quelques jours à quelques semaines (jusqu'à 8 000 pages vues pour le Cybook, par exemple). Commercialisées en France (aux alentours de 300 €/ 500 \$ can.) plus cher qu'aux Etats-Unis ou au Canada, les liseuses tentent à reproduire les sensations de lecture sur papier sans fatigue visuelle grâce à la technologie e-ink et, bientôt, le e-paper, support ultra-fin qui serait lancé en 2010. Quant à avoir de la couleur sur l'écran, c'est chose faite au Japon depuis peu... à quand en France ?

e-paper : écran fin et flexible, non rétro-éclairé ; exige donc d'être sous une source de lumière mais présente un meilleur confort de lecture.

e-ink : encre électronique ou procédé d'affichage des pixels sous l'effet d'une impulsion électrique, dont la disposition reste stable en l'absence d'alimentation électrique et pour une très faible consommation électrique.

Widget : petit programme permettant d'obtenir des animations (dont le feuilletage en ligne), vidéos etc., en provenance d'un autre site. Terme de ce fait utilisé pour la fonction promotionnelle, pour laquelle on parle de PLV numérique (Publicité sur le Lieu de Vente). En informatique, le mot widget recouvre deux notions distinctes en relation avec les interfaces graphiques. Il peut alors être considéré comme étant :

- ✓ la contraction des termes window (fenêtre) et gadget. Il désigne alors un composant d'interface graphique, un élément de base d'une interface graphique (bouton, ascenseur, liste déroulante, etc.)
- ✓ un widget interactif, petit outil qui permet d'obtenir des informations (météo, actualité, dictionnaire, carte routière, pense-bête (en anglais post-it), traducteur etc.)

XML (Extensible Markup Language) : Conçu pour répondre au besoin d'une norme universelle de stockage et d'échange de données, XML est à la fois un métalangage et un format de fichiers. Pour un éditeur, l'intérêt de XML est crucial

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

car il permet d'éditer le même contenu sur différents supports (papier, Internet, CD-Rom, e-books, PDA, téléphones portables, ...). En effet, le stockage des données sous différents formats (HTML ou base de données, dans le cas d'un contenu destiné à Internet; langage développé spécifiquement pour un CD-Rom; format d'enregistrement propre au logiciel de PAO utilisé pour une publication papier...) pose le problème de leur mise à jour, qui risque d'être longue et imparfaite puisqu'il faut intervenir dans chaque document séparément. En outre, rien ne garantit la pérennité des formats de conservation propres à chaque support. Le XML permet donc de résoudre ces difficultés.

2. Matériels disponibles et formats compatibles : une photographie de l'instant (2)

Terminaux les plus courants en France	Parc français (en nb d'unités)	Modèles ou marques si intérêt particulier	Principaux formats lus
Ordinateurs	> 30 000 000	-	PDF, e-pub, PRC, XML
Consoles de jeux	6 900 000	-	Selon les types d'appareil
Téléphones portables / mobiles	60 000 000	-	Selon les types d'appareil
PDA (Assistants personnels)	En déclin au profit du smartphone	-	PRC
Smartphones	1 800 000	dont i-phone d'Apple (800 000 en France) et Android de Google à venir au printemps	PDF + autres formats selon les types d'appareil
Liseuses (readers dédiés à la lecture)	10 000 à 15 000 toutes marques confondues dont :	Cybook Gen3 de Bookeen	HTML et TXT, PDF, PDB (fichiers PalmDoc) ainsi que PRC (fichiers <i>Palm Resource Compiler</i> contenant un livre Mobipocket)
	6 000	PRS 505 de Sony	e-pub, PDF
	Pas de données	iLiad	PDF, PRC, HTML
	Sortie France juin 2009	Boox	Tous
	Non commercialisé en France	Kindle	DRM Amazon, format Mobipocket/PRC

Conclusion

Dans ce grand marché désordonné du livre numérique où chaque major essaie de tirer son épingle du jeu en développant sans communiquer autour pour garder l'avantage de l'antériorité, il est difficile de faire une synthèse. A la question « *sous quel format puis-je vendre mes livres numériques en France ?* », la réponse serait donc : si aujourd'hui, il est intéressant de vendre ses livres en PDF parce que ce qui compte est d'occuper le marché avec le matériel disponible, il faut numériser vos livres en XML, pour faciliter la production sous tout format par la suite. »

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

(1) Bruno PATINO « *Rapport sur le livre numérique* », page 60, rapport remis à la ministre de la Culture Christine Albanel le 30/06/2008

(2) Sous réserve de modifications ou d'améliorations de la part des constructeurs et éditeurs de logiciels.

B/ La chaîne de l'économie du livre numérique en France

B. 1/ Diffuseurs-distributeurs et libraires

Agrégateurs et prestataires

B. 1/ Diffuseurs-distributeurs, libraires

Par agrégateur, on entend ici toute plateforme rassemblant une offre de livres numériques et offrant un lien direct ou pas, exclusif ou pas, avec le client final, qu'il soit institutionnel ou particulier. Selon les cas il s'agit d'un diffuseur - distributeur numérique et/ou simplement d'un e-distributeur, d'un e-entrepôt comme De Marque, ou encore d'une e-librairie permettant d'acheter des e-books. Par exemple, Numilog (créé en 1999 et racheté l'an dernier par Hachette) est un agrégateur « pure-player » (100% internet) au même titre que Immatériel.fr, tandis que d'autres comme Edenlivres sont des extensions des structures traditionnelles des diffuseurs de livres papier.

Les 3 premiers acteurs apparaissant en haut de ce tableau seront, d'après nos différents interlocuteurs, ceux qui pèseront probablement le plus à l'avenir, même si aujourd'hui l'offre d'Editis en la matière semble encore en gestation. Les autres sont des indépendants que l'émergence du livre numérique a favorisé et qui, comme Cyberlibris, montrent la voie, notamment de la transformation du potentiel en ... ventes. « *En appliquant les ratios de vente numérique/papier observés chez O' Reilly (66% en nombre d'exemplaires dans un secteur où la demande existe) et en appliquant un prix ramené à 70% du prix papier, on obtient dès 2009 un CA potentiel de livres numériques correspondant à 10% du CA de l'édition française, soit 500 m \$ can. (310 millions d'€)* [NDLR : ce qui voudrait plutôt dire un manque à gagner d'autant pour cette année car les confrères français sont loin d'être prêts]. *A l'horizon 2011 ce potentiel serait de 1,2 milliards \$ can. (800 millions d'€), théoriquement sans substitution du CA papier* » selon Xavier Cazin, fondateur de l'immatériel.fr, qui dirigea pendant une dizaine d'années les éditions O'Reilly France. Bluffant, n'est-ce pas, même si ces chiffres sont à ventiler principalement sur des spécialités où sciences, technique et formation prédominent et si la littérature, toujours d'après la simulation de X. Cazin, ne réaliserait « que » la moitié de son CA en numérique...

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Tableau de synthèse résumant les principales caractéristiques des agrégateurs et prestataires pouvant intéresser un éditeur canadien

Nom	Services offerts	Fournisseurs	clients	Commentaires/contact
Numilog	Diffuseur-distributeur (dont entreposage) et librairie numériques	Editeurs (plus de 200) et diffuseurs	Bibliothèques universitaires, départementales de prêt et municipales, particuliers	Filiale de Hachette. Le 1 ^{er} acteur du domaine (1999), la plus grande offre à date. Incontournable pour développer son chiffre de vente de livres numériques en France. Voir le détail plus bas. dzwir@numilog.com
Edenlivres	Diffusion-distribution (dont entreposage) numériques (offre de service complémentaire à celle de la diff-distri papier). NB : la vente aux clients finaux est faite par les libraires.	Editeurs	Libraires	Plate-forme numérique de l'alliance CDE-SODIS (Gpe Gallimard) et de VOLUMEN (Gpe La Martinière) née suite à l'accord avec De Marque. Lancement sept. 2009, 200 éditeurs & labels concernés. cf schéma ci-dessous.
E-Plateforme (EDITIS)	Pour le moment : Distribution numérique de contenus auto-diffusés par les éditeurs	Editeurs	Libraires	La e-plateforme existante prend 12 à 15% de commission sur le PPV HT. L'offre de diffusion-distribution numérique d'Interforum ne semble pas mûre. Walter.dellazoppa@interforum.fr
Epagine	Distributeur (dont entreposage) numérique Fournisseur de site web (en marque blanche) permettant aux libraires indépendants de vendre techniquement des e-books	Editeurs Diffuseurs	Libraires	Filiale de Titelive (fournisseur de logiciels de gestion aux libraires français) cf schéma ci-dessous. s.michalon@epagine.fr
Cyberlibris	Abonnements (avec des variables de volume), permettant l'accès (sans téléchargement) à des livres (et des revues) numériques en sciences, sciences humaines, gestion et livres pratiques. Cyberlibris se définit comme La bibliothèque numérique . Chaque ouvrage est également disponible à la vente individuelle en ligne. 15 000 références en français et en anglais, organisées en plusieurs gammes : - Cyberlibris academia (formation en management en version totale ou allégée) - Cyberlibris cognito (sciences humaines) - Cyberlibris executive (managers en activité, offre commercialisée par les revues <i>l'Expansion</i> et <i>l'Entreprise</i>) - Cyberlibris ingénieur - Cyberlibris Famili (vie pratique, littérature générale, développement personnel) à destination des particuliers	Editeurs (plus de 300 aujourd'hui)	Universités, écoles de commerce (70), entreprises, bibliothèques publiques et universitaires (listes des clients fournies sur demande), chercheurs, étudiants, particuliers. C'est la 1 ^{re} bibliothèque numérique du Maroc et d'Algérie. Cyberlibris est aussi à l'origine de nombreuses bibliothèques numériques destinées à des partenaires spécifiques (marque blanche comme pour la FNAC).	Existe depuis 2003, bénéficie d'un taux de renouvellement d'abonnements de 98%. Permet de surveiller, filtrer (avec plusieurs critères de tri), partager et imprimer (mais chaque page a son exlibris, sorte de « tatouage » qui marque la provenance du fichier) des contenus numériques. Chaque utilisateur dispose dans sa bibliothèque de plusieurs centaines d'ouvrages et articles. Il peut y accéder dans l'enceinte de son institution et, s'il s'est créé un compte personnel, de partout dans le monde sans aucune restriction. Vient de lancer la première bibliothèque pour iPhone. Cyberlibris effectue des actions pour valoriser l'offre auprès de ses clients. Cyberlibris achète à partir des suggestions d'abonnés, des sollicitations d'éditeurs validées par le comité scientifique ou directement à partir des recommandations de ce comité. Les éditeurs reçoivent 50% des revenus des abonnements. Le contrat de base prévoit que l'éditeur confie son fichier sans exclusivité et qu'il soit rétribué après sa mise en ligne sur la base des relevés de consultation. Pour l'instant Cyberlibris accepte les fichiers en PDF imprimeur mais le XML va se généraliser. Incontournable aussi pour développer dès maintenant son chiffre de vente de livres numériques en France eric.b@cyberlibris.com

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Portail de la librairie indépendante PL2i	Fournisseur de site web (en marque blanche) permettant aux libraires indépendants de vendre techniquement des e-books et de disposer d'une offre exhaustive	Editeurs ; diffuseurs numériques	Libraires comme e-pagine	Portail du SLF (Syndicat de la Librairie Française), lancement activités printemps 2010 ; Vise 100 adhésions d'ici fin 2010 et 300 d'ici 2012 ; N'est donc pas un agrégateur au sens propre
Immateriel	Distributeur (dont entreposage) et librairie numériques Concepteur de librairies en ligne	Editeurs	Libraires, bibliothèques, particuliers	Commercialise publie.net, O'Reilly via Digit books, 250 fichiers PDF d'Eyrolles. L'éditeur touche 70% du PPV HT du livre numérique vendu, le libraire 20%, le e-distributeur immateriel.fr 10%. xcazin@immateriel.fr
Public.net	Abonnement annuel à tout le catalogue en ligne (210 textes de littérature contemporaine) pour ou bien à la lecture (65 € = 104 \$ can.) en ou bien le téléchargement + lecture en ligne (95 € = 152 \$ can.)	Auteurs	Bibliothèques (déjà 20 en compte), particuliers	Coopérative d'auteurs pour le texte numérique contemporain, née sur une idée de François Bon (auteur connu en France). Expérimente des nouvelles formes d'écriture exclusivement sur le net et aussi une nouvelle économie autour du livre numérique.

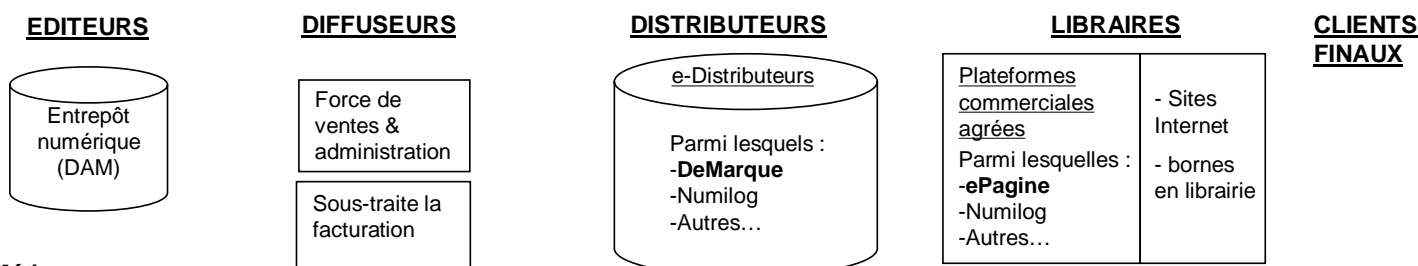
Nous avons choisi de développer la présentation de 3 de ces acteurs, par le biais de schémas qu'ils ont accepté de nous communiquer pour les diffuser ici et d'interviews : Edenlivres, e-Pagine puis Numilog.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Livre numérique : Schéma de chaîne de diffusion-distribution mutualisée (qui fait quoi)

Intervenants



Métiers

Stockage des livres dans un entrepôt sécurisé

Gestion des ventes et des conditions commerciales

Gestion des flux livres Métadonnées et PLV

Offre et promotion de livres numériques auprès du grand public

Fonctions

- Créé et stocke les fichiers sources des livres (XML ou PDF)
- Crée et stocke les Métadonnées (dont PLV numérique)
- Détermine le prix des livres numériques
- Contracte avec le diffuseur
- Etablit la licence d'utilisation pour le lecteur
- Assure l'accès à l'Entrepôt numérique à tout moment.
- Actualise systématiquement les fichiers de nouveautés, les Métadonnées

- Négocie les conditions commerciales avec les libraires
- Négocie les conditions commerciales avec l'eDistributeur
- Gère la PLV numérique.
- Assure et analyse le suivi des ventes
- Commande la facturation

- Encrypted les livres aux formats d'exploitation (ePub, PDF encryptés...)
- Encrypted les métadonnées (dont PLV numérique)
- Assure le fonctionnement du serveur
- Administre la base de données
- Gère les flux de fichiers numériques : livres + métadonnées (rapidité, fiabilité)
- Assure la livraison du livre numérique au client final
- Gère les DRM
- Gère les flux de PLV numérique
- Assure la maintenance technique & la mise à jour
- Envoie les informations pour la facturation et le suivi statistique

- Conçoit le site marchand du libraire
- Assure la promotion des titres
- Assure un service clientèle
- Assure l'acceptation de la licence d'utilisation par le lecteur
- Dispose du paiement en ligne (CB, PayPal...)
- Encaisse le prix du livre et prélève la rémunération de sa prestation

- dispose d'une carte bancaire émise par une banque domiciliée (en France (métropole ? dans le monde entier ?)

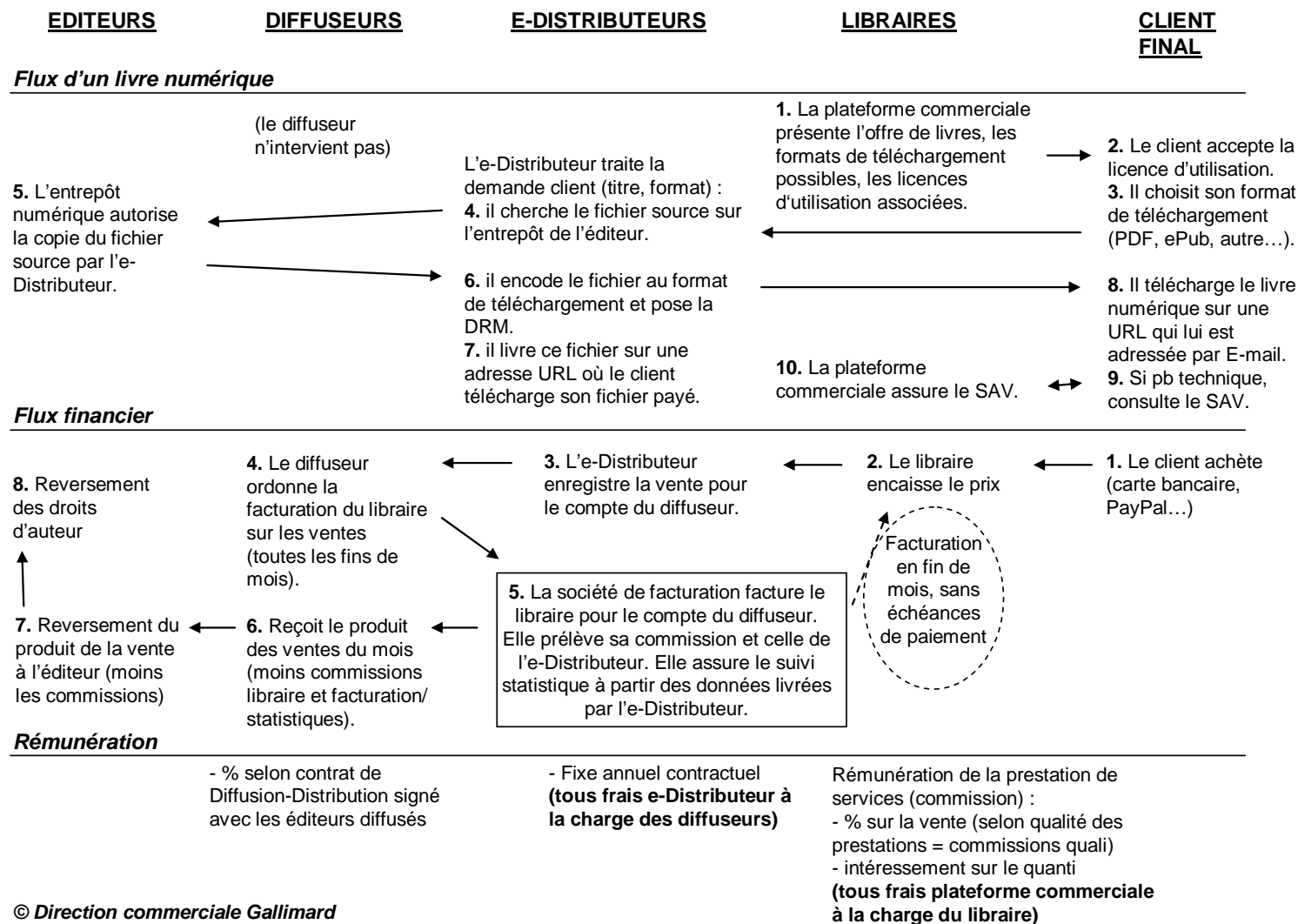
© *Direction commerciale Gallimard*

Edenlivres

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

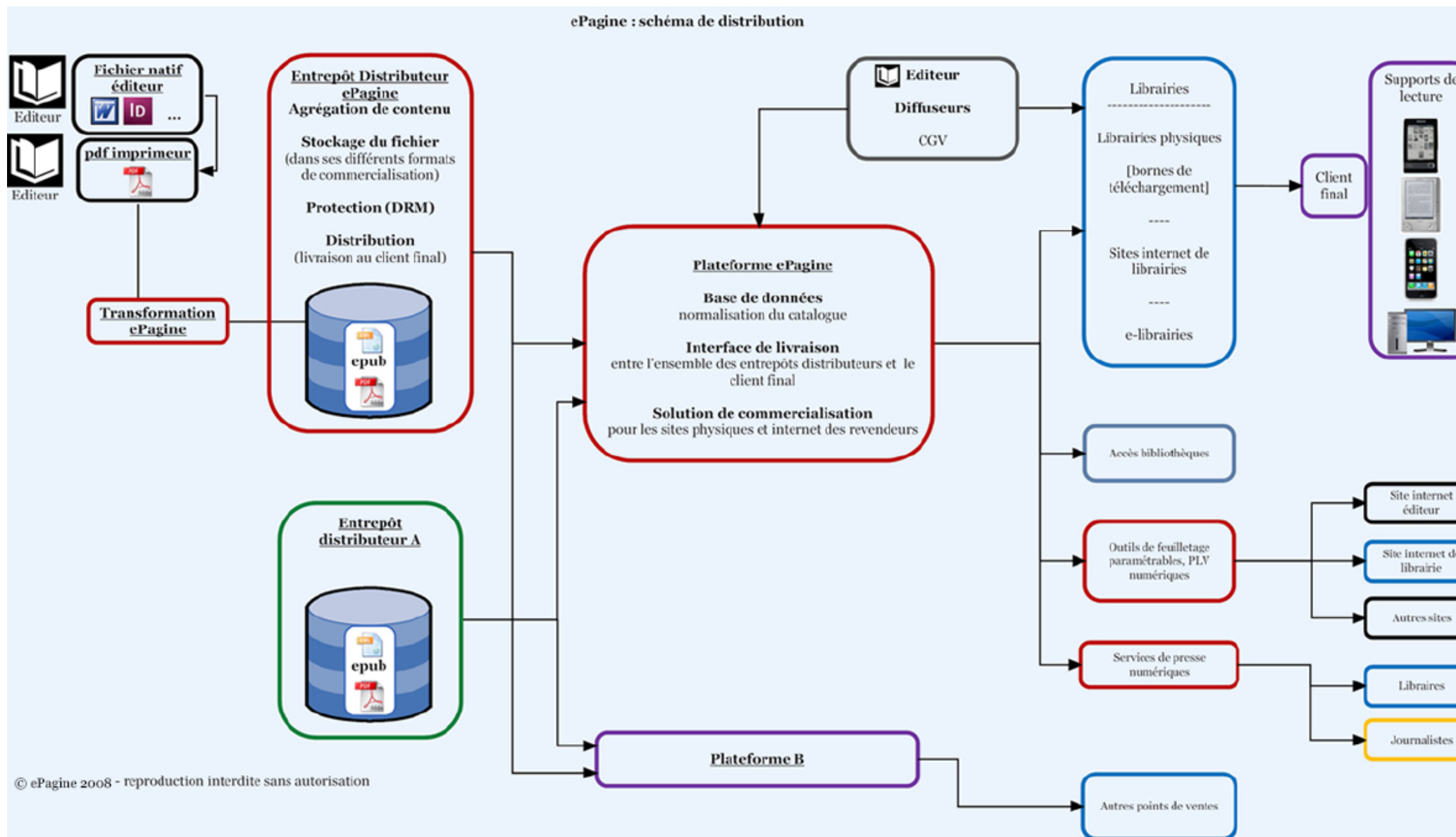
Livre numérique : Schéma de chaîne de diffusion-distribution mutualisée (les flux)



© Direction commerciale Gallimard

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien



GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Nous remercions e-pagine et Edenlivres pour leur autorisation de reproduction des schémas de diffusion et de distribution du livre numériques.

NUMILOG

Créé en 1999, Numilog est aujourd'hui le principal agrégateur français- et francophone- de livres numériques et audio numériques. Racheté en mai dernier par Hachette, il dispose de l'offre francophone la plus vaste : 30 000 titres de fonds variés sur 60 000 e-books au catalogue, majoritairement en format PDF.

200 éditeurs sont déjà sous contrat avec Numilog. Parmi les français, citons les principaux : Albin Michel, Eyrolles, Elsevier/Masson, Presses Universitaires de France, Tec&Doc, et bien sûr les éditeurs du groupe Hachette.

Son rachat par ce que certains appellent en France la « pieuvre verte » a entraîné le départ de deux groupes - Gallimard et La Martinière -, qui viennent de se tourner vers la solution technique québécoise De Marque, déjà choisie par l'ANEL.

Le modèle Numilog est intéressant à plus d'un titre : premier agrégateur à avoir vu le jour en France, c'est aussi le plus important en taille (quoique son chiffre d'affaires ne soit pas public) et il fait référence, c'est-à-dire que les concurrents se définissent par rapport à Numilog, qu'ils le prennent comme source d'inspiration ou de différenciation.

Quoiqu'il en soit, Numilog est un partenaire incontournable pour tout éditeur canadien voulant exporter du livre numérique....

Une palette de services pour chacun des maillons de la chaîne du livre numérique

a) Pour les éditeurs, une diffusion et une distribution complètes

a. 1) Une diffusion multi-canal : un guichet unique du livre numérique

En clair, cela signifie l'accès au référencement sur les principales librairies (physiques et e-librairies) et bibliothèques numériques, les sites affiliés ainsi que la vente directe au public sur les librairies numériques Numilog.fr, Appeldulivre.fr, Lavoisier.fr mais aussi le prêt de livres numériques sur [les bibliothèques numériques clientes](#) et enfin la location de livres en ligne, bref, l'assurance d'une unité de services négociés auprès d'un seul partenaire, une sorte de « guichet unique » du numérique ce qui assure une économie de gestion du dossier. Appréciable surtout à distance pour un éditeur canadien.

A noter que contrairement à ce qui a coutume dans la chaîne du livre papier, les contrats de diffusion-distribution sont non exclusifs, sans cession de droits: l'éditeur conserve tous les droits sur ses livres, gardant ainsi la liberté de les distribuer par d'autres canaux. Le prix des ebooks et les tarifs de locations sont fixés d'un commun accord avec l'éditeur, Numilog étant rémunéré par une commission sur les ventes réalisées, titre par titre.

a. 2) Un contrôle très attendu par les éditeurs des droits et fichiers leur appartenant

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

- Associé à la solution Adobe, le logiciel Adobe Reader suggéré par Numilog pour lire les livres au format PDF permet d'assurer une protection sur les droits d'auteur, chaque livre ne s'ouvrant que sur l'appareil de lecture désigné lors de l'achat. Cette solution permet de mettre en œuvre des systèmes innovants de diffusion des livres : premiers chapitres offerts à l'essai, impression d'une quantité limitée de pages, ...
- Les livres au format PRC bénéficient de la protection liée à la solution de gestion de droits numériques de Mobipocket.
- Les fichiers des éditeurs sont archivés sur les serveurs sécurisés de Numilog ou Mobipocket et ne sont transférés à aucun client ni partenaire sans cryptage DRM.

a.3) Un processus de diffusion des ebooks en 7 étapes

Modulable, ce processus peut décharger l'éditeur totalement ou partiellement, selon ses besoins.

- Numérisation : création et adaptation des eBooks aux formats de lecture souhaités avec les enrichissements utiles (à partir de sources numériques ou papier).
- Indexation : création et structuration des métadonnées sur les eBooks.
- Archivage : archivage des eBooks, des extraits et des métadonnées de manière sécurisée.
- Catalogage : présentation des eBooks et métadonnées sur un catalogue en ligne en permettant une recherche structurée et plein texte pertinente.
- Agrégation : permettre la diffusion des eBooks avec des technologies garantissant la protection des droits (DRM), l'utilisation de solutions de lecture pertinentes et des modèles commerciaux variés.
- Vente et location : proposer l'accès aux eBooks à des clients finaux selon un modèle commercial payant, gérer les encaissements, les relations commerciales et le SAV.
- Prêt : proposer l'accès aux eBooks à des usagers selon un modèle d'emprunt sur une bibliothèque numérique à une communauté d'usagers, assurer le conseil et le SAV.

a.4) Une diffusion multi-formats

Les lecteurs peuvent lire les eBooks hors ligne après téléchargement



Les eBooks au format PDF sont lus avec Adobe Reader 6, 7 ou Adobe Digital Editions, sur PC ou Mac



Les eBooks au format PRC sont lus avec Mobipocket Reader sur PC, Palm, Pocket PC, Smartphones et tablettes à encre électronique (Irex d'Iliad, Booken)



Les livres audio peuvent être écoutés sur tous les appareils compatibles avec le format MP3 ou WMA : baladeurs, chaînes HiFi, auto-radios, PC, PDA, etc.

Les ouvrages peuvent être aussi lus directement en ligne à tout moment avec le logiciel Numilog Reader™



Les clients peuvent ainsi accéder à leurs livres depuis n'importe quel ordinateur dans le monde, mais toujours selon une logique « un client, une seule lecture simultanée ».

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

La richesse de l'offre de Numilog par rapport aux éditeurs se complète d'un positionnement plus vaste, car il s'adresse aussi aux libraires, aux bibliothèques, aux chercheurs et aux auteurs.

b) Pour les bibliothèques publiques, universitaires, celles des Grandes Écoles, Numilog propose des bibliothèques numériques personnalisées et alimentées régulièrement.

Ce système de documentation qui s'intègre sur les sites internet des établissements est déjà en place chez 60 partenaires; il permet au lecteur d'emprunter des livres numériques sans se déplacer, de choisir un livre dans le catalogue et de le télécharger ou de le consulter en indiquant nom et numéro de carte. Si le livre a déjà été emprunté, le moment où il sera à nouveau disponible est indiqué, fournissant le même service exactement qu'un logiciel de prêt d'une bibliothèque publique.

Une démonstration très détaillée de cette offre est donnée sur <http://www.numilog.fr/bibliotheque/presentation/presentation.html>; nous vous recommandons de la visionner car, mieux qu'un grand discours, elle en présente bien toutes les caractéristiques, notamment les bénéfices. En outre, elle donne une certaine vision des perspectives d'avenir sur ce marché avec, entre autres, la notion d'emprunt « chrono dégradable » (c'est-à-dire qu'au bout d'un temps à fixer, le livre disparaît des étagères numériques disponibles en lecture), par chapitre, « *par bouquet bientôt, le marché des bibliothèques et des entreprises étant porteur en France* », confirme Denis Zwirn.

Cette formule est intéressante pour valoriser des fonds éditoriaux notamment en sciences humaines, management, professionnel, littérature ou guides pratiques, en les exportant. C'est ainsi que Numilog a vendu ses services à la Bibliothèque et Archives nationale du Québec, ou encore à l'Université Virtuelle Africaine, qui a souscrit 60 exemplaires par titre acheté (sur 21 e-books au total); un potentiel spécifique dans les bibliothèques, que Numilog développe avec un représentant dédié et l'envoi d'une newsletter mensuelle.

A noter : le prix de vente aux établissements est en général remisé de 25% sur le prix de vente TTC par rapport à la version papier. Un modèle dont nous reparlerons aussi.

c) Pour les libraires, une plateforme technique clé en main

Là encore, comme ePage (la filiale de Tite-Live qui fournit notamment les librairies françaises en logiciels de gestion), Numilog propose d'installer chez les libraires un système de vente en ligne de livres numériques, charge aux libraires ensuite de faire leur travail de promotion et de vente comme pour des ouvrages papier mais via le net et dans leurs points de vente. L'Appel du livre, Lavoisier, Mollat et la Fnac se sont déjà lancés dans l'aventure en distribuant le catalogue Numilog; d'autres les suivront.

Pour comprendre le fonctionnement, il est utile d'entrer un peu dans le détail. Ce service est modulable selon 3 formules, de la plus simple à la plus globale :

c.1- EBOOKS STORE STANDARD

Mise à disposition d'un site web dédié à la vente d'eBooks - structure standard

Choix parmi un ensemble de feuilles de styles Internet

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Solution de paiement en marque blanche - encaissement par Numilog
Outils d'administration : sélection éditeurs & titres, édition des pages d'accueil et nouveautés, statistiques de vente, listing clients
En option : personnalisation de la maquette, création d'un espace "votre compte", autres solutions de Paiement proposées - encaissement par librairie.

c.2- EBOOKS STORE INTEGRE A LA LIBRAIRIE EN LIGNE

EBOOKS STORE STANDARD + Vente des eBooks intégrée dans le panier général de la librairie.

c.3- EBOOKS STORE DEVELOPPÉ PAR LA LIBRAIRIE

Fourniture d'une API permettant d'intégrer le téléchargement aux différents formats depuis la librairie.

d) Pour les auteurs

Ce service est peut-être le plus déroutant pour un éditeur, mais il est le fait d'un « pure player » du net. Rien n'empêche de s'en inspirer.

Pour 600 \$ can à 1 600 \$ can, auteurs, universités, chercheurs, associations, entreprises se voient offrir un service d'auto-édition allant du :

d.1) « tout numérique » pour le moins cher - finalisation de la mise en forme, réalisation d'une couverture standard, adaptation et conversion aux formats de lecture numérique les plus répandus (Adobe® PDF et Mobipocket® PRC), distribution numérique sécurisée (DRM) sur www.jepublie.com et www.numilog.com -

au

d.2) « tout support » - conception, mise en page professionnelle, relecture et correction du texte, réalisation d'une couverture personnalisée (à partir d'une image transmise), attribution du n°ISBN, 100 exemplaires imprimés (format standard 148*210, jusqu'à 200 pages), distribution numérique sécurisée (DRM) au format PDF sur www.jepublie.com et www.numilog.com, création d'un formulaire de vente pour les versions imprimées -.

En conclusion

« *Nous sommes ouverts à tous les éditeurs, dont les canadiens* », nous a précisé Denis Zwirn, PDG de Numilog, auquel il faut s'adresser directement pour connaître les conditions commerciales... qui semblent un peu « secret défense ».

Numilog est sans doute une carte à jouer rapidement par les éditeurs canadiens, tant que l'exclusivité n'est pas exigée par d'autres ou qu'un concurrent très frontal, de la même puissance de frappe, n'est pas apparu dans le paysage. D'autant que Numilog a un positionnement très complet de e-diffuseur et de e-distributeur, positionnement sans équivalent en France (pour combien de temps encore ?). De fait, nous a prédit notre interlocuteur : « *il n'y aura pas plus de 3 acteurs majeurs dans le paysage numérique : nous, De Marque, et ...* »

La place des libraires dans la chaîne du livre numérique

Le commerce du livre numérique est une sorte d'échiquier dans lequel les joueurs ne savent pas encore bien quels seront leurs rôles respectifs. Tout laisse cependant

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

penser qu'une première partie sera jouée d'ici la fin 2009. Et les libraires devront y défendre leur place.

Un peu d'histoire récente

Le SLF (Syndicat Français de la Librairie) et l'association ALIRE (Association des librairies informatisées et utilisatrices de réseaux électroniques) ont publié un rapport majeur, il y a plus d'un an, qui a largement contribué à ouvrir en grand le débat chez les éditeurs français : « *Accueillir le numérique ? Une mutation pour la librairie et le commerce du livre* » <http://www.accueillirlenumerique.com/>. L'objectif de ce rapport et de ses recommandations était de permettre aux libraires de rester des acteurs de poids dans le nouvel environnement du numérique en leur fournissant des repères et les bonnes pratiques en matière de e-distribution de livres numériques.

Dans la foulée de ce rapport, les éditeurs ont créé leur propre commission numérique au SNE (syndicat national de l'édition), et chargé Francis Lang (groupe Hachette) des relations commerciales. Pourtant, le même Francis Lang n'a pas jugé opportun de s'exprimer sur le sujet des libraires lors des Assises du numérique en mars dernier au Salon du Livre de Paris. C'est dire la complexité des rapports de force éditeurs/diffuseurs/libraires et des enjeux pressentis.

Il semble qu'aujourd'hui la majorité des libraires, dans leur besoin d'avancer en phase avec les éditeurs, aient perdu la légère avance qui était la leur il y a 12 mois sur le sujet pour au moins 3 raisons :

- a) Ils sont dépendants des technologies utilisées par les éditeurs, et l'interopérabilité étant une obligation en matière de e-distribution de fichiers de livres, ils doivent attendre qu'émergent les premiers consensus et normalisation des processus chez les éditeurs et leurs diffuseurs/distributeurs;
- b) Or les éditeurs ont, dès le départ, pris du retard sur ce chantier du fait de la lourdeur des investissements à entreprendre et de la relative absence de vision sur leur rentabilisation à court terme. D'où le peu d'offre actuellement disponible (7 % du total des références actives en France sont disponibles sous format numérique, et seulement chez Numilog, les autres agrégateurs n'en étant qu'à moins de 1 000 références) et d'où l'absence à ce jour de e-diffuseurs opérationnels chez les grands diffuseurs, à part Hachette par le biais de Numilog et bientôt La Martinière/CDE-SODIS par le biais de Edenlivres (*);
- c) Enfin les libraires ont une faible visibilité du modèle économique et des enjeux financiers que représente pour eux la vente du livre numérique (exception faite de quelques libraires ayant depuis 10 ans fait - et réussi- le pari du numérique, par exemple Decitre ou la chaîne Fnac). Ils sont davantage conscients de ce qu'ils risquent que de ce qu'ils ont à gagner : « *les ventes papier sont affectées par internet : autrefois le rayon médecine était important, celui des encyclopédies et dictionnaires aussi. Fnac.com et Amazon.fr détiennent 8% de parts de marché qui manquent aux libraires aujourd'hui.* », rappelait aux membres du SNE Charles de Kermarec de la librairie Dialogues à Brest en mars dernier [NDLR : une des plus grosses librairies indépendantes en France].

État des lieux

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Un premier consensus semble pourtant se dégager du côté de quelques diffuseurs de la chaîne du livre interrogés : le taux de remise accordé aux libraires devrait varier entre 20 et 25 % sur le prix de vente public hors taxes (contre 36 à 40% pour les livres papier). Cela n'empêche pas les agrégateurs comme Cyberlibris (voir tableau sur les agrégateurs) de se passer complètement des libraires et de vendre en direct, servant d'intermédiaire aux éditeurs, notamment pour les bibliothèques.

Il est vrai que « *les ventes de livres numériques en librairie sont encore marginales, et concernent les bibliothèques* », confirme Thierry Lecompte, un libraire indépendant très impliqué dans le dossier depuis 2004. Même la Fnac avec ses 73 points de vente répartis sur toute la France n'a vendu que 13 000 e-books en 6 mois de temps sur les 6 000 readers Sony qu'elle a commercialisés, soit 2 téléchargements par tablette... la faute au manque d'offre e-books, sans doute, ce test ayant été réalisé en exclusivité avec Hachette, mais aussi, pense Thierry Lecompte, la faute à « *un problème de service après-vente important, les vendeurs n'étant pas formés à vendre des fichiers avec DRM.* ».

Même si les libraires indépendants disposent de préconisations censées (cf « *Accueillir le numérique* »), d'une tête de réseau bien informée, mobilisée sur le sujet et bientôt d'un portail de vente en ligne PL2i (portail de la librairie indépendante), ils marquent le pas pour l'instant. Ce qui ne serait pas gênant si quelques éditeurs et diffuseurs – sans parler des bibliothèques universitaires à travers des organes comme COUPERIN - n'avaient pas entrepris de se passer d'eux sur ce créneau. Reste à voir la réaction qu'ils auront face aux conditions de la remise diffuseur qui s'annonce moins importante sur les e-books que pour les p-books (livres papier), et leur envie d'entrer dans la danse, par exemple en rejoignant PL2i, le projet du SLF.

Perspectives

PL2i

D'après André Imbaud, directeur opérationnel, « *l'objectif de ce portail est de fournir [à des conditions accessibles] à tous les libraires – à terme 300 adhérents - :*

- *des moyens techniques communs pour qu'ils puissent disposer d'un site internet à leur marque technologiquement capable de vendre et délivrer des livres numériques ;*
- *une logistique mutualisée grâce à la sous-traitance centralisée de la distribution;*
- *une base de données complète, avec des moteurs de recherche conviviaux ».*

Pour Gilles De La Porte, président de la future société du Portail et par ailleurs libraire, « *le portail de la librairie se mettra en place en même temps que l'offre numérique se structurera [NDLR : le lancement de l'activité de PL2i est prévu au printemps 2010]. Notre vocation ne sera pas d'être agrégateur mais simplement de proposer une offre la plus exhaustive possible. La balle est dans le camp des éditeurs, les conditions commerciales ne sont même pas esquissées. Nous devons donc être techniquement prêts et surtout créer les conditions pour que les éditeurs nous mettent dans le jeu.* »

2/Le gros du marché demain ? Des interrogations et ... des convictions

L'inconnue reste le marché et le comportement des acheteurs de e-books vis-à-vis des libraires, les liseuses idéales n'étant pas encore apparues.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Pour Thierry Lecompte deux pistes majeures restent à explorer: « *le téléchargement pose tellement de problèmes que l'accès à des bouquets de consultation ou le printing on demand* [NDLR : impression à la demande d'un livre à l'unité vendu par le libraire et livré par un imprimeur ou un distributeur sous 48h chez le client, ce qui lui évite de repasser en magasin, ou bien imprimé chez le libraire, par exemple grâce à la Machine Expresso] *ont plus d'avenir* ».

Ce qu'il faut retenir

Pour vendre du livre numérique dans les librairies françaises, il vous faudra passer par des intermédiaires aussi bien techniques - e-entrepôt comme De Marque au Canada, Immatériel en France par exemple - que commerciaux (Numilog, Edenlivres, entre autres), les libraires ne pouvant pas se charger de tout. Cela étant, leur rôle est en pleine redéfinition, charge à eux de se fédérer et de fédérer autour d'eux - ce qu'ils tentent de faire - pour proposer des offres complètes aux e-lecteurs et (sauve)garder ce rôle si important d'animateur culturel en France.

(*) Edenlivres est le nom de la nouvelle plate forme de e-diffusion/distribution mutualisée qui vient d'être créée par Volumen du groupe La Martinière et CDE/Sodis du groupe Gallimard, et qui a confié à De Marque sa e-distribution.

Deux questions pratico-pratiques à propos du commerce des e-books en France

EAN/ISBN : « *en l'absence de normes en France pour le moment, il est recommandé d'attribuer différents numéros pour les versions numériques d'un même ouvrage, par exemple un n° EAN pour le fichier au format PDF, un autre n° pour celui au format e-Pub, encore un autre pour celui au format PRC, ...* », nous a conseillé Vincent Marty, de DILICOM, le service interprofessionnel incontournable de référencement des livres utilisé par les distributeurs et les libraires français, et chargé du fichier exhaustif du livre -le FEL -. « *Nous adaptons en ce moment notre fiche produit au numérique pour qu'elle soit prête d'ici fin 2009* », chantier qui ne semble pas aisé en l'absence de vision claire sur la distribution numérique et de position commune de la part des grands acteurs.

Prix de vente public : Les débats auxquels nous avons assisté lors des Assises du numérique en mars dernier au Salon du livre de Paris montrent que les éditeurs généralistes raisonnent sur le prix du e-book en comparaison du p-book. Ceci pose 2 soucis :

- la loi sur le prix unique du livre en France, et rien n'est tranché pour l'heure, si ce n'est qu'on prévoit de vendre 10 à 40% moins cher un e-book ;
- la TVA sur le p-book n'est que de 5,5% contre 19,60% pour le e-book, ce qui pénalise le produit d'entrée de jeu. D'où la tentation de le vendre moins cher, pour compenser.

Pourquoi ne pas s'inspirer plutôt des pratiques des éditeurs professionnels qui ont depuis plusieurs années enrichi leurs offres numériques des produits papier pour en augmenter la perception de valeur et le prix marchand...

B.2/ Éditeurs

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Dans ce nouveau terrain de jeu, les règles éditoriales historiques (dépendant de l'objet papier et de l'espace de diffusion) ne sont plus impérieuses et certains acteurs tentent des aventures d'« affranchissement ». C'est ainsi que des auteurs comme François Bon ont créé une structure de e-publication, en l'occurrence publie.net qui édite des romans exclusivement sous format électronique (voir tableau plus haut). Pour avoir interrogé plusieurs professionnels qui soutiennent ces initiatives, on peut dire qu'ils participent presque à de la « recherche-action » c'est-à-dire qu'en même temps qu'ils agissent en faisant des choix pour leurs organisations, ils enrichissent de leur apport l'avancement du sujet. Il peut être intéressant pour un éditeur canadien de participer à tel ou tel de ces développements (pour s'appropriier le sujet) même si ceux-ci restent à la marge.

Un éditeur qui s'essaie et perce : Eyrolles

Pionnier de l'édition numérique, le groupe EYROLLES vend en direct des livres électroniques téléchargeables au format PDF sans DRM, depuis septembre 2008, sur un site internet dédié (izibook.eyrolles.com) et sur d'autres sites revendeurs. Un exemple unique en France, et dont les éditeurs canadiens pourraient s'inspirer pour le marché français.

L'expérience Eyrolles

A sa tête depuis plus de 30 ans, Serge Eyrolles - par ailleurs président du Syndicat National de l'Édition (SNE) – a su préserver l'indépendance de ce groupe familial quasi-centenaire, dont on connaît les éditions Eyrolles, d'Organisation, VM (spécialisé en photographie) et Gep (éditeur scolaire spécialisé dans les services). Aux manettes du développement numérique, Guillaume de Lacoste Lareymondie, chef de projet e-book.

Côté édition, le groupe, spécialisé en gestion d'entreprise, informatique, bâtiment et vie pratique, produit près de 400 nouveautés par an; il est leader sur des niches telles que la photo numérique, l'habitat écologique, le design graphique ou la mode. Également libraire traditionnel et diffuseur (GEODIF), il a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 50 millions d'€ (80 millions de \$ can.).

Côté numérique, le groupe s'est lancé dès 1999 en tant que libraire en ligne avec son site eyrolles.com, et a tenté en 2001 une première expérience, infructueuse, avec les ebooks. Il a réitéré récemment, avec plus de succès cette fois-ci.

1. Les premiers mois d'activité d'izibook.eyrolles.com s'avèrent positifs : « *en 6 mois d'activité, le site a généré l'équivalent du CA d'une petite librairie* » déclare Guillaume de Lacoste, et ce malgré une offre très réduite au lancement en septembre 2008 (<100 titres), laquelle s'est étoffée depuis à 500 titres.
2. Qui sont les acheteurs de e-books sur le site (par ordre décroissant) ? Les bibliothèques (même si pour cette cible, Eyrolles vend aussi par l'intermédiaire de revendeurs), les francophones de l'étranger, les professionnels se déplaçant beaucoup, les mal-voyants. *Des cibles assez proches de celles que pourrait aussi viser un éditeur ou un regroupement d'éditeurs canadiens ...*
3. Avec son cœur de cible composé de professionnels, Guillaume de Lacoste Lareymondie dit n'avoir « *pas de problème de piratage, vraisemblablement parce que nous ne visons ni le marché scolaire ou ni l'universitaire* ».
4. Sans retour d'expérience précis sur les ventes de e-books Eyrolles en dehors du site [izibook.eyrolles](http://izibook.eyrolles.com), nous avons cependant la conviction que le fait de multiplier les

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

partenariats en période de test sur un marché naissant permet de déceler les meilleurs et d'avoir l'avantage de l'antériorité bref permet de peaufiner, avant les autres, un modèle empirique qui fonctionne.

Il y a quelques conditions ...

- Avoir une offre spécialisée, profonde (> 100 références par rayon) et attrayante (y mettre aussi ses nouveautés et best-sellers);
- Investir dans une plate-forme technique éditeur du type d'Izibook-Eyrolles [*] (compter environ 15 000 € soit 24 000 \$ can. ainsi qu'un pourcentage sur les ventes effectuées par l'éditeur) ;
- Se faire référencer sur le plus de plate-formes possibles (agrégateurs, e-distributeurs et libraires) : du leader Numilog à un pureplayer comme la librairie.immateriel.fr, créée récemment, en passant par les libraires ayant déjà un site internet leur permettant de vendre des e-books ;
- Vendre des fichiers PDF de bonne qualité, sans DRM, « *en tout cas, c'est crucial pour éviter le SAV* », selon G. De Lacoste;
- Dédier une personne de l'entreprise, chargée de mettre en ligne des PDF adaptés et surtout de faire vivre le projet ;
- Prévoir ce type de vente dans vos contrats d'auteur ;
- Adopter une tarification équivalente au prix du papier, en tenant compte de la TVA de 19,60% (au lieu de 5,5% pour le livre papier) afin ne pas casser les ventes d'ouvrages papier [**].

...et beaucoup d'avantages

- ✓ Simplicité
 - pas de DRM = pas de freins à l'installation ni de service après-vente ;
 - Le choix du format PDF permet de vendre aux utilisateurs d'ordinateurs sans limiter le marché aux possesseurs de liseuses ; donc partout, sans frais de port ni délai.
- ✓ Visibilité forte sur un marché naissant où la prime au 1^{er} entrant peut être forte
 - Multiplication des chances d'accès en se mettant son offre à disposition chez un maximum de partenaires ;
 - Différenciation par rapport aux autres éditeurs pour les auteurs et les clients, notamment grâce à une offre de « gratuits » servant d'appât pour les lecteurs.
- ✓ Rentabilité
 - Améliore les ventes d'ouvrages papier
 - Permet de vendre plus d'exemplaires que le nombre d'exemplaires imprimés, donc d'améliorer ses marges (peu de surcoûts si les fichiers sont déjà numérisés.
 - Permet en outre de vendre des ouvrages 100% numériques, sans impression papier; cela fait aussi office de test pour un nouveau modèle économique 100% numérique convenant à un certain type d'ouvrages;
 - Permet de poursuivre la commercialisation des ouvrages épuisés du fonds (phénomène de la « longue traîne »), pour lesquels une réimpression ne serait pas rentable ;

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

- Améliore la trésorerie grâce à l'encaissement de cash (contrairement au délai de 60 jours en cas de vente via les libraires)
- ✓ Atouts Marketing
 - Améliore la connaissance de ses clients, car on n'a plus le filtre des libraires ni du diffuseur ; pour un éditeur, c'est un avantage considérable, surtout en édition spécialisée.
 - Permet de tester le potentiel des ouvrages papier en librairie physique ou d'améliorer un projet en version provisoire.

...mais quelques inconvénients et limites

- Les maisons d'édition faisant de la vente directe de e-books risquent un certain rejet de la part des libraires donc des pertes de vente y compris des ouvrages papier ; en effet si les libraires arrivent à trouver leur place dans la vente des livres, le risque en les contournant trop est de susciter leur courroux. Or en France, ils sont encore, pour la vente de livres papier, un maillon incontournable et incontournable.
- La protection des droits d'auteur est encore incertaine, reposant sur la probité des acheteurs, même si les fichiers téléchargés sont personnalisés avec des données provenant du client (nom, prénom, adresse électronique), via un marquage numérique apposé dynamiquement sur chaque page (*watermarking*).
- La diffusion des rééditions risque d'être complexe et imparfaite : il faut éviter que ne coexistent sur le marché différentes versions – certaines obsolètes - d'un même ouvrage, y compris des couvertures et des PLV numériques. Or, dans ce « modèle », on a multiplié le nombre d'intermédiaires sans se réserver ni centraliser le stockage numérique des données, ce qui comporte donc un risque... et l'absence de garantie pour vos lecteurs qu'ils disposeront bien de la dernière version de l'ouvrage mis à jour.

Le « modèle Eyrolles » joue à fond l'opportunisme sur un marché que les éditeurs professionnels et spécialisés peuvent considérer comme quasi-mûr, car non dépendant de l'arrivée de liseuses bon marché pour décoller. Un modèle qui peut se révéler adapté à l'exportation, d'autant plus que rares sont les éditeurs canadiens à vivre suffisamment de leurs ventes libraires en France. Ce qui réduit leur exposition au risque de boycott... outre-Atlantique.

[*] La [plateforme logicielle IziBook®](#) de la société [Nuxos Group](#) assure la gestion et la diffusion par téléchargement de contenus électroniques. Elle permet aux éditeurs de vendre en leur nom propre et sans intermédiaire leurs livres numériques de façon sécurisée et rapide, et d'être ainsi directement en contact avec le client final.

[**] la fixation des prix de e-books est du ressort de l'éditeur; cela étant, le modèle Eyrolles en la matière n'est pas adopté par tous les éditeurs français. Certains pensent en effet que la TVA à 19,60% qui s'applique au livre numérique au lieu de celle à 5,5% s'appliquant au livre papier doit être compensée par une baisse du prix de vente située entre -15 % et - 40% par rapport au prix de vente au public.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Un état des lieux de la production numérique en France (hors guides pratiques, cartes, dictionnaires, beaux-livres)

Pour transmettre une photographie d'ensemble de la production du livre numérique en France, nous avons interrogé des directeurs du développement numérique, des responsables éditoriaux et des responsables de production de quelques groupes d'édition (*). Notre objectif était de savoir quelle offre était disponible et sous quels formats, pour quelles applications et à quels horizons. Certains ne nous ont pas répondu ou nous ont donné peu d'informations. Le tableau ci-dessous synthétise leurs réponses ; réponses que l'on peut facilement projeter aux autres acteurs d'une même spécialité éditoriale avec, vraisemblablement un temps de décalage pour les petites maisons d'édition.

Les domaines couverts par cet état des lieux abordent les principaux secteurs éditoriaux : littérature générale, scolaire, sciences humaines, sciences et techniques, édition professionnelle et jeunesse. Il ressort de ces entretiens que la majorité des éditeurs des groupes sont dans une phase de réflexion active et que dans un proche horizon ils passeront une très grande part de leur production en XML de façon à l'adapter aux multi supports ensuite. Certains effectuent la conversion e.pub pour les readers.

En revanche la bande dessinée et le scolaire ne seraient pas encore ou peu souvent passés sous XML ; ceci nous a été confirmé par Patrick Gambache, directeur de Delagrave (éditeur scolaire) et de J'ai Lu (poche) et par ailleurs en charge du numérique chez Flammarion, groupe assez vraisemblablement représentatif de la tendance dans ces deux secteurs éditoriaux : « *la BD et le scolaire à cause de l'iconographie et des contraintes de lecture (la plupart des manuels étant conçus sur une logique de double page et les BD de planches, ils ne sont donc pas facilement visionnables, sauf en ajoutant des outils pour zoomer, surligner...)* ». De plus, l'équipement dans les établissements scolaires français en tableaux interactifs est très réduit, contrairement à d'autres pays européens comme l'Angleterre, les éditeurs scolaires et parascolaires français s'attachent donc plutôt à constituer des ressources numériques, mais dans une autre logique que la simple transposition des livres papier dans leur intégrité vers un support numérisé, voire à transférer certaines activités vers des sites internet, comme Paraschool.com, un « pure-player » récemment racheté par Editis. Et de leur côté, les éditeurs de BD commencent à envisager de tester le modèle japonais sur téléphone mobile.

Enfin pour les secteurs non couverts par cet état des lieux, signalons que les éditeurs de guides et de pratique des groupes d'édition sont vraisemblablement aussi en train de numériser leur offre, mais avec la concurrence d'internet, la mutation de ce secteur n'est pas simple. A part le routard.com, site de la célèbre collection qui est devenu enfin retable grâce à la publicité, aucun n'a encore réussi à trouver un modèle économique numérique profitable.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

En résumé (0)

Entité	% production convertie en XML	% production PDF adaptée du PDF imprimeur pour mise en ligne consultable, téléchargeable	% production en PDF pour le Web (1)	production impression numérique (ISD) Petits tirages
Editeur institutionnel (2)	60%	100 %	25 % en HTML ; dans quelques mois 50 à 60% 50% en Excel pour les tableaux et graphiques. Objectif 100% HTML	10% Nouveautés : pour chaque titre un certain nombre d'ex. en « preliminary copies ».
Place des Editeurs Sogedif (Plon, Perrin, Univers Poche, Belfond, Solar, ...), groupe EDITIS	100 % pour la littérature 90% pour l'ensemble Sogedif Recherche de solutions en cours pour le scolaire : le passage PAO / XML	Rien., mais tout est archivé depuis 4 ans en PDF imprimeur, en natif et en XML pour l'ensemble du groupe.	Depuis quelques semaines le PDF Web est produit en même temps que le e.Pub	Sur l'ensemble Sogedif : Pré-tirages : 20 ex. et 200 ex. en avance (250 titres/an); Réimpressions : tirages entre 300 et 1 200 ex. (100 titres/ an)
Groupe Hachette	100% littérature générale 80% Universitaire et professionnel		10% PDF Web et e.Pub	Réimpressions : toutes en littérature ; Nouveautés : 60 % Tirages : 200 à 3 000 exemplaires
Groupe Gallimard	Jeunesse : rien pour l'instant, réflexion est en cours Adulte : passage en XML pour les nouveautés	2 à 5% des nouveautés Les livres du fond ont été numérisés et retraités en PDF	Jeunesse : Phase de tests	Littérature jeunesse : 200 ou 300 ex. Adulte : uniquement pré-tirages à 20 ou 30 ex.
Bayard	Jeunesse : rien pour l'instant mais projet d'archivage et passage XML Adulte (religieux, sciences humaines) :	Cyber libris, Fnac 5% du catalogue Rien	Rien	

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

	15% du catalogue 50 % des nouveautés. En 2010 Toute la production		20 à 30% En 2010 : Toute la production	Réimpressions : 2 à 3% seulement car - les offres offset démarrent à 700/800 ex. ; - volonté de ne pas réimprimer en dessous d'un certain chiffre de tirage.
Magnard / Vuibert (scolaire / universitaire)	Rien, mais archivage des fichiers natifs prêts à passer en XML, seulement si l'investissement en vaut la peine.		2 à 3% d'extraits	Réimpressions : 8 %
Flammarion	100% des nouveautés, sauf BD et scolaire	Rien sauf des couverture pour la promotion	Des extraits en ligne 30%	Pour les services de presse : 30 à 200 ex. pour 90% des titres
Elsevier/Masson	Une grande partie	En réflexion		

Légende des têtes :

(0) : Ces chiffres ne sont qu'indicatifs ; (1) le PDF web est obtenu en enrichissant avec des index, répertoires. Ceux qui génèrent des PDF Web (liens avec index, répertoire...) dans le même temps effectuent la conversion e-pub pour les readers. Le e-pub n'est pas pour l'instant idéal pour les schémas et tableaux. Le PDF Web est en base déf sans les traits de coupe et on y ajoute des index, des signets pour la navigation; (2) chez l'éditeur institutionnel, toute la production est disponible (en 1 couleur) « on demand » chez Amazon/Google.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

(*) parmi les personnes interrogées ou rencontrées pour cet état des lieux, nous tenons aussi à remercier : Patrick GAMBACHE, Responsable du projet développement numérique du groupe Flammarion, Virginie CLAYSSSEN, Directeur adjoint du développement numérique du groupe EDITIS, Xavier CAZIN, Directeur de l'Immatériel.fr et ancien directeur des éditions O'Reilly France, Véronique GRALL, Directeur Livres des éditions Elsevier/Masson, Jacqueline Pieters, consultante et formatrice pour l'édition et les arts graphiques.

C/ Clients

C.1 Grand public

En ce qui concerne l'achat des livres, les lecteurs ont encore l'habitude de voir, toucher, feuilleter avant d'acheter : les ventes sur internet de livres papier n'ont représenté en 2008 que 6 à 8% du chiffre d'affaires de la vente totale des livres en France. Les librairies traditionnelles et les grandes surfaces culturelles restent encore fortement ancrées dans les habitudes puisqu'elles représentent les 2/3 des ventes. Cela étant, « *on constate un fort impact de la PLV numérique comme les widgets de feuillage sur les ventes de livres papier* », nous a confié Jean-Frank Cavanagh, Directeur des relations relations extérieures France de Reed-Elsevier.

À la question « *Avez-vous l'intention de télécharger sur des sites payants les contenus culturels suivants ?* », 40 % des Français répondent « *oui* » pour le cinéma, la vidéo ou le disque ; ils ne sont que 5 % à dire la même chose pour le livre (source 2009, GfK, institut de sondage spécialisé dans les industries culturelles).

Comme on le soulignait plus haut, la demande du public émerge de façon rapide et se heurte à une faiblesse voire une inexistence de l'offre.

Les usages relatifs au livre numérique sont en pleine évolution – on pourrait même dire révolution – ; Une même personne demain pourra, dans les transports en commun, ou bien lire une bande dessinée sur son mobile ou bien suivre un module de e-learning sur son ordinateur portable. Dans ces multiples avenues, il est difficile de prédire l'avenir, concrètement quel support l'emportera.

C.2 Cibles Professionnelles

Vendre aux bibliothèques universitaires via Couperin : un modèle qui a déjà fait ses preuves

Le marché le plus abouti est sans conteste celui des bibliothèques, notamment les bibliothèques universitaires. Aujourd'hui 133 BU et autres établissements d'enseignement supérieur ont acquis en 2007 des livres électroniques pour un montant total d'environ 1 552 297 euros TTC (soit 2 406 060\$ can). Ces achats se concrétisent via le consortium Couperin qui regroupe les offres, recense les besoins et négocie collectivement avec les éditeurs ou les diffuseurs.

C'est dire que les bibliothèques universitaires françaises constituent pour le livre numérique un marché réel et déjà organisé. Parce qu'il bénéficie du modèle, rôdé depuis plusieurs années, des pratiques d'abonnements aux revues numériques.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Il faut considérer de près cet axe marchand, d'abord parce qu'il est porteur de ventes immédiates, ensuite parce qu'il pourrait bien devenir un modèle pour l'avenir de la diffusion du livre numérique.

Nous avons interrogé Madame Bruley qui coordonne l'ensemble des achats de livres numériques pour Couperin. Les lignes qui suivent sont largement inspirées de ses réponses. Elles éclairent de façon précise la marche à suivre pour faire une offre à ce consortium.

Comment Couperin construit-il son offre de livres numériques ?

Couperin fonctionne par négociations individuelles avec les éditeurs. Un membre du consortium, Madame Bruley en l'occurrence, coordonne les offres et les répartit aux négociateurs chargés d'un secteur documentaire pour qu'ils négocient en direct avec l'éditeur.

Quels sont les points de négociation ?

Identification des titres et des regroupements thématiques les plus attrayants pour les BU, conditions commerciales acceptables de part et d'autre. C'est le plus souvent l'éditeur qui fait la proposition initiale, laquelle est ensuite retravaillée avec le négociateur. « *Ce que nous souhaitons, dit Madame Bruley, c'est que notre négociateur et l'éditeur travaillent ensemble à la rédaction de l'offre qui sera ensuite diffusée aux membres de Couperin* ».

Lorsque Couperin est sollicité pour une négociation concernant un nouveau produit dont l'intérêt semble limité pour les membres, une enquête préalable est lancée auprès des établissements afin de définir s'il est pertinent de négocier une offre. Cette enquête d'intérêt n'est pas systématique : elle dépend du produit, de son domaine disciplinaire, du public visé.

Pour situer votre offre par rapport à celles déjà achetées par Couperin et savoir quels sont aujourd'hui ses fournisseurs ebook, il suffit de se rendre sur le site, <http://www.couperin.org/spip.php?rubrique30>, et de consulter l'ensemble des offres disponibles via ce consortium.

Pourrait-on imaginer que les éditeurs canadiens ayant une offre de livres numériques susceptibles d'intéresser les BU françaises puissent passer par Couperin ?

Il est tout à fait envisageable que Couperin travaille avec des éditeurs canadiens. Madame Bruley suggère qu'il y ait concertation collective entre les éditeurs universitaires (médecine, sciences, sciences humaines) et Couperin pour monter une offre cohérente et attractive. La forme de la négociation reste à définir : Couperin a l'habitude des négociations individuelles, par produit ; mais on pourrait imaginer des négociations thématiques, avec plusieurs éditeurs dans un domaine disciplinaire particulier. Ce qui donnerait du poids à l'offre et renforcerait sa légitimité.

Une enquête d'intérêt auprès des membres de Couperin serait alors sans doute proposée pour choisir les bouquets qui répondront le mieux aux besoins des établissements membres. Ils devront bien entendu faire l'objet d'une négociation. Couperin nommera ensuite un ou des négociateurs pour mener à bien le travail avec le/les éditeur(s).

Comment convaincre Couperin d'acheter des livres canadiens ?

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Couperin est à ce point avancé que sa cellule E-Books a rédigé un document intitulé « Les 10 commandements de l'éditeur d'e-books : pour une offre idéale ». Ce document vise à faire part aux éditeurs des bonnes pratiques actuelles, tant dans l'étendue de l'offre que dans sa profondeur et dans ses formes et formats, dans sa capacité à se modeler en fonction des besoins des clients universitaires ainsi que sur la pérennité de cette offre. Il insiste aussi sur l'ouverture et l'écoute des éditeurs aux contraintes et besoins des BU. Ce document étant en cours de validation, nous vous le transmettons en avant-première et sous réserve de modifications.

Conclusion

Il faut retenir donc l'ouverture totale de Couperin pour recevoir une offre des éditeurs canadiens à la condition que cette offre soit riche et diversifiée et, ce qui donnerait encore plus d'atouts, que les éditeurs arrivent à se regrouper pour pouvoir négocier avec Couperin et bâtir un catalogue attrayant. Consultez le site de Couperin ainsi que les « dix commandements à l'attention des éditeurs de livres numériques » ci-dessous et travaillez à organiser votre offre, collectivement ou individuellement avant de contacter Madame Bruley. (CAROLINE.BRULEY@adm.univ-lyon1.fr)

couperin.org

Consortium Universitaire de Publications Numériques

Les 10 commandements de l'éditeur d'e-books :
pour une offre idéale

Dans un contexte d'offres foisonnantes, le consortium Couperin a souhaité faire part aux éditeurs d'e-books de ses recommandations et des pratiques les plus intéressantes constatées actuellement. Voici donc 10 propositions pour construire, en partenariat avec les éditeurs et les fournisseurs de services ou de contenus, ce que l'on pourrait qualifier d'*offre idéale*.

- o *Faciliter l'accès au contenu*
 - a. En favorisant le signalement et l'accès aux e-books aux communautés desservies ;
 - b. En offrant une adresse URL stable ;
 - c. En permettant leur citation ;
 - d. En facilitant leur l'intégration au sein des catalogues de bibliothèques (grâce à des notices au format MARC) et des plateformes de gestion de ressources pédagogiques (grâce à des notices au format LOM ou LOM-FR);
 - e. En développant l'interopérabilité vers ces plateformes grâce aux protocoles les plus utilisés dans le monde de la documentation : OAI-PMH, SRU/SRW, WebServices.

- o *Intégrer les usages pédagogiques*
 - a. En autorisant l'intégration des e-books dans des cours, des bibliographies réalisées avec des logiciels de gestion de références bibliographiques libres ou commerciaux;

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

- b. En donnant la possibilité de réorganiser certains éléments extraits des e-books pour les intégrer à des cours en ligne ou à des scénarios pédagogiques.

- o *Assurer l'archivage pérenne et l'accès perpétuel*

Dans le cas d'un achat définitif de collections ou de titres individuels ou de souscription à des collections, l'accès perpétuel aux ressources doit être assuré, c'est-à-dire que l'éditeur doit prévoir des solutions d'archivage et d'accès pérennes.

- o *Offrir un contenu accessible aux budgets des bibliothèques*

Les tarifs pratiqués doivent être adaptés aux budgets actuels des bibliothèques. Concernant les modèles économiques, l'abonnement à des collections et l'achat titre à titre dominant les offres commerciales. En cas d'abonnement à une ou des collections, la liberté de choix (granularité variable des achats/abonnements) et la possibilité d'ajuster l'envergure de l'offre à la taille de l'établissement, aux usages de son public et à son ambition dans le domaine des e-books sont essentielles. Il est regrettable de constater qu'aujourd'hui, il faille payer pour entrer dans la bibliothèque d'e-books, payer pour voir le catalogue et constater que les ouvrages sont déjà dépassés.

- o *Développer des services centrés sur l'utilisateur*

En terme de services, il serait intéressant pour les lecteurs de bénéficier des options suivantes :

- a. La lecture simultanée de plusieurs livres, l'annotation.
- b. Un moteur de recherche performant, capable de rechercher à l'intérieur des documents;
- c. Une indexation fine des documents, en français, avec des rebonds entre les ouvrages du même domaine, du même auteur, etc. ;
- d. La consultation temporaire de quelques pages d'un ouvrage ;
- e. La consultation simultanée du même ouvrage par un groupe d'utilisateurs large pendant une courte période, le temps d'un exercice ou pour préparer un examen ;
- f. L'accès à une aide en ligne et à des formations gratuites pour les utilisateurs ou les bibliothécaires.

Quant aux bibliothécaires et aux acheteurs d'e-books, ils souhaitent pouvoir :

- a. Bénéficier des dernières éditions parues et acquérir les éditions plus anciennes à prix réduit;
- b. Consulter un ouvrage avant de l'ajouter à la collection ;
- c. Ajouter des documents temporairement à la collection (location) ;
- d. Mettre en place des filtres et des profils d'utilisation des documents, pour des individus ou des communautés;
- e. Ouvrir des tests gratuits sur une collection de documents pertinents;
- f. Accéder à une *hotline* en cas de problème et à une documentation technique administrateurs ;
- g. Signaler facilement à leurs lecteurs les nouvelles acquisitions, par des courriers électroniques automatiques ou par des fils RSS.

- o *Offrir l'accès le plus large aux contenus*

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

- En favorisant l'accès nomade authentifié et sécurisé (Shibboleth, serveur proxy);
- En prévoyant une synthèse vocale et l'accessibilité aux malvoyants pour le plus grand nombre possible de textes, et une version audio des textes littéraires.

o *Publier des éditions récentes*

En matière de politique éditoriale, l'actualité des publications et des éditions est primordiale. Trop souvent, les éditeurs proposent des éditions anciennes. Les bibliothèques doivent offrir des titres récents et prévoir l'ajout régulier de nouveaux titres, voire de titres en cours de rédaction.

o *Fournir des statistiques d'usage*

Comme l'évaluation joue un rôle primordial dans le métier de bibliothécaire, il est important pour les services documentaires de pouvoir disposer facilement de statistiques de consultation fiables, respectant les recommandations Counter les plus récentes. Ces statistiques serviront aussi à préciser les usages émergents.

o *Libérer les usages*

Enfin, en termes d'usages, il est essentiel que :

- a. Les offres éditoriales s'affranchissent des logiciels et des matériels propriétaires à cause des restrictions d'usage imposées par les mesures logicielles de protection (DRM) ;
- b. Dans le cas contraire, les DRM devront faire l'objet d'un affichage clair de la part du fournisseur, qui précisera les matériels et logiciels requis pour consulter les documents qu'il fournit.
- c. Les éditeurs proposent plusieurs possibilités de lecture sur écran, ainsi que des solutions de téléchargement sur tablette de lecture.
- d. Il soit possible d'imprimer des extraits ou la totalité de l'ouvrage.
- e. Les possibilités de prêt entre bibliothèques, d'exportation et d'impression des documents, qui manquent souvent de clarté, soient explicitement indiquées.
- f. La possibilité de choisir les documents titre à titre et de modifier la liste de ces titres à tout moment ou une fois par an soit possible.

o *Innover, expérimenter en partenariat*

Les usages de ces nouveaux documents et de ces nouveaux supports de lecture n'étant pas encore fixés, ils pourraient donner lieu à une approche expérimentale des offres, tout en se donnant la possibilité de modifier ces offres si elles ne correspondent pas aux usages constatés. Des pratiques innovantes méritent d'être soulignées :

- a. La présence d'un bandeau aux couleurs de l'institution sur les plateformes de téléchargement ou de visualisation, pour rappeler l'origine de la ressource et de son financement;
- b. L'absence de DRM sur les documents téléchargés, remplacées par un filigrane portant le nom de l'utilisateur, ainsi que son institution d'appartenance.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Carel, le plus court chemin vers bibliothèques municipales

Les bibliothèques publiques, municipales et départementales de prêt, de leur côté, bien qu'encore assez minoritairement converties au livre numérique dans la pratique de leurs acquisitions, n'en sont pas moins assez largement mobilisées pour organiser rapidement leurs développements en ce sens. Elles ont, comme les bibliothèques universitaires, créé un consortium de négociation, le consortium Carel. C'est la Bibliothèque Publique d'Information (la bibliothèque du centre Beaubourg) qui le gère et notamment Isabelle Antonutti qui a accepté de nous livrer sa vision des choses.

Le marché du livre numérique en bibliothèque municipales (BM) est encore faible : Quelques BM ont acheté des readers/liseuses : la Bpi, la BM d'Angers, celle de Troyes, de la Roche sur Yon et, bien entendu, elles achètent des « bouquets de livres numériques » qui sont ainsi prêtés aux électeurs qui empruntent ces readers/liseuses.

Cela dit, cela ne représente pour l'instant pas une grosse proportion dans leur budget : Le marché du livre numérique avoisine seulement les 1%. Environ 50 bibliothèques municipales sont abonnées à Numilog, l'agrégateur le plus important pour le moment (on peut d'ailleurs voir sur le site de Numilog cette liste).

Carel achète par le biais des librairies numériques, Cyberlibris et Numilog étant les deux fournisseurs principaux de livres numériques, les autres offrant plutôt de la presse, des dictionnaires ou des encyclopédies. En pratique, un adhérent d'une bibliothèque abonnée à Cyberlibris ou à Numilog va dans sa bibliothèque pour créer un compte et peut consulter en ligne l'offre disponible où qu'il soit.

A la différence de ce qui se passe dans les bibliothèques universitaires, il n'y a pas d'enquête d'intérêt auprès des BM. A partir des actions menées par les éditeurs auprès des bibliothécaires, Carel retient l'éditeur et lance son offre.

Pour information, l'abonnement annuel au catalogue cyberlibris (catalogue de base) coûte à l'institution moins de 1 000 euros et permet à chaque adhérent une consultation illimitée des ouvrages en texte intégral avec liberté d'impression, possibilité d'organiser cette bibliothèque et de l'enrichir de commentaires. Le nombre d'utilisateurs du même document en simultané est illimité.

S'agissant des éditeurs canadiens, il est indispensable qu'ils passent par une plateforme. Pour l'instant, Carel ne traite pas les livres numériques à l'unité car la mise à disposition est lourde pour une bibliothèque. Ceci même si la multiplication des plates formes de consultation/prêt n'est pas idéale à traiter...il va falloir imaginer une normalisation des processus pour adapter l'offre numérique aux pratiques de consommation des lecteurs en bibliothèque.

Conclusion

Cette enquête soulève autant de questions qu'elle fournit de réponses aux « e-éditeurs » aspirants - ils le sont tous ou quasiment - . En tout cas, les réponses qu'on peut apporter aujourd'hui sont extrêmement relatives.

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Sur le plan éditorial sans doute faut-il aller vers une production simultanée du livre papier et du livre numérique à terme dans une version XML. Sans doute aussi faut-il construire une offre attrayante et la faire connaître dès maintenant aux institutions ; sans doute enfin faut-il arrimer sa diffusion de livres numériques à celle du livre papier tout en développant sur son site éditeur des ventes directes de fichiers.

Très concrètement, cela veut dire travailler avec son diffuseur français de livres papier à ces développements ; puis travailler collectivement (par exemple avec les éditeurs ayant confié leurs fonds numériques à l'agrégateur ANEL/De Marque) à démarcher les clients institutionnels, notamment les bibliothèques universitaires et municipales qui constituent un marché organisé et mûr.

Vaste programme qu'on ne peut aborder raisonnablement que par étapes. L'essentiel est de commencer. Avec les fichiers disponibles, en PDF par exemple, en prenant appui sur l'agrégateur existant au Québec pour organiser son offre aux consortiums Couperin et Carel, sans oublier de réfléchir avec ses partenaires actuels. Vos tentatives participeront à l'avancée du marché du livre numérique et, en y étant acteur, vous pourrez, mieux qu'en observateur, vous forger vos propres convictions, choisir les bons partenaires et, finalement, occuper la place. Dernier point : achetez un ipod et des fichiers à lire dessus ; Soyez un e-lecteur concerné. Il n'y a pas plus sûre façon de comprendre les usages de cette nouvelle forme de lecture.

Remerciements

Nous remercions ici tous les professionnels qui ont pris le temps de nous répondre en nous livrant souvent des informations de toute première importance dans un secteur très défendu. Beaucoup ont accepté de partager leur vision des choses pour participer à une mutualisation des connaissances qui, seule, permettra une certaine standardisation des processus et une rentabilisation des investissements.

Nous remercions en particulier :

Eric Marbeau, responsable de l'offre commerciale pour les livres numériques du groupe Gallimard/CDE/SODIS,

Vincent Marty, directeur général de DILICOM,

André Imbaud, ancien directeur de la SODIS et directeur opérationnel du Portail PL2i, Clément Laberge, de chez De Marque,

Xavier Cazin, directeur l'immatériel.fr,

Stéphane Michalon, de e-pagine,

Thierry Lecompte, directeur adjoint de la librairie l'Appel du Livre, membre du conseil du livre au ministère de la Culture français, co-auteur du rapport « Accueillir le numérique »,

Hélène Clément, chargée de mission au SLF,

Walter Dellazoppa, responsable des relations éditeurs pour Interforum (diffuseur de EDITIS),

Dominique Parisi, responsable organisation et méthode pour les bases clients Interforum et articles du groupe Editis,

Eric Briys, de Cyberlibris,

Isabelle Antonutti, de la Bibliothèque Publique d'Information (la bibliothèque du centre Beaubourg),

Caroline Bruley, coordonnatrice de l'ensemble des achats de livres numériques pour Couperin,

Jean Gomez, ancien directeur général adjoint de Foucher (Gpe Hachette),

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

Benoît Vaillant, directeur de Pollen Diffusion,
Patrick Gambache, Responsable du projet développement numérique du groupe Flammarion,
Virginie Clayssen, Directeur adjoint du développement numérique du groupe EDITIS,
Véronique Grall, Directeur Livres des éditions Elsevier/Masson,
Jacqueline Pieters, consultante et formatrice pour l'édition et les arts graphiques,
Elizabeth Sutton, Responsable Bases de Données Dunod /Armand Colin et Responsable Web Marketing Dunod,
Denis Zwirn, président fondateur de Numilog,
Daniel Bourion, bibliothèque universitaire d'Angers, .
Jean-Frank Cavanagh, Directeur des relations relations extérieures France de Reed-Elsevier,
Michel Le Cina, de Ave Comics,
Daniel Desjardins, des éditions Ulysse,
Gilles Herman, des éditions du Septentrion,
Fabrice Piault, rédacteur en chef adjoint de *Livres-Hebdo*

pour les entretiens qu'ils nous ont accordés.

Présentation des auteures

Les deux consultantes ont une expérience de 20 ans dans l'édition en France et à l'étranger. Marie-Anne Lambert, Major en 2001 du Mastère Européen sur le Management des Services Numériques Interactifs à l'INA (Institut National de l'Audiovisuel), travaille sur des contenus numériques depuis 1991 pour Hachette Pratique; elle conçoit des contenus multi-supports depuis plus de 10 ans, chez Wolters Kluwer France où elle était directrice éditoriale puis au Stationery Office à Londres. En tant que conseil en édition depuis 2007, elle a notamment travaillé à la structuration de la base de données informatique d'un éditeur professionnel spécialisé dans le « e-learning ». Elle intervient aussi dans des cours de perfectionnement auprès de l'ASFORED, centre de formation du Syndicat National de l'Édition.

Isabelle Lambert a, quant à elle, travaillé à la promotion de plusieurs maisons d'édition en France et au Québec, puis elle a fondé le bureau français du groupe Gaëtan Morin Éditeur avant de travailler dans un réseau de bibliothèques publiques.

Bibliographie

- o « *Rapport sur le livre numérique* Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication remis par Bruno Patino, 30 juin 2008
- o « *SITUATION DU LIVRE : Évaluation de la loi relative au prix du livre et Questions prospectives.* », Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication remis par H. Gaymard, mars 2009
- o « *Accueillir le numérique ? Une mutation pour la librairie et le commerce du livre* ». SLF (Syndicat Français de la Librairie) et l'association ALIRE (Association des librairies informatisées et utilisatrices de réseaux électroniques), 2008, <http://www.accueillirlenumerique.com/>
- o « *Gutenberg 2.0, le futur du livre* » Lorenzo Soccavo, 2008, Paris, M21 éditions

GUIDE AELC

Le livre numérique en France: offre, commercialisation & perspectives pour l'éditeur canadien

- o « *Gratuit ! du déploiement de l'économie numérique* », Olivier Bomsel, Folio actuel inédits, 2007, Gallimard
- o « *Rapport d'étude sur l'édition numérique de livres scientifiques et techniques. L'éditeur des années 2010* », Bernard Prost, 2007, Étude réalisée par QUÆ avec le soutien du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.
- o www.educnet.education.fr/dossier/livrelec/notions/livre-electronique-livre-numerique
- o et bien sûr tous les articles de *Livres-hebdo* consacrés au sujet