

# LIVRAISON DE TROUILLE CHEZ LES ÉDITEURS NUMÉRIQUES

LE 15 OCTOBRE 2012 CLAIRE BERTHELEMY

Le marché du livre numérique n'en finit pas de promettre mille merveilles. Les éditeurs (petits, moyens ou gros) observent les distributeurs (géants) et songent à leur avenir commun avec frilosité, ambition et réticence enthousiaste.



Les éditeurs français commencent à s'immiscer sur le marché du livre numérique. Petit pas après petit pas, les tentatives de mises à niveaux des uns et des autres sont fortement médiatisés. Et dans la réalité ? *Owni* a rencontré deux de ces acteurs, vers lesquels les projecteurs se tournent. Entretiens croisés.

## ***”Des choix stratégiques à faire”***

Du côté des éditeurs, coincés entre le désir de contenter le plus de lecteurs, de rentrer dans les cases des géants du Net et de subvenir à leurs besoins, l'édition numérique reste complexe.

C'est à eux de dessiner les contours d'une stratégie qui fonctionne, maison par maison. Pour Héloïse d'Ormesson, editrice de la maison éponyme<sup>1</sup>, le choix n'est pas tant cornélien : *”La maison est une petite maison indépendante et nos choix doivent être stratégiques. Laisser les grosses structures se placer, avancer et se positionner pour voir peut être aussi une manière d'y entrer.”*

Se placer ensuite sur le marché tout en suivant de près ce que font les autres en somme. Malgré tout, l'intention est là et la numérisation chez EHO est en marche. Depuis un an et demi, la fille de Jean D'Ormesson – qui publie régulièrement des titres – planche sur leur façon d'appréhender un marché fait pour les grandes maisons, tout en précisant *”qu'avoir de l'ampleur n'est pour le moment pas nécessaire.”* Avec les moyens dont il faudrait disposer pour numériser un catalogue, on comprend qu'il faille suivre ce qui se passe tout en restant à l'écart.

Pourtant, le livre numérique – qui représente entre 1 et 2% des ventes dans le chiffre d'affaires des éditeurs<sup>2</sup> ne fait peur à personne. Encore moins chez EHO pour qui :



***Le numérique en soi, qu'on puisse lire sur des tablettes, c'est***

**formidable. Plus on multiplie les modes de lecture et plus il y aura de gens qui liront. C'est souhaitable et c'est une merveilleuse découverte.**



Enthousiasme donc chez Héloïse d'Ormesson qui fonctionne avec quelques auteurs phares : Jean D'Ormesson, Tatiana de Rosnay, Harold Cobert, Lucia Extebarria et Isabelle Alonso pour ne citer qu'eux. Pourtant, lorsqu'on prend connaissance des ventes en numérique du dernier best-seller de Tatiana de Rosnay – paru en 2011 -, on comprend que les éditeurs s'étranglent un peu. "Rose c'est 70 000 versions papier vendues. 300 en numérique" , confie l'éditrice. Frappant.

Néanmoins le marché des livres étant en régression, autant essayer de suivre le numérique dont la progression n'est pas contestée, même si elle reste timide. Avec une projection à 6 ou 7% du chiffre d'affaires pour le numérique en 2015, autant effectivement essayer de miser sur le marché potentiellement explosif. Mais les prix, la pauvreté – relative – du catalogue et les **DRM** ne sont pas des arguments vendeurs. Une histoire de poule et d'oeufs. Si les éditeurs enrichissent le catalogue, il pourrait y avoir plus de lecteurs séduits par l'outil. Mais les éditeurs n'ont pas toujours envie de développer un catalogue avec ce risque que leur investissement ne rencontre jamais l'amortissement.

Héloïse d'Ormesson le confesse :



**Ici le prix du livre numérique ne vaut pas qu'on l'achète comparé à l'objet livre papier. Le marché commence à devenir important mais balbutie, on ne se comporte pas comme les Anglais et les Américains. La vente de livre papier en ligne est minoritaire. La maison pourrait survivre si on ne faisait pas de vente papier sur le Net.**



Petit-à-petit l'oiseau fera-t-il son nid ? À en croire les chiffres aux États-Unis et les 20% de part de marché pour le livre numérique, les éditeurs auraient tout à gagner à s'y insérer tôt ou tard. Mais le prix à payer est pour le moment trop lourd pour que les tarifs des livres numériques soient inférieurs aux prix actuels :



**Le coût assez haut est un investissement et un surcroît de travail pour les équipes. En un an et demi, on a numérisé 4 livres. On perd du temps pour des ventes pas extraordinaires.**



Comprendre qu'il faut en interne à la fois former les services, trouver des prestataires en mesure de produire un livre numérique de qualité pour un marché qui n'est à l'heure actuelle rentable pour aucun des éditeurs. Trop frileux pour le risque ou simplement attachés à un objet papier avec la peur en filigrane de le voir disparaître ?

Responsable du développement chez Albin Michel, **Alexis Esménard confie** au Labo de l'édition lors de la rencontre entre éditeurs et Google Play qu'il serait toujours éditeur papier.

Mais à ceux qui expliquent que le numérique n'est autre que celui qui tue les librairies, Héloïse d'Ormesson est



**LE BOUQUIN LIVRÉ À SON DESTIN**

-----  
**Le marché de l'édition numérique balbutie en France mais certains semblent se placer petit à petit sur l'échiquier. ...**

catégorique :



***Pour l'instant, la librairie en France est en crise, mais ce n'est pas à cause du numérique. Le numérique n'a pas tué l'édition. Par exemple aux États-Unis, ça ne fait qu'accélérer la polarisation sur un certain nombre de titres. 10% de titres pour 95% de chiffre d'affaires. Ça marginalise de plus en plus la littérature de diversification. C'est la diversité de l'édition qui est en jeu.***



La diminution de la diversité des titres est un phénomène exacerbé par la présence de trois acteurs majeurs dans le paysage des librairies numérique. Apple, Google et Amazon se posent en prédateurs et distribuent leurs conditions et ils sont le talon d'Achille qui enserre parfois les éditeurs dans des clauses que ces derniers prétendent ne pas pouvoir négocier.

*Ce n'est pas le livre numérique qui m'inquiète mais les revendeurs tels qu'Amazon [ainsi que l'Apple Store et le dernier né Google Play, ndlr]. Le numérique va renforcer la position de Google et Amazon sur le marché français.* s'inquiète Héroïse d'Ormesson.

## **Ce n'est donc pas qu'une histoire de taille**

Avec un chiffre d'affaires supérieur et un catalogue plus grand que les éditions Héroïse d'Ormesson, Albin Michel n'est pas moins embourbé dans les mêmes problématiques. Peu importe la maison à laquelle il appartient : le travail de l'éditeur reste celui de l'accompagnement du livre de la production à la diffusion. Ce qu'Amazon, Apple et Google provoquent dans le discours des éditeurs ressemble à une peur panique de perdre le contrôle de leurs titres – à tort ou à raison.

Alexis Esménard montre le rapport de force existant entre les éditeurs, qu'ils soient grands ou pas, et les trois multinationales :



***Dans le monde des revendeurs, ce sont des acteurs qui ont des moyens sans commune mesure avec ceux des éditeurs. Quand on parle de la capitalisation de Google on parle de 350 milliards. Le marché du livre tourne autour des 3-4 milliards. C'est encore plus vrai quand les éditeurs sont petits. On [Albin Michel, ndlr] est une grosse maison mais on ne fait que 180 millions d'euros de chiffre d'affaires<sup>3</sup>.***



De ce point de vue-là, les éditeurs sont pris dans des filets économiques qu'ils ne maîtrisent pas. Et plus l'éditeur est petit, plus sa difficulté à s'insérer dans un marché en cours de mutation est grande. Alexis Esménard précise qu'"avant, quelque soit l'éditeur, il avait la chance d'arriver à faire un succès – quelle que soit sa taille." La nouveauté résiderait donc dans les entrées sur le marché de l'édition numérique.

Et une fois entré sur ce marché, l'éditeur n'aurait plus le pouvoir de décider de la diffusion de ses titres :



***Aujourd'hui, on a 10 000 points de vente physique – à peu près – qui ont la possibilité de vendre du Albin Michel. Si je me retrouvais demain avec seulement trois acteurs ça changerait beaucoup de choses. Demain si Apple décide de ne pas vendre un de nos titres, il disparaît***

**d'un point de vente mais d'un point de vente à forte force de frappe.  
Ça me choque et me gêne réellement en tant qu'éditeur.**



## Le risque de l'étai

Même si les cartes du jeu sont distribuées à priori équitablement entre les éditeurs et les distributeurs, les premiers ne sont pas de taille pour éviter la négociation de petites clauses de contrats avec les seconds. Par exemple, qu'un distributeur (Apple, Google ou Amazon, donc) propose une grosse subvention à un éditeur pour s'assurer de l'exclusivité du catalogue en échange d'avoir la liberté de fixer lui-même le prix de chaque livre. Ce qui est aujourd'hui impossible lorsque l'éditeur fait le choix de distribuer son livre sur les trois plateformes, qui sont obligées de pratiquer une vente à **"prix unique"**.

Et là, le distributeur *"pourrait décider de vendre les livres gratuitement ou à un euro et de subventionner l'éditeur pour l'ensemble de ses ventes."*, explique le chargé du développement numérique chez Albin Michel. Une fois le marché conquis avec ces livres bradés, le revendeur pourrait alors aussi retirer ses subventions. Et laisser les éditeurs à sec.

Et question négociations, Albin Michel (contrairement aux Éditions Héloïse d'Ormesson qui sont distribuées par Editis) étant à la fois injecté sur Apple, Amazon et Google, peut comparer la façon dont les avocats discutent et la longueur des discussions, option marchands de tapis :



***Avec Apple, 2 semaines. Avec Amazon, 2 ans. Et avec Google 9 mois. Après il faut savoir que si la négociation avec Apple a été rapide c'est que dans leur business model, le livre n'a pas une grand part et c'est de vendre leur tablette qui les intéresse, en prenant une commission dessus. La finalité pour Amazon est différente : leur produit principal reste le livre, la culture. Google est un peu entre les deux et ce qui les intéresse c'est d'amener le plus de monde possible sur les moteurs de recherche, pour qu'ils vendent leur publicité.***



Malgré cette peur de la mainmise des trois grandes plateformes, ça n'empêche en rien Alexis Esménard d'être "séduit" par le livre numérique et d'y voir tout un tas de possibilités. Tant en epub de littérature générale – même si le texte suffit au livre lui-même – qu'en "beaux livres". L'une des craintes de l'éditeur, déjà formulée lors du débat au Labo de l'édition : le piratage des fichiers. Et ce, même si aucune étude sur le sujet ne démontre que le piratage sera pour le livre une conséquence désastreuse en terme de volume :



***Ne pas mettre de DRM augmente le piratage. Mettre des DRM, n'est pas une bonne solution non plus mais c'est par défaut "la" solution. On peut évoluer : les titres qui peuvent devenir obsolètes avec le temps pourraient être sans DRM. Les livres scolaires par exemple. Les programmes changent donc il est pas impossible qu'on ne fasse plus de DRM sur ces livres-là. Mais nous n'avons pas encore fait cette démarche de voir titre à titre quels sont ceux qui pourraient se priver de DRM et les autres. Quant au piratage, nous avons des études sur la***

**musique qui montrent bien l'évolution des chiffres d'affaire ! Même si la consommation est à la fois proche et différente.**



Proche parce que le bien matériel laisse place dans le cas du livre à un bien immatériel, immatriculé "bien de création". Différente parce que le temps de lecture d'un livre dépasse largement le temps d'écoute d'un album de musique dans la majorité des cas. Éloigné aussi par son public cible et l'attachement d'un lecteur à un livre. Pourtant Alexis Esménard n'en démord pas :



**On donnera plus facilement un fichier numérique qu'un objet. Un fichier ça n'a pas d'âme. Un livre vous avez peur qu'on ne vous le rende pas en cas de prêt. Un CD c'est la même chose. Mais un fichier numérique ? "Tu ne me le rends jamais, j'ai ma propre copie". Vous avez un epub, vous l'ouvrez, vous l'envoyez à un ami qui va l'ouvrir aussi, l'expérience sera la même.**



Pour d'autres, la mayonnaise ne prend pas. En complément de la vision de deux éditeurs français, nous avons recueilli le point de vue de Jean-Louis Missika sur le marché de l'édition numérique en France. Le virage pris par l'édition hexagonale ne semble pas être aussi rapide que le montrent les enthousiasmes des éditeurs. Dans la pratique, pour l'adjoint au Maire de Paris chargé de l'innovation, "les éditeurs tardent à faire de la numérisation homothétique et donc à offrir leur publication dans les deux formats papier et numérique" :



**Les gens achèteront une liseuse quand le catalogue sera plus consistant et plus profond. Quand vous avez des outils de consommation culturelle qui réclament un nouveau format et qu'il faut adapter le contenu à ces formats, ça coûte de l'argent. Pour pouvoir rentabiliser cet investissement, il faut que les possesseurs de liseuses soient en nombre significatif. Il y a un moment de bascule où si vous avez 10 à 20% de gros consommateurs équipés de liseuses, les éditeurs seront obligés de faire une offre numérique.**



Revoilà la poule et l'oeuf. Les consommateurs peuvent acheter plus de liseuses pour permettre aux éditeurs de rentabiliser leurs investissements ou les éditeurs peuvent étoffer leur catalogue de titres qui ne coûteraient "presque rien" pour séduire plus d'acheteurs de liseuses. Malgré tout, Jean-Louis Missika est confiant : "la cohabitation papier/numérique peut durer très longtemps, le maillon faible de ce dispositif étant les libraires."

Le chemin est encore long mais le temps ne presse pas.

Illustration par **Arnaud Kath [CC-by-nc-sa]**

1. dont l'ambition est de "Publier moins de vingt titres par an pour les publier mieux, littérature toujours, venue de France et d'ailleurs."

[↔]

2. presque 3 milliards en 2011 soit 12 millions d'euros pour le numérique selon GfK [↔]

3. catalogue scolaire inclus, 100 millions avec le catalogue littérature simple, ndr [↔]

**GARY GIGNON**

le 15 octobre 2012 - 18:02 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK





Les DRM légers qui sont les seuls justifiables sur le plan technique, ne servent pourtant strictement à rien côté protection – on peut les effacer en quelques clics -, sauf à sauver la face des éditeurs et des distributeurs électroniques vis-à-vis du grand public ignorant. Ce que tous et chacun se refusent à considérer, c'est la refondation du système éditorial au 21e siècle.

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FREDGODEFROY

le 15 octobre 2012 - 18:42 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Les éditeurs me font rire. Ils abordent le numérique avec tout un tas de croyances erronées, sans parler du marketing, qui doit être adapté de manière importante.

300 exemplaires pour Tatiana de Rosnay ?

Personnellement, mon dernier roman publié sur Amazon vient de se vendre à 400 exemplaires dès le premier mois. C'est sur un seul réseau et il y en a encore beaucoup d'autres à exploiter... Et pourtant je ne dispose pas vraiment des mêmes moyens que les grosses maisons d'édition...

VOUS AIMEZ



3

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### GLUTINATOR

le 23 octobre 2012 - 9:34 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Et vous le vendez combien ce livre si je puis me permettre ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### FREDGODEFROY

le 23 octobre 2012 - 9:49 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Salut Glutinator,

c'est un petit format de 160 pages vendu 2,99 €. Le plus étonnant, c'est qu'en droit d'auteur je gagne 5 à 6 fois plus avec ce livre là qu'avec un autre publié chez un éditeur traditionnel et vendu aux alentours de 9 €.

Je précise d'ailleurs que l'autoédition est un choix. Ce bouquin était accepté chez 2 éditeurs. J'ai fait ce choix pour des raisons financières... et aussi pour comprendre toute la chaîne d'édition (j'ai pris un designer pour la couverture, une correctrice, etc.)

Pour compléter mes propos, c'est vrai que j'ai une chance supplémentaire puisque pendant des années j'ai conçu pour des grosses boîtes des stratégies de développement utilisant le numérique et que j'ai dirigé une agence de communication et de marketing. Mais c'est aussi ce qui me fait dire que l'approche des éditeurs est faussée.

Dernière précision : ce choix d'un tarif bas est la première étape d'une stratégie plus vaste. Il est évident que d'autres romans (comme celui de 600 pages que je suis en train d'écrire) seront vendus au tarif "normal". Cette sortie à petit prix me permet de gagner un lectorat assez vite.

Ai-je répondu à votre question ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

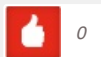
LUI RÉPONDRE

le 16 octobre 2012 - 22:58 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*je vois que ça brille toujours en termes d'ouverture d'esprit par ici (la censure toujours la censure, lol, amusant ces technoides ultra incultes en technique aussi d'ailleurs)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**PLOP**

le 8 novembre 2012 - 12:31 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*>Pour Héroïse d'Ormesson, éditrice de la maison éponyme*

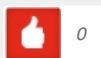
*Dans la mesure où il est peu probable que la maison d'édition ait donné son nom à la personne, ce n'est pas la maison d'édition Héroïse d'Ormesson qui est éponyme, c'est la personne Héroïse d'Ormesson.*

*Eponyme, en français : qui donne son nom.*

*>une conséquence désastreuse en terme de volume :*

*en termeS, toujours au pluriel dans cette expression*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**1 ping**

Un collectif d'éditeurs français attaquent Team Alexandriz en justice « BiblioEnge le 8 novembre 2012 - 14:08

*[...] Livraison de trouille chez les éditeurs numériques [...]*