

Livre 2010 : table ronde n° 3

Livre et numérique : vers de nouveaux modèles économiques ?

**Lundi 23 octobre 2006, 15h00-19h00, Salle Malraux,
Ministère de la culture et de la communication, Paris
182, rue Saint-Honoré, Paris 1^{er}**

Président de séance : **Jean-Manuel Bourgois**, Président-directeur général Magnard-Vuibert, Groupe Albin Michel, et ancien Président de la Commission NTIC du SNE

Rapporteur : **Sophie Barluet**, directeur du projet « Livre 2010 »

Intervenants : **Didier Borg**, éditeur, Casterman ; **Jean-Pierre Cendron**, délégué à la stratégie, BnF ; **Philippe Chantepie**, Chef du Département études, prospectives et statistiques, Ministère de la culture et de la communication ; **Joël Faucilhon**, responsable du projet Lektı-écriture ; **Pierre-Patrick Fenouil**, président directeur général de Lavoisier ; **François Gèze**, directeur général des éditions de la Découverte et président du groupe des éditeurs Sciences humaines et sociales du Syndicat national de l'édition ; **Frank Leprou**, directeur général de Fnac.com ; **Catherine Lucet**, directeur général de Nathan ; **Jean-Michel Maulpoix**, écrivain, président de la Maison des écrivains ; **Marc Minon**, directeur de Cairn, portail de revues scientifiques ; **Bruno Rives**, président de Tebaldo ; **Éric Scherer**, directeur Analyse stratégique et partenariats, ancien directeur régional pour l'Amérique du Nord et président de la filiale AFX News. ; **Christian Thorel**, directeur de la librairie Ombres blanches, Toulouse ; **Michel Valensi**, directeur des éditions de l'Éclat ; **Denis Zwirn**, président directeur général de Numilog

Présentation de Marc Minon

Marc Minon a rappelé que le premier projet de numérisation de livres date de 1971 (Projet Gutenberg). Depuis, cinq à six ans après la bulle Internet, le marché mondial du livre électronique représente seulement 60 millions d'euros (moins de 0.5 % du marché du livre), avec l'Asie loin en tête, suivie des Etats-Unis et de l'Europe, nettement derrière. Pourtant, on assiste aujourd'hui à un regain d'intérêt pour le livre électronique.

Les freins au développement d'offres dématérialisées sont multiples :

- Ils sont tout d'abord liés à « l'objet livre », qui mêle intrinsèquement contenu et contenant, contrairement à d'autres médias, comme le disque ou la vidéo, pour qui la dématérialisation et l'utilisation des réseaux existent de longue date.

- Dans de nombreux cas, la valeur ajoutée du numérique (par rapport au papier) n'est, de surcroît, pas évidente.
- Les terminaux de lecture sont plus complexes à produire que les lecteurs MP 3, et donc nettement plus coûteux.
- Les éditeurs n'ont que rarement mis en œuvre des processus de production multicanaux, et il subsiste de nombreuses incertitudes juridiques liées à la disponibilité des droits.
- Les modèles économiques sont difficiles à faire émerger : les ouvrages électroniques sont souvent aussi chers que les ouvrages papier, alors qu'ils n'offrent pas forcément le même confort d'utilisation.
- Des problèmes de fiscalité, avec la TVA à 19,6 % sur les produits numériques (contre 5,5 % sur le livre) pénalisent le développement du numérique.
- La multiplicité des formats, avec les problèmes d'interopérabilité qu'elle engendre, et la non-résolution des problèmes liés à la pérennité des supports contribuent également à freiner le développement de produits électroniques.
- Le numérique soulève, par ailleurs, de nombreux problèmes de compétence et d'organisation au sein même des maisons d'édition.
- Enfin il existe de toute évidence un effet de seuil (nécessité d'une offre suffisante pour permettre le développement de la demande), alors même que les maisons d'édition ne se peuvent se lancer que prudemment dans le numérique, notamment en ce qui concerne leurs titres phares.

Par contre, il faut aussi souligner l'existence de plusieurs facteurs favorables

- L'évolution des pratiques :
 - L'évolution des attentes des lecteurs et de leur expérience du numérique, un besoin d'immédiateté.
 - Un effet générationnel : différence entre la génération de ceux qui sont nés avec Internet et la génération précédente.
 - La nécessité de renouveler l'offre pour les nouvelles générations : la part des achats de livres effectués par les moins de 25 ans est passée de 15 % en 1994 à 10 % en 2004.
- Les évolutions techniques :
 - La modification des modes d'accès : le large bande et le sans-fil.
 - La modification des équipements : le développement de terminaux multi-applications (y compris, même, de consoles de jeux multi-fonctions).
 - Meilleure autonomie des batteries, écrans plus ergonomiques, miniaturisation des appareils.
 - Les liens avec d'autres applications électroniques (GPS, bureaux virtuels, environnements numériques de travail, ...).

- L'émergence éventuelle de standards.
- Les évolutions de l'environnement :
- La transformation progressive des *process* de production et la modification des contrats avec les auteurs.
 - Le besoin croissant d'une meilleure connaissance, par les maisons d'édition, de leurs clients.
 - La modification des comportements des bibliothécaires, certains bibliothèques – notamment nord-américaines – affectant 50 % de leurs crédits au numérique (ce qui crée un marché solvable).

Quatre grands mouvements sont en cours actuellement :

- La croissance des ventes en ligne (au Royaume Uni, elles représentent près de 12 % du marché de livres), même si ce marché est souvent organisé sous forme quasi-monopolistique ou, comme en France, oligopolistique.
- La présentation de plus en plus répandue d'extraits d'ouvrages à des fins de promotion sur le Web (ex. « Look/search inside the book » d'Amazon)
- L'accès à des textes segmentés dans des niches de marché (ex. bases de données, secteur juridique, scolaire, références, livres pratiques, mais pas de littérature générale), à partir de terminaux non dédiés. (logique du « codex »)
- L'accès à des ouvrages dans leur intégralité (logique du « volumen »), à partir de terminaux dédiés (tablettes de lecture) ou de PC équipés de logiciels de lecture, et ce dans tous les domaines, y compris la littérature générale.

Le phénomène le plus important est sans doute qu'aujourd'hui ces mouvements n'agissent plus de façon autonome, mais apparaissent converger, ce qui oblige donc à penser les évolutions globalement.

La nouvelle économie du livre numérique modifie la configuration du secteur :

- Modification de la nature même des produits éditoriaux :
 - Brouillage des limites entre les livres faisant l'objet d'un travail éditorial et les autopublications sur le web, non validées. Ce problème de validation est un gros souci pour les éditeurs, particulièrement pour ceux qui apportent peu de valeur ajoutée aux textes qu'ils éditent.
 - Intervention des internautes dans le produit éditorial (développement de pratiques collaboratives).
 - Modification de la hiérarchie temporelle d'exploitation des œuvres (prépublications, effet de « longue traîne »)

- Transformation de la structure industrielle du secteur
 - Désintermédiation ou ré-intermédiation ? Différents types d'intermédiaires pour le livre électronique (agrégateurs généralistes ou spécialisés, « entrepôts digitaux », fournisseurs de bibliothèques...)
 - Modification de l'environnement concurrentiel
 - Concurrence internationale accrue, prime aux acteurs les plus puissants en raison de l'importance des coûts fixes.
 - Nouveaux entrants, parfois extérieurs au monde du livre Google, Motricity (d'abord spécialisé dans les sonneries téléphoniques), SonyConnect (musique).
 - Enfin, nouvelle articulation entre les initiatives publiques et privées.
 - Transformation des modes de commercialisation :
 - Vente d'un service ou d'un produit ? Simple droit d'accès ou droit pérenne ?
 - Modification de l'unité commercialisée : fragmentation possible de la vente (extraits), d'une part, et développement du « bundling » (offre de « bouquets » d'oeuvres), de l'autre.
 - Le marché doit-il passer par des établissements de prêt ? (Passage du B2C au B2B, ex. abonnements forfaitaires des bibliothèques à des bouquets de revues)
- Tension entre l'offre gratuite et l'offre payante
 - Possibilité de développement de modes de financements en amont (à compte d'auteur, « open access »...)
 - Mais encore faut-il que ce mode de financement soit (i) rentable, (ii) pérenne et (iii) suffisamment incitatif.

Débats

Première partie : L'impact d'Internet sur l'économie du livre « papier »

A l'issue de l'exposé de Marc Minon, Philippe Chantepie s'est demandé si l'approche la plus pertinente consistait à partir de l'objet traditionnel (le livre) et à analyser ses modifications par le numérique (démarche qui a été suivie, sans succès, par le secteur de la musique), ou s'il ne fallait pas, au contraire, prendre le problème dans l'autre sens : le document numérique étant partout, quelle est la place du livre traditionnel dans cet environnement ? En effet, c'est l'environnement, ce sont les usages, qui font la loi (location pour la musique), et c'est en partant de ces derniers que l'on peut le mieux faire de la prospective.

Le numérique ne conduit pas seulement à la dématérialisation du texte ; il permet aussi la création de nouveaux objets, comme l'objet « livre interactif » (déjà présent dans le secteur du jeu par exemple), avec une véritable valeur ajoutée (Catherine Lucet).

Jean-Manuel Bourgois a rappelé que les autres médias arrivés au numérique ont eu tendance à reproduire les modèles anciens. Les éditeurs rêveraient peut-être de « numériser leur business », mais c'est sans compter la cassure, la transformation qui s'opère entre papier et numérique. Une transposition sans changement ne serait pas fructueuse.

En termes d'usages, il faut bien faire la différence entre l'édition des ouvrages que l'on a envie de lire (qui reste peut-être plus liée au papier) et des ouvrages que l'on a besoin de lire (où les choses peuvent évoluer plus vite).

1. Internet, nouvel outil d'information et de communication

1.1. Des répercussions sur le travail de l'auteur

S'il apprécie Internet en tant que consommateur ou en tant que curieux, Jean-Michel Maulpoix reste très réservé en tant qu'écrivain. Le passage d'une logique du livre à une simple logique d'écriture entraîne un certain écrasement, une banalisation du texte. Ce dernier est mis à mal par la logique du blog : intervention rapide, mais sommaire et **incompatible avec la distance, la lenteur et la réflexivité nécessaires à l'écriture d'un livre.**

Le numérique fait bien planer une menace d'atomisation et de dénaturation du texte (Jean-Manuel Bourgois).

1.2. Un travail éditorial en plein changement

1.2.1. Une modification du métier d'éditeur

Catherine Lucet a rappelé que le numérique apportait des transformations dans l'ensemble des métiers de la chaîne du livre. Cela nécessite d'une part des investissements importants sur la chaîne graphique et conduit d'autre part les éditeurs à devenir des éditeurs multimédia. Le texte n'est désormais plus qu'une partie de ce qu'on publie. Par exemple, les dictionnaires bilingues s'enrichissent dans leur version électronique d'une aide à la prononciation.

Tout ceci entraîne une modification des savoir-faire, des outils, et des relations aux auteurs.

En revanche, du côté des usages, le multimédia n'est pas encore entré à l'école, et cela risque d'être encore long. L'Éducation nationale et les éditeurs font face au double obstacle des équipements technologiques (encore coûteux et pesants) et de l'évolution de la pédagogie, voire de sa progressive réinvention.

Selon Jean-Manuel Bourgois, si le produit fini semble ne pas avoir changé (ou pas beaucoup) dans la majorité des cas, le travail en amont, en revanche, a beaucoup évolué : le travail d'iconographe-graphiste d'aujourd'hui est très différent de ce qu'il était il y a quelques années.

1.2.2. Le numérique au service de l'édition papier

Les éditions Casterman ont quant à elles intégré le numérique dans leur démarche éditoriale, a expliqué Didier Borg. Grâce à son site Internet, l'éditeur peut attirer de jeunes talents qui seraient plus intimidés par l'envoi d'une lettre. En plus, la démarche est plus rapide et permet à l'éditeur d'être plus réactif.

C'est aussi une voie de retour pour les auteurs, un moyen de tisser une véritable relation entre auteur, éditeur et lecteur. Une bande dessinée prend en moyenne 6 mois à un an à être produite, et ce système permet d'avoir un retour des lecteurs avant parution. Cela permet à la fois de montrer l'épaisseur de temps nécessaire à la production et de recueillir les impressions du lecteur et de savoir ce qui l'intéresse (histoire, graphisme...). Ce premier retour sur des extraits de l'œuvre à venir facilite la communication auprès du libraire, donc du libraire au lecteur.

Ce système est intéressant, mais le respect de la ligne jaune entre marketing et dredging est délicat à respecter.

2. Internet et l'évolution des comportements d'achat de livres

2.1. La librairie « traditionnelle » face à Internet

Christian Thorel a rappelé une phrase de Jérôme Lindon : « Il n'y a pas de livre sans librairie ». Que deviendront les éditeurs de création sans les librairies « traditionnelles » qui leur donnent de la visibilité ?

M. Thorel a distingué ensuite trois états du texte : « gazeux » (textes épars non édités), « liquide » (livres édités sous forme numérique, textes scientifiques), « solide » (objet-livre) : le vrai livre pour le libraire. Les auteurs soucieux du livre devraient donc acheter leurs livres en librairie ! Ce à quoi Michel Maulpoix a répondu que, s'il achetait parfois des livres sur Internet, c'était des livres de fonds, qu'il ne trouvait pas en librairie.

L'investissement des libraires traditionnels dans Internet est lourd. Seules trois librairies indépendantes d'importance ont un site (si on excepte Decitre) : Sauramps (Montpellier), Mollat (Bordeaux), et Ombres blanches (Toulouse).

Patrick Fenouil, quant à lui, a créé la librairie en ligne Lavoisier en 1995, et y réalise un tiers de son chiffre d'affaire, presque entièrement avec des livres physiques (la vente de d'e-books étant négligeable pour l'instant).

2.2. Librairies physiques et en ligne : concurrence ou complémentarité ?

La Fnac dispose à la fois de magasins de grande distribution et d'un site Internet, qui n'a cessé de progresser ces dernières années, notamment en matière de distribution de livres (entre 25 et 30 % du CA de Fnac.com). Viennent en tête des ventes les romans (16,5 %), les bandes dessinées (15 %), la jeunesse (13 %), les polars (12 %) et les sciences humaines (10 %). Alors que le plus gros point de vente physique de la Fnac propose 150.000 références, le site Internet en propose 500.000, a expliqué Frank Leprou. Le top 100 des meilleures ventes représente moins de 10 % des ventes totales, le top 20 moins de 5 %, alors que 67 % des titres ne sont vendus qu'entre 1 et 5 exemplaires maximum. Cela montre que le site est un vrai complément des magasins Fnac, qui ne peuvent avoir ces livres de faible vente en rayon.

Pour le succès du site Fnac.com, un important enrichissement multimédia est nécessaire : quatrièmes de couverture, éditos, tags, contenu audio... Les éditeurs sont invités à fournir le plus d'informations possibles sur leurs ouvrages afin d'améliorer les ventes.

Il est également important de fournir très vite l'offre la plus large possible, sinon le secteur du livre risque de subir le même sort que la musique.

Jean-Manuel Bourgois a souligné que la vente par Internet pouvait être une bonne solution pour les ouvrages pointus à faible audience et grande vitesse d'obsolescence, comme les ouvrages d'informatique. Ceux-ci ne se vendent pas bien en librairie, ce qui entraîne la disparition de leur rayon. Par contre, ils se vendent déjà à 25 à 40 % sur des weblibrairies.

François Gèze a remis en question l'idée répandue (et soutenue plusieurs fois autour de la table) que les ventes en ligne se faisaient massivement sur la « longue queue ». Pour lui, la structure des ventes en ligne tend à devenir la même que celle des ventes en librairie. Le risque est, sur le web comme ailleurs, d'une concentration sur la nouveauté. François Gèze pense que l'avenir de la librairie passe de la capacité des libraires à se saisir eux-mêmes de l'outil web. L'obstacle majeur aujourd'hui est celui de la constitution d'une base articles. Or, il existe une base en France. Il s'agit d'Electre.

Philippe Chantepie a affiné l'analyse des structures de vente sur Internet :

- Une concentration massive sur un très petit nombre de titres : de ce point de vue, on assiste à un phénomène de « hit » accru sur les weblibrairies (20 % des ventes se font sur 5 titres, contre 40 dans une librairie physique).
- Un allongement des ventes sur les niches et les petits titres.

Ces deux mouvements simultanés se sont produits aussi dans le domaine du DVD.

- Un écrasement des ventes des titres moyens, ce qui est inquiétant dans la mesure où ils constituent le cœur de l'activité des librairies.

2.3. Des impacts sur la diffusion et la distribution

La vente sur Internet provoque un émiettement des commandes, et donc un manque d'efficacité dans la chaîne éditeur/distributeur > libraire en ligne > lecteur. Il faudrait réfléchir à un changement de logistique pour éviter les ruptures entre départ et arrivée (Catherine Lucet).

Franck Leprou met en garde les éditeurs contre la tentation de développer leurs propres sites marchands.

Christian Thorel met en avant l'efficacité logistique de la librairie de proximité.

Internet peut aussi permettre d'accroître la visibilité de petits éditeurs indépendants qui n'ont que peu ou pas de structure de diffusion. C'est le but de Lektécriture qui, comme l'a expliqué Joël Faucillon, permet aux 40 éditeurs membres de mettre en valeur leur production et de la vendre en ligne grâce à un accord avec la librairie Clair-

obscur à Albi. La prochaine étape serait de rassembler davantage de libraires indépendants autour du projet.

3. Quels « cycles de vie » pour les ouvrages ?

Michel Valensi pense qu'Internet peut être mis au service du papier. Depuis avril 2000, il accompagne la sortie de ses livres imprimés par leur version en ligne disponible gratuitement sur Internet. Loin de nuire aux ventes, ce système les soutient au contraire.

Parlant de la fameuse zone grise identifiée par François Stasse¹, François Gèze a expliqué que le numérique ne remédiait pas encore à l'épuisement de ces livres, dans la mesure où l'impression de petits tirages revenait trop cher. Si par contre, la diffusion d'ouvrages numériques se répand, le marché électronique permettra de faire revivre la zone grise.

Se plaçant sur le terrain de la conservation, Jean-Pierre Cendron a rappelé que contrairement au papier et au microfilm, nous ne connaissons pas, encore aujourd'hui, quelle pouvait être la pérennité du support numérique.

Enfin, sur le terrain de la distribution, Denis Zwirn a identifié trois moments de la vie d'un livre où le numérique pouvait épauler le papier :

- En début de cycle, pour tester le marché (aux États-Unis, des « beta-books » d'informatique permettent de tester le produit auprès de ses futurs acheteurs).
- En cours de cycle, pour gérer des pointes de consommation (ex. un ouvrage de La Découverte mis à un programme a pu s'appuyer sur sa version électronique pour répondre à la demande).
- En fin de cycle, dans la mesure où le fichier survit à l'ouvrage épuisé.

4. Un problème non résolu : la tarification du livre électronique

Christian Thorel, parlant au nom du SLF, a rappelé que la loi Lang ne s'appliquait pas aux livres numériques et qu'il faudrait prendre garde, à l'avenir, à éviter la concurrence entre le papier et l'électronique, notamment pour les ouvrages de la zone grise.

Tout en reconnaissant que cette question ne faisait pas encore débat pour l'instant, vu la faiblesse de l'offre, François Gèze s'est prononcé pour le prix unique du livre numérique : non pas pour que la version papier ait le même prix que la version électronique, mais pour que la version électronique d'un même ouvrage soit commercialisée au même prix partout.

Bruno Rives a rappelé que la version numérique pouvait même être gratuite, financée par la publicité contextuelle.

¹ STASSE, François. Rapport au ministre de la culture et de la communication sur l'accès aux œuvres numériques conservées par les bibliothèques publiques, avril 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/stasse/stasse.rtf>

Catherine Lucet, quant à elle, a rappelé que les frontières entre documents numériques et documents multimédias sont difficiles à établir y compris pour les éditeurs eux-mêmes, ce qui rend difficile des réglementations spécifiques pour le livre numérique.

Deuxième partie : La nouvelle économie du livre numérique

En introduction, Éric Scherer a rappelé les évolutions récentes du secteur de la presse aux Etats-Unis. Les « digital natives », ceux qui sont nés avec le numérique, consomment beaucoup de médias, mais ont souvent une capacité de concentration réduite et un fort appétit d'interactivité. Blogs et sites communautaires (le « web 2.0 ») corrigent, commentent et concurrencent la presse. En conséquence, les ventes de journaux imprimés chutent, et l'audience de chaque journal décroît face à la multiplication des émetteurs. Parallèlement, la publication sur Internet ne migre pas assez vite pour devenir une source de financement alternative suffisante, et aujourd'hui les journaux sont en train de diminuer la taille des rédactions.

Malgré les déséquilibres dûs à la rapidité des évolutions, un certain nombre de tendances plus positives méritent d'être observées :

- une consommation de médias accrue
- l'importance de plus en plus grande de la marque dans l'univers bruyant d'Internet
- la prise de conscience des grands groupes de presse d'investir et d'expérimenter de nouveaux modèles techniques.

1. Quelle offre numérique sur Internet ?

1.1. Les avancées techniques du papier électronique

Bruno Rives a présenté les derniers développements du papier électronique, dont les Chinois sont devenus les leaders mondiaux. Il y a maintenant deux ans que ce papier est commercialisé en A6, et est utilisé dans diverses applications : affichage, téléphones, etc.

Le papier électronique est réinscriptible, communiquant et résistant à l'eau. Mais surtout, il offre un confort de lecture et une autonomie bien supérieurs à un écran d'ordinateur.

En France, la société Nemoptic travaille sur un papier moins cher qu'en Chine. D'autres sociétés développent la couleur ou augmentent la résolution.

Bruno Rives a fait circuler deux prototypes, qui n'ont pas convaincu tous les participants, qui ont remarqué que cette technique n'avait rien à voir, malgré son nom, avec le papier.

1.2. L'appétitif sur Internet

Quant aux contenus proposés sur Internet, les débats ont plus porté sur la valorisation des contenus papier sur le web que sur l'offre dématérialisée elle-même.

Christian Thorel a déploré que le public des rencontres auteurs organisées dans les librairies s'érode. Il s'interroge sur la nécessité de diffuser ces débats en ligne, et se demande si l'essentiel ne finit par se perdre dans l'accessoire : présentations, biographies, critiques, etc. Le lecteur qui se gave de petits fours apéritifs aura-t-il encore faim pour le plus important ?

Didier Borg quant à lui a considéré qu'Internet est capable de créer des liens entre libraires et lecteurs, via des conseils personnalisés.

Christian Thorel a rappelé que cette fonction de conseil se fait mieux sur place, et que le premier rôle d'un libraire était d'organiser, de mettre en scène, d'indexer son fonds afin de le rendre lisible et intelligible, et ce avant même d'apporter un conseil personnalisé. Internet peut-il se substituer à cela ?

Non, a répondu Frank Leprou : le site Internet ne peut pas se substituer au conseil du libraire, mais peut compenser, par des informations, l'absence de classement physique des ouvrages. De nouveaux moteurs de recherche proposent des algorithmes permettant de personnaliser, dans une certaine mesure, le conseil.

1.3. Des contenus hors droit aux contenus sous droit

Jean-Pierre Cendron a ensuite présenté la BNUE (Europeana), dont l'objectif est de proposer des ouvrages représentatifs de la culture européenne. Après les contenus hors droit, elle devrait également intégrer des contenus sous droit, négociés avec les éditeurs. Diverses fonctionnalités comme la recherche plein texte et le travail collaboratif avec les lecteurs (tags) devraient permettre de valoriser les contenus.

2. Quels nouveaux modèles économiques ?

2.1. Quels modes de rémunérations pour les éditeurs ?

Catherine Lucet a rappelé que la publicité ne finançait que très insuffisamment les titres de presse. Elle ne peut en aucun cas tenir lieu de modèle économique. Des modèles payants vont donc émerger, mais lesquels ?

La valeur perçue d'un téléchargement est moins importante que pour le même contenu accessible de manière physique (CD), mais cela va peut-être changer. La licence globale fait peur aux éditeurs. Pour l'instant, l'internaute s'équipe pour communiquer et avoir accès à des contenus : ceux qui trouvent leur modèle économique aujourd'hui sont les fabricants de hardware, les fournisseurs d'accès et les moteurs de recherche.

Comment les éditeurs de contenus peuvent-ils donc se rémunérer ? Soit imposer un paiement à l'utilisateur final, mais on connaît ses réticences, soit détourner une partie de la publicité qui alimente aujourd'hui essentiellement les agrégateurs ou les moteurs de recherche.

Jean-Manuel Bourgois évoque la possibilité de paiements par les collectivités : collectivités locales dans le secteur éducatif, mais aussi entreprise privée (ex. banque) pour ses clients...

2.2. Quelles mesures de soutien et quels modes de régulation ?

Benoît Yvert a tout d'abord rappelé les mesures budgétaires fortes qui viennent d'être prises en faveur de la BNUE, et notamment une ligne de crédit de 10 millions €, en association étroite avec les éditeurs. Il a insisté sur le rôle des bibliothèques pour éviter la fracture numérique.

Côté librairie indépendante, le soutien du Centre national du Livre, efficient aujourd'hui, devra être différent : soutenir moins de projets, mais avec un meilleur accompagnement. Ses modalités d'action vont être renforcées, avec notamment une aide aux collections sur 3 à 5 ans, et une aide à la création de librairie qui passera de 8.000 € à 20.000 €.

Marc Minon a lui aussi proposé quelques pistes de réflexion :

- Affirmer plus clairement le rôle respectif des institutions publiques et des acteurs privés selon les différentes périodes d'exploitation des œuvres (période durant laquelle les œuvres sont désormais libres de droit, « zone grise » et période d'exploitation effective des œuvres).
- Accélérer les projets publics de numérisation des œuvres libres de droits et encourager des partenariats public/privé (notamment BnF – éditeurs) pour les œuvres de la « zone grise ».
- Réaffirmer le rôle central des ayants droit pour les projets de numérisation portant sur les œuvres de la période la plus récente, ceci n'excluant toutefois pas la possibilité de collaborations avec les institutions publiques
- Éviter cependant de développer des initiatives publiques en concurrence frontale avec les initiatives privées et de brouiller ainsi la visibilité que les éditeurs peuvent avoir sur l'évolution de ces nouveaux marchés, par ailleurs très mouvants.
- Encourager le développement de contenus numériques francophones en privilégiant les initiatives de long terme et les projets mutualistes. Prendre en compte les logiques d'entreprises et/ou de regroupements d'entreprises plutôt que les initiatives au cas par cas.
- « Flécher » les aides à la diffusion des œuvres francophones à l'étranger en faveur d'une utilisation plus systématique, à cet égard, du numérique.
- Agir, au niveau européen, en faveur d'une adaptation du régime fiscal appliqué aux œuvres numériques et, en tout cas, clarifier la situation des produits mixtes.
- Favoriser l'utilisation du numérique dans les établissements de prêt - Faire des établissements de lecture publique des lieux d'expérimentation du numérique.
- Organiser un suivi régulier des pratiques de lecture sur support numérique..

Christian Thorel, quant à lui, a rappelé que certaines librairies virtuelles, comme Amazon, échappaient à la taxe à la surface (TACA), très lourde pour les librairies physiques. Il faudrait supprimer cette dernière.

Par ailleurs, une prise en compte renforcée des critères qualitatifs dans la constitution de la remise commerciale aux libraires, le cas échéant par le biais d'une modification législative, donnerait aux libraires davantage de moyens pour être présents sur Internet. A cet égard, Christian Thorel rappelle qu'Amazon bénéficie d'une rémunération au moins équivalente à celle des plus grandes librairies alors que le niveau d'exigence n'est pas comparable.