

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

Constance Krebs

Rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

**Rapport commandité par
le MOTif
et remis le 19 octobre 2009**

Préconisations

Dans une économie de l'attention, de l'accès, l'objectif des professionnels de la culture et de la connaissance consiste à promouvoir la rareté au sein de l'abondance. Pour cela, ce rapport propose plusieurs préconisations.

- **L'interopérabilité** permet, par le biais de normes et de standards comme ceux proposés par l'IDPF, de lire les fichiers sur tout type de supports, de les commercialiser aisément et de les conserver dans un archivage pérenne. Dans ce but, en amont, la structuration des documents doit s'effectuer selon un schéma documenté, issu de formats ouverts et non propriétaires (DTBook, TEI ou DocBook). Les métadonnées seront issues de DublinCore et d'Onix. L'archivage se fera selon les normes OAI-PMH. Le dépôt légal prévoit désormais un ISBN numérique.

Cela représente un coût. Des aides régionales seront sans doute nécessaires pour envisager ces développements, des formations les permettant, et des informations. La mise en œuvre d'une place des métiers pourra contribuer à trouver compétences et lieux de formation, voire des informations par un outil de veille du type Netvibes ou Delicious, public et gratuit.

- **La mutualisation** en réseaux permet de démultiplier le référencement et d'envisager sereinement des développements en faisant des économies d'échelle.

Mutualisation de quelques librairies pour : construire un site web, le développer puis le modérer, élaborer un réseau de lecteurs-blogueurs, organiser ses commandes de livres imprimés à la demande, inviter des auteurs et les rémunérer pour des lectures publiques, tester différents systèmes de bornes d'achat et de sites marchands...

Mutualisation des librairies et des bibliothèques pour des lectures publiques et rémunérées, pour élargir son champ de compétences afin de mixer les systèmes de catalogages. Ensemble, les deux lieux de la cité, du quartier, consacrés au livre tisseront un maillage social essentiel dans la vie locale, et le porteront à un niveau global par l'intermédiaire d'une base interopérable de référencement

Non exclusivité des diffuseurs et distributeurs en vue de construire un marché et d'appréhender les outils.

Reconsidérer le droit d'auteur en fonction des licences de contributions créatives, cela afin de conserver le droit moral et la juste rétribution des œuvres de l'esprit.

Éditer les œuvres et les ouvrages avec une équipe d'auteurs, d'artistes et d'ingénieurs et de développeurs. L'édition s'apparente désormais à la production multimédia d'images fixes et animées, textuelle et hypertextuelle, graphique et sonore.

L'Atelier collectif que projette le Motif sera un vivier d'auteurs et d'artistes à la pointe des

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

nouvelles technologies et de ce qu'elles permettent en termes d'innovations, d'inventivité et de création. Il s'élaborera en étroite collaboration avec la Place des métiers qui mettra en relation prestataires de services et producteurs.

L'Atelier collectif et la Place des métiers seront deux plates-formes en ligne et *in situ* qui mettront en relation les prestataires de services, tous ces free-lances de l'édition et des arts graphiques, les producteurs que sont les éditeurs, mais peut-être parfois aussi les bibliothécaires et les libraires, les artistes comme les auteurs. Son objectif vise à ce que la chaîne du livre prenne conscience de son maillage actuel en réseau, en toile d'araignée, afin que les professionnels du livre se trouvent au cœur de la diffusion vers le lecteur, en travaillant avec les auteurs.

La Place des Métiers et l'Atelier collectif sont des plate-formes de réseau social qui visent à développer les compétences et les formations pour dynamiser l'emploi dans le secteur du livre et du texte, pour que l'auteur invente avec d'autres, et qu'il perçoive une plus juste rémunération de ses œuvres.

Introduction

Nous passons de l'ère de l'imprimé à celle du numérique. Si certains s'enthousiasment, beaucoup expriment une inquiétude. Nous savons tous que les moyens de communications, lorsqu'ils sont liés à l'imprimerie, ont favorisé la diffusion des idées¹ nouvelles² dans la chaîne du livre jusqu'à susciter des guerres de religion ou des révolutions – mais l'imprimerie n'est pas la seule responsable dans ce domaine. Jack Goody va même jusqu'à écrire que l'émergence d'une nouvelle écriture, liée à un nouveau développement des moyens de communication modifie nos modes de pensée³. La rhétorique aristotélitienne n'aurait pas pu voir le jour sans l'écrit ; et le syllogisme, base du raisonnement scientifique, en provient directement. Lorsque l'humanité est passée de la liste au tableau, par exemple, la nature même des processus de connaissance que nous avons s'est modifiée.

Or, avec Internet, pour la première fois, l'écriture se détache du support pour devenir indépendante. Elle n'est pas volatile pour autant. Avec Internet encore, les moyens de communication sont d'une rapidité époustouflante. Avec Internet toujours, l'écriture se modifie pour entrer dans le code numérique – Clarisse Herrenschildt a classé les écritures en trois catégories qui sont autant d'ères de l'humanité : la langue, le nombre, le code. Donc, ce code qui transcrit la parole ou la pensée en une nouvelle écriture détachée de son support accélère la diffusion de l'information, et la transmet au monde connecté à la vitesse de la lumière.

Ces phénomènes sont sans précédent dans l'histoire de l'humanité. Si l'on suit Jack Goody, en effet, tout porte à croire que l'humanité va être modifiée en profondeur dans les années à venir. Rien ne sert de se retrancher derrière ses habitudes. Les usages se transforment déjà beaucoup. Les différents rapports l'ont montré⁴ en donnant des préconisations aux législateurs. Ils doivent être

1 Elizabeth L. Eisenstein, *La Révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne*, Hachette Littératures, coll. Pluriel. La Découverte, 1991, pour la traduction française de Maud Sissung et Marc Duchamp, Cambridge University Press, 1983, pour l'édition originale en langue américaine, *The Printing Revolution in Early Modern Europe*.

2 Lucien Febvre et Henri-Jean Martin, *L'Apparition du Livre*, Albin Michel, coll. Bibliothèque de l'Évolution de l'Humanité, 1958, 1971 et 1999.

3 Jack Goody, *La Raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*, Minuit, coll. Le Sens commun, 1979, pour la traduction française de Jean Bazin et Alban Bensa, Cambridge University Press, 1977, pour l'édition originale en langue anglaise, *The Domestication of the Savage Mind*.

4 Sophie Barluet, *Rapport Livre 2010, Pour que vive la politique du livre*, juin 2007.

Bruno Patino, *Rapport sur le livre numérique*, juin 2008.

Marianne Lévy-Rosenwald, *Rapport du médiateur de l'édition publique pour l'année 2007*, décembre 2008.

Hervé Gaymard, *Situation du livre, Évaluations de la loi sur le prix du livre et questions prospectives*, mars 2009.

complétés par un rapport tourné vers la mise en pratique, touchant des préconisations à même de faciliter l'émergence d'un marché, l'accompagnement vers le numérique complémentaire d'une chaîne éditoriale vivace. Professionnels du livre, et du texte, nous nous devons d'anticiper ces évolutions – comme nos prédécesseurs ont su le faire. En fonction de recommandations qui touchent différents secteurs, selon plusieurs scénarios. En complémentarité de prescriptions législatives que des rapports commandités par le gouvernement ou les syndicats professionnels ont donné, ce rapport a pour ambition de dégager les nouveaux invariants (auteur, lecture, livre), d'analyser les évolutions possibles de la chaîne éditoriale numérique, et de donner des recommandations visant à la pérennité de la chaîne éditoriale et de ses évolutions ainsi que la valorisation des ouvrages.

Sans heurt, comme c'est déjà le cas pour des pans entiers de l'édition qui ont basculé en silence vers le numérique (SHS, tourisme, SMV, romances) ou qui basculent (scolaire, BD, science fiction), sans négliger l'intérêt de l'imprimé. Il s'agit d'accompagner des lectures désormais industrielles, dit Alain Giffard⁵, tandis que les lecteurs sont de moins en moins assidus, constatent les dernières études⁶. Nos méthodes statistiques sont-elles adaptées à l'évolution de l'écriture que nous vivons ? Prennent-elles en considération le temps de lecture populaire et le temps de lecture informative, savante passé en ligne⁷ ? Et d'abord, lire une fiction, n'est-ce pas aussi découvrir l'univers décrit par une narration, s'interroge Bob Stein ? Est-ce que nous ne lisons pas aussi lorsque nous regardons un film ? ou que nous jouons avec un jeu vidéo, si stupide soit-il considéré ?, continue-t-il. Roger Chartier remet en perspective historique la lecture, comme l'écriture (réinscriptible par son auteur ou par autrui), et leurs supports⁸. D'ailleurs lecture et écriture n'ont jamais été autant mêlées.

Mais ce code numérique qui change tant de choses, qu'est-ce que c'est ? « Numérique » est l'ouvrage conçu pour un support électronique. Tandis que « numérisé » détermine une œuvre adaptée à la lecture sur écran. Qu'il soit numérique ou numérisé, l'ouvrage édité pour les nouveaux supports est un « livrel ». Quant aux supports, ce sont d'ailleurs eux, ces appareils, que l'on qualifie d'« électroniques ». Ces supports qui nous détachent du livre en conservant le texte intact sont des tablettes de lecture, aussi dénommées « bouquineur » ou « liseuse », voire, le cas échéant, smartphones et téléphones mobiles. Le lexique ne s'arrête pas là. Les évolutions que nous vivons supposent avant tout une nouvelle définition de l'auteur, de la lecture, du livre, afin de l'adapter.

Pourtant, si les pratiques, les usages et les modes de pensée se modifient en profondeur, rien de substantiel ne change vraiment. En 1980, Deleuze et Guattari ont d'ailleurs donné une définition du livre en fonction des perspectives qu'il ouvre, toutes ramifiées, selon laquelle le livre n'est pas un arbre car chacun des nœuds qu'il produit ouvre des perspectives elles-mêmes créatrices de lignes de fuites ramifiées et indéracinables – comme du chiendent, comme un rhizome⁹. Le livre est un moyen de communication commode qui diffuse un texte en fonction d'une chaîne de relais graphique, éditoriale, commerciale qui à chaque passage entre ses mains, sous ses yeux, s'approprie le texte de l'auteur en sorte d'y apporter un conseil critique pour lui trouver un lecteur. Aussi, le livre est-il aussi un service qui vise à la bonne diffusion du texte et non pas seulement un produit culturel. C'est la raison pour laquelle on ne peut le vendre comme un petit pain, avec un seul point

5 Alain Giffard, « Des lectures industrielles », in *Pour en finir avec la décroissance, quelques réflexions d'Ars Industrialis*, Bernard Stiegler, Alain Giffard et Christian Fauré, Flammarion, 2009, p. 117 sqs.

6 Celle de TNS-Sofres pour *La Croix* publiée en mars, celle de Opinion Way pour *Books* publiée en juillet 2009, celle de l'Insee publiée en août 2009.

7 Hubert Guillaud donne une remarquable analyse dans *La Feuille*.

8 Roger Chartier, *Inscrire et effacer, Culture écrite et littérature (x^e-xviii^e siècles)*, Gallimard-Le Seuil, coll. Hautes Études, 2005.

9 Gilbert Deleuze et Félix Guattari, *Mille plateaux, Capitalisme et Schizophrénie 2*, Éditions de Minuit, coll. Critique, 1980.

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

de vente en ligne, quand bien même on aurait un réseau constitué devant soi.

Plutôt qu'un rapport modèle, je donnerai une analyse et une observation des usages pour appréhender des développements. Après un état de la chaîne du livre qu'on dit si malmenée – ce sont en réalité les pratiques qui se transforment en profondeur –, ce rapport insistera sur l'aspect transversal des usages, sur les réseaux qui se mettent en place en étoile pour donner au texte une valeur nouvelle, selon une économie mixte. Il évoquera les lieux dédiés au livre et insistera sur le fait que les liens qu'ils tissent ne peuvent pas s'écarter des réseaux numériques, afin de conserver une chaîne sociale et économique forte – voire une implication dans la cité¹⁰. Enfin, il montrera l'importance des définitions (livre, lecteur, auteur...), des apprentissages et du renouvellement des pratiques, en contribuant plutôt qu'en concurrence. Envisager un laboratoire pour le texte avec les écrivains et les artistes, ainsi qu'une place de marché pour que les professionnels du livre sachent s'adapter au livrel et à ce qu'il suppose dans notre économie.

¹⁰ Sur cette question de la cité, le livre de Milad Doueïhi, *La Grande Conversion numérique*, est essentiel. Trad. Paul Chemla, coll. Bibliothèque du XXI^e siècle, Le Seuil, 2008.

1. Une chaîne du livre ?

Dans la chaîne qui va de l'auteur au lecteur, si les pratiques de la chaîne du livre sont bouleversées, le service qui lie l'auteur et l'éditeur par contrat reste inchangé. Il « engage l'éditeur à assurer à l'œuvre qu'il publie à ses frais et à lui procurer, par une diffusion dans le public et auprès des tiers susceptibles d'être intéressés, les conditions favorables à une exploitation permanente et suivie¹¹ », contrairement au compte d'auteur. Certes, la chaîne graphique se trouve désormais au sein des maisons d'édition, voire en ligne¹², mais non plus seulement en imprimerie (1.1). Certes, la chaîne éditoriale du livre passe progressivement du texte au multimédia (1.2), tandis que la chaîne commerciale peut être liée à la vente directe mais pas seulement (1.3). Le livre était un objet, un produit, il devient un flux¹³ qui suppose de nouveaux usages, de nouvelles pratiques. Mais le service que la chaîne du livre orchestre à son propos reste identique. À cette aune, le livre est, depuis toujours, une manière d'accéder à l'œuvre qui ne vaut que le prix que met le lecteur et que définit l'éditeur. Ce n'est pas seulement une œuvre, ni un produit, c'est un service – culturel, social.

Dans les pages qui vont suivre, on distinguera le livre, imprimé, du livrel, édité en ligne, numérique ou numérisé, passé sur les supports électroniques. On se demandera, entre autres :

- Qui fournit les contenus ? les producteurs, les FAI (fournisseur d'accès à Internet) ou bien tout ce fatras qui se proclame, à juste titre, fournisseur de contenus (sites web d'auteur, libraires internationales en ligne, encyclopédies en ligne) ? à moins que ce ne soit les moteurs de recherche. Nous verrons quels sont leurs droits.
- Qui détient le dépôt légal ? la Bibliothèque nationale, couplée au ministère de l'Intérieur pour les œuvres destinées à la jeunesse ? ou un site qui articule les références en réseau pour un meilleur référencement ? selon quel ISBN numérique : celui de DOI, celui de la BnF¹⁴ ? **Un ISBN numérique est en place qui permet à la toile de tisser ses liens à un niveau international. Il est gratuit. Il envisage l'archivage.**

11 Contrat des éditions 00h00 basé sur le contrat du SNE (septembre 2000).

12 Voir les offres de service que proposent des sites comme [Lulu](#) et [Books On Demand](#).

13 Le mot flux (du latin *fluxus*, écoulement) désigne en général un ensemble d'éléments (informations, données, énergie, matières...) évoluant dans une direction commune. Un flux peut donc être entendu comme un déplacement (quelle qu'en soit sa nature) caractérisé par une origine, une destination et un trajet. En informatique, le flux circule dans un réseau informatique qui fournit la transmission d'informations multimédia temporelles: un flux vidéo, un flux audio. Selon *Wikipédia*, <http://fr.wikipedia.org/wiki/Flux> (consulté le 14 septembre 2009).

14 Silvère Mercier, *Bibliobession*, « Archives de l'Internet, demandez votre ticket pour la postérité », <http://www.bibliobession.net/2009/09/17/archives-de-linternet-demandez-votre-ticket-pour-la-posterite/> consulté le 19 septembre 2009.

- Qui stocke les archives : IMEC, BnF, WebArchives ? Pourquoi et en quoi l'archivage et la mise à jour des formats confèrent une importance dans la gestion des fonds, dans la distribution et peut-être dans le référencement ?
- Qui définit la valeur légale d'un livre numérique. Peut-on encore parler de livre au sens où le définit la loi Lang? Nous verrons comment le définir et pourquoi.
- **Qui imprime à la demande ? Le libraire ou l'éditeur ?** Le retour à l'éditeur-imprimeur-libraire ?
- Est-ce que ce sont les professionnels du livre qui donnent accès, dans cette économie de l'attention, qui attirent l'attention des lecteurs sur les textes, foisonnants ?

1.1. Chaîne graphique, évolution du prépresse depuis 30 ans

La chaîne graphique, en avance sur tous les points, n'a cessé d'évoluer depuis 30 ans. Elle inclut l'électronique avant toutes les autres professions du livre. De la photocomposition à la PAO, de la structuration à l'impression à la demande, elle ondule, elle avance, elle demeure. Passée de l'imprimerie à l'édition, elle a fait évoluer les métiers. Rédaction, composition, fabrication, ce sont les métiers qui se transforment.

Le chef de fab est lié à ce que propose l'auteur à l'éditeur. Or l'écriture n'est plus seulement textuelle, elle est aussi graphique voire hypertextuelle. Le métier de rédacteur se tourne vers le son et l'image, photographiée et filmée¹⁵. Par conséquent les métiers évoluent. De la fabrication de livres, on passe peu à peu à la production multimédia. Les apprentissages, les formations initiales et les formations continues doivent tenir compte de cette évolution pour que les métiers demeurent dans la chaîne (qu'il s'agisse des métiers de l'édition ou de ceux de la librairie ou des bibliothèques).

La chaîne graphique fait évoluer les pratiques. Passée des ateliers de composition aux maisons d'édition dans les années 1980 par le biais de la PAO, elle adapte aujourd'hui le balisage aux langages informatiques, l'impression aux courts tirages, et depuis toujours le texte aux différents supports. C'est le poste la plus en pointe de l'édition.

1.1.1. La chaîne graphique

Dans l'édition, la chaîne graphique, qui va du manuscrit confié par l'éditeur à la chaîne de production au bon à tirer signé par l'auteur et le chef de fabrication pour l'imprimeur, est quasi-identique, mais ses pratiques ont changé. Le livrel est multimédia, le chef de fab est simplement devenu chef de production.

Le temps, pour ce chef de prod, est la question cruciale. Les derniers développements informatiques, le passage de l'édition de texte à l'édition d'images, de sons et de vidéos l'obligent à acquérir de nouvelles compétences dans un emploi du temps déjà extrêmement chargé. Rappelons que traditionnellement sa compétence l'oblige à s'enquérir des nouveautés techniques d'impression et de façonnage, et que l'accroissement du nombre de titres à publier est aujourd'hui considérable (cela en sorte de faire augmenter le tirage global qui passe de 386 165 en 1990 à 739 365 en 2008, avec une masse salariale identique). Tout cela ressemble à une gageure que le chef de prod ne peut assumer sans formation. Sa fonction s'apparente à celle d'un grand cadre. **L'apprentissage de la gestion du temps est donc à prendre en compte.**

15 Quatrièmes de couverture animées, liens du texte vers la Toile, texte avec images animées comme *Le Livre de Lulu* (Romain Victor-Pujebet, Flammarion-Organa, 1995) ou les manuels scolaires, les livres pratiques, les revues universitaires sur Revues.org ou Cairn.info, les journaux en ligne.

Le prépresse inclut en effet des logiciels de mise en page, ainsi qu'un usage de la typo, la préparation de copie donne un résultat identique, mais elle n'est plus faite avec des feutres. Entourer avec un crayon de couleur, puis surligner avec un Stabilo, avant d'envoyer le manuscrit tapé à la machine au compositeur était encore courant voilà 15 ans. En même temps on utilisait Word, Page Maker, puis très vite, Xpress, Frame Maker, In Design... Autant de logiciels qu'il a fallu apprendre sur le tas, pour désormais se concentrer sur la structuration de document (XML ou eXtended Markup Language¹⁶) et les formats de rendus (e-Pub). Adobe a pu créer en toute intelligence son indispensable PDF, et promouvoir le format e-pub au sein de l'IDPF (International Digital Publishing Forum), rencontres internationales liées aux formats d'édition numérique. Promouvoir l'e-pub signifie avant tout la structuration des documents en amont, et le développement de meilleurs moteurs de rendu sur les supports électroniques de lecture. Cela ne va pas sans heurt – et si le passage au numérique se fait aussi sans XML, ni ePub sans que cela porte un préjudice apparent au texte, **il est néanmoins préférable de structurer ses documents par souci d'économie et d'archivage.**

La formation doit donc être permanente, sur plusieurs fronts, et actualisée en fonction des nouveaux usages informatiques, des normes et des standards. Au lieu d'une formation verticale de chef de fab, on a désormais besoin d'apprendre régulièrement une autre facette d'un métier qui se déploie vers la production. Ce métier fait toujours partie de l'édition et de l'imprimerie. Il met en valeur la personne qui l'exerce, qui devient experte en plusieurs domaines des techniques graphiques et infographiques.

1.1.2. Balisage et schéma

Les indications que donne le préparateur de copie permettent au compositeur de poser des balises de mise en page. Ces indications qui renseignent un document afin de le baliser de manière correcte sont appelées des métadonnées. Les balises permettent l'édition de données (titre 1, grasse, justif, etc.). L'activité du préparateur de copie, qui consiste traditionnellement à poser des indications de mise en page, se modifie. Il doit acquérir désormais une compétence générique en XML¹⁷. Ainsi, si l'on y veille, la chaîne de prépresse reste toujours la même : un préparateur renseigne le document en fonction de ce qu'il souhaite y voir apparaître (ces renseignements sont des métadonnées), et le compositeur pose les balises qui structurent le texte en fonction des indications données. Ces balises deviennent alors des données (titre 1, grasse, justif, etc.). C'est un schéma, sorte de bibliothèque de balises.

À partir de ce schéma, qu'on appelle aussi DTD, l'informatique éditoriale structure le texte *via* le balisage XML une fois pour toutes. Le texte ainsi généré est alors attaché au document. Autrement dit, les balises structurent le texte dans le temps, quel que soit le support sur lequel il est lu, et quel que soit le support qui le diffuse (téléphone, ordinateur, tablette, papier). C'est cela qui est nouveau.

16 On posait des balises typographiques, désormais on pose des balises informatiques qui indique la forme et aussi l'aspect sémantique, le sens d'un texte. Mais le processus est identique. Texte et métatexte, document et métadonnées : le balisage XML (Extensible Markup Language <http://fr.wikipedia.org/wiki/XML> <http://fr.wikipedia.org/wiki/XML>) est un langage, avec un lexique et une grammaire structurés par des balises qui le définit ; ces balises s'appliquent à des situations elles-mêmes répertoriées dans un code, un schéma, la DTD ou Définition de Type de Document (http://fr.wikipedia.org/wiki/Document_Type_Definition) ; Une fois encodées, ces balises inscrivent un métatexte qui permet une communication des textes entre eux. Exemple : ceci <P> est un paragraphe, ceci <H> est un titre, ceci
 est un retour chariot, mais aussi cela <tag> est un mot-clé, cela <lui> est un personnage important du texte, et cela <octo> est un vers de 8 syllabes, etc. (les trois définitions ont été vérifiées le 14 septembre 2009).

17 XML est un langage de balisage qui permet, d'une part, de séparer la mise en page réellement affectée de la balise et, d'autre part, d'accoler *a posteriori* à cette balise des fonctions plus avancées comme, par exemple, une fonction de recherche.

Le même texte, avec les mêmes balises, sera lu sur des supports qui seront aussi bien du papier chiffon, du papier bible, journal, couché ou bouffant, que le format soit en colonne, à l'italienne ou à la française, qu'il soit un fichier de traitement de texte, PDF, e-pub, sur un téléphone portable ou sur une tablette, sur un site internet A ou B, sur un blog C ou D, sur un agrégateur de flux Netvibes ou autre, le même texte se recomposant à la volée en corps variés et en fonction des contraintes que lui impose le support auquel il s'agrège. Alors qu'on ne fait pas non plus la même mise en page selon le support papier, on ne fera pas la même mise en page selon le support numérique, mais la structure du texte sera identique, car répondant à un standard international – adaptée.

On vise à ne faire le travail qu'une fois, pour un archivage pérenne (comme on a toujours fait). Les balises se sont donc appliquées au numérique afin de simplifier le travail des typographes sur la durée. D'où cet impératif désormais admis d'interopérabilité du langage XML quel que soit le support.

Cette interopérabilité est possible par le biais d'une DTD ouverte. Les DTD ouvertes proposent plusieurs standards. L'une consiste à éditer des ouvrages techniques, voire des manuels : la Docbook¹⁸ ; l'autre plus large et plus précise à la fois consiste à éditer des ouvrages de toute nature : la TEI¹⁹. L'importance est capitale pour les éditeurs. **On recommande, ainsi que le TGE Adonis²⁰ le fait déjà pour les textes scientifiques, l'utilisation de schémas ouverts dans l'édition**, comme TEI. Cela permettra une plus grande fluidité des supports aux documents, des bases de données aux agrégateurs. La commercialisation des documents s'élaborera aisément et engendrera de fortes économies de production. Le référencement sur Internet et l'indexation seront facilités. En outre, l'archivage numérique s'envisagera sereinement.

En avance par rapport aux éditeurs²¹, les imprimeurs fournissent des modèles de balises et des traitements infographiques. Ils sont les premiers à proposer l'interopérabilité des documents Word entre PC et Mac, par exemple, avant que les logiciels eux-mêmes soient adaptés. Ils développent les structurations des documents en fonction d'un schéma, qu'on appelle DTD imprimeur. Cette DTD imprimeur est tirée de DTBook, DocBook ou TEI, puis adaptée et développée en sorte de devenir une DTD propriétaire (Jouve, Nord-Compo par exemple). Elle doit rester interopérable, chacun y veille. **Ce rapport préconise néanmoins une DTD ouverte, non propriétaire, tout comme le TGE Adonis le préconise et a contrario de ce qui semble se dessiner actuellement dans l'édition, afin de mettre en place une plus grande fluidité et de répondre aux conditions minimum de référencement, d'interrogation des bases de données et des formulaires de requêtes des internautes. Une DTD ouverte est une base, dont le schéma peut être commercialisée par les compositeurs, mais celui-ci doit se baser sur les DTD non propriétaires, libres et ouvertes. C'est à ce titre que notre culture sera conservée et dispensée.** Nous verrons à quel point le web du réseau doit se fondre avec le web des données – autrement dit du contenu – et pourquoi la profession doit y participer.

La demande est forte d'une plate-forme où les formats sont sinon identiques, du moins réellement

18 Docbook <http://fr.wikipedia.org/wiki/DocBook> et <http://www.docbook.org/> (consultés le 14 septembre 2009)

19 TEI http://fr.wikipedia.org/wiki/Text_Encoding_Initiative et http://www.tei-c.org/Guidelines/Customization/Lite/tei5_fr.html (consultés le 14 septembre 2009)

20 Très Grand Équipement Adonis, infrastructure numérique d'accès unifié aux données et documents des Sciences Humaines et Sociales, voir <http://www.tge-adonis.fr/> (consulté le 14 septembre 2009).

21 L'avance technologique des imprimeurs est basée sur des R&D constantes depuis une cinquantaine d'années, voire depuis le début du XIX^e siècle. Jean-Yves Mollier précise d'ailleurs que l'« introduction de la vapeur dans les imprimeries aux environs de 1820-1830 », liée à la « fabrication du papier en continu et non plus en feuilles, l'apparition des mécaniques anglaises qui démultiplient le travail humain, la stéréotypie et la lithographie bouleversent de fond en comble les conditions de production de livres dans le premier tiers du XIX^e siècle ». Par contrecoup, ces technologies ont introduit les journaux en masse, les feuillets, et démultiplié la production.

interopérables. **Pour faire avancer les éditeurs dans ce sens, il est nécessaire de proposer des séances d'information à la définition d'une DTD²² et des formations à son utilisation.**

1.1.3. Impression numérique et impression à la demande

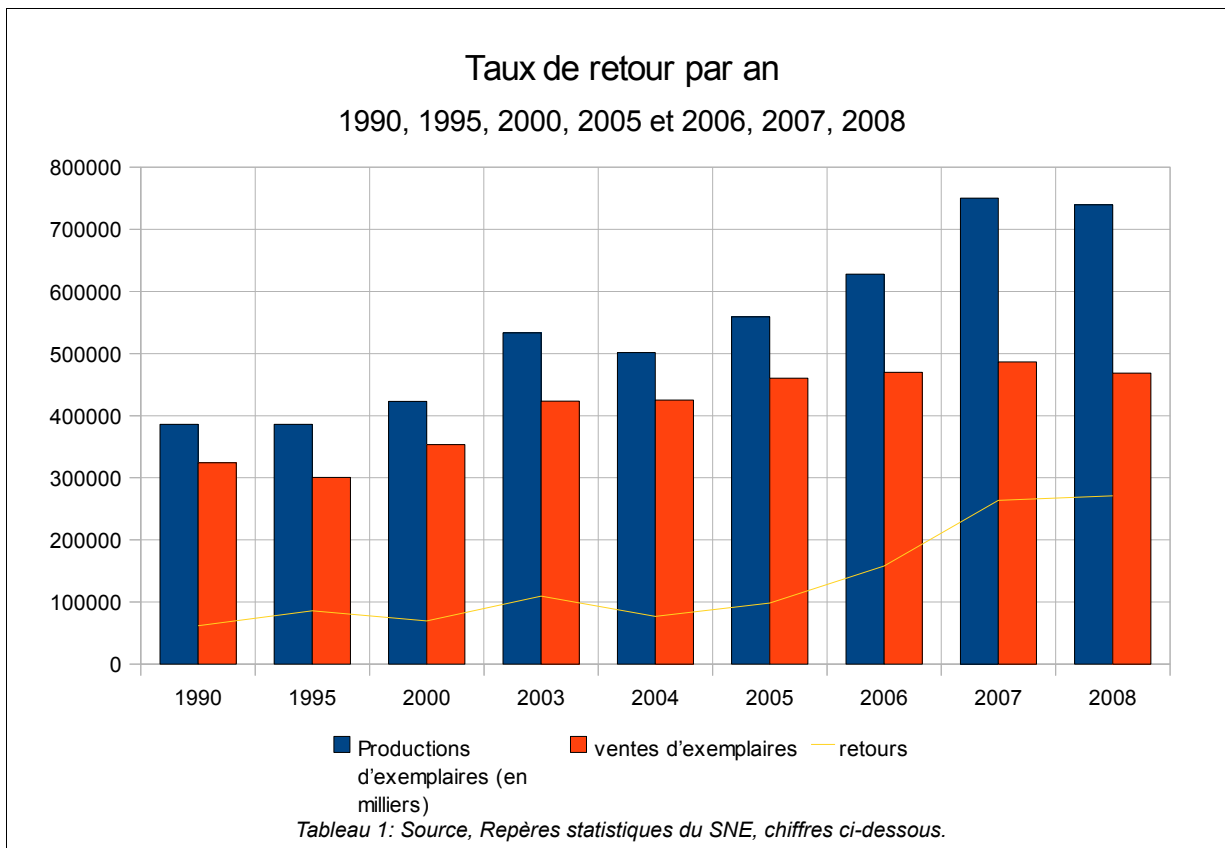
L'impression n'est pas à dédaigner. Et, coup du sort, le balisage informatique sert aussi à l'impression sur papier. En effet, la coûteuse gestion des stocks pousse de plus en plus d'éditeurs à réduire les tirages. Le coût du stock est de 150 à 200 € par an la centaine d'exemplaires, soit 1,50 à 2 € par an le volume non vendu. Certains tirages se trouvent en stocks par milliers d'exemplaires pour chaque titre. Une maison d'édition moyenne qui tire 40 titres par an a environ 50 000 volumes en stock. Les stocks deviennent vite exponentiels, sauf si l'on décide de pilonner. « Les retours s'alourdissent au 2^e trimestre 2009 avec un taux moyen à 26 %, soit deux points de plus qu'au printemps 2008, selon notre baromètre trimestriel *Livres Hebdo/I+C*²³. »

Certains grands éditeurs tentent d'ailleurs de lancer des titres avec de courts tirages, désormais possible avec l'impression numérique, à 250 exemplaires ou de réimprimer ainsi certains titres sans prendre de risque de mobiliser un espace de stockage²⁴. L'impression numérique est une impression de courts tirages, de moins de 500 exemplaires. L'évaluation des tirages se fait en fonction des *notés*, soit après le passage des représentants en librairie. On peut imaginer que, en fonction de l'évolution des usages du commerce en ligne, les librairies tiennent davantage compte des commandes de la clientèle que de l'offre qu'il propose en rayon. Ses recommandations critiques, le raccourcissement des délais d'impression et par contre-coup de livraison, tendent vers un commerce basé sur la demande et l'accès plutôt que sur l'offre. **Dans ces conditions, bien que ce point soit encore loin devant nous, l'office n'est sans doute pas la seule façon de vendre un livre en librairie.**

22 Et, peut-être, commencer par réapprendre l'anglais.

23 *Livres Hebdo* du 25 août 2009.

24 C'est ce que François Gouverneur, de Xerox, déclare lors des journées Read Digital organisées par Cap Digital les 4 et 5 juin derniers à la Bourse du Commerce.



Taux de retours	1990	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Productions d'exemplaires (en milliers)	386165	386162	422862	533193	501658	558932	627841	750082	73936
ventes d'exemplaires	324213	300456	353582	423570	424893	460470	469679	486599	46832
retours	61952	85706	69280	109623	76765	98462	158162	263483	27104

La tendance vers le court tirage induit, à plus ou moins long terme, d'éditer les nouveautés en ligne, et d'imprimer le livre à la commande. L'impression à la demande, ou Print On Demand, consiste à faire imprimer le livre dès qu'il est commandé, en librairie ou sur un site, par correspondance. C'est ce que faisaient les éditions 00h00 dès 1998, avec des résultats oscillant sur cinq ans entre 20 à 15% de commande papier contre 80 à 85% de commande PDF en 1998 puis 2000, et 80% de commande papier contre 20% de commande PDF en 2003²⁵. En cinq ans Internet avait déjà vu les usages se mettre en place vers un accès et une recommandation démultipliés. D'emblée les lecteurs préféraient un livre papier au prix fort plutôt qu'un PDF qu'il fallait encore souvent imprimer sur son imprimante personnelle, l'encre et le papier étant à la charge du client. Six ans plus tard, en 2009, le développement des supports de lecture (ordinateurs, PDA, bouquineurs, et désormais téléphones mobiles) modifie la donne : plus besoin d'imprimer sur son imprimante personnelle. L'offre disponible en ligne est au même instant pléthorique, soit gratuitement (ABU²⁶, Athena²⁷, etc), soit en contrepartie d'un paiement (Relay, ePage, Fnac...). Néanmoins, l'usage montre que la plupart des lecteurs aiment le papier. On peut donc présumer d'un double canal pour le livre, à la fois imprimé à la demande par des imprimeries numériques, du type CPI, Dupli-Print, etc., et chargé sur son livre électronique ou sur son portable favori.

Le film commercial *Possible... ou probable*²⁸ envisage d'ailleurs un livre disponible sous toutes ses formes, imprimé en grand format, imprimé en poche, téléchargeable depuis une librairie sur son

25 Les chiffres de 1998 et de 2003 viennent de mes propres archives, ceux de 2000 de Marie Lebert, *Une courte histoire de l'ebook*, NEF, Université de Toronto, mars 2009 (consulté le 14 septembre 2009).

26 <http://abu.cnam.fr/> consulté le 14 octobre 2009. L'Association des Bibliophiles Universels est hébergée au CNAM depuis 1993.

27 <http://un2sg4.unige.ch/athena/html/francaut.html> consulté le 14 octobre 2009.

28 <http://www.youtube.com/watch?v=aK75RSQBZYs> (consulté le 14 septembre 2009). Ce film a été commandité par Clément Laberge alors chez Editis.

ordinateur et sa tablette. Ce film n'est pas vraiment une science fiction. Les pratiques des lecteurs vont à court terme se modifier. Plutôt que d'acheter directement à 20 € un livre imprimé, l'on choisit en fonction des extraits disponibles sur Google et Amazon, ainsi que sur les sites d'éditeurs et de libraires bien référencés, l'on acquiert un fichier à feuilleter, un livrel disponible en ligne à bas prix, critiqué et recommandé par un réseau de lecteurs (blogs, librairies, éditeurs, critiques, journaux, radios, télévisions, vidéos, tags, mots-clés, etc.). Cela à la condition que le livrel ne soit pas vendu selon une économie de l'offre plaquée sur l'économie émergente de l'accès, « décalquée » diraient Deleuze et Guattari²⁹.

Ensuite, on va éventuellement acheter le livre imprimé pour un meilleur confort de lecture. À qui va-t-on s'adresser pour l'acquisition de ce livre imprimé ? Au libraire de son quartier s'il est aussi en ligne, s'il connaît suffisamment sa clientèle pour que les lecteurs prennent plaisir à venir bavarder de leurs dernières lectures. Que le volume soit déjà en stock chez un distributeur et prêt à l'envoi chez le libraire ou qu'il soit illico imprimé à la demande. Aussi, l'office va-t-il peu ou prou se modifier, s'assouplir vers un système de distribution plus fluide, évalué constamment en fonction des commandes clients. Et l'impression numérique s'effectuera à flux constant, de cinq à dix exemplaires, en fonction des commandes libraires. Pour que cela fonctionne, libraires, distributeurs, éditeurs et imprimeurs doivent coordonner leurs commandes au plus près, comme on borde une voile d'avant pour mieux élaner le navire. Le flux du réseau devrait déborder sur la chaîne de distribution : d'une logique de stock, on passe à une logique de flux. D'une économie de l'offre, on passe à une économie de l'attention, dans laquelle le support n'est plus qu'un parmi d'autres.

1.1.4. Supports, format et langage

Le support du texte pose la question du format et du langage. Dès lors que le support change radicalement, comme à la Renaissance, il y a un changement de paradigme, de mode de communication et de circulation des textes, des idées. « L'invention de l'imprimerie eût été inopérante si un nouveau support de la pensée, le papier, venu de Chine par le canal des Arabes, n'avait fait son apparition en Europe depuis deux siècles, pour devenir d'un emploi général et courant à la fin du XIV^e siècle³⁰. » Nous assistons aujourd'hui à une nouvelle transition, qui voit changer le support de lecture, d'écriture – de pensée, comme l'écrivent Lucien Febvre et Henri-Jean Martin. Contrairement au livre que l'on fait imprimer, pour lequel on choisit et l'on achète un papier, « le support n'est pas à la charge de l'éditeur³¹ ». En effet, comme le constate Hervé Bienvault, quand il achète un livrel, le client doit aussi acheter l'un des supports qui en permettent la lecture. Qu'il s'agisse d'un ordinateur, d'une tablette, d'un smartphone. Par conséquent, pour l'éditeur, le coût de production d'un livre n'augmente pas en fonction du nombre de clients, du nombre d'exemplaires³².

29 « Il (le calque) a généré et structuré le rhizome, et le calque ne reproduit déjà que lui-même quand il croit reproduire autre chose. C'est pourquoi il est si dangereux. Il injecte des redondances, et les propage. Ce que le calque reproduit de la carte ou du rhizome, c'en sont seulement des impasses, les blocages, les germes de pivot ou les points de structuration. », *op. cit.*, p. 21.

30 L. Febvre et H.-J. Martin, *op. cit.*, p. 40.

31 Hervé Bienvault, consultant en informatique éditoriale et production, entretien du 29 avril 2009.

32 Voir l'analyse d'Olivier Bomsel, dans *Gratuit!*, Gallimard, coll. Folio actuel, 2007. Il précise que pour atteindre la masse critique, il faut un prix inférieur à l'utilité privée des premiers souscripteurs à un abonnement. Si cette utilité est nulle, il faut qu'il soit gratuit. Son coût de production est compensé par le développement de services commercialisables ou qui permettent l'achat de licences par d'autres sociétés à la fois concurrentes et, de ce fait, partenaires. C'est le système du don et du contre-don qu'évoque Marcel Mauss à propos des sociétés magiques, et qui semble extrêmement rentable pour les sociétés de téléphonie actuelles.

Nous reviendrons dans la deuxième partie sur la question du prix du livrel, qui dépend à la fois de la valeur nécessaire au texte et du coût des supports électroniques que le lecteur a déjà assumé.

Il n'est plus question de s'en effrayer, toute la profession l'a désormais bien compris. Car contrairement à Socrate³³ qui voyait se modeler l'usage de l'écrit, nous n'avons plus peur que la mémoire nous échappe lorsqu'elle se couche sur les tablettes d'argile, grâce à des petits signes qui assemblés en mots, modifient les codes de l'écriture. Certes, nous sentons que cette nouvelle écriture provoquera d'autres modes de réflexion, de pensée, que nous devons accompagner, faire émerger, diffuser. Il en va de l'avenir de la profession et de la lecture. Clarisse Herrenschmidt³⁴ précise que l'écriture modifie les modes de pensée et, plus précisément que le code informatique constitue une nouvelle écriture (entre autres hypertexte, hypermédia). Ce ne sont donc pas les nouvelles façons de penser, les nouvelles écritures qui enferment hors de toute communication – ce sont les conservateurs qui prennent peur de l'émergence d'idées neuves.

Plus largement diffusées par l'édition imprimée, les idées de la Renaissance ont donné naissance au protestantisme, avec les guerres de religion que l'on sait, et les procès d'inquisition qui ont condamné au bûcher une large partie des imprimeurs et éditeurs³⁵. D'advs et Hadopi ne sont pas l'Inquisition, certes. Mais une part des peurs de jadis s'expriment aussi dans ces lois. À l'instar du dynamisme insufflé par les Lumières au XVIII^e siècle quelle pensée va advenir du Net ? Quelle (dangereuse) utopie inscrira-t-elle comme horizon inatteignable ? En France, la ministre de la Culture qui n'a pas réussi à faire admettre en force une loi pourtant contestée par le vote a été remplacée, et Hadopi renommée, mais bien présente.

Bernard Stiegler fait le point en postulant que le Net réenchante le monde³⁶, qu'il procure à chacun non pas une satisfaction de ses pulsions d'achat, aliénant besoin né du capitalisme fordien, mais un émerveillement lié à l'appropriation d'un outil qui permet à tous une emprise sur le monde – et nombre des entretiens passés le confirment à la question « qu'est-ce qui vous émerveille ? ». Voilà pourtant l'idée nouvelle qu'il faut, aux yeux de beaucoup, désormais combattre pour conserver un système marchand d'offre et de demande, en l'ouvrant sur un accès toujours plus puissant, toujours plus rapide et plus vertical : Amazon, Orange, SFR, etc. À l'opposé de ce web hégémonique, dangereux en effet pour l'indépendance de la pensée, les amateurs s'approprient les outils et les réseaux avec un professionnalisme fort, parce qu'engagés dans une participation collective à faire avancer les innovations ou la pensée, ou la beauté, si infime soit la parcelle qu'on y tient. Là se place pour chacun d'entre eux, d'entre nous si nous le voulons, son territoire, en rhizome, avec ses arborescences multiples, plus ou moins formées, ses lignes de fuites et ses perspectives – comme un livre³⁷.

Désormais, les professionnels ont compris que réenchanter le monde, c'est se l'approprier. Et qu'aujourd'hui, s'approprier le monde du commerce culturel, c'est exister en ligne. Il faut dès lors appliquer des pratiques quotidiennes de présence sur la Toile, en écrivant, en intervenant – rassemblant ce qui correspond à sa ligne, à ses choix – dans la cité. L'agora, le forum se place désormais sur la Toile, et chacun peut y participer³⁸. Érasme avait compris l'importance de

33 Socrate, *Phèdre*, Les Belles Lettres, 1985, traduction de Claudio Moreschini, cité par *Books* n°7, juillet-août 2009, « Socrate 2.0 ». Voir aussi le blog de Jean-Louis de Montesquiou sur *Booksmag* <http://www.booksmag.fr/opinions/b/socrate-quel-retro.html> (consulté le 14 septembre 2009).

34 Clarisse Herrenschmidt, *Les Trois Écritures, Langue, nombre, code*, Gallimard, coll. Bibliothèque des Sciences humaines, 2007.

35 Lucien Febver, op. cit.

36 Bernard Stiegler, *Ars Industrialis* avec Marc Crépon, George Collins, Caroline Stiegler et Catherine Perret, *Réenchanter le monde : La valeur esprit contre le populisme industriel*, Flammarion, 2006, rééd. coll. Champs, 2008.

37 Deleuze-Guattari, op. cit., p. 32 : « Un rhizome n'est fait que de lignes : [...] ligne de fuite ou de déterritorialisation comme dimension maximale d'après laquelle, en la suivant, la multiplicité se métamorphose en changeant de nature. »

38 Après avoir écrit ces lignes, j'y trouve concordance d'esprit avec *La Grande Conversion numérique*, de Milad

la librairie, comme on disait alors pour l'édition, et des échanges épistolaires que l'impression nouvelle permettait à travers l'Europe. François Bon comprend les indispensables présences d'un dialogue, d'une réflexion sur le livre tel qu'il va et d'une écriture en ligne. À moins de créer un terrible décalage économique, voire une fracture culturelle, entre ceux qui sont en ligne, et ceux qui ne le sont pas. **C'est pourquoi le support électronique doit émerger.** « En simplifiant, on pourrait dire que l'environnement numérique est actuellement en crise parce qu'il s'est appuyé jusqu'ici sur certains éléments de la culture imprimée (les formes établies et légales que sont la fonction d'auteur, le copyright, mais aussi des concepts cruciaux comme la « page », le « livre », avec les propriétés qu'on leur associe) : il souhaite continuer à porter et à développer ces éléments dans son domaine, mais il désire aussi aujourd'hui, pour des raisons en partie liées au développement de technologies nouvelles et des pratiques émergentes qui les accompagnent, se libérer de ce pesant fardeau³⁹. »

Le changement de support n'est-il qu'un simple changement passif quand il y a une séparation entre le stockage de l'écrit et l'écran de lecture ? L'écriture se modifie en fonction du support : on insère des sons, des images, des liens hypertextes. Je vous renvoie pour exemple à Philippe De Jonkheere et à son *Désordre*, à Rue89, aux supports de cours de Magnard-Vuibert, et aux Lybers des éditions de l'Éclat. Dès lors de quelle écriture parlons-nous ? s'agit-il encore d'une pensée classique ? **Sur supports électroniques, l'écriture permet une autre appropriation de la culture, une mise à jour des cultures. Notion d'émerveillement⁴⁰ : Babel est numérique, la bibliothèque de Borges naît enfin en toutes langues, sur tous supports, pour tous formats. Aux professionnels du texte de s'approprier les outils pour en faire bon usage. À ce titre, une sensibilisation, une acculturation est nécessaire.** 1.2. Chaîne commerciale, enjeux de la prestation de service

La culture numérique à acquérir promet des conséquences éditoriales sans précédent. Patrick Gambache, chez Flammarion, pense « faire mieux, différemment, voire avec de nouveaux produits [...]. Tout est à réinventer et c'est cela qui m'émerveille ; c'est une porte, encore entrouverte, où l'on aperçoit le chantier monumental qui se profile ». Aux institutions de les y aider « et de ne pas laisser aux géants la place de la pub, de la vulgarité et du tout-commercial⁴¹ ». Tout porte à croire, en cette rentrée, qu'éditeurs et libraires sont sur le double-front du numérique et du papier. Cette complémentarité est une étape intéressante, qui profite à la production éditoriale comme au commerce des livres et des livrels. Rappelons que le prépresse structuré permet des économies, puisque le même texte est déclinable sur différents supports, et que la fabrication peut faire bon usage de ces capacités en façonnage (choix des papiers, couverture à rabat ou cartonnées, etc.).

D'objet manufacturé, le livre devient peu à peu une prestation de service – mais peut-être l'a-t-il toujours été d'ailleurs. À ce titre, la chaîne éditoriale vise à donner au livrel une meilleure diffusion, un dépôt légal, un prix justement calculé. Le point de départ pour une offre adéquate consiste en métadonnées structurées par Onix, par exemple.

1.2.1. Des métadonnées pour une diffusion mondiale

La numérisation apporte au livre une diffusion mondiale et notamment, la possibilité de vendre dans les coins les plus éloignés de tout centre urbain. Elle lui offre des fonctions de recherche plein texte, et des fonctions d'indexation sans précédent. Elle permet à un public non ou peu lecteur de s'intéresser aux livres dès lors qu'il peut jouer avec la typo et la présentation formelle⁴². Elle

Doueïhi, qui donne une très claire définition de la nécessaire culture numérique et de ce qu'elle implique.

39 Milad Doueïhi, *La Grande Conversion numérique*, Le Seuil, coll. La Librairie du XXI^e siècle, 2008.

40 Bernard Stiegler *et al.*, *op. cit.*

41 François Bon, *Le Tiers Livre*, *op. cit.*

42 « L'intérêt d'un livre ne saurait être restreint à la lecture qu'on en fera : le lecteur a un droit, non sur le fond, mais

propose des lignes de fuite d'un chapitre vers un autre, d'un texte vers un autre, d'un texte vers une autre forme artistique ou scientifique. En sciences, par exemple, la numérisation des données fait revenir les humanités au goût du jour. Les hyper-spécialistes que les scientifiques sont devenus au cours du xx^e siècle sont aussi, désormais, ouverts aux problématiques des autres chercheurs. Ils enrichissent leurs recherches. Bien sûr, cette numérisation peut aussi aider les personnes en situation de handicap et les professionnels, ainsi que l'avancent les éditeurs hésitants. Mais elle permet aussi d'emporter une bibliothèque dans sa valise – le lien à travers tous les livres de cette bibliothèque, voire d'autres encore. Si l'on y veille le numérique et l'imprimé pourront cohabiter sans concurrence déloyale. Et les acteurs du texte pourront envisager le français comme une langue vivante, de longue portée, aux cultures aussi riches que variées, qu'elles soient française, rom, québécoise, calédonienne, tahitienne, réunionnaise, antillaise, guyanaise, terre-neuvate, d'Afrique du Nord, d'Afrique Noire, de Centrafrique ou d'Asie du Sud-Est, de Madagascar ou de Pondichéry...

Pour cela, la présence des libraires est essentielle. Aujourd'hui, **si un libraire est en fonds, la priorité n'est plus à l'achat d'une boutique pour agrandir sa surface de vente, mais à l'élaboration d'un site, à son référencement, son animation.** Ensuite, il pourra acquérir la librairie d'en face. Pardonnez cette franchise, mais il y a urgence, pour la librairie. Les métadonnées, ou la docu du doc (couv, titre, 4e, revue de presse, extraits par mots-clés) sont désormais propres. Onix⁴³ les utilise, les distributeurs s'en servent, leurs bases de données sont prêtes, les éditeurs qui ont depuis longtemps structuré leurs textes de fonds comme de nouveautés sont prêts. On le voit en cette rentrée. Tous les services sont possibles. Autant de services qui doivent être disponibles dans toutes les librairies en ligne, c'est-à-dire dans toutes les librairies indépendantes. Libraires et éditeurs doivent désormais offrir les mêmes services qu'Amazon et Google s'ils veulent rester compétitifs. Non pas un entrepôt dont la construction coûte cher⁴⁴ quand un réseau de libraires rendrait la même fonction, mais des web-services. Le feuilletoir en est un exemple. Chercher au cœur du livre d'Amazon, Google recherche de livres en sont d'autres. Comment faire ? **Se constituer en réseau de quartier comme Libr'Est pour envisager une mutualisation et, à cinq, ouvrir un site que l'on partage et qui du coup crée du trafic, des ventes. Le site conçu, il est grand temps, en effet, d'ouvrir la librairie d'en face agrandie.**

Ces schémas ouverts que nous avons évoqués sont la solution pour ouvrir les libraires qui le souhaitent à une offre simple, aisée. La commercialisation passe par un système normé de métadonnées suffisamment clair pour envisager un commerce international. C'est à la charge du distributeur.

L'archivage passe par Open Archive Initiative, qui permet une quasi pérennité de stockage

sur la forme. Cette volonté s'entrechoque avec celles de l'auteur et de l'éditeur. Pourtant, il a toute liberté de changer la forme du texte. Sur le plan culturel, c'est une chose difficile à faire admettre ; c'est pourtant fondamental dans le numérique. Moi, je n'aimais pas lire. Maintenant, depuis que j'ai mon I-Phone, je lis dès que j'ai quinze minutes dans le métro. [...] Les gens de mon âge ont grandi avec les appareils numériques à portée de main, et lisent dès que le support leur correspond. Quand on arrive sur ces frontières qui cassent l'objet livre et le désacralisent aux yeux des gens qui lisent peu, on a réussi son pari. Parmi les retours de lecteurs de Feedbooks, j'ai en mémoire ce que me disait l'un d'entre eux, qui ne lisait plus, et qui me remerciait de lui avoir donné la possibilité de lire *Moby Dick*. Ces gens découvrent le texte dans un contexte différent, qui met le livre en concurrence directe avec les jeux vidéos, la musique... » Hadrien Gardeur, Feedbooks, services d'édition et de distribution électronique mobile, entretien du 14 mai 2009.

43 Onix est un standard international de commercialisation du livre <http://www.editeur.org/8/ONIX/> (consulté le 14 septembre 2009). Il est parfaitement décrit par Yves Desrichard, « Vers la convergence des formats bibliographiques ? », *BBF*, 2004, n° 3, p. 55-63 [en ligne] <http://bbf.enssib.fr/> (consulté le 15 octobre 2009).

44 « Un stock de 80 000 références, pour les livres envoyés à distance » depuis un entrepôt, afin d'éviter que les « plus petits libraires aient des charges de *picking* qu'ils n'auraient pas les moyens d'assumer ». Hélène Clément, entretien du 16 avril 2009.

pour tout archivage, avec mises à jour⁴⁵. C'est à la charge de l'éditeur. En amont, naturellement, le livre numérique aura été déposé légalement. **Pour obtenir un ISBN numérique, à ce jour, on passe par la Bibliothèque nationale, gratuitement, ou par DOI**. Ce dernier a l'avantage d'être international, mais il est payant, et son standard établi selon un format propriétaire. 1.2.2. Chantiers ouverts, recomposition des pratiques

Si l'édition du texte doit passer par la structuration, qui édite ? La structuration du document se déroule chez l'éditeur ou le compositeur. Selon les cas le document est préparé chez l'éditeur, qui pose les balises indiquant la mise en page à effectuer, revu chez le compositeur qui adapte les balises édités aux outils qu'il utilise (composeuse, puis désormais logiciel de mise en page, voire langage de structuration de document). Qui est propriétaire du fichier ? le compositeur ou l'éditeur ? Il importe qu'éditeurs et imprimeurs-compositeurs tombent d'accord sur la propriété du fichier. En outre, si l'imprimeur-compositeur peut se prévaloir d'avoir mis au point une DTD particulièrement fine, tout en restant souple à manipuler, il doit conserver à l'esprit que cette DTD doit rester interopérable et qu'il n'en est **nullement propriétaire**.

Depuis quelques mois certains distributeurs proposent aux éditeurs de mettre leur fichier aux formats recommandés par l'IDPF⁴⁶ (comme l'ePub qu'utilise Adobe) ou pas (autres formats comme PRC, que Mobipocket a mis au point avant qu'Amazon ne rachète la start-up française et ferme l'interopérabilité). Charge à l'éditeur de le structurer en amont s'il le désire. Sinon, à lui d'adapter son PDF au format des différents bouquineurs comme le fait Publie.net aux formats PRC, PDF, ePub, MP3, HTML, etc. **C'est sans doute plus fastidieux et l'on préconise plutôt une structuration, en amont, découplée d'un format propriétaire.**

Amazon devient éditeur... Malo Girod de L'Ain, éditeur numérique, envisage d'ailleurs le retour du libraire qui est aussi éditeur : « On peut imaginer qu'il ait un site de vente complet pour vendre dans le monde entier [...], revenir à quelques siècles en arrière, quand le libraire était éditeur. Un libraire qui se spécialise dans un domaine peut en devenir expert, au niveau national et international. [...] Sur le Net, c'est très reconnu. Le libraire serait alors nœud de réseau sur une ou plusieurs thématiques et ancré dans son quartier ou dans une thématique. [...] Le libraire de quartier servirait de tête de pont pour des ventes couplées, livre + électronique⁴⁷. » Pourquoi pas ? En attendant que les libraires soient formés au prépresse, il importe néanmoins, pour des raisons

45 Compte rendu du séminaire de Richard Walter à l'IRHT, Orléans, janvier 2009. « Lire dans 50 ans, relire », amontour.net <http://amontour.wordpress.com/2009/01/28/lire-dans-50-ans/> (consulté le 14 septembre 2009).

46 L'IDPF (International Digital Publishing Forum) est la nouvelle mouture de l'OEB (Open Electronic Book) née en 2000 à Francfort et devenue l'OEBPS pour Publication Standard, qui préconise des formats standards et ouverts pour une meilleure circulation des œuvres numériques dans le monde. C'est depuis l'IDPF, conduit par un cadre d'Adobe, que le format ePub d'Adobe est préconisé. S'il séduit les éditeurs, espérons qu'il se développe aussi brillamment que PDF également conçu par Adobe, qui est devenu en dix ans un standard gratuit lisible sur tous types de supports. Chaque année, à la foire du livre de Francfort, l'OEB récompensait les livres les mieux construits, conçus et édités. Gageons que l'IDPF perpétue cette attitude. « L'IDPF n'est conçu que par deux personnes, Peter Brantley, de Net Archive, et Tim O'Reilly, précise Hadrien Gardeur qui y participe, L'IETF (Internet Engineering Task Force, comité de réflexion concernant les normes à utiliser pour les échanges sur Internet), lance un brouillon de standard dans la nature, et on voit si ça prend. Le Net n'est pas cadré, délimité, il est ouvert à la critique. C'est la base, et c'est ce qui rend le monde meilleur. Malheureusement, bien peu y participent. Le but premier de l'IDPF est industriel. Par besoin d'aller de l'avant. Il est monté par des éditeurs. Par volonté de standardisation. Alors que l'IETF regroupe des participants de tous horizons : philosophes, artistes, architectes, etc. La notion de beauté, d'architecture, joue beaucoup en faveur de l'adoption de standards. L'architecture web qui sort de l'esprit d'un philosophe est plus abstraite, plus élégante. Or, pour le code, justement, on a besoin de simplicité, de beauté. [...] Le but, tout aussi utile, consiste néanmoins à avancer sur des bonnes pratiques : comment partager l'information ? comment lire sur tous les appareils de lecture ? Le format ePub, par exemple : son utilisation est devenue à peu près générale pour rendre la lecture confortable, malgré l'attitude d'Amazon qui se contrefiche des standards. »

47 Malo Girod de L'Ain, M21 éditions, entretien du 17 juin 2009.

techniques, que l'éditeur reste maître des protocoles d'impression. Ensuite le libraire, pour des raisons légales, sera le dépositaire de la propriété de l'auteur. Par conséquent des fichiers sources qui constitueront son choix éditorial et son fonds de librairie. Pour une diffusion mondiale et travaillée en fonction de la niche à laquelle elle correspond – prix, supports.

1.2.3. *Le prix du livrel*

Dans l'édition traditionnelle, il apparaît que le service diffère selon le support (beau livre, édition grand format, édition de poche, édition parascolaire, édition universitaire de classiques). Le prix moyen lui aussi se modifie selon le type de livre proposé au public. Il doit en être de même pour l'édition numérique. Ce ne sont pas les distributeurs ou les éditeurs qui vont continuer à fixer les prix (même si l'éditeur doit en conserver la maîtrise). C'est l'usage. Souvenons-nous du prix des livres avant la naissance de l'imprimerie⁴⁸, avant la naissance de la diffusion⁴⁹. Le prix baisse en fonction des évolutions technologiques. C'est vrai pour le livre comme pour les appareils électroniques. Or qui diffuse le plus rapidement et dans les coins les plus reculés de la planète ?

« C'est la maturité qui donnera les prix des livres numériques⁵⁰ », annonce prudemment Patrick Gambache, éditeur qui connaît aussi bien la bande dessinée que le livre de poche et le scolaire, et qui dirige depuis deux ans les services numériques de Flammarion. Les auteurs, qui jonglent entre métier et famille pour trouver le temps d'écrire, sont aussi circonspects lorsqu'ils s'expriment par la voix d'Alain Absire, qui préside la Société des Gens de Lettres : « Le prix doit être calculé sur l'assiette en sorte de ne léser personne, ni auteur, ni éditeur, ni libraire – ni lecteur, car il ne faut pas que les livres soient trop chers⁵¹. » Distributeur en ligne, Xavier Cazin se met lui aussi à la place du lecteur, et il rejoint auteur et éditeur pour un calcul au plus juste. « Le livre est une manière d'accéder à l'œuvre qui ne vaut que le prix que je mets, c'est l'accès que l'on me vend comme un service⁵². » Quant aux libraires, ils préfèrent, comme François Maillot, « avoir la chance par le biais du numérique (géolocalisation, livraison immédiate, catalogue infini et classé) de se recentrer sur son savoir-faire pour la mise en valeur du fonds, qui recoupe souvent des livres difficiles, des livres qui souffrent des aléas de la librairie indépendante⁵³ ». Rappelons qu'en France, selon la définition fiscale du livre et la loi Lang qui a suivi, les libraires ne sont pas autorisés à attribuer au livre son prix public de vente. Tout juste bénéficient-ils d'une remise publique de 5 % afin de fidéliser leur clientèle, par exemple.

On peut imaginer, comme le précisent Patrick Gambache, Alain Absire et Xavier Cazin que le prix du livrel diffère selon les services qu'il offre aux lecteurs. De même qu'un beau livre ne coûte pas le même prix qu'un livre de poche. On peut même percevoir qu'à terme, c'est le prix du livrel qui évoluera en fonction de la disponibilité du texte sous d'autres formats, comme le précise Hervé Bienvault, du blog Aldus : « Le prix unique du livre est une force que l'éditeur doit conserver, mais en numérique, il n'est pas certain que cela ait beaucoup de sens. Aussi doit-on baisser le prix du livre, non pas de 30 % comme le recommande le rapport Gaymard, mais de 50 %, ce qui fait un livre à 10 € environ. Au bout de six mois, soit au moment de la sortie du livre de poche quand il y en a un, le livre numérique pourrait passer à, mettons, 3,99 €. Si la nouveauté est vendue d'emblée en numérique, il faudrait pouvoir la vendre à 22,00 €, en attendant le livre de poche papier au bout

48 Un livre d'heures revenait *grosso modo* au prix d'une maison.

49 Après *L'Encyclopédie* et son éditeur Panckouke, le prix des livres est en partie couvert par la publicité et la demande que l'éditeur suscite par une offre abondante et par des accords avec les Institutions scolaires et la presse. Jean-Yves Mollier, *op. cit.*

50 Patrick Gambache, éditeur, Flammarion, entretien du 6 juillet 2009.

51 Alain Absire, auteur, Société des Gens de Lettres, entretien du 20 avril 2009.

52 Xavier Cazin, distributeur en ligne, Immatériel, entretien du 27 avril 2009.

53 François Maillot, libraire, La Procure, entretien du 24 juin 2009.

de six mois et, au même moment, on pourrait baisser le prix du livre numérique à 3,00 ou 4,00 €. » En d'autres termes, « **il faut organiser le choix de la nouveauté. Pour cela, il est mieux de ne pas vendre un livre au même prix *ad vitam aeternam***⁵⁴ ». Il est fort possible qu'avec de telles méthodes, le libraire émarge à plus d'un pour cent de bénéfices, comme c'est le cas actuellement en moyenne.

Le film *Possible ou probable* qu'Editis a fait réaliser en 2007 ne précise pas le tarif des différentes versions du texte vendu par le libraire. Mais ces prix de vente qu'a préconisés Hervé Gaymard dans le rapport qu'il a remis le 10 mars 2009 sont ceux que 00h00 avait évalués en 1997, alors qu'on mettait un quart d'heure à charger un PDF d'1,4 Mo quand on met à peine quelques secondes en 2009. Il n'est pas certain que les mentalités soient aujourd'hui prêtes à payer 30 % moins cher un livre sous sa forme numérique. Les supports ont évolué, la mobilité est réelle, l'accès à Internet ne se pose plus selon les mêmes questions, et nous sommes tous bardés d'électronique quand nous n'étions pas si nombreux à avoir un téléphone portable voilà douze ans. Les recommandations du rapport Gaymard ne vont sans doute pas faire décoller un marché encore émergent. Le numérique est en crise, rappelle Milad Doueïhi. À cet égard, Olivier Bomsel rappelle qu'une offre de service conséquente doit impérativement accompagner des lancements de terminaux dédiés – tel les tablettes. L'étude de GfK, comme le confirme notre propre étude sur le téléchargement des livres⁵⁵ et celle du Conseil de l'Europe⁵⁶, précise qu'à ce jour, les lecteurs envisagent la valeur marchande d'un texte en ligne différemment qu'un livre imprimé, soit 6 € maximum. Quelles solutions pour faire naître le marché de livrel avant que le téléchargement ne le fasse couler – et fasse avec lui couler le marché du livre ? Mathias Daval conclut son étude ainsi : « Au total, ces observations suscitent **deux recommandations importantes pour les éditeurs afin de lutter contre le téléchargement illégal : développer une véritable stratégie de référencement dans le but de faire apparaître en premier l'offre légale sur les moteurs de recherche, grâce à des outils et des compétences techniques appropriés. Développer une véritable stratégie de veille et de surveillance (en interne ou en externe) autour de ses titres et de ses auteurs afin de repérer les diffusions illégales et y réagir le cas échéant (pas nécessairement d'une manière judiciaire d'ailleurs, il suffit parfois d'un message envoyé à un utilisateur de site P2P pour qu'il retire l'ouvrage qu'il vient de mettre en partage)**⁵⁷. »

Le questionnement qui se pose en amont est d'ordre technique, économique, et de compétences (centralisées au sein d'une maison d'édition ou distribuées). Quid de l'édition multimédia et sur quel type de support sera-t-il distribué : sur différents supports, ou seulement sur un support compact, dédié ? Comment organiser la chaîne commerciale ?

1.3. Chaîne commerciale

La chaîne commerciale, si elle veut s'inscrire dans des pratiques adaptées, peut rester telle qu'elle est à ce jour. Néanmoins, elle doit envisager des ajustements. L'impression à la demande permettra par exemple d'affiner ses stocks sans gréver la librairie par le système de l'office. Des accords de diffusion avec un distributeur numérique rendront possible la vente de livrels par le biais de la librairie, ainsi qu'un référencement idoine sur les moteurs de recherche. Enfin les outils numériques aident les bibliothèques et les particuliers à souscrire des abonnements par le biais des fournisseurs d'accès comme des libraires volontaires. Tout cela visant à gérer ses stocks au plus juste, ses flux

54 Hervé Bienvault, consultant en édition numérique, spécialisé dans les formats et les supports, voir son blog Aldus <http://aldus2006.typepad.fr/> (consulté le 14 septembre 2009).

55 Mathias Daval, Edysseus Consulting, *Étude sur le téléchargement numérique des livres*, Le Motif, septembre 2009.

56 Fabrice Épelboin, *ReadWriteWeb France*, 6 août 2009, <http://fr.readwriteweb.com/2009/08/05/divers/selon-rapport-de-commission-lconomie-numrique-peut-sortir-leurope-de-crise/> (consulté le 14 septembre 2009).

57 Mathias Daval, Edysseus Consulting, *Étude sur le téléchargement numérique des livres*, op. cit.

avec doigté.

1.3.1. Impression à la demande et bouleversement de l'office

L'impression numérique qui est à distinguer de l'impression à la demande, on l'a vu, ne touche aujourd'hui que l'auto-édition. C'est un fait. Mais l'impression à la demande peut rendre service à la chaîne traditionnelle du livre pour les textes nativement numériques. C'est ce que faisaient les éditions 00h00 en 1998⁵⁸. Le texte est alors disponible sous deux supports distincts, électronique et imprimé. Il est imprimé à la commande que le client fait dans sa librairie connectée. Le libraire envoie un ordre à l'éditeur, qui transmet illico à l'imprimeur numérique. Le livre est imprimé dans les 12 heures. Il est expédié à la librairie, exactement comme tout livre commandé. La vente est ferme puisque sur commande. Par conséquent elle ne fait rien perdre au libraire, sûr de vendre le livre qui a été imprimé dans ce seul but. Cela ne suppose un bouleversement de l'office que si le procédé se généralise. Soit, une meilleure gestion des stocks et des fonds de roulement (il suffit d'ajuster le calcul de l'assiette, les coûts des stocks éditeur – les coûts des retours libraires avec temps du désherbage, des bons de retours, et de la remise non perçue, la proportion des invendus dans une librairie). Si et seulement si l'impression se fait pour 5 exemplaires à la fois en sorte d'éviter le de flux tendu. L'impression à la demande se rapproche alors du très court tirage, voire du micro-tirage.

Par ce biais, peut-on envisager un marché d'offre car culturel qui tende vers un marché de demande ? Cela ferait basculer le système de l'office libraire vers un système de vente en fonction de la demande. Or l'office, malgré ses imperfections qui sont surtout sensibles dans la librairie de 2e niveau, suscite la diversité de l'offre, principe fondamental d'une économie culturelle. La déstabilisation de l'office suppose une meilleure gestion des retours – et donc des stocks. Peut-on pour développer l'offre envisager que cette demande passe par l'accès ? Est-il souhaitable que ce marché culturel devienne un marché de demande ? Le pari est risqué. Si on le joue, il faut jouer finement de la recommandation et du conseil pour conserver la diversité qui fait le sel de l'édition et de la librairie.

Avec l'impression à la demande *stricto sensu*, la faculté de retour et l'office n'ont donc plus lieu : vente ferme puisque sur commande pour un livre en POD, ou *print on demand*. L'offre est en ligne, la demande possible en papier. Soit pas de stock pour les livres imprimés, espace serveur minime pour les livrels (le texte ne pèse rien, ne prend pas de place, même sur un serveur), le libraire peut désormais consacrer l'essentiel de son offre à la belle ouvrage, aux beaux livres, aux livres cadeaux, qui couvrent environ 40 % de son chiffre d'affaire. Il est probable que les livres seront alors plus soignés, comme les ouvrages des éditions des Cendres ou du Temps qu'il fait.

1.3.2. diffusion distribution du livrel – en librairie

L'accès auquel ouvre Internet est aujourd'hui défini par trois géants. Un libraire, un moteur de recherche, des fournisseurs d'accès. Il est essentiel d'effectuer la bascule vers le Net pour ajouter un peu d'équilibre commercial entre les professionnels du livre et les professionnels du web. Entre les développeurs, les geeks et les lecteurs. Un peu d'équilibre culturel entre les auteurs, les réseaux sociaux et les lecteurs. Il y a davantage de lecteurs et de lectures que de textes. Et si l'on avait autant de présence de libraires et d'éditeurs en ligne, l'accès serait multiple, protéiforme, et conduirait à une profonde diversité culturelle, « fertile et propice à la découverte », comme dit Marin Dacos. Il faut pour cela un maillage suffisant pour toucher son lecteur – trouver une aiguille dans la botte de foin. Amazon a désormais un excellent référencement, un maillage parfaitement orchestré par le système des boutiques partenaires qui consiste à inviter tout un chacun à ouvrir une

58 Soit un système de diffusion numérique pour des textes diffusés en librairie par les soins de leurs éditeurs. J'étais en charge des relations avec quelques éditeurs de 1998 à 2003.

micro-boutique en ligne. Chacun choisit ce qu'il veut y vendre, et recommande son fonds, ses rayons. Pratique pour les éditeurs comme pour les auteurs, ce système en réseau joue du conseil et de la critique professionnelle et amateur. Le numéricien peut y vendre livrels et livres et toucher un petit pourcentage sur les ventes. Mais qui est propriétaire du fichier vendu par Amazon ? On se souvient de la disparition de *1984* et de *La Ferme des animaux*, d'Orwell, dans les bibliothèques numériques des lecteurs sur Kindle en juillet 2009, après que la firme s'est rendu compte que les œuvres d'Orwell n'étaient pas dans le domaine public. Big Brother est-il Jeff Bezos ? A-t-il le droit de supprimer des textes des rayons, non pas seulement de la librairie en ligne, mais des bibliothèques personnelles des lecteurs ? « En voulant avoir mainmise sur l'écosystème, les constructeurs s'engagent sur le chemin difficile du métier d'éditeur et des obligations qui lui incombent. Or, c'est là un métier qu'ils ne maîtrisent pas », en conclut Hubert Guillaud dans *La Feuille*⁵⁹. De même, qui est propriétaire du fichier vendu, ou loué par Numilog, qui s'auto-détruit au bout de quelques semaines lorsqu'il est emprunté en bibliothèque ? Cela pose la question des DRM, si lourdes qu'elles ferment toute possibilité de relecture, de prêt, de citation, toute possibilité de jeu social qu'implique pourtant le livre, y compris les effets de réseau. Elles évoquent ces livres à fermoir, à nerfs de métal, avec charnières et clés – qui enferment le lecteur dans une prison de solitude et de silence, sans perspective.

59 Hubert Guillaud, « Kindle, ce que vous possédez ne vous appartient pas », *La Feuille*, 4 août 2009, <http://lafeuille.homo-numericus.net/2009/08/kindle-ce-que-vous-possedez-ne-vous-appartient-pas.html>, (consulté le 14 septembre 2009).

Pour toucher son lecteur, pour qu'il porte attention aux textes que libraires et éditeurs lui proposent, dans leur variété et leur profondeur, la profession doit s'unir, se réunir, passer de la concurrence à la contribution. De la singularité au collectif. La mise en place d'un marché passe par des accords entre confrères pour atteindre une masse critique (Lekti, Immatériel, ePage, Eden-Livres – GiantChair et CommentPress). Aujourd'hui, pas d'exclusivité pour la diffusion-distribution de l'éditeur vers les libraires. Bien souvent, le distributeur numérique,

La chaîne du livre et l'évolution de ses pratiques

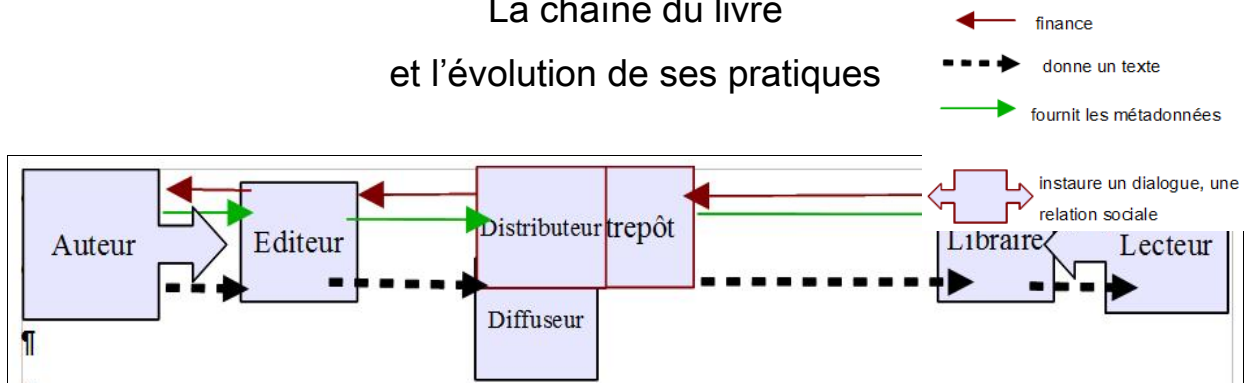


figure 1 : la chaîne du livre traditionnelle. La relation sociale se déroule surtout entre l'auteur et l'éditeur, et entre le lecteur et le libraire. La **fig 1** montre la chaîne traditionnelle, qui souffre d'un manque d'équilibre entre ventes, taux de retours, gestion des stocks. La solution jusqu'alors a été de multiplier les titres en baissant le tirage.

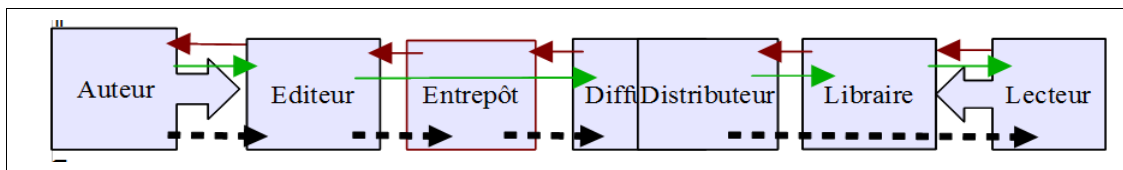


figure 2 : la chaîne du livre maintenue en ligne par l'intervention des éditeurs pour la création d'un entrepôt numérique, et grâce à la présence des libraires en ligne. La relation sociale classique est maintenue. La **fig 2** montre la chaîne traditionnelle appliquée au numérique, décalquée, avec un entrepôt numérique commun à Gallimard, La Martinière et Flammarion, Eden-Livres, qui travaille en relation avec des diffuseurs et distributeurs numériques, comme ePage et Immatériel. Eden-Livres (dont le président est Antoine Gallimard) offre une prestation de services aux éditeurs : c'est un entrepôt numérique avec web services. Il crée la relation technique entre distributeur et libraires.

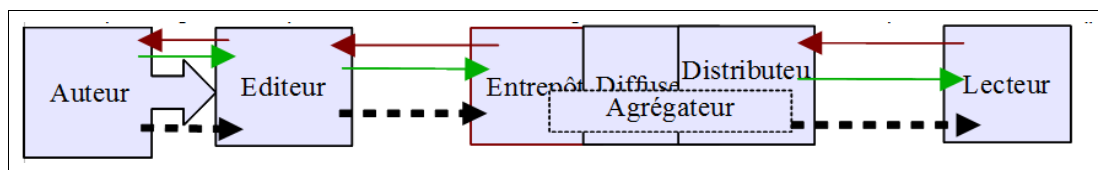


figure 3 : la chaîne du livre simplifiée par l'agrégation du point de vente au diffuseur-distributeur-entrepôt. Le libraire est l'entrepôt. La relation sociale entre le lecteur et le libraire est déstabilisée car le libraire n'est plus inscrit dans la cité. La **fig 3** montre la chaîne numérique où l'entrepôt s'agrège à la librairie en ligne. C'est le cas de Numilog, d'Amazon, de Cyberlibris, de Giant Chair, d'Orange, d'SFR, d'Apple Store, etc., qui vendent directement les livres confiés par les éditeurs. Numilog a créé un web service qui permet au libraire de s'alimenter (ex. Archambault, jelis.ca, et Relay.fr se fournissent chez Numilog mais recrachent vers leur chaîne de points de vente, bien développée). Les éditeurs qui font faire leur site par les agrégateurs ont besoin, malgré tous les web services de la société, d'une diffusion en librairie par ailleurs. Un partenariat entre Google et Giant Chair ouvre vers un accès global. Mais une API est souvent nécessaire vers les revendeurs : Amazon l'a bien compris. La librairie en ligne utilise sa place des marchés pour toucher tous les libraires et tous les éditeurs avec les revendeurs affiliés. Cette place des marchés fonctionne comme un aveu : on a besoin de diffuser largement, autrement dit, en s'ouvrant à la diversité.

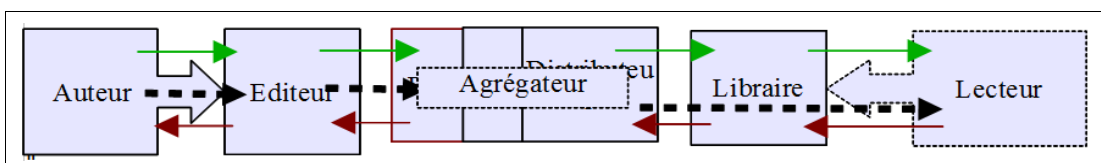


figure 3^{bis} : La librairie, et la relation sociale qui va avec, perdure néanmoins dans la place de marché des agrégateurs lorsque celui-ci passe des accords avec les libraires. Ce qui est de plus en plus le cas : Voir jelis.ca et Numilog. La relation sociale est en pointillés. La **fig 3^{bis}** montre que l'agrégateur et les libraires en ligne ont passé des accords. Le lecteur conserve une relation avec son libraire s'il est en ligne et s'il ouvre une micro librairie.

La **fig 4** que nous verrons dans la deuxième partie montrera que tout libraire peut passer un accord avec les blogueurs pour ouvrir une place des marchés, que cela introduit une relation nouvelle avec sa clientèle, que cela développe sa clientèle en ligne et en ville.

Remarque : Par lecteur, on entend le lecteur individuel comme les bibliothèques

qui est aussi diffuseur, dépend du libraire. Cela signifie que la chaîne ne se modifie pas. La seule différence consiste dans le fait que c'est lui qui stocke le fichier, pas le libraire. Mais le libraire perçoit la rémunération du fichier, et donne l'ordre de sa transmission au lecteur (voir encadré, et fig. 4 p.33).

Forts de ces évolutions, certains éditeurs français (Gallimard, La Martinière-Le Seuil et Flammarion) et québécois (notamment ceux qui font partie de l'Association Nationale des Éditeurs de Livres, le SNE québécois) se sont donc associés pour un entrepôt commun, Eden-Livres⁶⁰. Cette plate-forme de distribution et de diffusion numérique est conçue par De Marque, société de services parascolaires canadienne, et conduite par Clément Laberge depuis fin 2008. Ce jeune Québécois a dirigé le pôle de développement numérique chez Editis jusqu'à 2008, et la plate-forme est sensiblement la même. Eden-Livres vise à passer des accords avec les systèmes de diffusion et de distribution, comme E-Pagine, Leki, Immatériel et autres vers les libraires connectés. Elle garantit aux éditeurs la conservation de leurs fichiers puisque la plate-forme leur appartient, comme la Sodis ou Volumen. Les éditeurs reconstruisent là un système pyramidal de diffusion-distribution qui a fait leur fortune au cours du siècle précédent. Espérons que ce calque se décale légèrement pour créer de la nouveauté, et qu'il vive.

En outre, les distributeurs, comme Eden-Livres, proposent aux éditeurs de développer des fonctions web pour fidéliser leur clientèle. C'est le cas d'Immatériel et de Giant Chair. Ces diffuseurs numériques sont-ils dès lors des prestataires de services comme peut l'être un imprimeur-relieur ou un graphiste lorsqu'ils proposent développements édités sur les fichiers ? **Aujourd'hui, il est nécessaire de travailler ensemble à développer des fonctions et des services web adéquats aux livres que proposent les auteurs. Aux attentes des lecteurs. Néanmoins, si l'on peut travailler en confiance, il est bon de borner ses contrats. Les droits doivent être détenus par l'éditeur ou, lorsque c'est lui qui édite, par le fournisseur d'accès à Internet pour les besoins de l'auteur.**

1.3.3. Les libraires et le moteur de recherche

Pour vendre un livre, désormais, peut-on compter sans les moteurs de recherche ? Non, bien évidemment. La vente directe en ligne suppose un excellent référencement, on l'a vu. Cela implique-t-il que les moteurs de recherche soient aussi des agrégateurs⁶¹ ? Le poids de la recommandation (tags, liens, métadonnées) suscite des alliances économiques avec des partenaires puissants. Google passe des accords avec les librairies, qu'il géolocalise, avec les éditeurs dont il numérise les ouvrages qu'il diffuse. L'idée, très concrète puisqu'elle existe depuis trois ans, est de créer un lien entre le texte et la librairie où l'on peut le trouver. « Vis-à-vis des éditeurs, on offre un outil de marketing et de visibilité. Il est gratuit. Les éditions de l'Éclat ont mis deux cent-cinquante ou trois cents livres et ce référencement a été gratuit. On lui donne des rapports où il peut voir chaque mois le nombre des livres le plus consultés, les consultations de livres avec clic d'achat. Quand un utilisateur a vu quelques pages, on lui suggère de cliquer sur le lien de la maison d'édition où un certain nombre de liens libraire sont présentés (de type Fnac, Amazon ou de libraires de premier niveau). L'intérêt principal d'un éditeur est donc de pouvoir exposer son fonds et de voir concrètement les fruits que cela apporte. Il est intéressant, pour la Région Ile-de-France, de voir que l'on a dressé toute une cartographie des libraires locaux, avec une géolocalisation grâce

60 Ces informations sont regroupées dans les entretiens avec Hervé Foulon, président des éditions Hurtubise et de la librairie du Québec à Paris (qui représente donc en France l'ANEL, association nationale des éditeurs de livres), avec Vincent Piccolo, aux manettes du développement numérique du groupe La Martinière, et avec Patrick Gambache, du groupe Flammarion et du SNE, syndicat national de l'édition.

61 Un agrégateur est un service aux éditeurs qui permet de vendre le livre et le livrel directement au lecteur. Ex : Numilog, Giant Chair, Cyberlibris, Orange, SFR, Amazon, etc.

à Google Maps. C'est actif en France depuis trois ans. Il y a là un vrai enjeu pour les libraires, quel que soit leur taille. Même les grosses maisons de la presse, dont le rôle n'est pas négligeable, ont leur visibilité sur des outils comme Google Maps. C'est à eux d'être acteurs : nous avons un listing de base⁶². » C'est simple, c'est mondial, ça ne tue pas la librairie, ni l'édition. Pas sûr qu'il faille tout dédaigner sans une réflexion approfondie. Mais pas sûr non plus qu'il faille tout céder aux sirènes de la renommée. La renommée passe. Elle rend surtout service à celui qui la proclame, à savoir le moteur de recherche. Pour y parvenir, les moyens ne sont pas forcément philanthropiques. Cependant, l'écosystème est efficace.

La vente numérique en librairie suppose un achat numérique en librairie (borne d'achat) et chez soi (site marchand)⁶³. L'éditeur, comme le lecteur ont besoin des deux. La fonction de point de vente reste inchangée mais doit être plus dynamique en ligne de la part des libraires. Les points de vente se démultiplient et se complètent (Google l'a bien compris), la notion de territoire et d'engagement du libraire dans la cité se complète par une notion d'engagement dans son réseau de flux, nouveau territoire – comme c'est le cas pour Bibliosurf et quelques grandes libraires indépendantes (Decitre, Ombres blanches, Dialogues, Sauramps), ainsi que la Fnac.

1.3.4. L'abonnement

La vente peut aussi avoir lieu en amont par les soins d'un fournisseur d'accès à Internet (FAI). Or les fournisseurs d'accès à Internet (Orange, Free, SFR, Noos) ne sont pas des acteurs traditionnels de la chaîne du livre. Cela effraie la profession. « Ce sont des monstres froids, dont l'écosystème, efficace et hégémonique, balayera tout. Il ne faut pas être naïf, et je ne suis pas certain que la librairie réagisse assez vite », dit Jean-Pierre Arbon, pionnier de l'édition en ligne⁶⁴. En effet, comment payer un texte par un abonnement au téléphone ? Olivier Bomsel évoque le poids de la gratuité à propos des modèles économiques de la téléphonie – pour conclure que ce sont les abonnés au téléphone fixe qui payent les surcoûts de la téléphonie mobile, ce qui permet à l'abonné mobile d'avoir un portable à un euro.

Qu'en est-il pour le livre ? Quels droits pour l'auteur ? selon quels pourcentages ou quels forfaits ? à quel prix ? La valeur marchande du texte, de l'œuvre est dès lors donnée non pas en termes de nombre de pages, comme c'est le cas dans le livre imprimé, mais en termes de volume du catalogue – nouveau paradigme. c'est le catalogue qui donne de la valeur à l'auteur et au texte. Ce sont les fournisseurs d'accès, poursuit Jean-Pierre Arbon : « Il y a d'ailleurs un très bon communiqué du SNE, (...) sauf que les éditeurs pensent que c'est le Conseil constitutionnel qui accrédite l'idée que les grands vainqueurs sont les géants d'Internet alors que, pour moi, c'est la loi Hadopi elle-même qui le fait en refusant même d'en parler et d'envisager de les mettre à contribution⁶⁵. Partant de là, on ne s'intéresse plus [à ceux qui profitent] mais on essaie d'appliquer à la lettre un ancien système en disant que, finalement, quand le consommateur achète un livre ou un disque, une partie de ce qu'il débourse doit aller à l'auteur. Essayer de retrouver ce système ne marchera jamais ! »

Tout porte à croire qu'il faille vendre les livrels en bouquets thématiques ou sous forme d'abonnements, que cet abonnement soit chronologique, calendaire comme un magazine, ou global, en fonction d'un catalogue. Cyberlibris propose des bouquets thématiques avec Numilog. Publie.net

62 Philippe Colombet, directeur des partenariats en France, Google, entretien du 16 juin 2009.

63 Voir les entretiens avec Caroline Tachon et François Maillot, ainsi qu'avec Joël Faucillon, libraire-distributeur, Lekt.

64 Jean-Pierre Arbon, fondateur des éditions 00h00, entretien du 30 juin 2009.

65 Jean-Pierre Arbon, *Mais qui est Arbon ?*, <http://maisquiestarbon.over-blog.com/article-33032990.html>, billet du 29 juin 2009 (consulté le 15 septembre 2009).

propose un abonnement annuel pour l'ensemble de son catalogue, avec une diffusion par le biais d'Immatériel qui permet aux libraires de suggérer à sa clientèle ce type d'achat. Orange n'a pas encore commercialisé son *read and go*, que nous attendons, mais tout porte à croire que c'est le bouquet thématique et par éditeur qui va intéresser l'opérateur. C'est d'ailleurs déjà le cas avec la toute jeune maison d'édition de Jean-Charles Fitoussi, Smartnovel, qui propose des romans-feuilletons pour mobiles. Vente des bouquets et des abonnements en librairie, en amont en partie (pour les textes non encore édités), en aval en partie (pour les textes déjà édités, feuilletables, etc), mais en ligne. **Pour que le client achète ses bouquets et ses abonnements en librairie, il ne reste qu'à inciter les libraires à travailler leur présence en ligne et à conseiller des abonnements aux bibliothèques, ce qui génèreraient des bénéfices substantiels**⁶⁶. En effet, un bouquet peut être orchestré par un libraire, comme une vitrine qu'il organise en fonction de plusieurs catalogues existants chez un distributeur numérique ou pour tel ou tel de ses clients. Si le choix est donné par le seul éditeur, le risque n'est-il pas de voir des lecteurs assujettis à une seule offre ? comme un lecteur s'abonne à journal quotidien mais pas à l'hebdomadaire ou au mensuel concurrent ou complémentaire, qui lui donnerait pourtant une synthèse utile.

Se pose la question du prix unique. **Si un même texte est à la fois vendu sous forme d'abonnement par le biais d'une connexion Internet, sous forme de fichier par l'intermédiaire d'un point de vente, sous forme de don pour appâter le chaland en échange d'un contre-don qui est un achat (cinq textes pour le prix d'un⁶⁷, soit quatre textes donnés), ce texte est à la fois gratuit et payant. Il est commercialisé en fonction de plusieurs tarifs, à l'instar des journaux. Il n'a évidemment pas le même prix.** Olivier Bomsel explique en économiste cette notion de services⁶⁸, tandis que Milad Doueïhi y voit un équilibre futur entre le marché du numérique, basé sur ce système de don et de contre-don, et le marché de l'imprimé dont la stabilité est inébranlable, le papier étant support primordial de notre civilisation encore pour un moment⁶⁹.

* * *

La chaîne au sens où nous la connaissons se modifie, mais si nous y veillons elle se modifie avec les professionnels du livre. Transposer les habitudes du papier sur des marchés, sur des usages issus de la mobilité et de l'accès est possible si nous ne nous contentons pas d'un simple décalque terme à terme. Certes, le service reste identique. À chaque maillon de la chaîne, s'il y a des modifications de pratiques, liées à l'évolution du monde, les maillons peuvent demeurer. Mais pour cela, il importe que tous se mobilisent pour que le texte soit diffusé sous toutes les formes qui lui conviennent, et selon tous les points de vente susceptibles d'attirer des lecteurs, y compris les points de vente émanant des lecteurs eux-mêmes. Sans doute les libraires devront-ils envisager un point de vente en ligne en sus de leur point de vente électronique dans leur boutique. Sans doute devront-ils envisager de vendre non seulement des livres après que le client les aura chargés, mais aussi des abonnements à un catalogue, un bouquet, composé par leurs soins ou par celui de l'éditeur – avant même parution du texte.

Cela suppose une très grande confiance du lecteur, confiance qu'il faut gagner par un travail quotidien de services, d'attentions, d'engagements auprès de sa clientèle locale, que ce lieu soit le quartier, ou le réseau – autre territoire qui implique le libraire dans la cité, dans son quartier, dans sa rue, comme dans les relations sociales qu'il entretient avec ses clients. Le choix qui s'effectue en

66 Xavier Cazin, entretien.

67 Ou bien sous forme de subventions publiques pour une meilleure diffusion de la connaissance et des savoirs, comme le Cléo, des dons en écriture d'articles et de textes en échanges d'une reconnaissance publique, comme les revues littéraires ou scientifiques en ligne.

68 Olivier Bomsel, *op. cit.*

69 Milad Doueïhi, *op. cit.*

ligne n'est pas le même que dans une librairie, et l'effet de réseau ne joue pas sur les mêmes cordes. En librairie, on élargit le fonds, en ligne, on l'affine. En librairie, la présence est réelle, il s'agit juste de répondre. En ligne, elle s'élabore tout au long d'un travail de veille quotidien qui peut prendre plusieurs heures. En librairie, les relations sociales consistent à être aimable et accueillant, cultivé et lecteur. En ligne elles consistent à savoir écrire sur ce qu'on lit, à faire jouer le débat pour attirer les commentaires et les liens. **Se placer sur les deux tableaux signifie d'abord comprendre le Net pour l'appréhender. À ce titre, des formations ou un développement de compétences sous forme de place des métiers sont à envisager.**

La fragmentation de la lecture comme celle de l'écriture a toujours eu lieu. La continuité de la lecture n'a jamais existé. Comme celle de l'écriture. L'œuvre peut être aujourd'hui continue, disponible en streaming, mais chaque publication l'enclôt dans un format donné à un instant T (si l'on considère le livre comme un texte clos). Y compris le blog, y compris l'édition numérique, y compris le livre et l'article de journal. Fait nouveau, le flux permet de transformer à la volée cette œuvre close, et de l'inscrire dans une continuité de création et d'édition qui modifie la notion de livre vers quelque chose non seulement vivant, mais toujours mouvant, et non clos, aux nombreuses lignes de fuite. À la profession de rendre ce livre en réseau vivant économiquement.

Nous verrons que le référencement est un maillage commercial et social important, qui demande quelque culture numérique. Les réseaux sociaux sont au Net ce que l'entregent est à la notabilité. Mais ils impliquent des modes commerciaux différents, où valeur symbolique et valeur marchande ne sont plus sur le même plan.

2. Des réseaux qui donnent au texte une valeur

L'interdépendance qu'expriment les acteurs du numérique à travers l'accent porté sur les besoins d'autrui dans la chaîne ressort très nettement des entretiens (2.1). Volonté de ne pas dévoiler ses ultimes trouvailles ? ou plutôt, besoin de monter un marché neuf, pour un public moderne, contemporain, jeune, pour rallier des lecteurs – ou par besoin de fédérer les autres branches de la profession. On a affaire à une communauté de professionnels qui convergent vers l'émergence d'un marché du texte en ligne (2.2). Que l'on soit éditeur, distributeur, libraire ou lecteur, on lit. Ce que le Net met en avant, c'est la pluralité de compétences de chacun. Aussi la fonction devient-elle transversale, ou du moins permet-elle le tissage d'un réseau des modèles économiques qui se côtoient et des droits qui se partagent. La valeur du texte n'en est pas modifiée (2.3), elle se place toujours dans la recommandation, à la profession de s'impliquer en fonction des outils à disposition.

2.1. Le référencement et le lien

Le texte s'écrit, se lit, se transmet pour s'interpréter, être réutilisé, transformé, métamorphosé parfois en autre chose qui fait également sens. On écrit pour être lu autant que pour soi. L'écriture suppose au moins deux choses : un premier lecteur qui reçoit le texte pour le mettre en valeur, pour le diffuser ; les lecteurs – nombreux – qui reçoivent le texte pour lui-même et les perspectives qu'il offre. Vers d'autres textes, d'autres sujets, d'autres centres d'intérêts. Le lien entre l'auteur et ses lecteurs est multiple, mouvant. Aujourd'hui, lecteurs et auteurs ont la possibilité de se connaître, d'échanger courriers et billets, l'ordinateur étant le support d'écriture et de lecture pour l'un comme pour l'autre (écrivant cela, j'ai en tête les phrases entremêlées de Roger Chartier et d'Alberto Manguel : ce que j'ai lu se mélange et produit autre chose, que j'écris). Un réseau social se noue entre auteurs et lecteurs, c'est lui qui donne au livrel sa valeur. C'est lui qui aide au référencement du livrel parmi l'abondance des textes proposés en ligne. Le lecteur est un auteur qui s'ignore, puisque le texte qu'il lit est à chaque lecture interprété à nouveau. Il n'est rien sans l'auteur, et vice-versa. C'est lui qui permet la mémoire de la langue, quand l'auteur envisage sa transmission. Le lien est fort entre l'auteur et le lecteur.

2.1.1. Écrire en ligne : l'auteur et le lien

Blog, journal, correspondance, œuvre littéraire ou essai scientifique, article de dictionnaire, cours en ligne, formation à distance, ou forum pratique. « Tout cela c'est écrire comme on l'a toujours fait », dit François Bon... Et en même temps c'est autre chose, qui est de s'inscrire dans la modernité – et François Bon le sait bien. C'est un autre type d'écriture parce qu'il y a le lien hypertexte qui augmente les possibilités du texte jusqu'à lui offrir la puissance du flux. Pourquoi le web est-il un flux ? C'est le lien hypertexte, et la vitesse qui le sous-tend, qui donne à la Toile son

aspect sans cesse mouvant, sa vie continuelle, dense, souple et tendue, rapide et vaste. Le lien confère au flux son aspect continu, liquide, et l'oriente. « Quand j'ai vu, à la BPI, sur un ordinateur en libre accès, ces mots bleus soulignés d'un trait bleu, sur lesquels on était invité à cliquer, et qui emmenaient sur une autre page, vers d'autres sites afin de montrer une relation, un lien qui s'établissait ainsi avec eux, j'ai compris que quelque chose d'extraordinaire était en train de se passer. J'ai eu l'impression que des possibilités inouïes allaient s'ouvrir pour les textes. Tout de suite après, j'ai créé Zazieweb⁷⁰, en 1996. On découvrait quelque chose d'inexploré. C'était un peu comme de marcher sur la Lune⁷¹. » On surfe sur le Net, on nage d'une page à l'autre, d'un réseau à un autre, d'île en île parfois, mené par les liens qui prennent par la main ou le bout du nez, emporté. On découvre, on lit, on écoute, on regarde. On intervient, on clique, on écrit, on participe. On perçoit un peu du monde des autres, qui parfois se recoupe avec le sien, et une communauté se crée. On dialogue, on s'appelle – les plus jeunes l'ont compris, qui s'envoient des vidéos, des blagues⁷²... Le lien crée un partage, un mouvement du flux. En ligne, l'auteur écrit rarement seul. Quand c'est le cas, il jette des liens vers d'autres sites d'écrivains, vers d'autres artistes qui leur amènent prise de son ou musique, vidéo ou film, photos ou peintures. **Les auteurs qui écrivent en ligne ont besoin d'éditeurs, avec l'image, avec le son, avec le lien – des éditeurs scolaires, des éditeurs qui lisent, qui entendent, qui voient, qui partagent.**

François Bon⁷³ est de ceux-là, qui a décidé de franchir le pas. Il a monté une coopérative d'auteurs qui éditent des textes. Publie.net est né en novembre 2007. Aujourd'hui, septembre 2009, 250 titres au catalogue, disponibles pour tablettes et smartphones selon les textes.

2.1.2. Les réseaux sociaux et la valeur du livre

Chacun éprouve le besoin d'être lié aux autres. Ce principe social de l'humanité rencontre avec les réseaux un effet démultiplicateur autant que cathartique de sociétés individualistes : d'où l'importance des réseaux et des communautés. Des réseaux sociaux se créent qui organisent jeux et espaces, mais surtout qui proposent des fils pour que chacun tisse dans son coin, perdu au monde, sa toile. Le réseau social du Web n'est que le reflet de ce que les usagers en font. C'est un plateau de danse sur lequel on va, tourne, surfe et entraîne son cavalier, sa cavalière, les membres de la communauté avec qui l'on partage des idées ou des goûts. L'écran d'ordinateur induit une projection de son bureau vers l'extérieur. On éprouve le besoin de faire connaître son travail quand on voit celui des autres, on a besoin de communiquer, on peut enfin aller à la rencontre de l'autre, qui connaît tel sujet qu'on connaît mal, qui vit ailleurs, etc.

L'idée même du jugement par l'autre disparaît devant la multitude des communautés qu'engendrent les possibilités du réseau des réseaux. L'entraide vient immédiatement. Ainsi, débutants en informatique, aucun orgueil à ne pas savoir, pas de perte de face non plus. Les coups

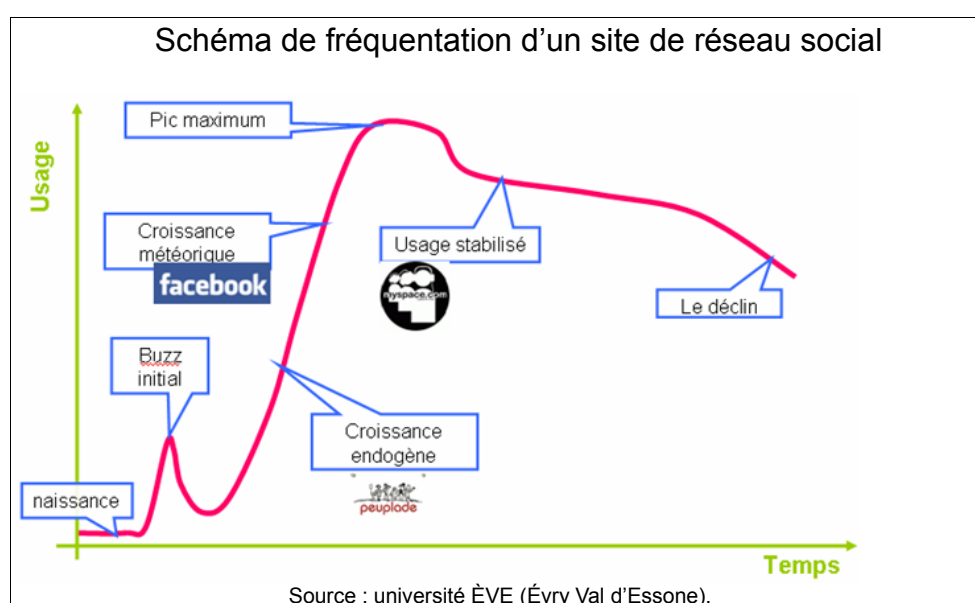
70 Première communauté de lecteurs, construite pour un service public, qui a fermé le 18 septembre 2009 faute de reconnaissance institutionnelle et du soutien correspondant.

71 Isabelle Aveline, *L'Internet littéraire francophone*, colloque organisé par Alexandre Gefen et Patrick Rebollar, Cerisy, août 2005.

72 *Médiamétrie*, dans « Les Français fidèles aux sites communautaires », indique que « les internautes inscrits sur un site communautaire sont majoritairement jeunes même si cette particularité tend à s'estomper. Les moins de 35 ans représentent aujourd'hui près des 2/3 des inscrits (62,9%) alors qu'ils représentent à peine la moitié (45,8%) des internautes ; ceci est encore plus marqué auprès des 16-24 ans (29,2% des inscrits alors qu'ils représentent 18,1% des internautes) et dans une moindre mesure des 25-34 ans (25,3% pour 19% des internautes) ». 18 août 2009, <http://www.mediametrie.fr/comportements/communiques/les-francais-fideles-aux-sites-communautaires.php?id=122>, consulté le 14 septembre 2009.

73 Lire à ce sujet, « Ceci est-il un livre ? », un exemple de livre étendu, comme les appelle Bob Stein, et une définition du livre, en ligne sur *Le Tiers Livre* : <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1850> ainsi que le débat qui en découle sur le blog de Virginie Clayssen, *TeXtes*, <http://www.archicampus.net/wordpress/?p=457> (blogs consultés le 14 septembre 2009).

de main, les tuyaux, les infos s'échangent en permanence. Twitter, par exemple, ne fonctionne que comme ça : 140 caractères, une URL, et l'info ciblée, celle du réseau que l'on a choisi de se constituer en fonction de sa profession ou de ses intérêts, est sous les yeux. Delicious aussi : un tag, mot-corrélat, qui résume le texte qu'on souhaite archiver et le voilà relié à un autre texte, celui d'un inconnu, qui s'intéresse aux mêmes sujets. Les textes donnent l'impression de se référer à un monde familier – ou à un autre que l'on découvre. L'inconnu devient peut-être un correspondant assidu, pose des commentaires sur les blogs connus. Un jour peut-être le rencontrera-t-on et l'on se dira, comme François Rastier « Tiens, je ne vous voyais pas comme ça. Il y a un côté projectif à explorer⁷⁴ ». Le web ressemble à s'y méprendre à une succession de plateaux (les communautés), reliés les uns aux autres par de multiples fils (les internautes). Sur ces plateaux, constitués en un rhizome multiple et infini, chacun apporte sa contribution, et vient consolider la toile, le réseau des réseaux. Rendre culturels ces usages réticulaires permet, *a minima*, de comprendre les enjeux de l'économie de l'accès – notamment l'effet d'usure d'un réseau et les paliers qu'il franchit – et de les



appréhender.

Chaque producteur d'application a compris l'effet de mode, l'usure qui peut advenir à un réseau. Il doit développer des accords pour des applications. Facebook n'est déjà plus rien s'il n'est pas interconnecté avec Twitter et FriendFeed. Slide Share, site de partage de diapositives de présentation multimédia, propose d'incorporer un code dans n'importe quel blog qui va chercher les flux déposés sur sa plate-forme. Google Map, You Tube, etc, font la même chose. On ne peut déposer de contenu sur une plate-forme sans que celui-ci soit transférable. Les briques disparates sont autant de logiciels qui composent le réseau, logiciels propriétaires ou libres, autant d'applications, de services et de marchés qui s'organisent les uns en fonction des autres, qui dépendent tous les uns des autres. Si une brique manque, telle une vidéo qui sera sur un blog mais pas sur Daily Motion, le flux passe moins bien, la vidéo est moins visionnée que si elle se trouve dans l'écosystème du blog, et dans l'écosystème de Daily Motion. Il faut donc rajouter la brique de la plate-forme vidéo au blog pour que la construction soit vue. Le fonctionnement général répond aux principes de l'écorché anatomique : étaler ce qui était caché en conservant les liens. Pour cela externaliser au maximum ce qui était à l'intérieur et faire en sorte d'en multiplier les points de vue

74 François Rastier, voir le site et la revue *Texto !*, www.texto.fr, Séminaire sur la sémantique des textes et les ontologies de mars 2006 (site consulté le 14 septembre 2009)

et donc les accès. Du sordide émerge le sublime. Ce qui est dit relève, certes, parfois de l'intimité, suivant en cela le principe du fonctionnement des réseaux. Mais le morcellement des interventions de chacun, lié à la multiplicité des accès rend compte d'une nouvelle physiologie du texte et de ses avatars.

La chaîne numérique du livre doit emprunter les mêmes principes afin que les interventions s'imbriquent rapidement :

- agrégation des librairies à l'écosystème du Net,
- publication d'une offre éditoriale dynamique, valable en ligne,
- travail complémentaire et non pas concurrentiel.

Parce que, pour que la chaîne éditoriale tienne, il faut que chacun apporte sa brique, sans frein concurrentiel, mais avec l'idée d'une complémentarité essentielle à l'avenir de nos cultures, de notre culture. À côté de l'accès, l'économie qui se dessine est contributive, comme l'analyse Bernard Stiegler. Un site compagnon ne remplit plus les attentes et les usages s'il est forclos. Le réseau induit l'ouverture de la concurrence à la complémentarité. Pour faire vivre ma librairie, je fais vivre mon site, pour faire vivre mon site, j'interagis avec d'autres libraires, d'autres distributeurs-diffuseurs, ou d'autres éditeurs, d'autres auteurs. Cette complémentarité crée un rhizome, qui est seul à pouvoir donner de la vitesse et propulser ce qui fait le cœur de mon métier sur le devant de la scène⁷⁵. Christian Fauré évoque « les économistes [qui] parlent d'externalités pour désigner les effets secondaires d'une activité de production ou de consommation qui ne s'accompagne pas d'une transaction ou d'une contrepartie marchande. L'effet de réseau, ou externalité d'adoption, désigne le phénomène où la valeur accordée à un service croît proportionnellement au nombre d'utilisateurs de ce service⁷⁶ ». Par conséquent, la valeur accordée au livre croît en fonction du nombre des lecteurs. Pour donner de la valeur au livre, il faut le faire connaître. En ligne, cette tâche est ardue. Elle nécessite un référencement sans faille. 2.1.3. Le référencement : du local au global

Une page non visible n'existe pas sur le web. Par conséquent, le fer de lance du commerce en ligne, de l'accès, c'est le référencement. Par le système d'applications décrit ci-dessus, il faut rendre sa page visible, son site vivant, son commerce, son industrie ou son texte économiquement viable.

Le référencement permet au texte d'être visible sur un réseau. C'est le lien qui dessine le chemin du réseau au texte. Et ce sont les mots-clés, ou tags, qui organisent les directions à prendre pour arriver jusqu'au texte. Ainsi les métadonnées doivent-elles recouper des mots susceptibles d'être compréhensibles par tous, y compris par le plus grand nombre. Pas de sous-entendus. Pas de mots à double-sens. À côté des mots-clés de l'en-tête du code HTML, l'éditeur doit organiser un référencement sous forme de tags (folksonomies⁷⁷), notamment dans les sites d'indexation ou de micro-commentaires – Delicious, Twitter, etc – en sorte d'agréger un public vers sa production. Le texte de présentation, premier pointeur, puisque c'est lui qui est visible sur les moteurs de recherche, ne saurait suffire à attirer un public souvent déjà constitué sur le réseau parce que présentant une communauté d'idées.

Le deuxième pointeur est le texte lui-même, ou son auteur. Entendez par là qu'un auteur connu, qu'un bon texte aura plus de chances de se trouver sur les premières pages (les *Page rank*) du

75 C'est le principe même de Google.

76 B. Stiegler, A. Giffard et C. Fauré, *Pour en finir avec la décroissance*, op. cit., p. 231.

77 La folksonomie est une ontologie sociale, qui fonctionne comme un référencement ascendant (de l'utilisateur vers le réseau). À l'inverse, le web 3.0 imposera, nous promet-il, des ontologies descendantes et appliquées à tous, c'est-à-dire à personne en particulier.

principal moteur de recherche qu'un autre. La valeur du texte est donnée par le texte lui-même. Un auteur, en ligne, est suivi par une communauté qui l'apprécie. Idem pour le texte. Peu importe le nombre de suiveurs (*followers*), il suffit que la niche soit au complet, ou que les prescripteurs de cette niche soit séduits par ce texte ou cet auteur pour que le *buzz* s'organise. C'est ainsi que les liens qui pointent vers ce texte se multiplient, avec les tags ou mots-corrélats correspondants. Le référencement s'organise donc d'abord par un bon texte, un bon référencement, des liens et du réseau. Jusqu'ici, c'est la même chose que dans l'industrie éditoriale.

Sauf que, l'échelle n'étant pas tout à fait comparable, les pratiques diffèrent. Sur le Net, on privilégie des communautés de niche. Elles sont profondes car leur présence est visible dans le monde entier lorsqu'elles sont relayées par des professionnels comme par des amateurs. Mon site touche donc le public d'un *quartier* à la thématique précise, mais vaste comme le monde, *global*. Bibliosurf, libraire en ligne qui s'est spécialisé dans le roman noir fonde son économie là-dessus. Son fonds fait venir une première communauté, ciblée, qui fait immédiatement vivre le site. « Le chiffre d'affaires de Bibliosurf est de 5 000 € (par mois) au minimum. Avec la perspective de 8 000 € en septembre, puis 13 ou 14 000 en décembre. Sur un an, il faut que j'arrive à dégager 50 000 €. J'ai aujourd'hui 160 à 180 clients par mois. Il y a des commandes tous les jours, mais rarement plus d'une ou deux. C'est donc difficile. Les ventes génèrent 1 000 € de bénéfice chaque mois, sur lequel je me rémunère. Si on monte à 10 000 € de chiffre d'affaire par mois, ce sera bien⁷⁸. » Dès lors, il pourra ouvrir son catalogue à d'autres types de livres. Pour cela, d'autres libraires doivent travailler de la même façon que Bibliosurf, en ligne, avec un référencement et un service parfaits. En ville, si le service est le même, les pratiques sont inverses : on privilégie un public général pour toucher le plus grand nombre de curiosités dans un petit quartier, *local*. Le libraire du quartier étend sa surface de vente afin de diversifier son catalogue pour augmenter sa clientèle. Au bout du compte les toutes petites librairies de quartier et Bibliosurf ont un chiffre d'affaires équivalent, ainsi que des difficultés chroniques liées au petit commerce en France. Prendre le livrel comme un service supplémentaire pour ouvrir sa clientèle permet au libraire et à l'éditeur de diversifier son public tout en faisant revivre des marchés de niche – dans l'idéal. Mais il faut savoir le faire correctement. Bernard Strainchamps insiste sur le fait qu'**un libraire ne se sert pas des compétences d'un bibliothécaire pour organiser l'offre, pourtant c'est bien l'indexation et le catalogage qui font que le client trouve ce qu'il vient chercher en librairie**⁷⁹. De même les bibliothèques devraient pouvoir travailler davantage leurs rayons pour faire remonter le fonds, par exemple. On retrouve aussi les préoccupations d'Hervé Bienvault à propos de l'organisation du marché de la nouveauté. **Donc engager des personnes compétentes, ou adapter les formations à ce renouvellement de pratiques.**

Google applique les deux stratégies, en faisant du *glocal*. Chaque requête vise une niche, mais elle atteint plusieurs milliers de pages qui contiennent le mot-clé correspondant. Asseoir un partenariat avec Google consiste à voir son site dans les *Page rank* à chaque requête, si fine ou si large soit-elle. « Vis-à-vis des éditeurs, on offre un outil de marketing et de visibilité. Il est gratuit. » Est-ce une des raisons pour lesquelles la BnF a finalement cédé aux sirènes de la numérisation pour Europeana ? « Les Éditions de l'Éclat ont mis deux cent-cinquante ou trois cents livres et ce référencement a été gratuit. On donne à l'éditeur des rapports mensuels sur le nombre des livres le plus consultés, les consultations de livres avec clic d'achat. Quand un utilisateur a vu quelques pages, on lui suggère de cliquer sur le lien de la maison d'édition où un certain nombre de liens libraires sont présentés (de type Fnac, Amazon ou de libraires de premier niveau). L'intérêt principal d'un éditeur est donc de pouvoir exposer son fonds et de voir concrètement les fruits que

78 Bernard Strainchamps, fondateur de la librairie Bibliosurf, entretien du 28 avril 2009.

79 Bernard Strainchamps, *ibid.*

cela apporte. (...) Ce qui m'émerveille, c'est que le Net propose des partenariats qui reposent sur la gratuité. Les deux intérêts sont évidemment différents, mais ils convergent. L'éditeur, comme le libraire, a besoin d'être visible. Google a besoin de contenus⁸⁰. » Le modèle économique de Google est basé sur la gratuité. Google sera-t-il un jour le plus grand distributeur au monde⁸¹ ? La distribution gratuite pour les libraires et les éditeurs ne coûtera rien de plus au lecteur lorsqu'il achètera son livre ou son livrel. Mais Google percevra un rien, qui est du trafic, du mouvement sur des mots-clés. Et un rien, c'est déjà quelque chose. Il donne davantage à chacun de ce qu'il en reçoit. Et le peu qu'il reçoit de tous lui donne un tout supérieur à ce que chacun percevait, et qui parvient à financer 20 000 salariés à travers le monde. Ces mots-clés, c'est Adwords. Ce modèle de don et de contre-don fonctionne tant que la valeur du contre-don est supérieure au don. Je fais une requête à Google, il me contre-donne l'accès et le choix à une série de réponses. Tant que Google est efficace dans les réponses aux requêtes, dans la précision et la pertinence, il est perçu comme un interlocuteur indépassable. **Dès lors qu'éditeur, bibliothécaire et libraire réunis font mieux, plus vite, sans faute et avec une offre gratuite – telle la collection Zones, des éditions de la Découverte, elle-même inspirée des Lybers des éditions de l'Éclat –, le contre-don se tournera en leur faveur.** Zones, collection conduite par Hugues Jallon, offre une lecture en ligne d'un texte identique à celui qui est imprimé dans le livre papier, permet des tirages moyens à 4 000 exemplaires quand la moyenne de ce type de livres est habituellement de 2 000 à 3 000 exemplaires. Laureli, collection des éditions Léo Scheer conduite par Laure Limongi, parvient à lancer en librairie des textes difficiles grâce à un travail en réseau extrêmement efficace.

2.2. Modèles économiques en réseaux

En ville, les relations commerciales et culturelles sont avant tout sociales. En ligne, les relations sociales se mettent en place par le biais de réseaux. Les comprendre, les travailler, les affiner permet de connaître un marché basé sur l'accès. Pour cela trois modèles sont actuellement expérimentés, un modèle payant, un modèle gratuit, et un modèle qu'on peut qualifier de mixte. Les modèles payants d'aujourd'hui, souvent verrouillés par des verrous électroniques, ou DRM, et pas forcément bien structurés ressemblent à une invitation à faire mieux soi-même. Autrement dit à télécharger. À croire que les éditeurs n'ont pas senti encore à quel point nous changeons d'économie.

2.2.1. Modèle payant et téléchargement illégal

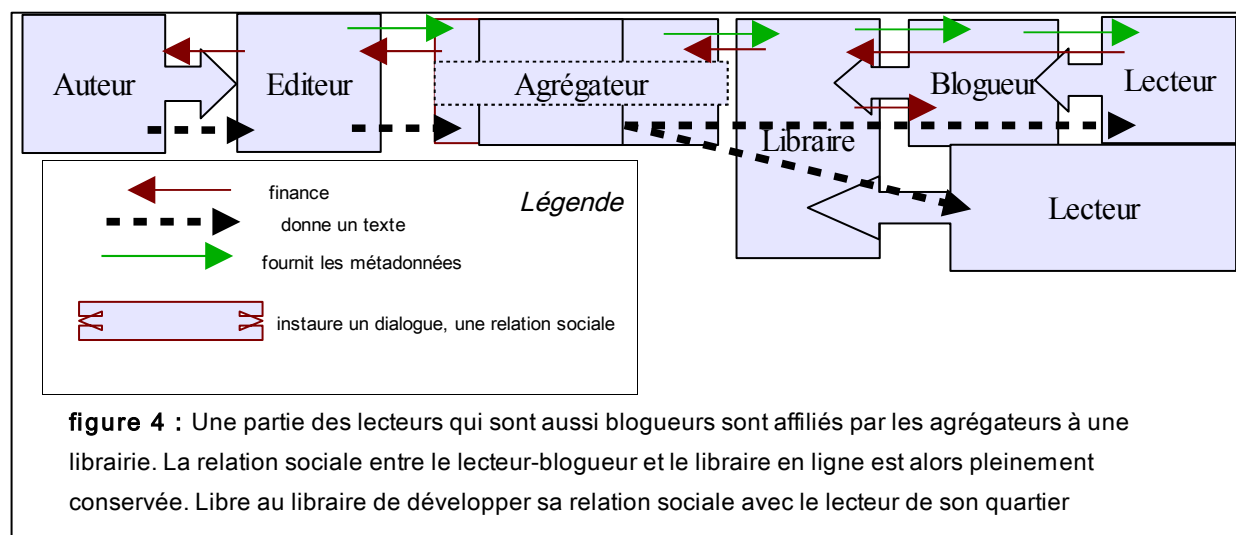
On connaît le marché du livre imprimé, basé sur une offre forte, et une demande aléatoire, comme dans tout marché culturel. Pour vendre des livres, comme pour vendre tout bien culturel, il s'agit de connaître son secteur, de connaître sa clientèle et de faire un travail de recommandation efficace. En France, le livre a ceci de particulier : il est au même prix partout, plus ou moins 5 %. Les éditeurs ont leur service de presse pour inciter les journalistes à critiquer les nouveautés, en espérant que la presse fasse vendre. Les libraires ne s'y trompent pas, qui écrivent des courtes critiques sur chaque livre lu, qui mettent en avant quelques titres sur des tables et organisent des lectures, voire des rencontres entre les auteurs et le public. Il ne s'agit pas seulement d'éditer un livre, il faut avoir un talent pour le vendre (aux agents littéraires pour des traductions, aux journalistes, aux libraires importants). C'est vrai pour le livre imprimé. Mais pour le livre numérique, ou livrel ? Il semble

80 Philippe Colombet, en charge du Développement des partenariats Google Recherche de Livres, entretien du 16 juin 2009.

81 C'est ce que semble craindre l'actuel ministre de la Culture, Frédéric Mitterrand. Dans un article du journal *Le Monde*, Alain Beuve-Méry précise : « L'entreprise américaine [...] entend désormais commercialiser [les œuvres] alors que plus de la moitié sont protégées par le droit d'auteur. » Frédéric Mitterrand rappelle que « la numérisation de tous les patrimoines doit se faire dans une garantie d'indépendance nationale absolue et de protection des droits d'auteur absolue. » Il indique que « l'État va mettre en œuvre des investissements très importants dans le cadre de l'emprunt national qui sera bientôt lancé ». *Le Monde* daté du mardi 1^{er} septembre 2009.

qu'aux États-Unis le classique système de vente par le biais d'une librairie en ligne et des sites web des éditeurs fonctionne. Le chiffre d'affaire des ventes de livrels est même passé de 11 millions 600 000 dollars à 37 millions 600 000 dollars entre le deuxième trimestre 2008 et le deuxième trimestre 2009 ; il a donc plus que triplé en un an⁸². Le marché semble là, avec des acteurs et des chiffres dont la progression pèse. Au fond, qu'est-ce qui change ? On vendait des livres, on vendra des livrels. On fera donc le même travail. Certes, mais quelles sont les habitudes, ou plutôt les usages, pour ne pas dire les mœurs, des internautes ? Eh bien, les « numériciens », comme les nomme Milad Doueïhi, les utilisateurs préfèrent parfois s'offrir les biens culturels sans bourse délier. Non pas qu'ils ne lisent pas, qu'ils n'écoutent pas de musique, qu'ils ne regardent pas de films ni ne vont au théâtre, mais ils préfèrent que cette **offre culturelle** – qui ne se possède qu'à condition de la bien maîtriser – soit **offerte en partage. Entendez par là qu'elle soit gratuite à condition qu'on puisse participer soit en y laissant commentaires critiques, soit embryons de création, bref en dialoguant avec l'auteur.** Si possible. Alors comment faire ? rémunérer les travaux de l'éditeur, du webmaster, de l'auteur et du graphiste par la publicité ? C'est envisageable mais insuffisant. Vendre via les sites libraires et les moteurs de recherche, les opérateurs téléphoniques et les maisons mères ? Pourquoi pas ? **Proposer la vente de bouquets comme les chaînes satellites, comme on l'a évoqué plus haut ?** C'est ce qu'envisagent quatre des éditeurs interrogés : Marc Minon, de Cairn, Jean-Pierre Arbon, de 00h00, Malo Girod de L'Ain, de M21-FYP, Yannick Dehée, de Nouveau Monde, et Liesbeth Passot, à cheval entre sa structure éditoriale et la direction des contenus éditoriaux chez Orange⁸³. C'est ce que pratique avec succès un éditeur, Publie.net⁸⁴ par le biais de son diffuseur, Immatériel. Immatériel passe par les services d'ePage, succursale de Tite-Live, pour augmenter les chances de vendre des livrels en librairie. « L'abonnement est vendu aux bibliothèques ou aux particuliers via les libraires⁸⁵. » Quant à lui, Cairn, portail de revues en ligne, arrive à dégager des bénéfices au bout de cinq ans d'abonnements en bibliothèque, sous formes de licence.

Cette vente en amont est possible à tous les étages de la chaîne du livre, si les libraires acceptent ce mode de commercialisation.



82 Chiffres de l'IDPF parus en juillet 2009, http://www.idpf.org/doc_library/industrystats.htm (consulté le 14 septembre 2009).

83 Voir les **entretiens en ligne** sur <http://www.lemotif.fr> et leurs **synthèses** en annexe I de ce livre blanc.

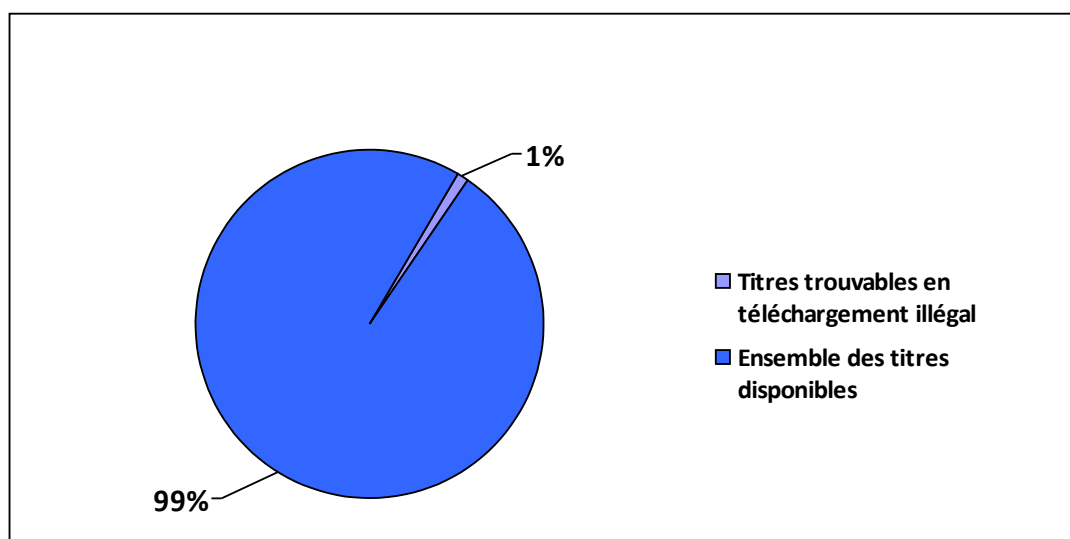
84 Voir l'article de François Bon « L'abonnement, un changement de concept », *Le Tiers Livre*, 30 juin 2009. <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1826> (consulté le 14 septembre 2009).

85 Xavier Cazin, diffuseur numérique, Immatériel, entretien du 27 avril 2009.

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

Dans le cas contraire, il y a fort à parier que les lecteurs se passeront aisément des services de leur libraire préféré. On peut se référer, pour mémoire, à l'expérience des commerces de disques. Déjà fragilisés par l'absence d'une loi Lang qui les eût protégés, les disquaires encore viables dans les années 1990 ont été balayés par la vague de téléchargement en masse. L'étude commanditée par le Motif sur les téléchargements de livres ne révèle pas de chiffres alarmants, puisque sur les 500 000 livres disponibles, le téléchargement n'atteint aujourd'hui qu'1 % des livres.

	Estimation du nombre de titres téléchargés	Nombre de titres disponibles en offre légale	% des titres piratés
livres tous secteurs	4 000-6 000	500 000	0,8 % - 1,2 %



Soit un total d'environ **3 700 à 4 800 titres différents de livres francophones, et 4 000 à 6 000 en cumulant livres et BD**, ce qui est très faible au regard du nombre de titres disponibles. Il est à noter que ces chiffres ne sont que des évaluations et doivent être pris avec la plus grande des prudenances. Il est à noter qu'au moins la moitié des fichiers disponibles ne sont que difficilement accessibles, car peu partagés par les internautes (entre 0 et 1 source en peer to peer). C'est donc un taux de piratage résiduel dans un secteur qui n'a pas encore connu la numérisation. Ce taux va progresser avec la mise à disposition de livrels au format numériques, dont plus aisément piratables.

Néanmoins, l'étude précise qu'un livre téléchargé n'est pas une vente perdue. C'est le cas des éditions de l'Éclat qui, grâce au téléchargement gratuit, a pu rééditer *De la gratuité*, de Louis Sagot-Duvaroux, 10 ans après l'édition originale. Le téléchargement illégal se faisant par bouquets, l'internaute ne prend qu'une part infime de ce qu'il charge, chargement pourtant comptabilisé parmi la proportion établie. Le reste n'est pas conservé. Ce mode de chargement augmentera proportionnellement aux contraintes des lois récemment votées (Hadopi 1 et 2). Par conséquent, une adaptation des professionnels aux usages des jeunes générations est indispensable à la survie du détaillant. François Maillot rappelle d'ailleurs que la vente en ligne des livres imprimés, celle qu'Amazon et les autres libraires en ligne, « qui atteint aujourd'hui 5% de part commerciale ferait

s'écrouler le commerce traditionnel si elle atteignait seulement 15%⁸⁶ ». Tout porte à croire que les livrels, une fois disponibles, seront en effet plus aisés à charger sans frais. Aussi, il faut anticiper l'usage, contrairement aux producteurs de disques. Baisser le prix des livres, **se constituer en réseaux, vendre en bouquets par le biais d'un site de niche** (avec distributeur en marque blanche par exemple), **et référencer les ouvrages en ligne pour mieux abonner ses clients à tel ou tel bouquet, voire à telles futures parutions comme pour les magazines, en fonction des goûts du client, en fonction du catalogue fonds et nouveautés de la librairie. Il s'agit de repenser son métier non pas en termes de produit culturel, mais de services à offrir pour vendre ce produit culturel... Dans cette optique, une sensibilisation à ces questions suivie pour les libraires intéressés de formations plus spécifiques faciliterait la mise en place de ces réseaux.** Cela n'empêche évidemment pas la vente de ces mêmes ouvrages numériques en librairie, ni la vente d'ouvrages imprimés du même auteur qui publie des livres et des livrels. Ce n'est d'ailleurs que s'il construit un site correctement, que s'il repense sa profession en fonction de ces nouveaux usages qu'un libraire pourra continuer à vivre du commerce des livres, comme des livrels, et de leur conversation. C'est une condition *sine qua non* de la survie de la librairie⁸⁷.

2.2.2. Le don et le contre-don

Un autre modèle, gratuit, a fait son apparition. Naturellement, son succès, en termes d'usages, est immédiat. « La génération des moins de 20 ans, celle qui est née avec Internet, sont des étudiants. Ils vont lire la presse, écouter de la musique et chercher les références littéraires dont ils ont besoin sur Internet gratuitement. Ce n'est même pas la peine d'essayer qu'ils fassent autrement ; ils sont nés dans ce bain, ils respirent Internet. Cela ne vaut vraiment pas la peine de leur demander de se déplacer pour écouter un CD, par exemple. Cela n'a pas de sens pour eux⁸⁸. » Ce modèle est basé sur l'échange, le partage et le don, contre-don. Le web est utopiste parfois. D'emblée les pionniers ont vu le Net comme une bibliothèque universelle, plurilingue, infinie.

En 1971, le Gutenberg Project voit le jour grâce au soutien financier de l'université d'Illinois qui verse quelques millions de dollars pour investissement à l'étudiant Michael Hart⁸⁹. L'objectif consiste à mettre à disposition du monde les textes fondamentaux de la culture occidentale, d'abord anglophone, puis très vite, germanophone, francophone, hispanophone, etc. Dès 1995, émerge du néant l'Association des Bibliophiles Universels, Athéna, la bibliothèque électronique de Lisieux conduite par Olivier Bogros depuis la bibliothèque qui l'emploie, autant de projets d'amateurs. Quelques institutions prennent aussi ce chemin, la Bibliothèque nationale avec Gallica, l'université avec Frantext (à peu près contemporain au Gutenberg Projet et soutenu par le gouvernement), l'Atilf et l'Inria... Puis Revues.org en 1999, Fabula.org en 1998, deux sites fondamentaux pour la recherche universitaire construits par deux étudiants *sans un sou* à ce moment-là, sans soutien

86 Caroline Tachon, François Maillot, respectivement distributeur et libraire, Dilicom et La Procure, tous deux membres d'Alire, entretien du 24 juin 2009. Après vérification, les chiffres de ventes de livres imprimés en ligne atteignent 6% en 2008 contre 5% en 2007 (sources SNE).

87 Sur ce sujet, voir aussi ce qu'en dit François Bon, « La Santé de Mélico, de l'art d'être libraire en période sismique », *Le Tiers Livre*, 5 juillet 2009.

88 Jean-Pierre Arbon, entretien du 30 juin 2009.

89 « Alors étudiant à l'Université d'Illinois (États-Unis), Michael Hart se voit attribuer quelques millions de dollars de «temps machine» dans le laboratoire informatique (*Materials Research Lab*) de son université. Le 4 juillet 1971, jour de la fête nationale, il saisit *The United States Declaration of Independence* (Déclaration de l'indépendance des États-Unis, signée le 4 juillet 1776) sur le clavier de son ordinateur. En caractères majuscules, puisque les caractères minuscules n'existent pas encore. Le texte électronique représente 5 Ko (kilo-octets). Mais l'envoi d'un fichier de 5 Ko à la centaine de personnes que représente le réseau de l'époque aurait fait implorer celui-ci, la bande passante étant infime. Michael diffuse donc un message indiquant où le texte est stocké – sans lien hypertexte toutefois, puisque le web ne voit le jour que vingt ans après – suite à quoi le fichier est téléchargé par six personnes. » Marie Lebert, *Une brève histoire de l'e-book, op. cit.*, p. 5.

institutionnel immédiat, respectivement Marin Dacos et Alexandre Gefen. Ces deux sites perdurent, se développent désormais grâce au soutien du CNRS, de l'EHESS, et du TGE Adonis. En 1996, Zaziweb propose aux lecteurs de mettre en ligne des commentaires de lecture, d'annoter leur bibliothèque pour l'ouvrir à la curiosité d'autrui, la porter à la connaissance du plus grand nombre. Zazieweb devient vite une mine d'informations critiques de tous horizons. Comme un service public, pour les lecteurs, les chercheurs, les curieux. Puis ce sont les revues en ligne, les blogs, les réseaux sociaux qui se déploient. Sur le web, on se connaît sans s'être jamais vus, par affinités électives. La valeur est donnée, transmise, par la qualité du texte écrit sur le blog ou le réseau, et par les liens qu'il déploie – gratuitement.

Ce modèle gratuit est clairement défini par Marcel Mauss à propos de sociétés magiques qu'Internet réifie. Il participe de l'économie du don et du contre-don. « Personne n'est libre de refuser un présent offert⁹⁰. [...] En principe, tout don est toujours accepté et même loué. On doit apprécier à haute voix la nourriture préparée pour vous. Mais, en l'acceptant, on sait qu'on s'engage. On reçoit un don « sur le dos ». On fait plus que bénéficier d'une chose et d'une fête, on a accepté un défi ; et on a pu l'accepter parce qu'on a la certitude de le rendre, de prouver qu'on n'est pas inégal. [...] On s'exécute, même quand on n'est que l'héritier de celui qui a porté le défi. S'abstenir de donner, comme s'abstenir de recevoir, c'est déroger – comme s'abstenir de rendre⁹¹. » Aussi un auteur qui participe bénévolement à une revue littéraire pour éditer les textes d'auteurs de sa connaissance, verra son propre travail publié par les membres de la revue qui sont éditeurs – ou qui le deviennent. C'est vrai pour les revues imprimées comme pour les revues numériques. Rien n'est bien neuf. L'essentiel ici réside dans le simple fait que la valeur ressentie du contre-don est au moins égale, voire supérieure, à la valeur consentie du don. En revanche, ce qui change, c'est que le réseau qui se crée ainsi en rhizome gagne tellement en rapidité avec le Net que les liens qui se tissent sont immédiatement perceptibles. Untel mettra un an à revenir sur l'investissement temporel qu'il a consenti pour que l'essentiel de son travail soit récompensé. Pas dix ans ni davantage. On a beau partager ressources et compétences sur l'ensemble de la planète, les contre-dons se mesurent sur une durée à l'échelle d'un village. Aucune dilution dans le temps ou à cause de la distance n'opère plus : la contre-valeur étant mécaniquement multipliée par le levier de l'effet de réseau. Ce type de modèle éminemment culturel est le plus souvent subventionné. Soit par des financements publics, comme Revues.org-Cléo, soit par des mécénats privés comme Wikipédia. Ils sont aussi, comme Zazieweb, simplement une reconnaissance du public connecté⁹². La valeur est donnée par le rhizome et les liens qu'il déploie⁹³.

Mais ce modèle du don et du contre-don peut être aussi parfaitement rentable. Adwords, par exemple, est rentable par le biais du don et du contre-don que Google a mis en place. Il est monnayable parce qu'il est médiatisé. D'ailleurs tout le système de Google est basé sur l'accès. L'offre, c'est le mot, la demande, aussi. Google y donne accès. Des entreprises peuvent louer des mots pour diriger les requêtes vers leurs sites, dans ce cas ces « liens sponsorisés » sont dans un bandeau en haut de la page, ou à droite et indiqués comme tels. Dans ce cas, les entreprises ne rémunèrent le moteur de recherche que lorsque les liens sponsorisés ont effectivement été activés. « L'idée d'Adwords est, d'une part, que Google a un algorithme de recherche permettant de référencer des sites en fonction d'un certain nombre de critères sémantiques et de popularité. Ce sont des résultats de recherche que l'on essaie de rendre toujours plus performants – une recherche

90 Marcel Mauss, *Sociologie et Anthropologie*, 2e partie, « Essai sur le don », PUF, coll. Quadrige, 1959, rééd. 1999, p. 173.

91 Marcel Mauss, *ibid.*, p. 211.

92 Olivier Bomsel, *op. cit.*

93 Deleuze-Guattari, *op. cit.* et Umberto Eco, *Auteurs et Autorité*, Un entretien avec Gloria Origgi, traduction d'Anne-Marie Varigault, Bibliothèque publique d'information- Centre Pompidou, 2001.

booléenne, et plein texte – sur les milliards de pages web existantes et créées tous les jours. Cela a rendu un service que les utilisateurs ont très rapidement apprécié parce que c'était relativement pertinent : l'interface est suffisamment élaborée pour ne pas servir de l'astrologie ou la météorologie quand vous n'avez rien demandé de tel. Là réside le succès de Google, et ce succès a trouvé un modèle économique très simple : lorsque quelqu'un exprime de l'intérêt pour un secteur donné (voyage, biens et services, etc.), eh bien, alors que, à gauche, on lui propose des résultats de recherche organiques, purement algorithmiques, il se trouve qu'à droite de la même page, à travers une rubrique de « liens commerciaux », des annonceurs peuvent se positionner en payant des annonces aux enchères, et ils ne payent que lorsque les gens cliquent sur leurs liens⁹⁴. »

Ce modèle fonctionne, on l'a vu, tant que l'on reçoit plus que ce qu'on offre. Quel que soit le contre-don, il se mesure en quantité : il doit rendre davantage que ce qu'il reçoit, comme dans tout système de potlatch. Ce n'est pas la qualité sémantique des réponses que Google monnaie, bien que son système soit booléen, donc aussi fondé sur la syntaxe des mots. C'est la quantité : Google offre à quiconque plus que ce que personne ne peut obtenir aussi rapidement. Du coup le moteur de recherche agrège un public d'une quantité si inédite qu'il peut proposer Adwords aux annonceurs, qui, eux le rémunèrent⁹⁵. L'offre de Google édition est gratuite, son offre de numérisation aussi.

Le système de don et de contre-don existe s'il n'y a pas de médiation. Parce qu'il est jugé comme non monnayable, il se joue dans une série d'échanges entre deux acteurs. Il s'agit bien d'une désintermédiation dans la mesure où il y a de véritables échanges et non pas seulement un intermédiaire monnayant un service. Un des acteurs doit pouvoir néanmoins parier sur une médiation monnayable par ailleurs pour donner à ces échanges symboliques une valeur économique. Publie.net, comme Google quoique dans une tout autre mesure, utilise le don et le contre-don en faisant participer les auteurs publiés à l'élaboration passionnée de la coopérative éditoriale, tout en commercialisant les livrels réinjectés dans un système de vente classique. C'est le modèle que nous allons voir, sans doute le seul viable dans l'économie de l'attention.

2.2.3. Un modèle idéal ?

Au cours des entretiens, on a nommé à chaque fois, ou presque, un modèle idéal, semble-t-il, car mixte. Une règle s'impose, cependant : « À partir du moment où l'on perd de vue le fait que les industries culturelles sont des industries d'offre et non pas de demande, et que l'on cherche donc à faire de l'argent en répondant à la demande et en ayant des produits plus ou moins formatés pour rentrer dans un type de canal, c'est terminé. Cela peut très bien marcher pendant cinq ou dix ans mais on a alors perdu l'essence du métier. [...] La vraie question est plutôt de savoir comment une logique d'offre se met en place dans le numérique, et ne pas être simplement dans une logique de demande. Les géants d'Internet s'y trouvent, mais elle est totalement indifférenciée, globale ; si Orange organise le prix Orange du livre, c'est que dans les services qu'il proposera par la suite, il est possible que cela marche bien avec les livrels et les tablettes. Mais le prix des livres est vraiment le cadet de leurs soucis, il importe avant tout que cela marche et soit compatible avec le consommateur⁹⁶. » À petite échelle, chez Publie.net, l'offre n'est pas celle d'Orange. Les livres sont vendus à moins de 6 €, le prix étant calculé en fonction des usages. Les droits versés aux auteurs à raison de 50 % sur le PPV HT (sachant que la TVA numérique est de 19,6 %) à partager entre l'éditeur et l'auteur. Le prix du livre se joue sur deux fronts : un prix au numéro, si je puis dire, à 5,50 €, ou un prix à l'abonnement annuel, de 65 € pour un particulier, davantage si l'on est une bibliothèque. Il reste néanmoins fixé par l'éditeur. Ouvert début 2008, Publie.net compte 230 titres au catalogue fin août 2009, sous des formats divers (PDF, PRC, ePub, Apple I Works, etc.).

94 Philippe Colombet, entretien du 16 juin 2009.

95 L'ouvrage d'Olivier Bomsel, *Gratuit !*, est très éclairant sur cette question de la gratuité, *op. cit.*

96 Jean-Pierre Arbon, entretien du 30 juin 2009.

L'équipe, bénévole, se présente comme « une coopérative d'auteurs⁹⁷ ». La passion est le fer de lance de cette aventure qui aimerait bien convaincre les libraires⁹⁸. Comment l'éditeur vit-il de ce modèle⁹⁹ ? Publie.net est construit comme un rhizome, et lance des liens continuellement vers des perspectives diverses : accord avec une revue, avec un libraire, avec une bibliothèque, travail en réseau de tous les auteurs coopérants... Cela crée une émulation et beaucoup de créativité. Pour ses membres, les retombées sont autres que celles de la seule vente de livres. Depuis sa relative médiatisation¹⁰⁰, Publie.net provoque lectures et interventions des auteurs en fonction de leurs textes, blogs et réseaux. Hasard ou pas, les retombées professionnelles sont alors partagées¹⁰¹. La force du rhizome étant telle que vitesse et multiplication des nœuds provoquent pousses de rejets continuels et indéracinables, la sève du rhizome entretenant toutes les plantes qui s'y greffent, à tour de rôle ou ensemble. « Publie.net est une coopérative d'auteurs, au sens où aujourd'hui tout est convergence et rhizome. Il n'y a plus de hiérarchie. Il n'est plus question d'un père et de ses enfants, ou d'une figure et d'épigones, il y a un noyau de convergence et des relations, virales. Il n'y a plus de verticalité. François Bon applique ça à tout. C'est une manière de mettre en relation les gens. L'un rencontre l'autre au niveau de la charge symbolique que son travail représente. La légitimité vient dès lors d'une pratique et non pas d'un statut. Le travail est valide parce qu'il est visible¹⁰². » Pour l'instant pourtant, rien qui permette d'en vivre, ni d'une quelconque reconnaissance de la plupart des professionnels du livre, en France. Ce n'est donc pas suffisant. Sans doute faut-il cela, et ceci : une diffusion en librairie, avec vente au bouquet comme à l'unité.

On ne sait pas encore si ce modèle est transférable avec une autre équipe, d'autres personnalités. Dans l'équipe de Marin Dacos, pourtant, on parle aussi de noyau de convergence. Dans cette équipe néanmoins, la subvention aide à ce que le service rendu soit gratuit, le don offert : formation au logiciel, mise en ligne, site, espace serveur, tout est gratuit. En échange, les revues mises en ligne sont elles-mêmes proposées gratuitement aux étudiants et aux chercheurs. Les universitaires jouent le jeu depuis dix ans. Plus de 200 revues sont ainsi disponibles en ligne, en français, en espagnol, en arabe, russe, portugais ou basque... L'appui sur les standards internationaux, la compréhension des usages du Net et de l'économie de la connaissance assurent au Cléo une extension future. La qualité du service est telle que les subventions publiques permettent au Cléo de rémunérer, petitement, avec des contrats souvent précaires, une équipe. Et de monter un système éditorial d'une grande qualité. La plus grande exigence éditoriale constitue bien évidemment les conditions *sine qua non* du fonctionnement pour un public ciblé.

Les exemples de Publie.net et du Cléo sont des modèles d'édition en ligne. Tous deux sont basés sur un collectif. Au Cléo, chaque nouveau membre est tenu informé des mails échangés avant son arrivée ; chacun, quelle que soit sa fonction (administrative, informatique ou éditoriale), est abonné aux flux RSS, chacun veille, chacun participe à toutes les réunions d'information ; celles-ci ont lieu après chaque rendez-vous, intervention publique. Au Cléo, comme chez Publie.net, chacun apporte

97 Arnaud Maïsetti, auteur, membre de la coopérative Publie.net, entretien du 6 mai 2009.

98 François Bon, « Une histoire de la librairie », *Le Tiers livre*, 30 décembre 2008 et 25 janvier 2008.

<http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1152> et « Ceci n'est pas pour les libraires (je dis ça pour qu'ils le lisent) », *ibid.*, 22 janvier 2008. <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1150>, deux ans après « Si la littérature peut mordre », *ibid.*, 16 décembre 2006, <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article519> (consultés le 14 septembre 2009).

99 « Pour nous, c'est vital », dit François Bon dans « Publie.net directement chez votre libraire », *Le Tiers Livre*, 7 juin 2009, (consulté le 14 septembre 2009). <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1803>

100 Relative parce que les médias qui évoquent Publie.net parlent du modèle éditorial et économique, pas des livres qui y sont effectivement publiés – comme pour 00h00 en son temps. Ce qui revient à parler d'une innovation comme d'une expérience de laboratoire, pas comme l'élan éditorial et littéraire qu'elle offre pourtant réellement.

101 *Le Tiers livre* et les liens que son auteur François Bon entretient avec Publie.net sont à cet égard très intéressants.

102 Arnaud Maïsetti, entretien du 6 mai 2009.

sa pierre à l'édifice. Tous deux parviennent, quoique selon des modèles économiques différents, à jouer des effets de réseau, à poser les externalités dont parle Christian Fauré à l'avantage des textes publiés et de leur diffusion. Cela induit qu'une petite échelle, comme celle où se placent les éditeurs pris en modèle, évite une position monopolistique et permet une interopérabilité complète contrairement à « des standards de fait qui vont à l'encontre des intérêts des utilisateurs¹⁰³ ». **Le web 2.0, s'il se borne à ces bonnes pratiques, telles que les envisagent Publie.net et le Cléo par exemple, est un modèle économique de belle facture basé sur le partage et le don. Poussé à l'autre extrême, le web 2.0, ce Janus economicus, montre sa face noire, l'impérialisme et l'hégémonie sans mesure. Mais, comme le suggère Alain Pierrot¹⁰⁴, si Google devenait un service désintéressé, public, ce serait un formidable outil...**

2.3. L'auteur et ses droits

Avant d'évoquer le droit d'auteur, ou plus exactement les droits de l'auteur, il convient de définir « qui parle, qu'est-ce qu'un auteur ?¹⁰⁵ » Depuis quand la notion d'auteur existe-t-elle et en quels termes s'est-elle d'abord posée ? Pour défendre quels droits ? À qui appartient le texte numérique, voire les autres médias supportés par l'électronique ? Qui sont les prescripteurs du choix ? Dès lors que la frontière territoriale n'existe plus, comment le droit moral peut-il s'adapter ? Doit-on modifier le droit d'auteur en fonction du copyright ou des licences de création contributive ? Rien ne se crée, tout se transforme, mais alors d'où vient la création ? De qui ?

2.3.1. Naissance de l'auteur

Peut-on s'exprimer, avec Beckett « qu'importe qui parle ! » ? À partir de quel moment le lecteur s'exprime-t-il ? a-t-il le droit avec lui ? « Comment se caractérise un discours porteur de la fonction auteur ? », demande Foucault. Il y répond en considérant « l'auteur d'un livre ou d'un texte » selon son nom propre. Il lui reconnaît une forme de propriété assez particulière, basée à la fois sur des droits de reproduction et de représentation, air connu, mais aussi sur le rapport d'attribution d'un acte de discours – acte chargé de risques car pénalisé par des lois religieuses qui imposent la transgression comme constitutive du texte littéraire, profane, et qui par conséquent, stigmatisent son auteur¹⁰⁶. Foucault pose donc l'auteur comme hors la loi, ce que la loi a pourtant admis.

L'auteur, sa figure symbolique et économique, est d'abord évoqué dans une diatribe de Luther qui, en 1525, réclame la protection de sa propriété. « Elle affirme que cette propriété porte sur un bien à la fois matériel (le manuscrit) et symbolique (l'œuvre, désignée par son titre), et qu'elle résulte d'un investissement en temps et en argent (« dépense ») et d'une création (« travail »)¹⁰⁷. » Alain Viala précise que loin du mythe, l'auteur était attaché à défendre la paternité de son œuvre, et que parfois même il tentait d'en vivre, la situation des auteurs dramatique étant « la plus ingrate » puisque « les œuvres théâtrales étant réservées en exclusivité à la compagnie qui en assurait la création. Puis, une fois la pièce publiée [...] l'auteur ne percevait aucun droit de représentation. » L'astuce consistait donc à conduire soi-même une compagnie, comme Molière qui, par ce biais, pose sa valeur économique d'auteur. C'est comme acteur que Molière fait rémunérer ses droits d'auteur¹⁰⁸. Une autre astuce consiste à faire éditer ses textes à compte d'auteur, par un accord avec son libraire. C'est ce que fait Corneille avec son libraire Maury, à Rouen, « qui travaillait sous ses ordres ».

103 Christian Fauré, *op. cit.*, p. 231.

104 Conversation à propos d'un article qu'il avait en cours, 18 septembre 2009.

105 Michel Foucault, « qu'est-ce qu'un auteur ? », *Dits et Écrits*, 1969, Gallimard, 2008.

106 Le déroulé de ce que je résume ici en une phrase se trouve dans Michel Foucault, « Qu'est-ce qu'un auteur ? », *Dits et Écrits*, 1969, Gallimard, rééd. 2008, p. 827.

107 Alain Viala, *Naissance de l'écrivain*, Minuit, coll. Le Sens commun, 1985, rééd. 2006, p. 96.

108 La formule est de Jean-Marc Felzenszwalbe. Qu'il en soit ici remercié.

« Dès 1643, il tentait d'en obtenir l'application durable pour les représentations de ses pièces¹⁰⁹. » Suit une bataille entre éditeurs et auteurs pour l'équilibre des privilèges¹¹⁰. « Les prises de position en faveur de la propriété littéraire montre assez que les auteurs étaient nombreux à penser que l'argent gagné en librairie n'était pas ignoble, mais légitime¹¹¹. » D'ailleurs, « le xvii^e vit s'instaurer la pratique de la rétribution au pourcentage¹¹² ».

Mais qui gagne à ce régime ? Tous les auteurs de textes ne sont pas des auteurs au sens du droit et de la valeur qu'on lui suppose, poursuit Foucault. Un auteur scientifique était autrefois davantage reconnu qu'un auteur littéraire, tandis qu'aujourd'hui c'est l'inverse. En outre, l'auteur a une position que lui confère ses opus antérieurs, mais aussi la place que lui donne l'éditeur dans ce qui forme le livre¹¹³.

« Il faudra attendre un siècle et Beaumarchais pour que le droit d'auteur soit véritablement conçu pour l'auteur – mais le texte reste (encore aujourd'hui) propriété de l'éditeur¹¹⁴. » Parce que Beaumarchais instaure une notion de durée dans la rétribution, l'œuvre devant être rémunérée jusqu'à 35 ans après la mort de l'auteur depuis 1793. Jean-Pierre Arbon poursuit son raisonnement en insistant : « Beaumarchais voyait avant tout que les directeurs de théâtre qui montaient ses pièces remplissaient les salles et s'en mettaient plein les poches sans qu'il ne touche rien. Il ne voulait pas que ce soit les spectateurs qui payent mais bien ceux qui gagnaient de l'argent avec la pièce, et celui qui exploitait de façon lucrative un travail, le producteur, devait en reverser une partie. La question est donc de savoir qui sont aujourd'hui les directeurs de théâtre de Beaumarchais. À l'évidence, ils sont aujourd'hui les fournisseurs d'accès, les industries informatiques. »

Foucault pose, on l'a vu, l'auteur comme hors la loi, ce que la loi a pourtant admis. Certains ont été proclamés, mais trop tard, maudits et géniaux. D'autres sont enfermés dans la misère, d'où éditeurs et institutions ne les sortent pas. D'autres encore reçoivent prix et honneurs, mais alors une part du public les boude. Le paradoxe court-il toujours ? Sur le Net, les lois Dadvsi et Hadopi qui contraignent le réseau en opposant auteurs et lecteurs au moment où il est vital de les voir se rejoindre ne vont-elles pas à l'encontre de ce qui constitue la culture, la connaissance – l'art de la mémoire ? Pourquoi ces lois ne contraignent-elles pas plutôt les fournisseurs d'accès ? Ces éditeurs-là ne donnent pas beaucoup de place à l'auteur, négligent de lui concéder une valeur. Ils voient dans le livrel un accès de plus à un réseau de télécommunication.

2.3.2. Les directeurs de théâtre d'aujourd'hui

Les éditeurs du xxi^e siècle ne sont déjà plus seulement ceux du xx^e siècle. Ce sont aussi les fournisseurs d'accès et les industries informatiques. Dès lors que le fournisseur d'accès procède à un choix, il devient éditeur. Il est donc responsable du contenu qu'il publie en ligne. Il importe que les choix des fournisseurs d'accès soient assumés. Et que les contrats de cessions, voire éventuellement les contrats d'auteur, soient établis entre les parties. Prendre en compte les FAI, prendre en compte le Net et son système réticulaire signifie aussi prendre en compte les usages qu'ils provoquent, afin de définir les droits des auteurs. « À ce titre, poursuit Jean-Pierre Arbon, non seulement la loi Hadopi antagonise les auteurs et ceux qui les font vivre mais elle est dans un contresens absolu avec le droit d'auteur tel que Beaumarchais l'avait pensé. Partant de là, on ne s'intéresse plus aux nouveaux directeurs de théâtre mais on essaie d'appliquer à la lettre un ancien système en disant que, finalement, quand le consommateur achète un livre ou un disque, une partie

109 Alain Viala, *ibid.*, p. 99

110 Boileau et son *Art poétique* instaurant le mythe selon lequel l'auteur n'a que faire de son œuvre, selon A. Viala.

111 Alain Viala, *ibid.*, p.106, l'auteur renvoie à Sorel, *De la connaissance des bons livres*, Paris, 1671.

112 Alain Viala, *ibid.*, p. 111.

113 Michel Foucault, *op. cit.*, p. 817-818.

114 Arnaud Maïsetti, entretien du 6 mai 2009.

de ce qu'il débourse doit aller à l'auteur. Retrouver ce système ne marchera jamais ! Le seul moyen de financer l'auteur c'est l'abonnement, le bouquet¹¹⁵. »

Financer l'auteur, c'est aussi le protéger, donner à son « travail » (création), à ses « dépenses » (investissements en temps et en argent) une valeur symbolique (qui désigne l'œuvre par son titre, qui fait office de droit moral) et matérielle (qui met l'œuvre en valeur par une édition diffusée et dûment rétribuée, qui fait office de droit patrimonial). On se retrouve avec le Net aux premiers temps de l'imprimerie. La genèse de la propriété littéraire n'est pas à dédaigner. **Il faut repenser le droit d'auteur en fonction des usages d'aujourd'hui, des directeurs de théâtre de notre siècle, et des droits des auteurs. L'abonnement est un des éléments de « juste rétribution des œuvres ». Mais ce n'est pas le seul. Lorsqu'il s'agit de rencontres, de lectures en public, l'auteur doit percevoir une rétribution, un salaire tarifé au cachet, versé par la librairie, par les collectivités, par l'éditeur ou le fournisseur d'accès, selon le commanditaire de la prestation.** « Les droits d'auteur ne doivent pas se limiter aux seuls revenus des ventes de livres : un auteur ne peut être tributaire des ventes de son œuvre, non pas seulement parce que les ventes s'érodent aujourd'hui, mais parce qu'il en va de son statut moral, de son rôle, de son activité. Un auteur devrait donc pouvoir vivre par exemple de lectures payantes, rémunérées, comme on rémunère les acteurs de théâtre, comme en Allemagne¹¹⁶. » Or il apparaît que les auteurs sont des professions libérales, depuis peu taxés comme telles. Et le seul moyen de contrecarrer une taxe devenue par trop abondante serait de percevoir un salaire, même ponctuel. « Mais ce qui fait vivre un auteur, c'est aussi l'inscription dans le temps d'une *action*, texte de commande, participation à stage ou lectures, commande événementielle, et le site Internet devient le creuset ou l'appel de ce qui se se passe de neuf dans le mot *auteur*. La législation ? Elle a tranché pour nous : plus possible de rémunérer un atelier ou une lecture en droits d'auteur, l'auteur est invité à créer son SIRET, et bénéficiera, jusqu'à 30 000 euros annuels si je ne me trompe pas, depuis le 1^{er} janvier, d'une contribution sociale + TVA forfaitaire à 23% : et j'en reçois des mails de copains paumés, qui découvrent ça après et non avant...¹¹⁷ » Les fournisseurs d'accès devraient s'inscrire dans des relations contractuelles sous droits, comme les éditeurs, avec les « producteurs de contenu ». ! et reverser sous forme d'à-valoir une rétribution forfaitaire ou proportionnelle à ce qu'on appelle avant tout des auteurs. À moins d'être hors la loi, à son tour.

2.3.3. *Le droit d'auteur et la licence de création contributive*

On a vu que le prix public de vente du texte ne dépendait pas de la qualité. Seule la décision de publier, d'éditer, en décide. Et là se joue les termes des contrats entre Auteur et Éditeur. Le prix de la qualité, en fonction aussi des ventes présumées, se dessine lors du montant de l'à-valoir. Lorsqu'il y a à-valoir.

Pour poser le débat avec les auteurs eux-mêmes, écoutons Alain Absire, qui s'exprime au nom des auteurs sociétaires de la Société des Gens de Lettres : « Il faudrait que le taux de droit d'auteur soit au moins égal au taux du livre papier. Mais le plus important c'est l'assiette. Car 12 % de 20 € TTC c'est toujours mieux que 50 % de 5,50 € HT. Il faut mixer le forfait et la proportionnalité¹¹⁸. » Le

115 Jean-Pierre Arbon, entretien du 30 juin 2009.

116 Arnaud Maïsetti, entretien du 6 mai 2009.

117 François Bon, *Le Tiers Livre*, « Droits d'auteur et édition numérique », 4 juin 2009, <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1799> (consulté le 14 septembre 2009).

118 « En ce qui concerne le livre numérisé, nous sommes en discussion pour des révisions de contrats à échéance régulière. On peut par exemple imaginer des échéances de contrat à 5 ou 10 ans. Le calcul de l'assiette doit être également pris en considération, dans une proportion décente. Le mieux est sans doute, dans l'état actuel d'un marché en construction, d'une régularisation tous les cinq ans, avec des créneaux. L'auteur est piégé par les droits numériques. Comment fait-il pour les revendre ? Il est déjà difficile de récupérer ses droits sur le livre papier... ! Il faut lier les droits patrimoniaux et les droits papier aux droits numériques à partir de l'avenant, qui devrait d'ailleurs

forfait et la proportionnalité sont aujourd'hui ce qu'on a trouvé de plus simple et s'appliquent, en décalque, au numérique. Mais il n'est pas certain que cela corresponde au système réticulaire. François Bon sur son blog *Le Tiers Livre*¹¹⁹ aboutit à « une certitude : les modes de rémunération neufs qu'autorise l'Internet, poumon vital, voire déjà principal, pour l'auteur, ne ressortissent pas du domaine des droits d'auteur ». Car, on l'a vu, les directeurs de théâtre que sont les fournisseurs d'accès ne tiennent pas compte du droit d'auteur en 2009. Pourtant le droit d'auteur est adapté à une rémunération en amont pour ce qui est du droit patrimonial, soit par abonnement, comme les journaux et les revues ; il est adapté à une rémunération en aval, par bouquets.

Par ailleurs, le code de la propriété littéraire et artistique prévoit un droit moral et un droit patrimonial, tandis que le code anglo-saxon évoque des droits de copie, patrimoniaux. À l'heure où notre vulgate est un anglais international, latin de cuisine du XXI^e siècle, faut-il également tenir compte du copyright ? Ou bien peut-on, comme le suggère les licences de création contributives¹²⁰, articuler le droit d'auteur et son droit moral avec une licence qui envisage le partage ? Faut-il adapter le droit d'auteur à ces licences ? Par exemple, envisager un droit au lecteur afin qu'il commente le texte qu'il lit dans ses marges, que ses commentaires publics, publiés, soient dès lors lus par d'autres avec son nom, sans rétribution mais avec une reconnaissance pérenne. Faut-il, notamment, élargir le droit de citation aux autres publications que les éditions scolaires et scientifiques ? Faut-il, pour régler la question délicate de rémunération par les fournisseurs d'accès, envisager une licence globale, comme le préconise Françoise Benhamou ? Dans ce cas, comment la question du droit moral doit-elle demeurer, en pendant à cette licence globale, parallèlement aux questions commerciales, juridiques et légales ?

Nous ne savons pas encore non plus si un mode d'édition seulement en ligne permet à l'éditeur et à l'auteur d'assurer une économie viable ni au bout de combien de temps. Cairn parvient à vivre de la diffusion au bout de cinq ans, par le biais des abonnements alloués aux bibliothèques. Mais Cairn est un petit directeur de théâtre qui rémunère les revues qu'il présente, lui. À ce titre, il fournit l'accès. Ce n'est pas un éditeur *stricto sensu* : ce n'est pas à lui d'établir les textes, ni de faire leur promotion tous azimuts. C'est un cas particulier. Mais si ce cas est particulier dans l'édition traditionnelle, il ne l'est pas tant que cela sur la Toile. Cairn est un portail, comme d'autres qui offrent abonnements non pas à des articles de revues et à des revues, mais à des services multimédias et multisupports. Il fournit un accès. Les opérateurs téléphoniques sont des fournisseurs d'accès à des échelles bien plus vastes que Cairn, et le nombre des abonnés au téléphone atteint plusieurs millions pour Orange, Bouygues et pour SFR rien que sur l'offre mobile. Le nombre des abonnés à G-mail, sur Google, est évidemment plus large. Il est beaucoup trop tôt pour avoir des chiffres qui permettent d'établir une règle sur les retours sur investissement dans le cas d'à-valoir, par exemple. Mais la mise en place des réseaux dans l'économie de l'attention prédomine. Il est donc essentiel d'envisager un droit d'auteur qui s'articule en fonction du maillage réticulaire de notre nouvelle écriture, en ligne.

être un contrat à part. Il n'y a pas d'égalité devant les autres rémunérations des auteurs. Nous sommes en discussion avec la sécurité sociale pour que les prestations soient le plus souvent payées en salaire, vs droits d'auteurs, lorsque c'est possible, pour les lectures en bibliothèque, les interventions dans les écoles, etc. » Alain Absire, entretien du 20 avril 2009.

119 François Bon, *ibid.*

120 Les *licences creatives commons*, dont le déroulé se trouve sous le lien ci-dessous, permettent à l'auteur de préciser les droits qu'il veut bien céder et ceux qu'ils préfèrent conserver : <http://fr.creativecommons.org/contrats.htm> (consulté le 14 septembre 2009). Elles prévoient le partage des œuvres à condition de toujours nommer l'auteur de l'œuvre citée, inspiratrice, ou empruntée. Elles préviennent l'effet réticulaire des œuvres hypermédia, c'est-à-dire nées sur Internet avec des outils multimédia et des liens hypertextes qui ouvrent le texte à d'autres.

Il serait bon d'ouvrir un chantier de réflexion associant étroitement des juristes, les pratiques et les usages. Cependant, quelques réflexions émergent des quelque 50 entretiens. La durée de la propriété littéraire est passée, au début de l'ère numérique, à 70 ans après la mort de l'auteur. C'est ce qu'on a aussi appelée la loi Disney car elle a contribué au développement de l'empire Disney aux États-Unis et en Europe. Dès lors que l'on change de mode de communication écrite, que l'œuvre n'est plus seulement graphique ou textuelle sur support imprimé, mais sur de multiples supports dont nous ne connaissons pas encore totalement les enjeux, peut-on penser que cette loi est adaptée ? Les juristes interrogés envisagent de limiter le droit d'auteur à cinq ou dix ans sur tout contrat d'édition en ligne, le contrat étant régulièrement révisable entre les parties.

De même pour les taux. Comment connaître la durée de vie d'un livre en ligne ? On le connaît en librairie (4 à 6 semaines), on s'aperçoit qu'en ligne, la durée de vie est nettement plus longue, la longue traîne faisant désormais, et à nouveau, partie de l'économie du livre. Cette longue traîne a des effets sur les soldes des livres imprimés puisque Amazon les rachète au prix fort, soit 20 % du PPV au lieu de 5 % chez les soldeurs¹²¹. Cela permet aux éditeurs de conserver les droits sur ces titres, et à la grande librairie en ligne de faire une marge de 80 %, profitant des effets de la longue traîne. Mais pour les livrels, nous ne savons pas encore quel impact leurs ventes ont sur les rémunérations. Les éditeurs préférant essayer plusieurs solutions, tester. En effet, la prudence demande que l'on reste à des taux révisables en fonction du succès que peut avoir l'œuvre si l'on ne peut tabler sur un partage équivalent entre éditeur et auteur. Les deux solutions instaurent la confiance que chacun peut avoir vis-à-vis de l'autre, ce qui n'est pas mauvais dans les relations auteur-éditeur.

Hormis ces quelques questions liées à la définition de l'auteur qui restent des questions ouvertes et simplement posées, les personnes les plus compétentes dans ce domaine sont les juristes eux-mêmes. Aussi, il importe qu'une étude soit établie par des spécialistes.

* * *

On voit que le réseau des réseaux modifie sinon la chaîne, du moins ses pratiques. Que le référencement sous-entend de modifier sa façon de travailler. En effet, la linéarité dans les procédures ne suffit plus, il faut s'ouvrir à autre chose, lancer des lignes vers des objectifs qui déploient les compétences acquises au fil de l'expérience. Cela implique une formation permanente, et une information constante vers le numérique. Le référencement signifie également une présence en ligne régulière, sous forme de blog professionnel mais non commercial, ou sous forme de blog personnel, parallèle à une fonction, et qui inscrive dans une communauté. La communauté réclame en effet une présence humaine, incarnée, et experte. C'est ainsi que les folksonomies peuvent être créées et qu'elle peuvent aider au référencement. Le seul référencement automatique, y compris avec les liens commerciaux, ne suffit pas.

En ligne, la participation à un mode d'échange sous forme de don et de contre-don inclut l'édition et la librairie dans le rhizome d'Internet. La désintermédiation ne signifie pas l'absence de médiation. La valeur critique perdure. Le lien entre lecteur et auteur a besoin d'intermédiaires, qui sont des éditeurs, des libraires, d'autres lecteurs, connectés. L'économie de l'attention appelle à déceler une valeur symbolique parmi l'abondance. Le livre était rare quand le texte multimédia abonde. Car tout le monde participe à donner de la valeur au « contenu ». C'est à travers cette transversalité que se justifie la valeur du texte, celle de l'auteur et de la recommandation critique. Rien de changé de ce point de vue. Mais cette valeur n'est plus donnée par le seul prix du livre, par le nom de l'auteur, et de l'éditeur, mais aussi par le nombre de liens qui mènent vers un site.

121 Chiffres avancés par Charles-Henri de Boissieu, directeur des achats chez Amazon, lors d'un rendez-vous avec un éditeur en juillet 2007.

L'économie change de registre. Elle donne accès, et réclame toute notre attention.

La gratuité n'existe pas sur le Net. Comme nulle part. Simplement, l'échange a une valeur, et cette valeur ne s'acquiert qu'en fonction d'une qualité. Ainsi les téléchargeurs ne sont-ils que des *leechers*, des sangsues, s'ils chargent sans proposer de ressources à leur tour. Ainsi les éditeurs doivent-ils d'abord écrire sur leurs blogs et en commentaires de ceux d'autrui pour ouvrir une communauté. Cela prend du temps. Cela demande persévérance, voire pugnacité. Cela crée un réseau de confiance, transversal et puissant.

Les questions que se posent un éditeur et un libraire en ligne sont : Comment cherche-t-on ? Comment trouve-t-on ? On cherche sur la plus grande librairie en ligne et, dans le meilleur des cas, par le plus grand moteur de recherche. Aussi fait-on remonter ses livres sur les premières pages du moteur de recherche, qu'on soit éditeur, auteur ou libraire. Si le libraire veut conserver son professionnalisme c'est à lui de le faire. Sinon, l'éditeur s'en chargera très bien. Idem entre l'éditeur et les auteurs. Amazon a mis au point un système de recommandation par l'accès qui fonctionne parfaitement, mais qui risque de restreindre le choix de l'offre à celui de la seule demande¹²². En revanche, et c'est là où les libraires indépendants peuvent jouer, les recommandations des blogueurs lecteurs, des critiques professionnels ou amateurs qui sont en ligne servent aisément de guides à un lecteur hésitant. C'est tout le sens du réseau que nous allons aborder.

122 Olivier Ertzscheid, à propos de l'économie de l'attention, « L'industrie de la recommandation », *Affordance*, 22 mars 2008, http://affordance.typepad.com/mon_weblog/polyphonies2008/ (consulté le 14 septembre 2009).

3. Redéfinir et apprendre

Après une définition de la lecture, nous l'aborderons telle qu'elle se définit dans un monde industriel et commercial. Lire présuppose une attitude, souvent indiquée par nos maîtres, et des lieux plus ou moins confortables ou accueillants selon les époques. Libraires et Bibliothécaires envisagent l'espace de lecture dans lequel ils travaillent comme un lieu indissociable de la vie quotidienne, après la maison et le lieu de travail. Mais tout le monde n'est pas d'accord avec eux. Cela nous mène aux méthodes de recherche. Comment cherche-t-on le livre que nous allons lire ? Dans quels lieux cherchons-nous le livre que nous projetons de lire bientôt ? Dans les bibliothèques, dans les libraires, sur les moteurs de recherches, ou dans les livres ? (3.1)

Cette question amène le professionnel du livre à soigner le référencement, on l'a vu. Nous verrons en quoi des formations sont nécessaires pour appréhender les évolutions du, et des, métier(s). En quoi des compétences sont indispensables, et pour quoi une place des métiers du livre permettra sans doute de provoquer des rencontres, de proposer des formations, de suggérer des artistes ou des outils pour telle ou telle fonction. Pour développer son réseau de clients, pour passer de l'établissement du texte à son édition numérique proprement dite, pour accompagner l'auteur de textes en ligne d'un preneur de son, d'un photographe ou d'un vidéaste. (3.2)

Mais enfin, nous demanderons-nous, s'agit-il bien toujours d'un livre ? Nous relirons la définition fiscale du livre telle que Jack Lang l'a demandée pour sa loi sur le prix unique et le taux de TVA réduit. Avant de rappeler la définition du livre proposée par Roger Chartier, ce qu'elle induit de gratuité, et de valeur symbolique de la rémunération. Enfin nous envisagerons une définition du livre ouvert, avec ce qu'elle suppose en terme de rétribution par abonnements. (3.3)

Mais d'abord, qu'est-ce que lire ?

3.1. Lecture, définition et lieux

La définition de la lecture est infinie : « ...qu'elle soit populaire ou érudite, ou lettrée, la lecture est toujours production de sens. [...] Lire, c'est donc constituer et non pas reconstituer un sens. [...] Le lecteur, dans ce rapport au texte, se définit par une physiologie, une histoire et une bibliothèque¹²³. » Elle est multiple, en fonction des lecteurs et de ce qu'ils vivent. Vivante, elle ne peut donc pas se cantonner un seul accès, on l'a vu, ni non plus en un seul support, on va le voir, ni en un seul lieu. À moins que l'implication des libraires, des éditeurs et des bibliothécaires

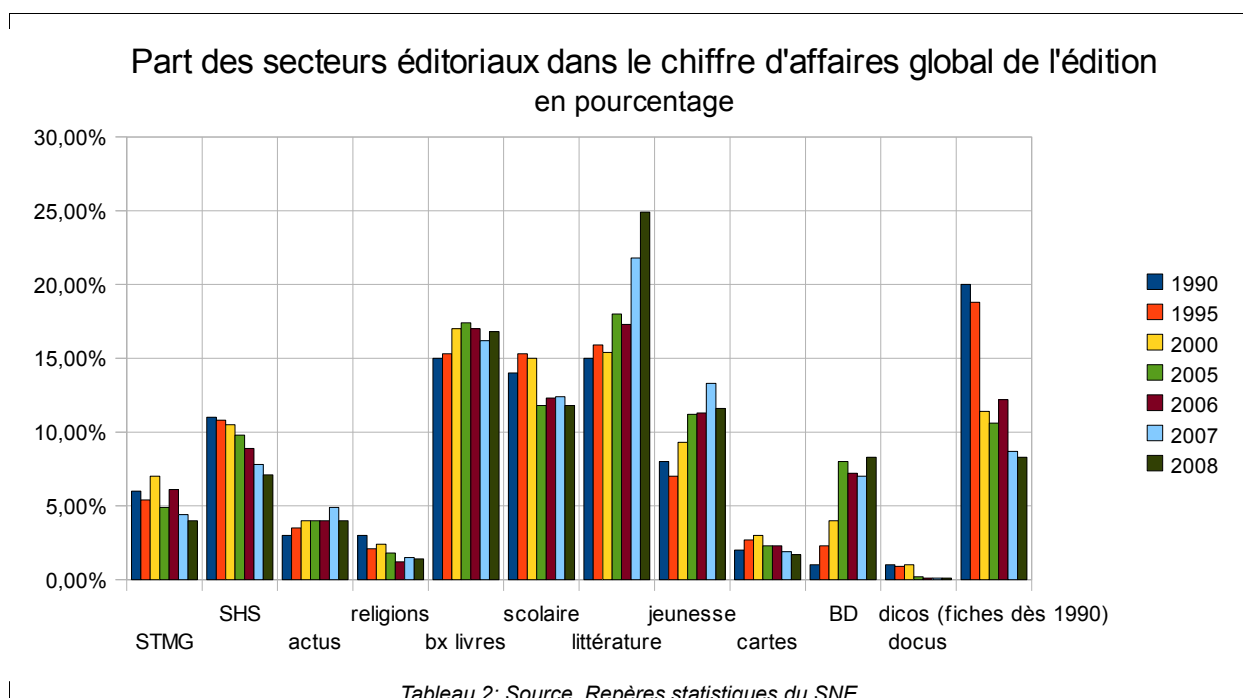
123 Jean-Marie Goulemot, « De la lecture comme production de sens », in *Pratiques de la lecture*, dir. Roger Chartier, coll. Petite Bibliothèque Payot, Payot et Rivages, 2003, p. 120-121.

s'établissent dans la cité d'aujourd'hui, qui se trouve aussi bien en ligne qu'en ville.

Il y a urgence et intérêt, un fort enjeu à développer des supports de lecture ouvert, des lieux de lecture ouverts et une implication du libraire et du bibliothécaire dans la cité numérique. Car la lecture s'autorise des couches successives de supports (en ligne, sur tablettes, sur papier) et des retours du lecteur sur ses lectures. En ligne, elle est rarement frivole.

3.1.1. Lecture, une définition et des supports

« La lecture est devenue industrie¹²⁴. » Livres, journaux, dictionnaires, affiches, publicités, blogs, sites, la lecture qui est continuellement offerte à nos yeux est par essence discontinuë. Dès lors on peut lire tout, partout. Pourquoi pas en ligne ? se sont demandé Jean-Pierre Arbon et Bruno de Sá Moreira. Depuis 1997, date où nous jetions les fondations de la première maison d'édition en ligne, des pans entiers de l'édition ont basculé peu à peu vers le numérique. Sans que la profession s'en alarme car si un secteur est en berne, l'autre se redresse. La littérature et les beaux livres tiennent une bonne part du marché, tandis que les pertes en STM, SHS, religions, scolaire, cartes, ouvrages de documentation (annuaires et catalogues), dictionnaires et encyclopédies sont rééquilibrés par les Bandes dessinées-mangas et par l'édition jeunesse.



Au même moment, se confirme une crise de la lecture, comme le montre l'étude TNS-Sofres pour *La Croix*¹²⁵. La profession fustige le Net quand elle accusait le cinéma puis la télévision. Or on remarque que le nombre de grands lecteurs et de lecteurs moyens, s'il a baissé depuis 1981 (passant de 42% à 35% de la population), n'a pas varié entre 1995 et 2009 (35% dans les deux cas). Rappelons qu'Internet ouvre en France en juin 1994, qu'en juin 1995 il y avait 23 500 sites dans le monde il y en a 176 millions en août 2008, et qu'entre 1999 et 2009 le nombre d'internautes a été multiplié par 10 en France, sans incidence quantifiable sur les *lecteurs de livres* moyens et grands.

124 Alain Giffard, « Des lectures industrielles », *Pour en finir avec la mécroissance*, op. cit., p. 117.

125 Étude TNS-Sofres du 12 mars 2009 disponible en ligne à cette adresse <http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/B679BED766C44335B8CF1A8C70D30AA5.aspx> (consulté le 14 septembre 2009).

Or l'étude de *La Croix* ne prend pas en compte la lecture en ligne qui pourtant scinde le temps de lecture d'un professeur de lettres en « 70/80% sur l'écran et 30/20% sur papier¹²⁶ », la lecture sur écran consistant en lecture « d'informations, comme beaucoup d'autres activités, commandes de livres, de disques ou autre chose. Lire se sanctuarise sur le livre pour la littérature. J'ai finalement l'impression de lire des livres sur papier pendant autant de temps, à peu près, qu'auparavant¹²⁷ ».

Mais le magazine *Books* répond au journal *La Croix* en intégrant, dans son étude sur la lecture commandée à Opinion Way, celle faite sur Internet. La proportion des personnes déclarant lire au moins autant sur Internet que sur des supports papier est désormais de 52 % (enquête faite auprès de 1028 personnes *interrogées en ligne*) répartie en 27 % déclarant lire plus sur Internet et 25 % déclarant lire autant sur Internet que sur support papier. Parmi les personnes incitées à lire plus de livres par Internet (entre 11 et 14 % des personnes interrogées), 75 % d'entre elles déclarent avoir envie d'approfondir ou de découvrir une offre variée. Parmi les personnes déclarant qu'Internet n'incite pas à lire de livres (entre 16 et 26%), 30 % déclarent que tout est déjà sur Internet ou qu'elles lisent essentiellement sur le Net, perçu de ce fait comme une bibliothèque universelle. Entre 62 et 69% des personnes interrogées disent qu'Internet incite ni plus ni moins à lire des livres¹²⁸. La Toile se présente, pour la majorité, comme un terrain neutre quant à la recommandation. Le Net constitue donc un réseau à investir par les acteurs de la chaîne du livre d'autant plus que, pour ceux dont il constitue une incitation à lire, celle-ci provient quasi exclusivement d'une recommandation critique fiable.

En effet si, de manière générale, les grands lecteurs lisent moins de livres que leurs parents, et plus que leurs enfants, c'est sans doute que l'offre culturelle s'est diversifiée (bien que ceux qui vont au théâtre, au concert, au musée et au cinéma sont aussi ceux qui lisent le plus), mais surtout, peut-être, que l'ensemble de l'offre éditoriale ne s'est pas encore adaptée à son époque. Peu d'éditeurs, depuis les débuts de 00h00, ont passé tout à fait le seuil de la publication numérique ou en ligne. Malgré cela, la lecture se trouve aussi numérisée, sans hiérarchie ni académisme hérités des classiques. L'époque est technophile, bruyante et nous renvoie à nos solitudes. Seules la vidéo et la musique répondent à ce besoin, parmi les arts existants. En ce qui concerne la vidéo, sous la forme du cinéma et de la télévision pour les plus vieux d'entre nous, sous la forme de jeux pour les plus jeunes. Bob Stein l'a bien compris quand il observe la puissance narrative des jeux vidéos, quand il applique à l'édition numérique de *Macbeth*, dans les *marginaliae* de chaque scène lisible à l'écran, des extraits de films de Kurosawa, Polanski et Welles. « L'acte de lire, pour moi, ne se résume pas au fait d'ausculter un écran ou une page imprimée pour en retirer des informations. Le lecteur est aussi une personne. Par conséquent, dans un sens plus général, lire est fondamental pour comprendre ce que signifie être citoyen. Il m'est donc difficile de définir ce qu'est un lecteur, mais je dirais qu'il est ce qu'il fait, il est tout ce qu'il intègre et ce qu'il retient de ce qui l'entoure. Le langage du corps se lit, également¹²⁹. » Ce que confirme Alberto Manguel quand il précise la tâche des lecteurs : « Les lecteurs de livres [...] développent ou concentrent une fonction qui nous est commune à tous. Lire des lettres sur une page n'est qu'un de ces nombreux atours. [...] le danseur

126 Patrick Rebollar, blogueur, entretien du 3 juillet 2009.

127 *Ibid.*

128 « Internet semble creuser l'écart entre les jeunes qui lisent et ceux qui ne lisent pas », sondage Opinionway pour *Books*, juillet-août 2009, p. 60 sqs, et <http://www.booksmag.fr/fileadmin/Documents/sondage.pdf> (consulté le 14 septembre 2009) le sondage se nomme en réalité « Influence du Net sur la lecture », et la page 27 d'où proviennent les derniers chiffres cités n'a pas été reprise dans la version imprimée du mensuel.

129 Bob Stein, conférence du 2 juin 2009 au Motif. "For me reading is not defined as looking at a screen or a page and taking information off of it. To me the word reader is also synonymous with person. Reading in it's broad sense is so fundamental to what it means to be a citizen of modern culture. That's why I hesitated to define what a reader is. It's what we do. It's how we absorb everything around us. When you read body language, you're reading." traduction française d'Alain Monrigal.

qui lit les indications du chorégraphe, et le public qui lit les gestes du danseur sur la scène [...] – tous partagent avec le lecteur de livres l'art de déchiffrer et de traduire des signes¹³⁰. »

Ce que note Bob Stein, c'est que la vidéo est un support de lecture envisageable, et comme tel exploitable – sinon pourquoi mettre en regard de chaque scène de *Macbeth*, trois films correspondants ? Regarder un film est aussi une lecture. On y voit des corps en mouvement, on y lit une narration – comme un sourd lit sur les lèvres ou sur les gestes de son interlocuteur. Notre époque permet la vidéo dans le texte : mettons-la en regard Chartier remarque d'ailleurs, à propos de l'histoire de la « mise en texte » qu'il détache de la « mise en livre », que la typographie, autrement dit l'organisation des blancs sur une page, la séparation des scènes, que le format, le passage de l'in-4° à l'in-8°, les mentions de personnages et les didascalies ont modifié la réception des pièces de théâtre entre le xvii^e et le xviii^e siècle. « Une nouvelle lisibilité était créée, par le format plus aisément portable, par la typographie qui restituait dans le livre la durée et le mouvement de la dramaturgie elle-même, rompant ainsi avec les conventions anciennes qui imprimaient les pièces sans tenir aucun compte de leur théâtralité¹³¹. » C'est d'ailleurs à partir de cette époque, vers 1750 et jusqu'en 1850 « que se répand un rapport désinvolte à l'imprimé, qui passe d'un texte à l'autre, qui ne porte plus respect vis-à-vis des objets imprimés, froissés, abandonnés, jetés. Plus superficiel, ce nouveau style de lecture traduit un moindre investissement dans le livre, et sans doute une moindre efficace des textes autrefois maîtres de vie¹³² ». Les journaux sont nés, et avec eux, une forme de lecture fragmentée. A-t-il fallu, comme le préconise Pierre Assouline dans son article à propos de la lecture à l'écran, « réapprendre à lire¹³³ » ? **Charge aux enseignants de s'atteler à la lecture en ligne pour l'apprendre à leurs élèves, comme ils apprennent à lire, puis à utiliser un dictionnaire, enfin à décrypter l'information dans les journaux.** Avec ces supports nouveaux d'écriture, et donc de lectures, la presse a fait les beaux jours de l'édition du xix^e siècle. Elle a bâti des maisons d'édition toujours en vie près de deux siècles après. Aux auteurs, et aux éditeurs de s'impliquer dans des modes d'écriture et d'édition qui correspondent aux modes de lecture d'aujourd'hui avec plus de théâtralité dans la mise en forme, de désinvolture vis-à-vis du support, et d'ouverture à l'égard des voies de communication. Les lecteurs sont parmi nous, ne les détachons pas de ce qui nous anime.

Notons que les études manquent sur la lecture des Français indépendamment du livre. sur l'usage que les élèves font du dictionnaire, de l'alphabet, ou de la recherche en ligne, du mot-clé. Des études qui inclueraient la lecture sur Internet, sur bouquineur, sur téléphone portable.

130 Alberto Manguel, *Une histoire de la lecture, A history of Reading*, trad. Christine Le Bœuf, Actes Sud, 1998, rééd. coll. Babel, 2008, p. 22.

131 Roger Chartier « Du livre au lire », in *Pratiques de la lecture*, dir. Roger Chartier, coll. Petite Bibliothèque Payot, Payot et Rivages, 2003, p. 105.

132 *ibid.*, p. 92.

133 Pierre Assouline, « Le Double Tempo de la lecture », *Le Monde 2*, n° 290, 5 septembre 2009, p. 10 : « Il va nous falloir (ré)apprendre à lire tous autant que nous sommes. [...] Imperceptiblement, nous nous acheminons vers une lecture à deux vitesses qui obéit à deux rythmes différents. La première consiste à tenir un bloc de papier, un écran d'ordinateur ou un *reader* entre les mains, à s'engager dans une lecture en continu de textes longs et ininterrompus et à s'immerger en profondeur dans ce tête-à-tête pour lequel le temps ne compte guère. La seconde place le lecteur face à un bloc de papier, un écran d'ordinateur ou de téléphone portable, et lui propose de lire en discontinu un très grand nombre de choses de manière fragmentaire et rapide, entrecoupée d'images, dans une perspective infinie favorisée par l'hypertexte. Ces deux types de lecture ne sont pas exclusifs mais complémentaires. [...] C'est aussi dans la présentation des choses, mise en page qui ne s'avoue pas toujours mise en scène, que se dessinera une ligne de partage ; sur la Toile, les agrégateurs de nouvelles ont pris une telle importance que nombre d'entre nous sont exclusivement informés par des bribes diffusées sans contexte ni hiérarchie quand ce n'est pas sans source. Le lecteur se retrouve désormais dans la situation du consommateur dans un hypermarché. On lui demande de se débrouiller seul. À lui désormais de faire le tri. Encore doit-il en être capable. D'où l'urgence de (ré)apprendre à lire. »

Un observatoire tel que Le MOTif pourrait les prendre en charge.

3.1.2. Lieux de lecture

Étudiante, j'achetais peu de livres, mais je lisais quotidiennement plusieurs heures. La bibliothèque était un endroit chauffé, éclairé, qui me faisait faire, en plus, des économies considérables. Mais les livres recommandés n'étaient pas tous en rayon. Alors la Fnac, sa moquette grise, ses étagères basses à recoins constituait une planque idéale pour lire gratis. Le risque de se faire pincer ajoutait un doux piment : je lisais vite, avec plus d'acuité. Plus tard, je travaillais longuement à la maison avant de descendre bavarder une heure avec le libraire, que j'ai remplacé... avant de travailler à la bibliothèque. C'était une externalité de mon domaine. J'y étais chez moi, que ce soit à la BPI ou à la Chasse au Snark. Dans cet ordre d'idées ou dans ce but, sans doute, les écoles emmènent les jeunes enfants en bibliothèque, certains libraires viennent lire des histoires dans les classes. Puis les gamins font un journal, quand ils ne proposent pas des projets de lois à l'assemblée nationale, les étudiants un blog. Lien social, le livre et la lecture sont un des ferments de la localité. Par endroits, elle est une communauté, qui s'élabore en fonction de ses accointances. Le territoire où se place le libraire, affirme d'ailleurs Christian Thorel, fondateur de la librairie Ombres blanches, à Toulouse, signifie une implication politique dans la cité. « Les grands mouvements citoyens, même non visibles, savent allier le Web et la cité¹³⁴ », poursuit Hélène Clément. Sont-ils nombreux, ces libraires impliqués ? En France, il y a environ 2 000 librairies de premier niveau. Elles sont 202 début septembre 2009 à être géolocalisées sur Place des libraires¹³⁵, et 16 à travailler dans le numérique, 5 avec Lekt et 11 avec ePage. Or les éditeurs ont besoin des libraires pour vendre. Les éditeurs eux-mêmes sont seulement 31 chez ePage, à la mi-août 2009. Tandis que les libraires géolocalisés par Google dès 2006 sont 17 648, tous niveaux confondus – entendez par là 17 648 points de vente, le terme « librairie de premier niveau » n'étant pas reconnu par Google Map. « Les libraires de premier niveau représentent 2 000 sites impliqués dans le territoire et dans la cité, au sens platonicien du terme. On peut s'impliquer dans la cité par affinité. La politique est d'ailleurs une question d'affinité. Le vendeur se trouve sur le chemin que chacun fait dans la journée. On ne surfe pas au hasard, un peu comme si on était dans son quartier. Le libraire est spécialiste de tel ou tel domaine et, par influences mutuelles, par affinités partagées, le chaland vient. Ce ne sont que des nouvelles affinités territoriales. Le libraire en ligne ne modifie rien. L'invariant, et même philosophiquement, qui d'ailleurs se développe, c'est la relation entre les gens¹³⁶. » Or il y a 1/1000 libraire français qui rend sa boutique, son catalogue, son fonds, visible en ligne. À moins qu'un moteur de recherche s'en mêle.

Dès lors, le libraire est visible pour qui se donne la peine d'en chercher l'adresse *in situ*. Rappelons que Google a mis en ligne environ 7 millions de volumes, livres et mémoires, travaux d'étudiants et fascicules, en tout, dont environ 400 000 en français si l'on fait une recherche thématique, donc avec des doublons. Qu'il a passé des accords avec les libraires qui le désirent, comme Decitre, Mollat, Sauramps, Fnac ou Ombres blanches, pour lier le fonds à l'adresse, l'adresse au site, et les fiches ouvrages du site aux extraits disponibles sur Google Book Search. Qu'il propose aux éditeurs américains l'impression à la demande. Si l'on est positif, c'est plutôt une bonne chose, et qui met en valeur gratuitement l'exception culturelle française si vantée. Si l'on conteste ce service lié au livre, alors pourquoi n'y a-t-il pas au moins 2 000 libraires de premier niveau chez ePage ? pourquoi n'y a-t-il pas de libraires de deuxième niveau ? pourquoi tous les éditeurs ne sont-ils pas représentés dans ces sites qui les mettent sur le chemin de leur chalandise ?

134 Hélène Clément, chargée de mission numérique au Syndicat de la Librairie française, entretien du 16 avril 2009.

135 Place des Libraires est un site qui propose de chercher un livre en ligne en fonction des librairies qui sont proches de son domicile. <http://www.placedeslibraires.fr/> (consulté le 14 septembre 2009).

136 Xavier Cazin, entretien du 27 avril 2009.

Ce ne peut plus être une question d'absence de marché, les chiffres parlent d'eux-mêmes : les chiffres d'affaires de ventes de livrels aux États-Unis ont une croissance de 324 % en un an, contre 1400 % entre 2002 et 2008. Le marché du livre numérique est là, *hic et nunc*. Il ne manque que les points de vente suffisants. Interrogé, Georges-Marc Habib, libraire parisien, répond : « J'attends une offre claire, où les livrels seront lisibles sur toutes les machines, avec une *hotline* de secours disponible à tout moment pour le client le cas échéant. Je suis prêt à orienter mon fonds vers le marché de niche, si la maison de la presse située à 300 mètres demeure dans le quartier. C'est une librairie de deuxième niveau. À nous deux, nous tissons une cohésion sociale en fonction de nos clientèles, et je ne pourrais pas vendre les titres les plus difficiles si elle ne vendait pas les titres les plus populaires¹³⁷. »

Pour Hélène Clément, « la librairie est un tiers lieu. Un lieu où l'on pratique la gratuité ou le don (de temps et d'espace) depuis toujours : gratuité de s'y balader en feuilletant les livres, d'écouter des rencontres, de nouer des liens, de s'installer dans un fauteuil mis à disposition etc., bref, de se déconnecter¹³⁸ ». Y veiller ne consiste pas à poursuivre ses pratiques sans les modifier. Y veiller consiste à se saisir du Net pour en comprendre les arcanes. « Acquérir une culture numérique¹³⁹ », résume Patrick Gambache. Xavier Cazin renchérit : « On n'est plus dans l'idée de consommer. On est à un tournant où l'on s'enrichit, non pas de la ressource statique découverte, mais de la personne qui est derrière la ressource : l'informatique Internet crée la relation entre les personnes. (...) On renaît au contact des autres, parce que leur regard sur le monde vous enrichit. Or que peut-on espérer de mieux que s'affiner et influencer les autres ? (...) Le blog d'un libraire, par exemple, lui permet cela¹⁴⁰. » Parce qu'aujourd'hui les étudiants sans le sou n'ont pas même les moyens de dîner tous les jours, la gratuité ne peut pas être balayée du revers de la main, elle existe en ligne. Sa prise en compte est nécessaire.

3.1.3. Lieux d'accès au texte

Si un livre en amène un autre, si « la lecture est cumulative et se développe selon une progression géométrique¹⁴¹ », le lieu d'accès au texte, c'est le texte lui-même. C'est le livre, via le réseau des accès qui y mènent. Jusqu'à 1995 environ, les lieux d'accès au texte, outre le livre, consistent en écoles, universités, libraires et bibliothèques, en recommandations critiques. Ensuite Internet a remplacé le texte au cœur du processus – et la profession s'est tellement défendue de ce nouveau site, de ce nouveau réseau, bien plus vaste et plus puissant que n'importe quelle industrie ou n'importe quel commerce du livre, que nous l'avons oublié. Du coup, Bob Stein a fait sensation en février 2009, lors des rencontres Tools of Change for publishing qu'avaient organisées les éditions

137 Georges-Marc Habib, libraire, L'Atelier, entretien du 13 août 2009. Il dit aussi, ce que j'ai remplacé par des points de suspension : « Le travail des maisons de la presse est remarquable, mais les marges qu'ils dégagent sont faibles, les éditeurs doivent avoir conscience du poids de l'office, complexe à gérer – parfois 50 % de taux de retour – dont j'arrive à peu près à me dégager parce que ma librairie est de premier niveau. La valorisation de mon métier va dans ce sens, et le support importe peu. Il faut néanmoins garder à l'esprit que 40 % des livres que nous vendons sont des livres cadeaux, et que j'imagine mal des cadeaux numériques. Sauf si le service numérique, le plus, est offert avec le bouquin imprimé. Comme le guide Michelin avec le site correspondant qui permet d'imprimer une fiche topographique par balade. Le livre est un service que l'on vend différemment selon qu'il s'agit de livre de poche, d'édition première ou de beau livre. Le numérique doit aider les éditeurs et les libraires à travailler de front, ensemble, pour que le prix et les points de vente que sous-tend l'éditeur ne fassent pas périlcliter le commerce de la librairie. Les éditeurs doivent veiller à ce qu'ils offrent. À partir de là, on peut toujours s'adapter. »

138 Hélène Clément, entretien du 16 avril 2009.

139 Nombre des personnes interrogées, comme Patrick Gambache qui utilise ces termes propres, en sont conscientes.

C'est la raison pour laquelle nous avons mis en place un agrégateur de flux qui donne l'essentiel des réflexions sur la question. <http://www.netvibes.com/constancekrebs#General> (consulté le 14 septembre 2009).

140 Xavier Cazin, entretien du 27 avril 2009.

141 Alberto Manguel, *op. cit.*, p. 41.

O'Reilly à New York. Accompagné de Cory McCloud, Bob Stein, « constatant que le réseau, bien plus que le numérique, apporte de profondes modifications au livre¹⁴² » y disait qu'« un livre est un endroit où les lecteurs, et parfois les auteurs, se retrouvent¹⁴³ » par le biais de communautés qui chacune à son tour annotent le texte, le commentent dans les marges – comme on en parlait sur le plateau de Bernard Pivot voilà quelques années, comme on en parle dans les colloques ou même dans les dîners, dans les bonnes librairies ou dans les cafés, comme on annoté les blogs qui nous intéressent ou nous touchent. Car le livre est un lien social puisqu'il fait partie d'une culture commune. Sauf que pour la première fois, cette conversation est écrite, et que nul n'a besoin d'être auteur reconnu pour y participer. « Désormais, le livre n'est pas la fin du processus. Le livre ne procède plus seulement des réflexions, discussions et échanges qui précèdent son impression et le figent. Il y a un processus après, qui relève de l'écrit, et qui est notoire, public¹⁴⁴. » Que vont faire les libraires et les bibliothèques avant que nos petits-enfants se saisissent de ces possibilités inouïes ? Interrogée, Hélène Clémenté rétorque : « Le lieu du livre est ce qui structure le déplacement dans l'espace, et c'est aussi ce qui structure le commerce, la logistique, l'informatique. La dématérialisation vient bousculer ce rapport à l'objet. Sans « objet », il faut penser (au sens fort du terme) la présence du texte, faire entrer ces textes dans les circuits en -ique de la chaîne du livre (identification, référencement, bases de données...). Le lieu, c'est donc la somme de tous les lieux, de tous les points d'accès vers le texte¹⁴⁵. » Daniel Bourrion, conservateur à la bibliothèque universitaire d'Angers, confirme : « Les OPAC sont des outils inaccessibles aux êtres humains. Les humains se servent des moteurs de recherche. Il faut donc que les bibliothèques référencent leurs fonds en fonction des outils disponibles sur les moteurs de recherche. » Si « le livre n'a pas d'objet ni de sujet, [s'] il est fait de matières diversement formées, de dates et de vitesses très différentes¹⁴⁶ », il importe d'ouvrir pour lui de multiples points d'accès.

Pour suivre les réflexions d'Hélène Clémenté **j'invite les libraires à se constituer en rhizomes pour développer des multiples lignes de fuite**, en tant qu'« un rhizome ne commence et n'aboutit pas, il est toujours au milieu, entre les choses, inter-être, intermezzo. (...) C'est que le milieu n'est pas du tout une moyenne, c'est au contraire l'endroit où les choses prennent de la vitesse¹⁴⁷ ». Le lieu qui dynamise le texte, qui le rend proprement vivant, est un lieu de création et un lieu de prescription. Pour Bob Stein, c'est le texte en ligne et ses commentaires, pour Hélène Clémenté, c'est la librairie : « Le lieu serait le texte, en effet. Sauf que l'un des seuls endroits où il y ait une sélection, un choix qui m'est proposé, qui est ordonné, intellectualisé, avec une mise en relation transparente, c'est la librairie¹⁴⁸. » Mais la Toile est aussi un lieu de prescription et de création, qui pourrait suffire à diffuser la connaissance – la chute des ventes des dictionnaires et encyclopédies (de 20% à 8% de part de chiffre d'affaires, soit 12 points en moins), ainsi que celle des Sciences humaines et sociales (de 11 à 7%, soit - 4 points), des ouvrages religieux (de 3% on passe à 1%, - 2 pts), des sciences et techniques ainsi que la médecine (de 6% à 4%, - 2 pts), du scolaire (6 à 4%), des cartes et atlas, une bonne échelle (de 2% à 0%), des ouvrages de documentation et catalogues

142 Marin Dacos, compte rendu du 10 février 2009, Léo, « A book is a place (Tools of Change for publishing) », <http://leo.hypotheses.org/978> (consulté le 14 septembre 2009).

143 « *A book is a place where readers (and sometimes authors) congregate* », cité et traduit par Marin Dacos dans *Léo*, *ibid.*

144 Marin Dacos, *Léo*, *ibid.*

145 Hélène Clémenté, entretien du 16 avril 2009.

146 Gilles Deleuze, Félix Guattari, *Mille plateaux*, *op. cit.*, p. 9. Le livre lui-même n'est pas un objet, il est consubstantiel à notre univers culturel. Il importe d'ailleurs de revoir la définition fiscale du livre telle que la prévoit la loi Lang.

147 Gilles Deleuze, Félix Guattari, *Mille plateaux*, *op. cit.*, p. 36 et 37.

148 Hélène Clémenté, entretien du 16 avril 2009.

(de 1% à 0%), le montre bien¹⁴⁹.

Part des secteurs éditoriaux dans le CA global de l'édition

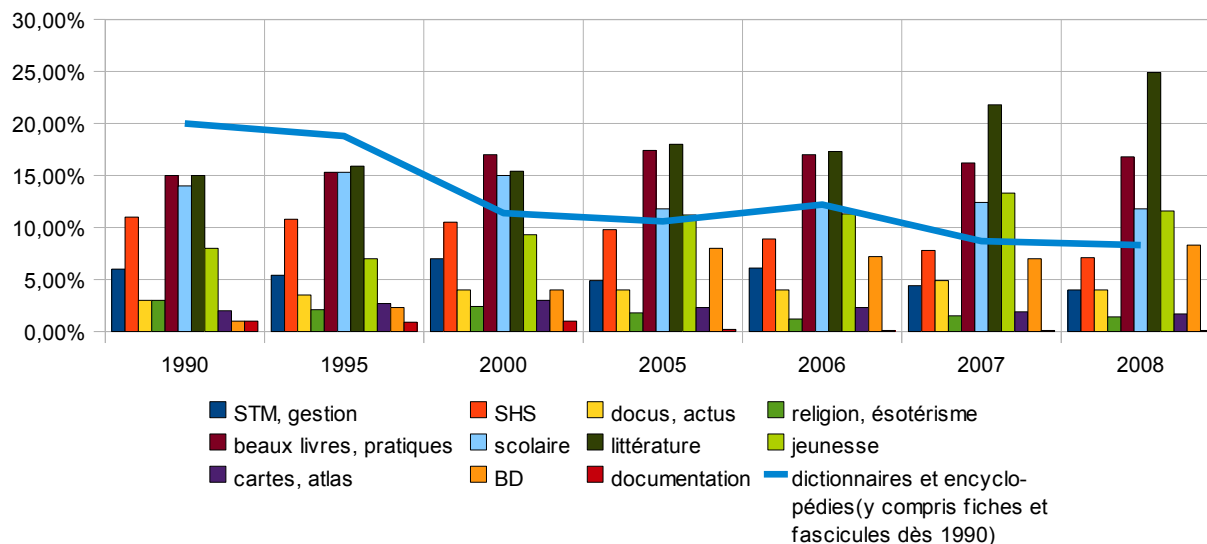


Tableau 3: Source, Repères statistiques du SNE

Il importe que les libraires et les éditeurs aient conscience que le territoire de diffusion du livre, ou du texte, s'interpénètre avec le Net. « *Entre les choses* ne désigne pas une relation localisable qui va de l'une à l'autre et réciproquement, mais une direction perpendiculaire, un mouvement transversal qui emporte l'une et l'autre, ruisseau sans début ni fin, qui ronge ses deux rives et prend de la vitesse au milieu », poursuivent Deleuze et Guattari¹⁵⁰ à propos du rhizome comme intermédiaire. Hélène Clément en a bien conscience lorsqu'elle « constate que la chaîne du livre (technique, politique, économique) évolue sur une double ligne de temps : certains acteurs sont « figés » dans leurs pratiques de travail traditionnelles, d'autres au contraire sont hyperactifs dans un environnement en forte mutation. Entre les deux, il y a comme une forme d'attentisme¹⁵¹. » Et cet attentisme, s'il est légion, ne forme pas de réseau. À ce jour. Il est possible que les libraires aussi tissent du lien (on voit que les secteurs littéraires gagnent 10 points, que la bande dessinée gagne 7 points, que la jeunesse en gagne 4, que les documents d'actualité en gagnent 1 point tandis que les beaux livres en gagnent 2).

3.2. Apprentissage de la relation réticulaire

C'est la relation sociale qui donne à l'œuvre sa valeur. Par le commentaire, qu'il soit savant,

149 Voir le graphique. Les 7 courbes descendantes sont celles des secteurs de connaissance, les 5 courbes ascendantes sont celles des secteurs de loisirs, pour aller vite. À croire que les 7 lieux du savoir sur les 12 secteurs éditoriaux se sont déplacés vers Internet : STM-gestion, SHS, religions, scolaire, cartes et atlas, ouvrages de documentation, dictionnaires et encyclopédies. En ligne, Wikipédia a l'avantage, pour l'instant, d'être toujours à jour.

L'encyclopédie est en partie modérée, pour des sujets sensibles, et évite les prises d'opinions politiques des encyclopédies imprimées. L'Université comme lieu de prescription du savoir souffre également de ce déplacement. Littérature et livres d'actualités, livres pratiques et beaux livres, BD et jeunesse rééquilibrent l'ensemble des secteurs. À croire que les éditeurs ont anticipé en équilibrant leurs tarifs.

150 Gilles Deleuze, Félix Guattari, *Mille plateaux*, op. cit., p. 37. Ce sont eux qui soulignent.

151 Hélène Clément, entretien du 16 avril 2009.

éclairé ou simplement dans le vent, à la mode. On voit, à lire les étals et les vitrines des libraires – qui étaient tous identiques voilà quinze ans, quand ils se singularisent désormais –, à quel point la recommandation offerte par la presse en général et la télévision en particulier s'essoufle. La relation en réseau a valeur de critique, certains éditeurs qui envoient des livres aux blogueurs l'ont bien compris. Cette relation réticulaire ne vaut que si elle n'est pas galvaudée par le service de presse – mais les blogueurs ne s'en laissent pas conter, car c'est la seule façon d'inspirer une confiance réciproque à sa communauté. Lieu de l'échange, il doit inscrire le texte, et sa parole, dans des communautés.

En ligne, les communautés sont nées par la lecture et par les livres, par le besoin d'outils et de conseils, par l'échange sur la connaissance et la culture. Les faire vivre demande une équipe, un réseau et, surtout, des apprentissages pour les professionnels du livre. Nous devons tous, à chaque âge, apprendre : le référencement, le passage du langage aux formats, le multimédia – et travailler ensemble, collectivement.

3.2.1. Apprendre le référencement

L'une des premières communautés de lecteurs est celle de Zazieweb, récemment mise en veille, faute de moyens. Depuis, la Toile a vu naître Babelio et Libfly en France, Librarything et Facebook Outre-Atlantique, les blogs de lecteurs un peu partout. Zazieweb a renouvelé la critique en donnant place, en librairie, aux livres dont on parlait peu, qui ne faisaient pas les vitrines ni les dédicaces. Aujourd'hui, l'on trouve nombre de « petits » livres en vitrine, à contre-courant des vitrines qu'imposaient la grande presse voilà dix ou quinze ans. Les communautés de lecteurs, ou plus largement, les relations en réseau, inspirent une confiance réciproque qui dit : « Regarde ce que je lis, c'est cela qui vaut qu'on le lise. Prends, toi aussi, le temps de le lire. Tu verras à ton tour que c'est bel et bon. » Car la relation sociale qui donne valeur à l'œuvre fonde la barrière critique.

À ce propos je m'étonne toujours d'entendre un auteur ou un artiste demander à *quiconque* ce qu'il a pensé de tel autre auteur ou artiste doué, ou de montrer son travail en demandant un avis, comme si la valeur *objective* du critique n'importait pas tant que cela, mais que comptait sa valeur *subjective*, qu'à partir de cette question une relation sociale, au moins, est peut-être envisageable. Les échanges musicaux entre adolescents procèdent de cette mise en relation, et tout porte à croire que le texte puisse être un lien social, non pas en tant que tel, parce le temps de lecture implique d'autres usages, mais en tant que livre lu, et critiqué pour le faire lire. Aussi la critique des blogueurs, qu'elle passe par des réseaux comme Zazieweb, Babelio ou Librarything, est essentielle. Désormais, le réseau commercial d'un libraire passe par le Net, qu'il vende des livres imprimés ou des livrels. Caroline Tachon et François Maillot l'ont compris. « Si l'on veut bien imaginer que le numérique prenne 15 % de parts au marché du livre papier, le tissu économique des librairies d'aujourd'hui ne pourrait pas supporter une telle baisse du chiffre d'affaires – à moins que les librairies ne deviennent partie prenante de cette offre numérique. [...] Une volonté politique est nécessaire à tous les niveaux de la chaîne du livre. Qu'elle soit éventuellement institutionnelle pourrait y contribuer fortement. [...] Mais il faut d'abord que les libraires soient sur Internet, quitte à avoir des modèles de diffusion du numérique en magasin¹⁵². »

L'éloignement géographique des lecteurs, de plus en plus nombreux à vivre dans la grande couronne autour de Paris, par exemple, sans une librairie à proximité de leur domicile, les incite à commander leurs livres en ligne. De ce fait, pour vendre un livre, il vaut mieux être bien référencé. Car comment cherche-t-on un livre, à moins d'être un actif militant pour la librairie de quartier ? On saisit le titre sur un moteur de recherche... 46 % des 22 millions de cyberacheteurs au 1^{er} trimestre

152 François Maillot, entretien du 27 juin 2009.

2009 achètent CD, DVD et livres de cette façon¹⁵³. La librairie Chapitre, qui proposait d'abord des livres d'occasion, a fini *leader* parce que la librairie d'occasion est un système de vente par correspondance qui fonctionne, et que les bouquinistes ont joué le jeu du réseau, proposant leurs catalogues sur le site de Chapitre qui en retour, leur propose une marge de 20 %¹⁵⁴. Le site qui s'affiche en premier sur le moteur de recherche varie en fonction des liens qui y mènent. Souvent ou pas, selon la demande, la recommandation, le réseau... Bibliosurf est par exemple un site bien référencé : si l'on saisit le nom d'un auteur de polar, la librairie s'affiche dans la première page de Google. Idem pour Giant Chair qui permet la vente directe d'ouvrages pour bon nombre d'éditeurs universitaires peu relayés par les libraires, une diffusion nécessaire quand la librairie n'a pas la chalandise suffisante pour proposer des ouvrages universitaires à la vente. Giant Chair¹⁵⁵ et Bibliosurf proposent chacun le contraire de ce que remarque François Maillot : c'est un marché de niche, pour universitaires ou pour amateurs de romans noirs dans les cas cités ci-dessus, qui se développe en ligne. **Il importe que ce marché de niche soit travaillé par le webmaster du site. Le but consiste à un référencement du site de vente, du site de communication, du site d'édition grâce aux liens qui se tissent entre ces trois localités, pour un maillage du réseau social. Il convient que la profession soit formée ou qu'elle fasse appel à des personnes compétentes dans ce domaine. Les métadonnées, une norme internationale de distribution, autant d'outils qui permettent un bon référencement dans le réseau des réseaux.**

3.2.2. Apprendre comment passer d'un langage à un format

Dans ce but, l'établissement du texte doit être aussi soigné à l'écran que sur papier. Les mots qui rédigent les textes de présentation doivent être choisis en fonction de leur sens propre. Les métadonnées doivent être complètes chez tous les éditeurs, unifiées afin de faciliter la tâche aux revendeurs qui ne sont pas des numériciens nés.

Unifier les métadonnées est essentiel pour le commerce en ligne. C'est ce qu'attendent les libraires comme les bibliothécaires. La norme Onix qu'utilise le Cercle de la Librairie le permet pour un réseau international. Les distributeurs et les diffuseurs numériques doivent en tenir compte, comme les éditeurs.

Il faut également un ISBN numérique, gratuit, comme l'est aujourd'hui l'ISBN de l'Afnil, comme le devient le dépôt légal de la BnF. Il permet, ainsi que le permet le DOI, (*Digital Object Identifier*¹⁵⁶), une mise en relation terme à terme des textes entre eux, une indexation automatique digne de celle des bibliothèques qui identifie et classe tout à la fois. C'est l'outil qu'utilise le Cléo, par exemple. « Le DOI est l'ISBN du document numérique. Un livre qui comprend dix chapitres peut avoir onze DOI, un par chapitre et un autre pour le livre lui-même. On

153 « La France compte près de 22 millions de cyberacheteurs au 1er trimestre 2009, soit une évolution de 3 % en un an (source : Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie). [...] Parmi l'ensemble des achats en ligne étudiés, les produits techniques et les voyages sont les catégories plus achetées par les internautes. Au cours des 6 derniers mois :

- 52 % des internautes ont acheté en ligne des produits techniques (produits high tech, petit et gros électroménager, jeux vidéos,...)
- 51 % des prestations de voyage / tourisme (billets de transport, séjours, hôtellerie ...)
- 47 % des services (billetterie, développement photos, abonnement...)
- 46 % des produits culturels (CD, DVD, livres)
- 46 % de l'habillement (homme, femme, enfant, sport...).

» Médiamétrie/Fevad, juin 09.

Médiamétrie fait d'ailleurs le point sur 10 ans de mesures en ligne, (site consulté le 14 septembre 2009)

<http://www.mediametrie.fr/internet/communiqués/dix-ans-apres-le-web-triomphe.php?id=66>

154 Voir entretien avec Juan Pirlot de Corbion, fondateur de la librairie en ligne Chapitre.com, le 10 juin 2009.

155 Giantchair, entretiens informels avec Cory McCloud les 28 avril et 25 juin 2009.

156 http://fr.wikipedia.org/wiki/Digital_Object_Identifier donne une définition en français, tandis que le protocole et les termes d'usages, les accords se trouvent sur <http://www.doi.org/index.html>

pourrait même imaginer que les paragraphes aient des DOI... Mais le coût nous en empêche.[...] Le DOI CrossRef est une agence vendant du DOI, qui rajoute des fonctionnalités dont on peut bénéficier quand on y adhère. C'est leur grande force. L'essentiel de ces fonctionnalités sont des engagements que l'on prend auprès des autres qui ont eux aussi acheté des DOI chez CrossRef. L'engagement est de lier ceux qui ont un DOI entre eux. [...] Le DOI est dès lors attaché à une URL : il suffit de taper le DOI et il envoie la requête vers la bonne URL, quelle qu'elle soit. Deuxièmement, on s'engage à parcourir la bibliographie dans un document qui ne pointe, évidemment, vers aucun DOI, et à interroger CrossRef pour chaque référence en lui demandant si telle ou telle chose n'aurait pas, par hasard, un DOI. Si CrossRef répond positivement, il faut l'encapsuler dans le document. Du coup, avec le résolveur DOI, on va vers le document là où il est quand il s'y trouve. Mais le DOI est très contraignant. On paie des amendes si on ne joue pas le jeu du lien retour, alors que le prestataire ne fournit pas le logiciel qui permet de parcourir sa bibliographie et d'imaginer à quoi correspond telle ou telle référence. Alors qu'ici c'est évidemment fait manuellement. Mais si on lui envoie le titre, l'auteur, etc., le DOI CrossRef annonce s'il existe un DOI correspondant. Par conséquent, il oblige l'utilisateur à se connecter avec le reste du monde et à jouer le jeu. On peut trouver cela fou furieux... Dans une logique de concurrence, on adhère à CrossRef parce qu'on va être lié par tous les autres. Si personne ne joue le jeu, le système s'effondre de lui-même. On n'a pas vraiment le choix¹⁵⁷. » Le DOI est lié à Onix, standard en usage de nommage de métadonnées, international, qui permet aisément la circulation des métadonnées. **La BnF vient de mettre en place un dépôt légal numérique, qui permet un ISBN et une ID ouverte, donc conforme aux standards en vigueur, ou pouvant le devenir.**

Pour entrer dans ces deux normes internationales essentielles au développement de l'édition et de la librairie, non seulement le développement numérique, mais le développement tout court, l'interopérabilité XML doit être maximale... Il faut apprendre aux directeurs de production le passage d'un format à l'autre : comment renseigner sa DTD afin de l'inclure dans la TEI, comment passer de la TEI aux formats e-Pub et PDF. Pour le texte, et pour ses métadonnées, si possible en Dublin Core. Pour cela, des formations sont nécessaires et les compétences recherchées. C'est également vrai si le texte est enregistré aux formats audios disponibles, et diffusé en MP3. Ou si le manuel scolaire, par exemple, contient une partie texte et une partie vidéo. Les enseignements à l'édition s'ouvrent-ils à ces problématiques ? Les compétences disponibles dans les maisons d'édition suffisent-elles à combler ces évolutions liées au numérique ? La région pourrait envisager une place des métiers qui indiqueraient les compétences nécessaires - et qui, ainsi, inciterait les organismes de formation à adapter leurs enseignements. En outre, cette place des métiers proposerait des modules d'auto-formations en ligne, pour des sessions ultra-courtes de quelques minutes quotidiennes afin que les professionnels du livre se forment aux outils évoqués plus haut.

3.2.3. Connaître les outils d'écriture en ligne

Mais les auteurs aussi ont besoin de se former. Car « la littérature n'est pas à part. La notion de poésie, on va la chercher aussi dans l'ordinateur pour la transmettre, pour l'exercer. Dans ces nouveaux supports, on ne peut pas oublier la médiation, le rapport aux images, le jeu de la voix, la question du codage, de la circulation¹⁵⁸ ». Les auteurs aussi ont besoin d'outils. Il n'y a qu'à observer Twitter, se rendre aux cours de Jean Clément à Paris 8 et au séminaire de Michel Bernard à Paris 3, voir ce qu'auteurs et éditeurs s'y transmettent pour comprendre. Le son, l'image, le réseau, tout cela se travaille avec le texte. Il est loin le temps où l'auteur se retirait dans sa thésaure, loin du monde, loin du bruit, pour écrire. Du moins, il faut un mélange entre l'isolement du travail et la présence au monde. L'écrivain Pierre Ménard constate : « L'auteur a une tendance naturelle à

157 Marin Dacos, fondateur de Revues.org et du Cléo, entretien du 12 juin 2009.

158 François Bon, manifestation publique, Paris, printemps 2009.

l'isolement. Or le numérique induit le contraire : on rentre en contact avec l'autre à travers l'écran, le réseau, l'échange est essentiel. [...] Ce serait intéressant de faire un travail commun dans un lieu donné, [...] où les choses se complètent et se réunissent. On pourrait y mêler des illustrateurs, des vidéastes, des correcteurs, des auteurs, voire des professionnels de l'édition¹⁵⁹... » Tandis que l'éditrice multimédia Virginie Clayssen confirme : « Savoir concevoir et réaliser une image, maîtriser les effets de sens d'un son sur cette image, ou de chaque média sur les autres, est un art bien difficile, et probablement davantage à la portée d'une équipe que d'une seule personne, même extraordinairement polyvalente. Les hybridations multimédia seront le fait, non plus d'auteurs isolés, mais plutôt de gens habités par leur projet et capables d'animer une équipe, à l'image d'un réalisateur de cinéma ou du créateur d'un jeu vidéo. Des gens assez dynamiques pour nouer un dialogue entre un ingénieur du son, un monteur vidéo, un développeur, pour créer des sympathies, des connivences¹⁶⁰. »

Mais « la méconnaissance crée la peur¹⁶¹ » et les auteurs qui voudraient modifier leurs pratiques le font peu. De ce fait, toutes les étapes sont à respecter : information, formation, implications. La Toile implique bien souvent la même chose que le papier (au moins pour ce qui est du texte, de l'image fixe, et de la mise en page), mais avec un vocabulaire particulier, qu'il s'agit de comprendre pour apprendre à se servir des outils. « Il suffit parfois de démystifier le vocabulaire pour donner confiance et rendre des usages accessibles. Les choses sont souvent moins compliquées que ce que chacun imagine : bien expliquées, bien comprises, elles sont moins menaçantes. Une fois l'étrangeté apprivoisée, une fois passé le cap de l'apprentissage, on passe dans l'usage quotidien et banal, et l'outil se fait oublier¹⁶². » C'est vrai pour tout le monde, les libraires, les éditeurs et les auteurs. **Si l'on veut développer les outils dont les auteurs ont besoin, il est nécessaire de mettre en œuvre un labo du texte, atelier collectif qui réunirait outils, formations, compétences, sans lourdeur, sans pesanteur.** « Jusqu'à présent, chaque auteur traite isolément avec l'Institution pour une résidence, par exemple. Or soutenir *les* auteurs serait plus intéressant que soutenir *un* auteur. Ce serait bénéfique que le partage, la collaboration, l'échange se fassent. Parce que agréger les énergies permet de faire émerger d'autres énergies. »

Car, poursuit Virginie Clayssen, « dans 10 ans, certains livres seront sans doute non plus écrits par un seul auteur, mais créés par une équipe (c'est d'ailleurs déjà le cas de nombreux ouvrages de référence, en éducation, dans l'édition universitaire et professionnelle, mais rarement dans le domaine de la littérature). Un peu comme on a rêvé le CD-rom multimédia dans les années 1990... [...] Les artistes sortent de leur média, ils poussent les murs. Il est en revanche difficile de prévoir si ces créateurs s'épanouiront plutôt dans l'univers de l'art ou du jeu vidéo, ou si certains d'entre eux donneront au texte une place dans leur travail qui continuera de les rattacher au monde de l'édition¹⁶³. » **Les artistes ont en réalité les mêmes besoins que les professionnels du livre : de l'information pour une acculturation, des formations adaptées pour un approfondissement, et des mises en relation avec des personnes compétentes dans des domaines connexes mais indispensables à une création multimédia. Il faudrait ouvrir une place des métiers en ligne, dynamique, lieu de rencontres et d'expérimentations qui lierait prestataires et producteurs selon un modèle initial de don et de contre-don lequel déboucherait sur une prestation rétribuée. Les outils existent, les compétences également, il faut les agréger.**

159 Pierre Ménard, bibliothécaire, écrivain, entretien du 14 mai 2009

160 Virginie Clayssen, responsable du développement numérique chez Eeditis, présidente de la commission numérique du SNE, et blogueuse, sur TeXtes (consulté le 14 septembre 2009), <http://www.archicampus.net/wordpress/>, entretien du 7 mai 2009.

161 Pierre Ménard, entretien du 14 mai 2009.

162 Virginie Clayssen, entretien du 7 mai 2009.

163 Virginie Clayssen, entretien du 7 mai 2009.

Déjà, si l'on suit quelques twitts, on a vu émerger une web radio qui émane de quelques écrivains. Déjà la bande dessinée est disponible à l'écran. Déjà des pans de l'édition de référence, universitaire, professionnelle et scolaire, rendent public le travail non pas d'un auteur, mais d'un groupe d'auteurs, d'une équipe aux fonctions multiples, plus proche de la production que de l'écriture. De même, bientôt, l'on verra d'autres textes publiés, d'autres poèmes, d'autres romans. D'autres livres...

3.3. Une définition du livre

Le métier d'éditeur consiste d'abord à coller au texte confié par l'auteur. Mais le texte est un matériau mouvant, et l'éditeur qui souhaite fixer cette matière pour l'éternité doit évoluer avec ses auteurs, avec les voies de communication, avec ses lecteurs. Passer de la parole à l'écrit, signifie adapter cette parole à l'écriture, ce qui, pour un éditeur, consiste à adapter le texte de l'auteur en sorte d'en faire un livre. Mais qu'est-ce qu'un livre ?

Le livre a d'abord été défini officiellement de manière fiscale pour qu'il ait un prix, unique, et une TVA abaissée. Afin de créer en France une exception culturelle qui a permis une diversité de textes et un maillage de l'offre unique au monde. Le livrel risque de sombrer dans la face noire du web 2.0, voir son prix unique se diviser en tarifs attractifs décidés par les libraires et les fournisseurs d'accès. En outre, comme il dépend de supports électroniques, sa TVA est celle des supports qui le contiennent. Elle ne convient pas à un produit culturel pour lequel la demande n'existe pas, a priori.

Aussi importe-t-il de poser quelques pistes pour une définition du livre, en fonction du livrel. Rappelons d'abord la définition fiscale en vigueur pour un prix mandaté par l'éditeur, avant de poser la définition de Roger Chartier pour un modèle idéal, et enfin de tenter, avec Bob Stein, de définir un livre étendu, ouvert, pour une fiscalité nouvelle.

3.3.1. Définition fiscale du livre, la loi Lang

Rappelons la définition du livre rédigée pour la loi Lang, c'est-à-dire pour le prix unique et la TVA à 5,5% :

« Un livre est un ensemble imprimé, illustré ou non, publié sous un titre, ayant pour objet la reproduction d'une œuvre de l'esprit d'un ou plusieurs auteurs en vue de l'enseignement, de la diffusion de la pensée et de la culture.

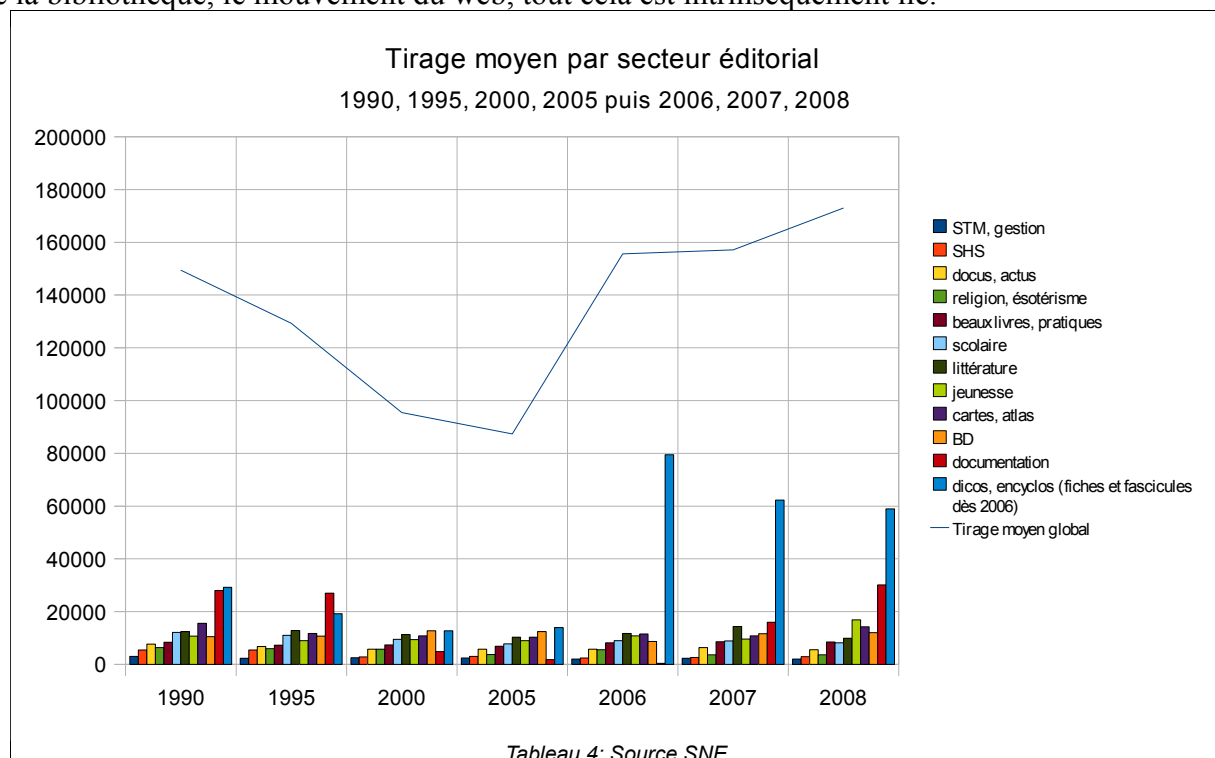
Cet ensemble peut être présenté sous la forme d'éléments imprimés, assemblés ou réunis par tout procédé, sous réserve que ces éléments aient le même objet et que leur réunion soit nécessaire à l'unité de l'œuvre. Ils ne peuvent faire l'objet d'une vente séparée que s'ils sont destinés à former un ensemble ou s'ils en constituent la mise à jour.

Cet ensemble conserve la nature de livre lorsque la surface cumulée des espaces consacrés à la publicité et des blancs intégrés au texte en vue de l'utilisation par le lecteur est au plus égale au tiers de la surface totale de l'ensemble, abstraction faite de la reliure ou de tout autre procédé équivalent. »

Cette exception culturelle recouvre pourtant aussi bien les manuels de bricolage et les romances sentimentales que les essais scientifiques et les poèmes. Elle définit un objet, avant tout, objet d'où pensée et culture sont parfois bien éloignés. Un produit. Un objet clos d'où les chapitres, les fiches et les fascicules ne sauraient être détachés. Pourtant, depuis 2006, le SNE comptabilise les dictionnaires et encyclopédies comme des livres en y incluant les fiches et les fascicules. C'est donc qu'il y a menace d'une crise majeure, et qu'on ne veut pas la rendre visible sans affoler la profession. Ce mode de comptabilité montre aussi que la définition de 1981 est déjà obsolète (voir graphique page suivante).

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

Depuis, les sites d'auto-édition comme Lulu, Books On Demand et autres Manuscrit.com donnent une visibilité à des livres délaissés par l'édition traditionnelle, que le texte de loi n'envisageait peut-être pas non plus. Mais si les réseaux, comme on vient de le voir, ne prennent pas en compte l'aspect commercial ou communicatif de ce type d'édition, la valeur critique disparaît, et le texte reste au point où il était avant publication. Or, pour qu'un texte vive, il doit sortir de l'atelier de son auteur. Seul moyen pour lui d'émouvoir. L'émotion du texte, la vivacité de la librairie, le maillage de la bibliothèque, le mouvement du web, tout cela est intrinsèquement lié.



Pour que ce flux reste lié en une chaîne de services pour le texte, il importe de redéfinir le livrel, non pas en fonction de la définition fiscale du livre, mais pour un prix attribué par l'éditeur et pour une TVA unique. Il est à noter que les disques n'ont pas eu de TVA à 5,5% mais qu'ils ont dû, comme tout supports magnétiques et électroniques, conserver une TVA à 18,6% elle-même passée à 19,6% sous le gouvernement Raffarin. Aussi le marché du disque a-t-il été érodé bien avant l'apparition des supports et des voies de communications électroniques jusqu'à correspondre aujourd'hui au chiffre d'affaires d'une grande surface commerciale¹⁶⁴.

Or cette valeur marchande du livrel, ce sont les professionnels du livre qui sont à même de la transmettre. Avec un taux de TVA équivalent qu'il s'agisse d'un livre ou d'un livrel. Avec un prix déterminé par l'éditeur qu'il s'agisse d'un livre ou d'un livrel. Avec une implication des uns et des autres dans la cité de l'auteur et du lecteur.

L'implication passe par le sens de la rémunération. Le prix unique est difficilement envisageable, même si les éditeurs doivent, malgré la puissance en ligne des libraires américains, conserver la maîtrise du prix public de vente. Alain Absire, précise même : « Il n'y aura jamais de prix unique du livre sur le numérique. Cela n'a ni queue ni tête. Mais les éditeurs doivent garder la maîtrise du prix

¹⁶⁴ Jean-Pierre Arbon précise : « Le chiffre d'affaires de la musique enregistrée en France, c'est moins qu'un hypermarché moyen comme Auchan ou Carrefour... On peut comprendre facilement que les maisons de disque ne pèsent strictement rien et qu'elles n'ont aucun moyen de faire pression sur des géants comme Orange, Microsoft, Google ou Apple. », entretien du 30 juin 2009.

par un contrat de mandat, c'est-à-dire des conditions de commercialisation fixées par les éditeurs¹⁶⁵ », comme le demande les libraires indépendants. « Organiser le prix de la nouveauté », comme le résume si justement Hervé Bienvault. Pour que l'auteur continue à s'adresser au lecteur par le biais d'un éditeur et que le livre circule.

3.3.2. Une définition du livre

Roger Chartier propose une « définition qui restaure le livre dans une circulation et une adresse¹⁶⁶ » : « D'un côté, c'est un objet produit par un travail de manufacture, quel qu'il soit – copie manuscrite, impression ou éventuellement production électronique –, et qui appartient à celui qui l'acquiert. En même temps, un livre, c'est aussi une œuvre, un discours. Kant dit que c'est un discours adressé au public, qui est toujours la propriété de celui qui l'a composé et qui ne peut être diffusé qu'à travers le mandat qu'il donne à un libraire ou à un éditeur pour le mettre dans l'aire de la circulation publique. Tous les problèmes de la réflexion tiennent à cette relation complexe entre le livre comme objet matériel et le livre comme œuvre intellectuelle ou esthétique, parce que, jusqu'à aujourd'hui, la relation s'est toujours établie entre ces deux catégories, entre ces deux définitions. [...] Or, aujourd'hui, le seul objet est l'ordinateur, qui porte tous les types de discours, quels qu'ils soient, et qui rend absolument immédiate la continuité entre les lectures et l'écriture. On peut alors entrer dans les réflexions contemporaines, mais en revenant à cette dualité que l'on oublie souvent¹⁶⁷. » Le livre n'est plus un objet. C'est seulement « une œuvre, un discours » dont le même support rend possible les lectures et les écritures. L'immédiateté entre les deux est donnée par le réseau. Il n'y a plus d'intermédiaires entre auteurs et lecteurs – seulement le texte et ceux qui travaillent en fonction de l'ordinateur et des échappées qu'il propose.

Si, comme le dit Chartier, « le seul objet est l'ordinateur », qui porte tous les types de discours, qui néglige la durée de la circulation puisqu'il « rend absolument immédiate la continuité entre les lectures et l'écriture », alors le livrel est à la fois rassemblé dans l'espace (l'objet, l'« adresse »), et dans le temps de transmission (la diffusion, la « circulation »). Par exemple, les temps de diffusion du texte sur un blog ou du chargement d'un fichier sont minimes, voire infimes. Ce temps qui consistait autrefois à se rendre en librairie ou en bibliothèque (pour certains ouvrages, il fallait se rendre dans des bibliothèques éloignées, voire traverser les frontières et les continents), qui consistait à se déplacer jusqu'au livre pour l'acquérir ou, lorsque c'était possible, pour l'emprunter, puis à retourner chez soi pour enfin le lire, ce temps si dilaté de la recherche du livre que l'on avait préalablement choisi parce qu'on avait lu ailleurs, dans un autre livre, sa référence ou bien une allusion à un passage qui nous avait intrigué ou intéressé, ce temps de la recherche ajouté au temps de l'acquisition et au temps du retour chez soi se confondent désormais en un clic. Or ces temps perdus à la recherche de la lecture donnaient au texte une valeur symbolique, une saveur rare, précieuse. Que le clic lui retire.

Mais si le texte perd de sa valeur symbolique, le temps de lecture qui s'offre à nous est plus long. Il reste donc le temps incompressible de l'écriture, et le temps élastique de la lecture. « Et si un livre c'était le temps qu'on met à le lire¹⁶⁸ ? » Cette question que pose François Bon en son *Tiers Livre* induit, sous-entend le temps de l'écriture. Blanchot a parfaitement décrit à propos de Proust, ce « temps pur », qui fait la magie de l'écriture, et qui réunit tout ensemble le temps d'écrire, le « bonheur des souvenirs spontanés », mais aussi le temps aboli par le fait réel, qui se répète en

165 Alain Absire, entretien du 20 avril 2009.

166 C'est François Bon qui remarque cela dans un mail du 7 août 2009.

167 Roger Chartier, « Le livre : son passé, son avenir », entretien avec Ivan Jablonka, *La Vie des Idées*, <http://laviedesidees.fr>, 29 septembre 2008.

168 François Bon, « Ceci est-il un livre ? », *Le Tiers Livre*, 6 août 2009, <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article1850> (consulté le 14 septembre 2009).

affranchissant le temps, et qui de ce fait se déplace hors du temps pour donner le récit. « Oui, en ce temps, poursuit Blanchot, tout devient image [...] sans signification, mais appelant la profondeur de tout sens possible ; irrévélee et pourtant manifeste, ayant cette présence-absence qui fait l'attrait et les fascinations des Sirènes¹⁶⁹. »

À son tour, Bon évoque aussi une relation sensible – qu'elle soit d'essence esthétique ou intellectuelle, voire pratique ou scolaire – qui restaure le livre non pas en tant qu'objet, mais comme lien social et culturel qui transmet ce que l'auteur fonde, et ce que le lecteur reçoit. Le livre et le livrel sont avant tout des socles sociaux qui nous aident à élaborer une pensée, une sensibilité, une culture. À ce titre, les extensions sonores, photographiques ou vidéographiques, voire hypertextuelles et paratextuelles, font partie intégrante du livrel – et du livre tant que le support peut soutenir de tels moyens d'expressions.

D'ailleurs c'est parce qu'on est chez soi, en ligne, l'ordi étant le moyen d'écriture et de lecture, son bureau étant déporté à l'écran, que les usages tendent à la gratuité des services et des biens acquis sur le Net. Il est donc logique que le prix des livres, on l'a évoqué, tende vers un très bas prix. L'un des moyens consiste même à une vente en amont, par un système d'abonnements, comme un magazine, un journal, un théâtre. Tous les entretiens convergent sur ce point. Jean-Pierre Arbon précise : « il faudrait trouver un moyen de faire payer des contenus alors qu'ils sont gratuits ou tendent à la gratuité. » tandis que Françoise Benhamou se demande avec prudence s'il ne faut pas envisager une licence globale. Sans aller jusque-là, Malo Girod de L'Ain confirme que les communautés doivent à la fois faire évoluer le texte, et susciter un marché en le faisant démarrer¹⁷⁰. Les livres de M21 sont liés à des blogs correspondants, imprimés à la demande, et vendus aux formats numériques sous forme de bouquets, en partenariats avec des éditeurs diffusés par Cyberlibris ou Numilog. Xavier Cazin imagine que les lecteurs relaient l'information, le réseau faisant boule de neige dès que la masse critique est atteinte.

Chacun s'accorde sur le fait que le texte doit être proposé sous forme apparemment gratuite, selon un modèle mixte, l'éditeur devant trouver un équilibre en fonction des usages de son public. Par exemple, « le modèle économique de Cairn est fondé sur un équilibre entre les gratuits et le payant ou l'accès conditionnel. Nous pensons que le Web, dans le domaine culturel, devrait essentiellement fonctionner de cette façon¹⁷¹ ». Abonnements et POD semblent être des modèles en place chez Hachette, en cette rentrée 2009. Livre et livrel sont deux versants d'un même texte, pas concurrents, voire identiques. Complémentaires. Parce qu'on écrit en ligne tout en lisant des livres imprimés, qu'on écoute la radio en direct ou en podcast tout en allant au concert, qu'on regarde un film de temps en temps quand bien même on est abonné à plusieurs saisons théâtrales... C'est un peu comme les niveaux de langue ou la façon de se tenir en fonction des situations. Le livre, le livrel, le blog sont des codes sociaux différents, mais ils coexistent.

3.3.3. définition du livre ouvert pour une fiscalité nouvelle

« Pour la première fois, un roman est écrit selon le rythme et la syntaxe de la langue parlée, contre les règles de la grammaire et les conventions esthétiques. Plus encore, la narration, qui multiplie les digressions, les parenthèses, les associations libres de mots, de thèmes, d'idées, est composée, non selon les principes de la rhétorique lettrée, mais selon les codes qui régissent la parole vive de la conversation. Les omissions, les confusions, les négligences importent peu pour une telle façon d'écrire qui construit le récit comme s'il était une manière de dire¹⁷². » Ce n'est pas un blog que

169 Maurice Blanchot, *Le Livre à venir*, Gallimard, coll. Folio, p. 25.

170 Malo Girod de L'Ain, fondateur des éditions M21, M21/FYP éditions, entretien du 17 juin 2009.

171 Marc Minon, fondateur de Cairn.info, portail de revues scientifiques, entretien du 19 mai 2009.

172 Roger Chartier, *Inscrire et effacer*, *op. cit.* p. 62.

décrit là Chartier, mais bien *Don Quichotte*, roman épique du Siècle d'Or espagnol. L'imprimerie est à peine née que déjà le langage de Cervantès se transforme en une parole écrite comme si elle était dite plutôt qu'une parole écrite selon des conventions séculaires. Cela rejoint ce que remarque Clarisse Herrenschmidt à propos du langage. Le langage évolue en fonction des modifications profondes que lui donnent l'alphabet, la monnaie, le code informatique, trois arts de la mémoire éminemment réinscriptibles sur les tablettes de cire ou leur équivalent, des tablettes électroniques de lecture, réinscriptibles, et structurables dans la vivacité du langage. « L'émergence de l'écriture repose sur un étrange procédé, qui consista à externaliser l'organe de la parole, à le matérialiser à l'extérieur comme une chose. En cela l'écriture ne se différencie pas des autres techniques mises au point par les hommes ; si, comme l'a vu André Leroi-Gourhan, les outils prolongent la main, le bras, le corps, ces prolongements se complexifièrent et s'autonomisèrent. 'L'homme est conduit progressivement à extérioriser des facultés de plus en plus élevées.' (...) Pareille opération s'est répétée dans l'histoire des signes lors de l'invention de la monnaie frappée et de l'informatique¹⁷³. » Changement d'écriture, de code l'informatique, semble-t-il, conduit à une classification différente du seul alphabet. Les enfants, remarquent instituteurs et parents, ont du mal à s'emparer des dictionnaires. C'est désormais si simple de chercher par mot-clé. Changement des usages de la lettre, du mot. Changement des pratiques d'écriture et de code.

Où commence et où s'arrête le livrel ? Comme avec des manuscrits (fictions, essais, recueils), c'est à l'auteur et à l'éditeur d'en décider, de définir ce qui fait œuvre. Mais le matériau virtuel (le lien, le réseau, le langage du logiciel) fait aussi, aujourd'hui, en tant que code informatique, partie de l'œuvre. C'est une nouvelle écriture qui, selon la définition de Clarisse Herrenschmidt, en tant que telle, parce qu'elle est née à partir d'un nouveau code, ni seulement alphabétique, ni seulement numérique, mais aussi informatique, parce que, comme les deux autres écritures, elle est née avec une légende qui l'inscrit dans le mythe, parce que comme elles elle est liée au corps dont elle est une extension, parce qu'elle ne se substitue pas à l'homme mais que l'homme craint cette substitution qu'il amplifie, bref, parce que cette écriture ouvre une troisième ère de l'humanité, elle modifie les modes de pensée. Si l'on s'en tient au livre qui se modifie en livrel, on peut imaginer que sa définition permette que le livrel soit ouvert, malléable, réinscriptible et duplicable, qu'il peut aussi bien être constitutif d'un site en son entier comme d'une partie de ce site, que les commentaires de lecteurs font partie de ce livrel dont l'auteur est celui qui écrit le texte de départ, celui qui appelle les commentaires. On retrouve alors l'appréciation à la fois culturelle et sociale, qu'induisent les commentaires. Un livrel n'a de valeur que s'il est lu, apprécié, critiqué, commenté. La valeur, puisqu'elle circule entre un auteur et un lecteur, puis entre un locuteur et un auditeur, est aussi définie par le récepteur. Pour qu'il y ait valeur de l'objet, il faut qu'il y ait circulation, avec envoi et réception.

Dès lors, comment définir la fiscalité du livrel, et son prix ? C'est, *in fine*, aux législateurs d'en juger. Mais il importe de noter que l'édition en ligne a, dès l'abord, utilisé les compétences de la bibliothèque afin d'indexer au mieux ses ouvrages, ses articles. Que le lieux du livrel se confondent en un tiers lieu, en effet, qui est à la fois librairie, bibliothèque publique et bibliothèque personnelle puisqu'il s'agit de son ordinateur. S'il est impératif que la librairie prenne en compte les usages des bibliothécaires pour le classement des ouvrages et leur indexation, et vice-versa, il est tout aussi urgent d'envisager les usages des lecteurs et leurs implication en amateurs éclairés, dans la cité. À ce titre d'ailleurs, il s'agit de définir le livrel en l'ouvrant sur d'autres types d'écritures, qui incluent le code, l'image, la musique, le cinéma, le cut-up... Il est essentiel de garder à l'esprit le travail que des éditeurs comme des auteurs font en ligne pour définir clairement ce que peut être le livrel.

173 Clarisse Herrenschmidt, *op. cit.* p. 78-79. La phrase d'André Leroi-Gourhan citée est issue de *Le Geste et la parole, La mémoire et les rythmes*, Albin Michel, 1965, p. 67.

L'interconnexion des professions, la mise en réseau des uns avec les autres est en cours, elle se fera. La stratégie de tout professionnel (librairie, éditeur, attaché de presse, distributeur...) consiste désormais à participer à des communautés existantes. Un blogueur influent est au moins lié à une communauté, et c'est une compétence forte qui s'en dégage. On sort de la stricte linéarité donnée par la chaîne éditoriale puisque le réseau fonctionne en rhizome. Cela suppose de sortir de sa stricte représentation professionnelle. Le syndicat de la librairie française (SLF) a d'ailleurs compris cela qui s'associe avec l'association des bibliothécaires de France (ABF) pour monter des groupes de travail communs sur les bases de données bibliographiques. « Ce groupe souhaite élaborer des propositions concrètes sur l'évolution des outils bibliographiques afin qu'ils répondent mieux aux besoins et aux contraintes des auteurs, éditeurs, bibliothécaires et libraires, ainsi qu'aux attentes du public¹⁷⁴. » Cette base serait publique, gratuite et permettrait de voir enfin Électre et le catalogue général de la BnF réunis. De ce fait, elle atteindrait rapidement une telle masse critique que les moteurs de recherche pointeraient plutôt vers ses offres que vers celles des géants américains. Reste qu'il faut aller vite. De ce lieu qu'on nous promet, les libraires pourront, comme les bibliothèques, pointer leurs recommandations choisies, leur site, et organiser autour de leur librairie, de leur bibliothèque, leurs communautés de lecteurs – tisser des liens sociaux dans leurs quartiers.

Il faut donc peut-être un site qui permette d'agréger toute la réflexion sur le livre, la lecture, leurs rapports, les supports de lecture... Faire un état des lieux et l'ouvrir à des communautés qui s'engagent à donner des ressources. À partir de ces ressources, les législateurs auront les outils nécessaires à la définition de livre et du livrel, tant pour une fiscalité à taux réduit, que pour un prix de mandat maîtrisé par l'éditeur.

* * *

Dès lors développer un modèle économique fiable signifie aussi une bonne rémunération de l'auteur. Ainsi, l'éditeur doit-il calculer le prix de l'abonnement ou du bouquet en fonction d'une assiette adaptée à l'environnement numérique. Ne jamais perdre à l'esprit que les deux systèmes d'édition, numérique et imprimée, sont interdépendants. Et que peut-être la diffusion rémunérée d'un ouvrage numérique disponible en version imprimée gratuitement, ou la version numérisée gratuite d'un ouvrage disponible contre paiement est aujourd'hui envisageable. Marin Dacos et Pierre Mounier distinguent l'édition en ligne, nativement en ligne comme les blogs et Wikipédia, de l'édition numérique, comme 00h00 ou Revues.org, de l'édition de textes numérisés, comme les classiques mis en ligne à partir d'une édition imprimée. Les modèles économiques, là encore, diffèrent. Même si, dans les trois cas, l'éditeur maîtrise les coûts et les prix de vente desdits livrels – ou leur rémunération.

Préconisations phares :

- Une « place des métiers » pour que les réseaux se définissent dans la durée, il convient de réunir tous professionnels sur des lieux de formation transversale, d'information afin que les relations sociales soient aussi fortes que tenaces.

- Un « atelier collectif » permettra de mettre en œuvre des exemples concrets, de tester avec écrivains et les autres artistes ce qui sera l'antichambre de la création éditoriale. Rien ne pourra être envisagé sans la nécessaire création des auteurs.

- Une place des métiers permettra aux producteurs (éditeurs, mais aussi pourquoi pas? bibliothécaires et libraires), de faire appel à des prestataires de compétences variées, pour des

174 Blog du Congrès de l'ABF, « Communiqué, les libraires et les bibliothécaires créent un groupe de travail commun sur les bases bibliographiques, 23 juin 2009. <http://abfblog.wordpress.com/2009/06/23/communiqu%C3%A9-les-libraires-et-les-biblioth%C3%A9caires-creent-un-groupe-de-travail-commun-sur-les-bases-bibliographiques/> (consulté le 14 septembre 2009).

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

missions et des fonctions innovantes ou classiques, sur la base de l'échange durable entre prestation de qualité et rétribution correcte. Elle donnera également des pistes sur les besoins en formation, sa masse critique servant à définir les besoins réels des producteurs et des prestataires. En compétences, en formations.

- Les libraires et les bibliothécaires y apprendront ou y trouveront un prestataire pour référencer leurs bases catalogues.

- Les libraires ouvriront leurs offres vers les lecteurs-blogueurs, tout en les rémunérant en proportion.

- Les professionnels seront complémentaires pour créer du réseau et du flux : Partenariats entre points de vente libraires et éditeurs.

- Les formats et les bases de données seront totalement interopérables, car non propriétaires.

- Les éditions numériques, en ligne ou numérisées seront soignées et commercialisées selon un tarif adapté à l'usage et défini par l'éditeur.

Conclusion

Pour entrer dans une culture numérique, des formations sont nécessaires, mais surtout des informations ou micro-formations en sorte que les professionnels du livre mettent le pied à l'étrier (Artesi, Le Motif). Envisager l'évolution des pratiques et donc des métiers. Redécouper son temps entre veille et production, formation tout au long de la vie pour acquérir une culture numérique, davantage de transversalité et d'accès. Les notions importantes sont le don et le contre-don, qui se partagent avec une économie d'offre connue, et remise en valeur par l'accès et le réseau. C'est en cela que les pratiques se modifient vers une évolution de la chaîne du livre. Pour une économie mixte qui lie le flux du Net au territoire de la cité. Enfin l'on ne pourrait qu'inciter les éditeurs à tenir compte des recommandations TGE Adonis – interopérabilité à tous les étages – que la Région viendrait épauler par des formations adaptées à l'édition généraliste. N'est-il pas merveilleux de penser que chacun peut apprendre tout au long de sa vie, que chacun peut s'approprier un vocabulaire, maîtriser des outils et prendre en main la partie du monde qui l'intéresse, en résonance avec d'autres, pour le livrel, mais surtout pour la culture et la soif de connaissance ?

Entretiens

Un grand merci à chacune des personnes qui ont la gentillesse de me recevoir, et de prendre le temps de répondre à mes questions. Par ordre alphabétique,

<i>profession</i>	<i>prénom</i>	<i>nom</i>	<i>société</i>
<i>auteur</i>	Jean Marie	Blas de Roblès	
<i>auteur</i>	Arnaud	Maïsetti	
<i>auteur</i>	Pierre	Ménard	
<i>bibliothécaire</i>	Emmanuel	Aziza	BPI
<i>bibliothécaire</i>	Daniel	Bourrion	BU Angers
<i>bibliothécaire</i>	Michel	Fauchié	Toulouse
<i>bibliothécaire</i>	Dominique	Lahary	Val d’Oise
<i>bibliothécaire</i>	Olivier	Tacheau	BU Angers
<i>chercheur</i>	Françoise	Benhamou	Sciences Po
<i>distributeur</i>	Xavier	Cazin	Immatériel
<i>distributeur</i>	Hadrien	Gardeur	Feedbooks
<i>distributeur</i>	Cory	McCloud	GiantChair
<i>distributeur</i>	Stéphane	Michalon	ePage
<i>éditeur</i>	Hervé	Bienvault	Aldus
<i>éditeur</i>	Virginie	Clayssen	Editis
<i>éditeur</i>	Marin	Dacos	Revue.org

Livrel, rapport sur l’histoire et les enjeux du numérique

<i>éditeur</i>	Yannick	Dehée	Nouveau Monde
<i>éditeur</i>	Jean-Charles	Fitoussi	SmartNovel
<i>éditeur</i>	Hervé	Foulon	Hurtubise, Librairie du Québec à Paris
<i>éditeur</i>	Patrick	Gambache	Groupe Flammarion
<i>éditeur</i>	François	Gèze	La Découverte
<i>éditeur</i>	Malo	Girod de L’Ain	M21 / FYP
<i>éditeur</i>	Hugues	Jallon	Zones, La Découverte
<i>éditeur</i>	Guillaume de	Lacoste-Lareymondie	Eyrolles – Izibook
<i>éditeur</i>	Marc	Minon	Cairn
<i>éditeur</i>	Mathieu	Pasquini	in libro veritas
<i>éditeur</i>	Liesbeth	Passot	Orange
<i>éditeur</i>	Vincent	Piccolo	Groupe La Martinière
<i>éditeur</i>	Bob	Stein	Institute for the Future of the Book
<i>imprimeur</i>	François	Gouverneur	Xerox
<i>imprimeur</i>	Philippe	Queinec	Observatoire du hors média
<i>institution</i>	Alain	Absire	Société des Gens de Lettres
<i>institution</i>	François	Nawrocki	Centre National du Livre
<i>journaliste</i>	Hubert	Guillaud	Internet Actu / Lafeuille
<i>lecteur</i>	Patrick	Rebollar	Le Journal LittéRéticulaire
<i>lecteur</i>	Guillaume	Teisseire	Babelio
<i>libraire</i>	Hélène	Clémentine	Syndicat de la Librairie Française
<i>libraire</i>	Joël	Faucilhon	Lekti

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

<i>libraire</i>	François	Gerber	Fnac
<i>libraire</i>	Georges-Marc	Habib	L'Atelier
<i>libraire</i>	François	Maillot	La Procure
<i>libraire</i>	Juan	Pirlot de Corbion	Chapitre
<i>libraire</i>	Bernard	Strainchamps	Bibliosurf
<i>libraire</i>	Caroline	Tachon	Dilicom
<i>libraire</i>	Philippe	Tourron	Le Divan
<i>livre électronique</i>	Michaël	Dahan	Bookeen
<i>livre électronique</i>	Bruno	Rives	Tebaldo
<i>moteur de recherche</i>	Philippe	Colombet	Google
<i>XML</i>	Yannick	Maignien	TGE Adonis
<i>XML</i>	Alain	Pierrot	i2s

D'autres, que je n'ai pas vus en entretien, sont largement cités dans ce rapport. Qu'ils soient remerciés pour cela, comme pour leurs blogs, sites, livres et persévérance.

Hubert Guillaud a guidé les questions qui ont suscité les entretiens, Alain Pierrot a patiemment relu ce rapport, tous deux malgré un emploi du temps chargé. Je les en remercie particulièrement.

Un grand merci aussi aux relecteurs qui ont pointés les erreurs et qui ont su encourager au bon moment : Jean-Marie Blanc, Dominique Boutet, Xavier Cazin, Virginie Clayssen, Camille Cofidi, Nathalie Colombier, David Douyère, Michel Fauchié et pour leurs lectures et conseils, à Jean-Claude Renard, à Karoline et Cyril pour leur soutien sans faille.

Enfin, ce rapport ne serait rien sans l'appui du Motif et de son directeur, Vincent Monadé, sans Cap Digital avec qui nous avons organisé les Rencontres du mois de juin, et moins encore, sans le soutien d'Alain Absire et l'ensemble de la Société des Gens de Lettres qui nous ont reçus pour la présentation orale.

Annexe

Dans cette annexe, vous trouverez les synthèses des 49 entretiens que j'ai fait subir à différents professionnels du livre, du Net afin d'étudier ensemble cette bascule que nous vivons. À ce jour, tous ne sont pas résumés, et analysés, mais leur matière a donné corps à ce rapport. Si je n'ai pas cité tout le monde, c'est que souvent les choses dites se répétaient, revenaient sous différents aspects. Beaucoup d'entretiens se recoupaient en convergeant. Par une parole donnée, j'ai tenté de donner voix à tout le monde, y compris les personnes entendues lors des conférences organisées par Cap Digital au cours du printemps dernier.

La mise à jour se fera en ligne, au fur et à mesure de l'avancée des synthèses. Elles sont classées par

Livrel, rapport sur l'histoire et les enjeux du numérique

hasard, selon l'aléatoire de l'alphabet.

(fin)