

# Livre numérique et création de valeur : une analyse économique

**Olivia Guillon**

DANS **LEGICOM 2013/3 N° 51**, PAGES 73 À 81

ÉDITIONS **VICTOIRES ÉDITIONS**

ISSN 1244-9288

ISBN 9782351132227

DOI 10.3917/legi.051.0073

Date de mise en ligne : 22/03/2014

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://droit.cairn.info/revue-legicom-2013-3-page-73?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour Victoires éditions.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](http://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

# Livre numérique et création de valeur : une analyse économique

*Olivia Guillon*

*Maître de conférences en Économie  
Université Paris XIII*

## L'ESSENTIEL

Le marché du livre numérique se superpose aujourd'hui au marché du livre papier dans un contexte préoccupant les acteurs traditionnels de la filière qui peuvent y voir menace et/ou opportunité. Nombre de questions auxquelles les acteurs et observateurs du marché cherchent à répondre sont liées au degré de similitude entre livres papier et numériques. Outre la nature des contenus, il s'agit de s'intéresser à l'autonomisation de la filière numérique par rapport à la filière papier en mettant en perspective les différences potentielles en termes d'usages, de circulation, d'archivage et de valorisation. Les dimensions économique, technique et culturelle sont étroitement liées, comme le montre l'analyse des modèles économiques de l'édition qui reposent sur l'existence d'un mode de création, un mode d'extraction et un mode de répartition de la valeur. Cette contribution est dédiée à l'analyse économique de la création de valeur du livre numérique, élément structurant du modèle économique, qui désigne la valorisation des contenus échangés (livres, articles, chapitres etc. englobant la qualité de l'écrit et le format des supports) du point de vue du consommateur ou de la collectivité. En tant qu'élément structurant, l'examen de la création de valeur est le présupposé nécessaire permettant de comprendre comment l'édition numérique peut bousculer l'organisation des échanges. ■

Comme d'autres inventions par le passé, les technologies numériques transforment la place de l'écrit dans nos sociétés en bouleversant les supports, la reproduction et la circulation des contenus. La mise en ligne, fin 2011, des manuscrits de la mer Morte, ou l'extinction, survenue quelques mois plus tard, de la version papier anglaise de *l'Encyclopaedia Britannica* au profit de sa publication en ligne, sont des signes de l'évolution de notre rapport au patrimoine. S'il est encore trop tôt pour en dégager une vue générale, on ne peut manquer de s'interroger sur les tendances de fond portées par ces événements.

L'économie du livre, elle, est déjà infléchie par le numérique. Outre le commerce en ligne de livres papier, qui progresse par rapport aux circuits de distribution traditionnels, la filière de l'e-book se développe même si ses contours restent difficiles à circonscrire, les technologies et les pratiques n'étant pas encore stabilisées. On trouve d'ailleurs une pluralité de définitions du livre numérique – la pertinence du terme prêtant elle-même à débats – dans les différentes disciplines qui le prennent comme objet d'étude : sciences humaines et sociales, droit, ergonomie, pour n'en citer que quelques-unes. D'un point de vue économique, on peut opérer une distinction, utile bien que critiquable, entre les livres « homothétiques » et les autres, parfois qualifiés d'« augmentés » ou « hybrides ». Le livre homothétique est celui qui reproduit « à l'identique l'information contenue dans le livre imprimé, tout en admettant certains enrichissements comme un moteur de recherche interne » (Zelnik *et al.*, 2010). Il s'agit souvent de la transposition numérique d'une œuvre imprimée, bien qu'un e-book puisse être homothétique sans avoir d'équivalent papier (s'il a été conçu uniquement pour une publication numérique) ou sans que la version papier ait précédé la version numérique (la chronologie peut être inversée). À l'inverse, les livres non-homo-

thétiques se présentent sous des apparences différentes : ils peuvent offrir de nouvelles fonctionnalités, n'avoir ni début ni fin, inclure du son, des animations, de la géolocalisation... À l'heure actuelle, ils représentent une part minoritaire (notamment en France), par nature difficile à chiffrer, mais certainement croissante dans les échanges.

Le marché (1) du livre numérique semble dynamique par rapport à l'ensemble de la filière éditoriale : en 2012, il représentait environ 3% des ventes en France mais cette part croît rapidement et elle s'élève déjà à plus de 20% aux États-Unis, alors qu'on observe dans un grand nombre de pays une tendance à la diminution des pratiques de lecture « traditionnelles » et une stagnation des ventes papier – certains genres éditoriaux et circuits de distribution étant plus touchés que d'autres. L'offre d'e-books se structure sous des formes commerciales différentes d'un pays à l'autre. En France, la tarification « miroir » domine largement : le prix d'un livre numérique est souvent calculé sur la base d'une simple décote de 20% à 30% par rapport au prix de la version papier (Guillon et Thierry, 2013), par contraste avec les États-Unis où s'applique une plus grande dispersion des tarifs.

Quant à la lecture numérique, elle recourt à des supports variés : ordinateur, tablette, liseuse, téléphone... L'équipement des ménages joue un rôle déterminant dans la structuration du marché, y compris dans les pays du Sud (Kulesz, 2011). Le degré de familiarité des usagers avec les technologies de l'information et de la communication importe également. Par exemple, au Japon et en Corée du Sud, si l'offre non-homothétique a connu un succès précoce et rapide, c'est notamment parce que les consommateurs étaient favorablement disposés à lire sur téléphone portable. En France, il est difficile d'estimer les parts de marché des différents matériels de lecture mais deux tendances se dégagent : d'une part la domination des liseuses, notamment le Kindle

1. Comme nous le précisons *infra*, les échanges non marchands d'e-books recouvrent également de forts enjeux socio-économiques.

d'Amazon, pour la lecture linéaire; d'autre part le multiéquipement d'une partie des usagers qui détiennent à la fois une tablette, une liseuse, un ordinateur, etc. En termes de profils socio-économiques, on observe globalement une surreprésentation des hommes jeunes, qualifiés et citadins parmi les lecteurs d'e-books.

Tout cela nourrit les préoccupations des acteurs traditionnels de la filière, qui peuvent voir dans l'édition numérique une menace, une opportunité, ou les deux à la fois. Certaines professions, comme celle de libraire, peuvent être fragilisées (Moscovitz et Wischenbart, 2013) alors que de nouveaux acteurs apparaissent et que les relations entre auteurs, éditeurs, libraires, e-libraires et lecteurs évoluent (Benhamou et Guillon, 2010). Bon nombre de questions auxquelles les acteurs et observateurs du marché cherchent à répondre sont liées au degré de similitude entre livres papier et numériques. Il ne s'agit pas seulement de la nature plus ou moins homothétique des contenus mais plus généralement de l'autonomisation de la filière numérique par rapport à la filière papier: dans quelle mesure diffèrent-elles en termes d'usage, de circulation, d'archivage et de valorisation?

Les dimensions économique, technique et culturelle sont étroitement liées, comme le montre l'analyse des modèles économiques de l'édition. Un modèle économique est la combinaison d'un mode de création, un mode d'extraction et un mode de répartition de la valeur. Lors d'un échange marchand ou non marchand, la «création de valeur» désigne la valorisation des contenus échangés (livres, articles, chapitres...) du point de vue du consommateur ou de la collectivité. Elle ne provient pas seulement de la qualité de l'écrit mais aussi du format et du support de lecture: ergonomie, confort visuel, facilité à trouver l'information, etc., aspects sur lesquels le numérique et le papier se distinguent par leurs fonctionnalités différentes. De plus, en général, le prix que les consommateurs sont prêts à payer ne donne qu'une lointaine approximation de la valeur créée car la dimension non moné-

taire est tout aussi voire plus importante: chaque écrit est susceptible de receler une valeur culturelle, intellectuelle, esthétique, etc., souvent inconnue au moment de sa première publication. Cependant, c'est la disposition à payer qui détermine la viabilité commerciale de l'offre éditoriale à court terme, à travers l'«extraction de valeur», c'est-à-dire le revenu qui peut en être tiré par la fixation du prix et des conditions de l'échange. Dans l'édition numérique, les possibilités offertes par les technologies de l'information et de la communication élargissent l'offre commerciale: en plus du téléchargement payant à l'unité, qui reproduit sous forme dématérialisée la vente traditionnelle de livres imprimés, se développent des offres innovantes (streaming, abonnement...), notamment dans certains segments comme la bande dessinée. Enfin, une fois la valeur «extraite» *via* un paiement, reste la question de sa répartition entre les acteurs de la filière: auteurs, éditeurs, distributeurs, opérateurs, libraires. En ce qui concerne l'édition numérique, les relations contractuelles entre les maillons de la chaîne sont encore peu stabilisées, comme l'ont montré en France les récentes discussions autour du contrat d'édition.

Bien qu'elle puisse chronologiquement intervenir en dernier, la création de valeur constitue l'amont du modèle économique: c'est autour d'elle qu'il se structure. Nous proposons donc dans cet article d'examiner les ressorts de la création de valeur (**section 1**) pour comprendre dans quelle mesure l'édition numérique bouscule l'organisation des échanges (**section 2**).

---

## SECTION 1 : LES DÉTERMINANTS DE LA CRÉATION DE VALEUR ET LA SUBSTITUABILITÉ PAPIER/NUMÉRIQUE

---

En termes de création de valeur, une des influences les plus manifestes du numérique concerne ce qui se joue en amont de l'acte de lecture: la cartographie de l'offre disponible. Habituellement, un consommateur recourt

à deux instruments complémentaires pour choisir parmi les livres : la prescription et les métadonnées (2). En effet, se situant dans une *économie de l'attention*, où l'offre est potentiellement infinie et la qualité incertaine *ex ante*, il ne s'oriente généralement pas au hasard mais selon des critères déterminés par l'expérience ou par des conseillers, puis localise le produit grâce à ses métadonnées. Or l'algorithmique et les techniques de traitement des bases de données permettent aujourd'hui l'exploitation de métadonnées « dynamiques » incorporant la prescription : à chaque œuvre papier ou numérique peuvent désormais s'accoler des indications *continuellement mises à jour* la situant dans l'espace de l'offre disponible.

On peut classer ces données en trois catégories qui se recoupent partiellement : sociales, sémantiques et intertextuelles. Les premières agrègent, pour chaque livre, des informations sur le profil de son lectorat, les autres œuvres qu'il a tendance à apprécier, etc. Elles proviennent soit de l'observation des comportements d'achat, utilisée par les algorithmes de recommandation automatique de certains e-libraires, soit des commentaires et évaluations publiés par les lecteurs dans des réseaux sociaux. Comme le notent Moscovitz et Wischenbart (2013, p. 17), « *la vente en ligne ne se limite pas à une offre de marchandises, mais devient de plus en plus un écosystème mêlant la vente au réseau social* ». Les indications sémantiques, quant à elles, pointent la pertinence d'un contenu en fonction des thèmes qu'il aborde. De nombreux outils logiciels permettent à l'utilisateur de lancer des requêtes par mots-clés sur un corpus pour en extraire une référence. L'utilité potentielle d'un texte devient donc en elle-même une métadonnée, ce qui transforme les pratiques d'indexation et de recherche. Enfin, les informations intertextuelles relatives à un livre désignent les autres textes qui le citent ou, s'il est identifié par une « adresse » telle qu'une URL sur le web,

la liste des liens hypertextuels qui pointent vers cette adresse. Les e-books se prêtent encore mieux que les livres papier à ces fonctionnalités nouvelles. Par exemple, le fait que le contenu textuel des livres soit entièrement numérisé augmente le potentiel des métadonnées sémantiques – grâce à la recherche plein texte – et intertextuelles.

Par ailleurs, l'édition numérique offre également un terrain d'innovations dans les activités d'écriture et de lecture : les outils de navigation hypertextuelle, d'annotation numérique ou d'écriture participative transforment les pratiques péri-lectorielles, voire la nature même des contenus qui peuvent devenir évolutifs. Tout cela creuse l'écart fonctionnel entre livres papier et numériques, les seconds ressemblant de moins en moins à une simple transposition des premiers sur un nouveau support.

Pendant, on ne doit pas conclure que l'édition numérique crée automatiquement plus de valeur pour le consommateur que l'édition papier. Par exemple, d'après l'enquête IPSOS-CNL menée en 2009-2010 en France, si 21% des personnes interrogées estiment qu'un livre numérique remplit les mêmes fonctions qu'un livre papier, 8% le jugent comme un livre papier amélioré, 25% comme un livre papier « en moins bien » et 38% comme fondamentalement différent. Deux raisons peuvent l'expliquer. Premièrement, ce n'est pas parce que de nouvelles fonctionnalités existent qu'elles sont aussitôt intégrées dans les usages. Les travaux sociologiques (par exemple, Jouët, 2000) montrent qu'une suite d'ajustements sont nécessaires entre les usagers et les technologies mises à leur disposition : face à un nouvel outil, les acteurs adaptent leurs pratiques, projettent leurs besoins, difficultés ou enjeux, et, par construit social, contribuent à en façonner les usages. L'exemple du manuel scolaire est éloquent : malgré de fortes attentes et une offre proposant aujourd'hui des contenus personnalisables et interactifs, leur exploitation pédagogique n'en est qu'au

2. Les métadonnées sont toutes les informations permettant d'identifier une œuvre : nom de l'auteur, titre, date de parution, éditeur, résumé...

stade exploratoire. Deuxièmement, l'existence de nouvelles fonctionnalités n'est pas forcément perçue positivement par l'utilisateur. Elles peuvent même être destructrices de valeur: le passage du papier au numérique peut aussi bien détériorer qu'améliorer la qualité de l'acte de lecture. En effet, les supports numériques jouent sur l'ensemble des activités physiologiques et intellectuelles impliquées dans la lecture (Baccino, 2004) (3): vision, compréhension (repérage dans l'organisation du document, mémorisation, sens...), cheminement inter- et hypertextuel (capacité à trouver le texte pertinent, facilité de la navigation...). Or l'adaptation est parfois coûteuse. Par exemple, la manière dont le texte apparaît sur certains supports numériques détériore la mémorisation; et l'hypertextualité provoque une «désorientation cognitive» plus ou moins grave.

Ainsi, alors que certains consommateurs tendent à faire des livres numériques un substitut des livres papier, d'autres en feront un usage complémentaire et d'autres encore un usage indépendant. Sur le cas français, Paquienséguy (2013) observe à la fois le «cumul» et le «transfert» des pratiques: alors que les lecteurs d'e-books sont majoritairement des individus qui lisent aussi beaucoup sur papier, on observe parallèlement l'émergence de nouvelles pratiques de lecture numérique parmi ceux qui lisent peu sur papier.

Plus généralement, la valeur effectivement créée (ou détruite) par l'édition numérique varie selon deux dimensions: le type de lecteur et le type de lecture. D'une part, outre le fait qu'il existe de «bons» et de «mauvais» lecteurs (4), l'aptitude à lire sur support numérique dépend à la fois des compétences de l'utilisateur et de l'expérience cumulée. Hayles (2007) considère même que l'exposition plus ou moins forte, précoce et variée aux médias numériques finit par

déterminer le type de concentration dont le lecteur est capable. D'autre part, on peut distinguer deux situations de lecture – entre lesquelles existe un continuum de pratiques: dans la lecture «immersive», le lecteur suit linéairement un contenu ordonné, comme un roman; dans la lecture «extractive» ou «consultative», il doit trouver un contenu dans un corpus, comme une définition dans un dictionnaire ou un extrait dans un manuel. Dans le second cas, l'interface numérique influence non seulement la vision et la compréhension mais aussi la navigation et l'exploitation du texte. Ainsi, la plus ou moins-value fonctionnelle du numérique pourrait être plus importante dans le cas d'une lecture extractive qu'immersive.

Conséquence de cette segmentation entre type de lecteurs et types de lectures: tous les genres éditoriaux ne sont pas exposés de la même manière à la substitution du numérique au papier. Le numérique suscite des réactions très différentes de la part des lecteurs de littérature (elle-même à subdiviser en plusieurs sous-genres: classiques, «*chick-litt*»...), de livres «pratiques», de bandes dessinées ou d'ouvrages scientifiques. Cela explique que certains secteurs de l'édition soient plus vite ou plus vivement touchés que d'autres par l'émergence du numérique. Par exemple, les guides touristiques en ligne ont rencontré en France un succès plus précoce que les romans à télécharger.

Enfin, la création de valeur doit aussi être envisagée d'un point de vue collectif. À cet égard, ce sont surtout les possibilités offertes en termes d'archivage et de diffusion des contenus qui différencient l'édition numérique de l'édition papier. Les régulations publiques (modalités de numérisation des fonds des bibliothèques, dispositions en faveur ou en défaveur des échanges non marchands de livres numériques...) portent ainsi une responsabilité en termes

3. Le travail de Baccino concerne surtout la lecture sur ordinateur.

4. Eme et Rouet (2001) ainsi que Rouet (2013) soulignent qu'un processus de lecture-compréhension complet consiste non seulement à lire,

mais aussi à interpréter et utiliser correctement un texte, ce qui requiert des compétences métacognitives. L'efficacité de la lecture dépend également de l'expertise du lecteur dans le domaine sur lequel porte le texte. Par exemple, les difficultés

liées à l'hypertextualité sont accrues pour le lecteur non expert: il doit consentir un effort plus important pour se repérer dans le corpus (Baccino, 2004).

de circulation des savoirs. On peut également penser au potentiel recelé par l'édition numérique pour la recherche scientifique, notamment à travers le développement des «humanités numériques» qui utilisent la numérisation à la fois comme objet d'étude et dispositif méthodologique.

On s'aperçoit donc que l'édition numérique promet des changements profonds dans la création de valeur, bien que certains usages individuels et collectifs y soient plus sensibles que d'autres. D'un point de vue économique, on peut d'ores et déjà en mesurer les premiers effets sur l'organisation des échanges.

## SECTION 2 : LES CONSÉQUENCES SUR L'ORGANISATION DES ÉCHANGES

Les nouvelles modalités de création de valeur influencent la formation de l'offre et de la demande de contenus éditoriaux.

Du côté de la demande, l'un des principaux enjeux est l'évolution de la disposition à payer. Comme nous l'avons montré, la différence de satisfaction entre papier et numérique dépend des lecteurs et des situations de lecture. Or, dans une perspective économique «hédoniste» (Lancaster, 1966; Rosen, 1974), c'est la satisfaction attendue – en fonction des qualités du bien de consommation – qui détermine la disposition à payer. Pour un contenu numérique, les consommateurs devraient donc être prêts à verser une somme variant selon leurs attentes (notamment, lecture immersive vs extractive) et les fonctionnalités offertes : la disposition à payer n'a pas de raison d'être toujours inférieure à celle d'un livre papier ; elle peut même lui être supérieure dans certains contextes. À mesure que l'édition numérique développera ses propres fonctionnalités et que les lecteurs apprendront

à s'en servir, la comparaison entre livres numériques et papier perdra même probablement de sa pertinence ; à terme, les deux biens pourraient être perçus comme fondamentalement différents, ne répondant pas aux mêmes besoins. Dans ce scénario, la disposition à payer pour un e-book devrait se former de manière relativement autonome : c'est d'abord pour ses attributs propres qu'il sera évalué par le consommateur, la comparaison avec le papier n'intervenant que de manière secondaire. La tarification des e-books pourrait ainsi devenir de plus en plus «hétérothétique», indépendante des prix papier. C'est pourtant une tarification-miroir qu'on observe aujourd'hui en France (cf. *supra* 1.), ce qui indique que les éditeurs mettent peu en valeur les fonctionnalités spécifiques des e-books et/ou que les usagers ne les reconnaissent pas encore.

D'après les sondages, ces derniers expriment souvent l'attente d'un discount par rapport au papier, le prix jugé trop élevé des e-books restant un obstacle fréquemment cité. Cela tient probablement à une certaine «culture de la gratuité» pour les biens dématérialisés, ainsi qu'à l'idée répandue – bien qu'en partie erronée (5) – selon laquelle un livre numérique coûte peu à produire. Ce ressenti risque de nourrir la propension de certains usagers à se tourner vers l'offre illégale, surtout si la qualité des fichiers de l'offre légale ne leur semble pas présenter une plus-value distinctive. D'après le MOTif (Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France), l'offre illégale était en France encore limitée en 2011 (quelques milliers de titres disponibles, essentiellement en bande dessinée) mais en croissance rapide. Les livres les plus piratés sont les nouveautés médiatisées (principalement des œuvres de fiction grand public) ainsi que les ouvrages de certains genres plus spécialisés comme les sciences et techniques médicales.

5. S'il est vrai que le processus d'édition numérique permet d'économiser certains coûts variables par rapport à l'édition papier (notamment

l'impression), les coûts fixes (création, édition) et de logistique (gestion des fichiers électroniques) ne sont pas nuls voire augmentent

lorsque des fonctionnalités spécifiques sont ajoutées à la version numérique d'un texte.

Du côté de l'offre, une conséquence majeure de l'évolution de la création de valeur pour les concepteurs et vendeurs de contenus est la nécessité – plus ou moins pressante selon les segments – de maîtriser de nouvelles compétences, notamment algorithmiques (par exemple, la gestion fine des métadonnées devenue indispensable dans l'édition scientifique), graphiques (composante critique notamment pour le livre jeunesse) et/ou logistiques (comme l'adaptation des planches et cases de BD aux supports numériques). Le développement de ces compétences va de pair avec l'émergence d'innovations commerciales dans les genres éditoriaux concernés : streaming, bibliothèques *cloud*, abonnements, etc., sont autant de propositions qui distinguent l'offre numérique de la vente à l'unité habituelle dans la filière papier. Cela suppose qu'éditeurs, distributeurs et libraires numériques développent de nouveaux métiers ou recourent à des prestataires.

La redéfinition des modes de création de valeur et des compétences clés modifie les rapports de force entre acteurs. D'une part, elle provoque une renégociation du partage de la valeur entre les maillons de la filière. On assiste notamment à une réintermédiation (6) des relations entre producteurs et consommateurs ainsi qu'au déploiement d'une « économie de services » avec l'apparition d'acteurs tels que les opérateurs de télécommunication qui prélèvent une partie des revenus générés. D'autre part, certains offreurs ont acquis des positions dominantes favorisées par les spécificités de l'économie numérique : on pense notamment à Amazon, Apple et Google qui exploitent, chacun à sa manière, des rentes fondées sur des effets de réseaux et des verrouillages technologiques ou commerciaux. Face à eux, les acteurs de petite taille, comme les libraires traditionnels, même coordonnés, ont du mal à se

faire une place. Des initiatives telles que TEA (The Ebook Alternative), plateforme open-source française lancée par Decitre en 2012, ou le MO3T (Modèle Ouvert Trois Tiers), projet de *cloud* interopérable porté par un consortium français, cherchent actuellement à favoriser l'interopérabilité et les modèles ouverts mais elles peinent à concurrencer la prétention à l'exhaustivité de firmes bénéficiant d'un pouvoir de marché mondial.

En outre, ces positions dominantes exercent une influence sur la structure des échanges, en particulier sur la composition des ventes. Alors que les effets du commerce en ligne de livres papier sur la diversité éditoriale (7) sont étudiés depuis quelques années, notamment par des analystes discutant l'hypothèse de la « longue traîne » d'Anderson (2004), le regard se porte aujourd'hui vers l'impact non seulement du canal de vente (physique ou Internet) mais du support lui-même (papier ou numérique) : comment influence-t-il la diversité produite, offerte et vendue ?

La réponse à cette question est complexe : les transformations des pratiques de lecture, de commercialisation et de prescription sont trop nombreuses et enchevêtrées pour qu'on puisse à ce jour en dresser un bilan net en termes d'« accroissement » ou de « diminution » de la diversité. Mais un constat peut être formulé : les intermédiaires bénéficiant de positions dominantes sont de plus en plus influents dans la structuration des échanges. En effet, ils cumulent des fonctions logistiques (ils commercialisent des fichiers) et informationnelles (ils fournissent des outils pour choisir parmi les millions de titres référencés en catalogue : moteur de recherche, recommandation automatique...) qui ont pour particularité de se renforcer dans l'univers numérique. Notamment, c'est grâce à leur position dominante en tant qu'intermédiaires logistiques qu'ils disposent de vastes

6. Ainsi les termes de « désintermédiation » et « dématérialisation », parfois appliqués à l'économie numérique, sont-ils trompeurs : la production et la commercialisation de contenus numérisés nécessitent bien le recours à des intermédiaires et à des matériels qui, loin de rendre plus « directe »

la relation entre l'auteur et l'utilisateur, occupent au contraire une place de plus en plus importante dans les échanges ainsi que dans leurs conséquences économiques, sociales, culturelles et, pour ce qui est des matériels informatiques, environnementales.

7. La diversité comprend plusieurs dimensions qui peuvent être évaluées par un faisceau d'indicateurs (quantité, variété et disparité des titres, auteurs, styles...).

bases de données sur les comportements de consommation, données qui leur servent ensuite à « conseiller » (8) les acheteurs pour asseoir leur part de marché. Ils peuvent donc orienter les ventes – volontairement ou involontairement. Une étude exploratoire menée sur les listes de best-sellers américains le confirme (Guillon, 2012) : la composition des ventes d'e-books réalisées par les acteurs dominants a tendance à différer de la moyenne du marché. Le pouvoir économique des intermédiaires dominants se double donc d'un « pouvoir culturel » dont on mesure encore mal les conséquences potentielles pour la collectivité.

Face à cette polarisation, un contre-pouvoir pourrait provenir des bibliothèques. Alors que la focale est souvent placée sur les consommateurs individuels, les bibliothèques jouent un rôle important dans la structuration du marché. Elles contribuent non seulement à l'offre *via* la numérisation de leurs fonds (dont les enjeux contractuels et économiques prêtent à débats, comme l'ont montré les partenariats passés entre plusieurs bibliothèques publiques et Google), mais aussi à la demande à la fois en tant qu'acheteuses de contenus numérisés et en tant que pivots dans l'orientation des usagers. Alors que la bibliothèque traditionnelle avait pour mission de rassembler physiquement des contenus, le modèle actuel requiert plutôt qu'elle fournisse un accès à des contenus dispersés (« bibliothèque 2.0 ») et, désormais, propose un véritable accompagnement à l'appropriation de ces contenus (Kwanya *et al.* (2013) parlent de « bibliothèque 3.0 »). Toutefois, les pratiques sont encore en tâtonnement et l'adaptation des métiers de la documen-

tation nécessite du temps. La gestion des collections numériques ne fait pas toujours l'objet de stratégies claires dans les bibliothèques (Vasileiou *et al.*, 2012), voire pose des problèmes budgétaires lourds d'enjeux, comme dans le cas des centres de documentation universitaires. Et l'évolution des compétences attendues (Huvila *et al.*, 2013) peut mettre les bibliothécaires en difficulté.

### CONCLUSION

L'émergence de l'édition numérique affecte l'ensemble des acteurs, de l'auteur au lecteur, et porte des enjeux forts pour la société. La création de valeur joue un rôle central dans les transformations en cours. Cependant, d'un point de vue économique, on ne peut en tirer de conclusion trop hâtive car la technologie ne surdétermine par l'organisation du marché : la re-configuration du paysage éditorial dépend, dans chaque pays, de la manière dont les pratiques d'offre et de demande s'adaptent, voire contribuent aux innovations technologiques ainsi que des régulations publiques et des dispositifs juridiques mis en place. Quelle place le livre papier occupera-t-il demain ? La question reste plus ouverte que ne le laisse parfois croire l'invocation de la « transition numérique » : comme le montre l'estimation à plusieurs dizaines de milliers de dollars du premier livre imprimé aux États-Unis, mis aux enchères à l'automne 2013, il reste à appréhender de multiples facettes de la valeur des livres.

O. G.

8. On parle parfois d'« apomédiaires » pour désigner ces intermédiaires qui ne sont pas eux-mêmes

prescripteurs, comme pourrait l'être un libraire partageant ses propres goûts avec ses clients, mais

qui compile des données déposées par d'autres usagers – commentaires, statistiques de ventes, etc.

**Bibliographie**

- Anderson, C. (2004), "The Long Tail", *Wired*, octobre.
- Baccino, T. (2004), *La Lecture électronique*, Presses universitaires de Grenoble.
- Benhamou, F. et Guillon, O. (2010), «Modèles économiques d'un marché naissant: le livre numérique», *Culture Prospective*, juin 2010, ministère de la Culture et de la Communication, France.
- Guillon, O. (2012), «L'effet des réseaux numériques sur la diversité culturelle. Le cas du livre numérique», in Agostinelli, S., Augey, D. et Laurie, F. (dir), *La Richesse des réseaux numériques*, Presses universitaires d'Aix-Marseille, p. 41-58.
- Guillon, O. et Thierry, C. (2013), «L'offre d'e-books se structure-t-elle en miroir de l'offre de livres papiers? Le cas de la tarification des best-sellers en France et aux États-Unis», *Revue canadienne des sciences de l'information et de la bibliothéconomie*, vol. 37, n° 3.
- Hayles, N.K. (2007), "Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Modes." *Profession 2007*, New York: Modern Language Association.
- Huvila, I., Holmberg, K., Kronqvist-Berg, M., Nivakoski, O. et Widén, G. (2013), "What is Librarian 2.0 – New competencies or interactive relations? A library professional viewpoint", *Journal of Librarianship and Information Science*, vol. 45, n° 3, p. 198-205.
- Jouët, J. (2000), «Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, vol. 18, n° 100, p. 487-521.
- Kulesz, O. (2011), *L'Édition numérique dans les pays en développement*, Alliance Internationale des Editeurs Indépendants.
- Kwanya, T., Stilwell, C. et Underwood, P. (2013), "Intelligent libraries and apomediators: Distinguishing between Library 3.0 and Library 2.0, A library professional viewpoint", *Journal of Librarianship and Information Science*, vol. 45, n° 3, p. 187-197.
- Lancaster, K. (1966), "A new approach to consumer theory", *The Journal of Political Economy*, vol. 74, n° 2, p. 132-157.
- Moscovitz, C. et Wischenbart, R. (2013), *Librairies dans le monde. Allemagne, Espagne, États-Unis, France, Pays-Bas, Royaume-Uni*, Livres Hebdo/Cercle de la Librairie.
- Paquienséguy, F. (2013), «Usages et consommation d'e-book en France: bilan des études françaises disponibles», *Séminaire Ebook AN2: Liseuses et lecteurs*, Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord.
- Rosen, S. (1974), "Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition", *The Journal of Political Economy*, vol. 82, n° 1, p. 34-55.
- Eme, E. et Rouet, J.-F. (2001), «Les connaissances métacognitives en lecture-compréhension chez l'enfant et l'adulte», *Enfance*, vol. 53, p. 309-328.
- Rouet, J.-F. (2013), «Lecture et technologies numériques: aspects cognitifs et pédagogiques», *Conférence du Séminaire du CRDP de l'Académie de Paris*.
- Vasileiou, M., Rowley, J. et Hartley, R. (2012), "The e-book management framework: The management of e-books in academic libraries and its challenges", *Library and Information Science Research*, vol. 34, p. 282-291.
- Zelnik, P., Toubon, J. et Cerutti, G. (2010), «Création et Internet», *ministre de la Culture et de la Communication*, République Française.