

EXECUTIVE SUMMARY

Edition et Digital, un constat d'échec en Europe ?

1) L'édition, une exception dans la digitalisation des industries de contenus ?

Le marché du livre numérique en Europe en 2015

En 2015, le marché du livre européen a généré en 2015 un chiffre d'affaires de 22 milliards d'euros, dont 94% pour le livre papier et 6% pour le livre numérique. Cet aperçu ne permet pas cependant de comprendre les différences entre les marchés européens, qui diffèrent de par leurs particularités nationales (si les marchés allemands et français du livre numérique stagnent voire régressent, le marché espagnol est en plein essor et permet de redynamiser le marché du livre dans son ensemble, fortement déstabilisé par la crise économique), de par leurs politiques d'éducation nationale, la croissance du livre numérique au Danemark et au Royaume-Uni par exemple étant portée par les plans nationaux de numérisation de l'enseignement, et de par leur politique en matière de TVA, la plupart des pays européens appliquant des taux différents en fonction des formats du livre au détriment du livre numérique.

La transition digitale de la presse est-elle comparable à celle de l'édition ?

L'augmentation progressive des prix du papier et la montée en puissance de la télévision sur le marché de l'information ont profondément remis en cause le modèle de la presse papier et ont poussé les éditeurs à mettre leurs contenus en ligne dès l'arrivée d'Internet. Ce tournant digital a conduit à un réel changement de nature du média presse. En effet, l'avènement des réseaux sociaux a rendu le public plus consommateur et plus réactif à l'information qu'avant. Ceci a obligé les journaux à tendre vers une diffusion en temps réel de l'information, alors que la diffusion papier laissait le temps aux journalistes de travailler en profondeur leurs sujets. Pour rester visibles et compétitifs, les journaux sont tentés par des lignes polémiques, à même de générer du buzz. Si le web a fait exploser les audiences, le modèle gratuit n'a pas permis à la presse de sortir de la crise financière qu'elle traverse depuis des décennies. De nombreux journaux ont fait faillite, tandis que d'autres ont été rachetés par de grands groupes industriels. Ceci leur a permis de survivre, mais en les plaçant dans une situation de dépendance remettant en question la liberté de la presse. De nouveaux modèles de création de valeur voient le jour et pourraient ouvrir la voie à réelle sortie de crise par le digital pour la presse.

La digitalisation de la musique : une prémonition de celle de l'édition ?

C'est une digitalisation d'abord subie par l'industrie qui n'a pas vu dans le mp3 l'avènement d'un format révolutionnaire et la possibilité d'un changement radical des modes de consommation de musique par le Web. Mais pour la 1^{ère} fois, la musique renoue en 2015 avec une croissance globale significative et voit ses revenus numériques dépasser les physiques, tandis que le streaming devient le cœur de son modèle économique, remplaçant le téléchargement. C'est une toute nouvelle structure de marché dont l'audience mais aussi la concurrence sont croissantes. Cette comparaison comporte des limites inhérentes parce que leurs produits sont fondamentalement différents et la musique change régulièrement de format dominant, contrairement à l'édition. Elles restent confrontées à des difficultés

semblables du fait du téléchargement illégal et pourraient aussi avoir des vecteurs d'innovation communs. Mais c'est la différence de leurs digitalisations qui est la plus révélatrice. Elle expose le livre comme un produit à part, fort et populaire ; le livre numérique ne pourra se populariser que quand il offrira une valeur ajoutée déterminante. Une pénétration progressive du livre numérique et un partage du marché semblent plus probables qu'un effacement violent du papier par le numérique.

2) Quels rapports de force freinent l'essor du numérique dans l'édition ?

De nos jours, le numérique est-il pleinement entré dans les mœurs des lecteurs ?

Depuis quelques années, le numérique prend une place de plus en plus importante dans les mœurs des lecteurs. Aujourd'hui, plus de 20% des lecteurs français déclarent lire des livres numériques. Ce phénomène s'explique notamment par la diversification des supports de lecture, la liseuse étant de plus en plus concurrencée par la tablette et le smartphone. La liseuse contribue néanmoins à attirer de nouveaux lecteurs, du fait qu'elle sert désormais non seulement à lire mais aussi à acheter les eBooks. Elle s'est ainsi imposée comme le premier canal de vente de ces derniers. Les genres textuels, tels que les romans et les essais, tendent à être plus appréciés sous format numérique, tandis que les genres illustrés, tels que les livres pratiques et la bande dessinée, sont consommés de préférence sous format imprimé. Le livre digital tend à être moins rentable que le livre imprimé, car les lecteurs acquièrent les livres à des prix moins élevés, voire gratuitement. Néanmoins, le développement du livre digital ne conduit pas à une baisse de la lecture papier. En effet, les lecteurs numériques tendent également à être de gros lecteurs de livres imprimés. De fait, l'expérience du papier reste perçue comme irremplaçable, tandis que le digital est apprécié pour sa dimension pratique.

La chaîne de valeur du livre

La chaîne de valeur classique du livre intègre trois dimensions : la chaîne de production du livre en lui-même (auteurs, éditeurs, fabricants, distributeurs, libraires), les institutions nationales et européennes qui fixent un cadre juridique à la création et à la diffusion du livre, et les lecteurs.

Sur cette chaîne, les freins au développement du livre numérique se jouent à deux niveaux :

- Dans la relation entre les auteurs et les éditeurs : alors que les auteurs ont accès à des services tels que les plateformes d'auto-édition leur permettant de se passer des Maisons d'édition, ces dernières ont des réactions différentes face au livre numérique. Certaines considèrent le livre numérique comme marginal, d'autres tentent d'inventer de nouveaux modèles, et d'autres encore sont nées avec le numérique et proposent des contenus exclusivement digitaux. Pour préserver la relation éditeur-auteur, le contrat d'édition est repensé afin de mieux encadrer l'exploitation et la rémunération des droits numériques.
- Dans les politiques menées par la Commission Européenne, notamment en matière de TVA et en matière de régulation et de protection du marché face aux GAFA.

Pourquoi certains modèles de l'édition digitale ne fonctionnent-ils pas ?

Les services de lecture en streaming et par abonnement : viables à long terme ?

Beaucoup voient en eux un moyen pour l'édition de progresser dans sa digitalisation sans perdre en valeur, cependant le bilan est en demi-teinte. C'est un marché récent en forte croissance mais la pérennité de son modèle économique reste douteuse du fait de la difficulté de trouver un équilibre entre redevances aux Maisons d'édition et revenus des abonnements. Un travail de négociation reste à faire avant que le business model de ces services ne soit au point et réellement profitable.

Les liseuses : une réelle rupture technologique ?

À leur lancement il y a plus de 10 ans, elles étaient annoncées comme la révolution que l'édition attendait pour enfin réussir à populariser le livre numérique. Pourtant, aujourd'hui, le marché des liseuses stagne. C'est le reflet d'une tendance de fond : le support de lecture d'avenir semble être le smartphone et ce principalement du fait de sa pénétration beaucoup plus importante et de sa polyvalence. Le lecteur de demain veut pouvoir lire simplement sur ses appareils quotidiens.

3) Comment le digital peut-il créer de la valeur dans l'édition ?

Quelles ruptures potentielles les tendances numériques émergentes peuvent-elles créer dans sa chaîne de valeur ?

Les livres enrichis et les livres augmentés

Plutôt que d'envisager le livre numérique comme un produit nécessairement en concurrence avec le livre papier, certains éditeurs et nouveaux entrants sur le marché de l'édition cherchent à inventer de nouveaux modèles misant sur la complémentarité entre ces deux formats :

- **Les livres enrichis**, intégrant du contenu inaccessible sur papier (animations, vidéos, sons, liens hypertextes...). Ces modèles apportent une réflexion nouvelle en matière de contenu (ce qui permet notamment de créer de la valeur sur le marché du livre scolaire, avec le développement d'outils dédiés favorisant l'apprentissage et personnalisant l'enseignement), et également en matière de confort de lecture, permettant aux éditeurs de toucher de nouvelles cibles (le fait de changer de police ou de grossir le texte permet par exemple de créer une offre pour les personnes dyslexiques).
- **Les livres augmentés**, achetés par les lecteurs en format papier, et auxquels s'ajoutent des applications mobiles permettant d'avoir accès à un contenu autour du texte, notamment sous forme de réalité augmentée. Ces offres se développent en particulier sur le segment du livre jeunesse.

Si le livre enrichi a le même effet que les livres numériques classiques sur la chaîne de valeur du livre, le livre augmenté a l'avantage de conserver la chaîne de valeur traditionnelle, puisque l'apport numérique nécessite au préalable l'achat du livre papier. Cependant l'essor de ces modèles rencontre encore de nombreux freins. Par exemple, si le secteur du livre scolaire fait partie des pionniers en matière d'innovation, il ne peut réaliser son potentiel tant qu'il n'est pas accompagné par une politique nationale de numérisation des écoles. Concernant le livre augmenté, si la technologie utilisée est aujourd'hui mûre, son usage n'est pas encore suffisamment répandu pour permettre au modèle de mieux s'implanter.

Amazon et le modèle de l'auto-édition

Amazon est le 1^{er} grand acteur de l'édition à se créer une plateforme d'auto-édition et en fait une brique fondamentale de sa stratégie globale sur le marché de l'édition. Il s'agit pour l'entreprise de rendre sa liseuse plus attractive et à long terme de devenir le 1^{er} acteur de l'édition à maîtriser la totalité de la chaîne de production du livre. Si l'auto-édition constitue une innovation riche en valeur potentielle pour l'industrie du livre du fait qu'elle fait émerger une chaîne éditoriale plus flexible, la stratégie d'intégration verticale d'Amazon pose davantage un risque à long terme : que l'avenir de l'édition ne dépende que d'un acteur qui pourrait décider seul de ce que nous lirons demain.

L'intérêt du développement de l'édition digitale dans les pays émergents

Les pays en voie de développement présentent un potentiel important pour le livre digital. En effet, contrairement aux pays développés, qui possèdent un arsenal logistique et des réseaux de diffusion

suffisamment performants pour assurer une diffusion efficace du livre papier, les pays en développement sont relativement démunis dans ce domaine. En revanche, notamment dans les pays africains, la population bénéficie d'un taux d'équipement élevé en smartphones. Ainsi, si le livre papier ne dispose pas des conditions requises pour se développer, celles nécessaires à l'essor du livre digital sont réunies. Par ailleurs, dans de nombreux pays, le livre papier reste un produit de luxe, inabordable pour une grande partie de la population, tandis qu'il s'agit d'un bien commun pour les populations des pays développés. Des modèles de diffusion de livres digitaux à des prix très peu élevés seraient donc parfaitement en phase avec la demande de ces pays.

Notre proposition de modèle

Nous avons imaginé un service par abonnement payant permettant au lecteur de continuer à lire son livre tout au long de la journée en ayant accès exactement au mode de lecture qu'il lui faut au moment où il en a besoin. Il lui suffit de scanner le code barres de son livre papier avec notre application pour le télécharger temporairement ou le lire en streaming en format numérique et audio.