

*hors
série*

les cahiers de la librairie

COMMISSION NUMÉRIQUE ALIRE-SLF

Accueillir le numérique ?

Une mutation pour la librairie
et le commerce du livre



juin 2008

ALIRE-SLF

Accueillir le numérique ?

Une mutation pour la librairie et le commerce du livre

Pour le livre également, la révolution numérique est en marche. Les libraires français en sont bien conscients et n'entendent pas en rester des acteurs passifs. D'où le présent rapport, fruit d'un travail de plusieurs mois d'une commission réunie par l'ALIRE (Association des librairies informatisées et utilisatrices de réseaux électroniques) et le SLF (Syndicat de la librairie française). Point par point, ses auteurs répondent aux grandes questions posées par le développement de l'édition électronique et identifient les défis qu'elle lance aux professions du livre.

Comment permettre aux libraires de jouer un rôle concret dans le nouvel environnement du numérique ? Y a-t-il un risque de voir disparaître certains prescripteurs traditionnels ? Quel sera l'impact de la numérisation sur l'enrichissement des fonds et sur l'élargissement de l'offre éditoriale ? Comment les auteurs eux-mêmes envisagent-ils l'arrivée du numérique ? Autant de questions posées à tous les acteurs de la chaîne du livre – auteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs et libraires –, qui ont tout à gagner à accompagner, en douceur, la mutation de leurs métiers en concertation avec les organisations professionnelles et interprofessionnelles qualifiées.

Site dédié : www.accueillirlenumerique.com

ISBN : 978-2-7071-5668-6



9 782707 156686

ISSN : 1771-351X

diffusion Interforum

Les cahiers de la librairie

COMMISSION NUMÉRIQUE ALIRE-SLF

Accueillir le numérique ?

**Une mutation pour la librairie
et le commerce du livre**



juin 2008

ALIRE

ASSOCIATION DES LIBRAIRIES INFORMATISÉES ET UTILISATRICES DE RÉSEAUX ÉLECTRONIQUES

Siège social : Cercle de la Librairie, 35, rue Grégoire de Tours

Courrier : 60, rue Saint-André des Arts

75006 Paris — FRANCE

alire@alire.asso.fr

<http://www.alire-asso.fr>

SLF

SYNDICAT DE LA LIBRAIRIE FRANÇAISE

27 rue de Bourgon

75013 Paris — FRANCE

h.clemente@syndicat-librairie.fr

<http://www.syndicat-librairie.fr>

ISBN version papier : 978-2-7071-5668-6

ISBN version numérique : 978-2-7071-5674-7

ISSN : 1771-351X

© ALIRE & SLF, 2008

Première édition, juin 2008

Site dédié : www.accueillirlenumerique.com

Tous droits de reproduction réservés. Aucune partie de cet ouvrage ne peut être reproduite, stockée dans une banque de données ou transmise, sous quelque forme que ce soit ou par quelque moyen que ce soit, électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre, sans l'accord préalable de « l'ALIRE » ou du « SLF ».

Publié avec le concours du Centre national du livre et de la société Dilicom



COMMISSION NUMÉRIQUE ALIRE-SLF

Accueillir le numérique ?

Rapport établi par la Commission numérique ALIRE-SLF pour le conseil d'administration de l'ALIRE (Association des Librairies informatisées et utilisatrices de Réseaux électroniques) et le SLF (Syndicat de la Librairie française)

**Sous la présidence de
R. ÉRIC HARDIN**

Membres de la Commission numérique ALIRE-SLF

Vianney Assier

directeur de la Librairie Siloë, Saint-Quentin-en-Yvelines, adhérent du SLF.

Renny Aupetit

co-directeur de la Librairie Le Comptoir des mots, Paris 20^e,

secrétaire du SLF.

Hélène Clemente

chargée de mission, SLF, co-rapporteur.

R. Éric Hardin

directeur général des Libraires Le Pavé dans la Mare et Le Pavé du Canal,

Saint-Quentin-en-Yvelines, président de l'Alire, adhérent du SLF.

Thierry Lecompte

directeur adjoint de la Librairie l'Appel du Livre, Paris 11^e,

secrétaire de l'Alire, adhérent du SLF.

François Maillot

directeur général de la Librairie La Procure, Paris 6^e,

administrateur de l'Alire, adhérent du SLF.

Anne Martelle

directrice de la Librairie Martelle, Amiens, adhérente du SLF.

François Milliet

directeur logistique de la Librairie Lamartine, Paris 16^e,

vice-président de l'Alire.

Caroline C. Tachon

chargée de mission, Alire, rapporteur.

Ce rapport pour le Conseil d'Administration de l'Alire et le Syndicat de la Librairie française est soutenu par tous les membres de la Commission numérique.

Mandat

Faisant suite au Colloque Alire-Dilicom du 4 juin 2007 sur « Les nouveaux supports numériques du texte : Impacts sur le commerce du livre », le Directoire du SLF a mandaté le président de l'Alire pour faire le point sur l'avenir du numérique dans le commerce du livre et son impact sur la librairie. À cette fin, la Commission numérique Alire-SLF a été formée en octobre 2007. Le Conseil d'Administration de l'Alire et le Directoire du SLF ont fixé un plan de travail avec, pour objectif, de rendre en mai 2008 un rapport aux conseils d'administration respectifs des deux structures devant clairement établir les démarches pratiques à entreprendre par les libraires. L'objectif étant de permettre à ceux-ci de jouer un rôle concret dans le nouvel environnement du numérique afin de garantir aux éditeurs des ventes et des clients et de permettre aux consommateurs de se procurer facilement des produits numériques par l'intermédiaire des librairies affiliées.

Le rapport vise à exposer dans les grandes lignes les opportunités offertes aux libraires, le rôle qu'ils peuvent jouer dans l'environnement numérique ainsi que les démarches à entreprendre et les actions à mener pour y parvenir. Il se limite donc volontairement à l'éclairage des dispositifs de structuration de la chaîne numérique des contenus : de leur identification à leur commercialisation. L'ampleur de la tâche nous a conduit à écarter de notre investigation les enjeux liés à l'évolution des usages du Web et de l'impact qui en résulte sur la création en ligne et l'accès à la lecture (réseaux sociaux, Web sémantique, etc.).

Soulignons enfin que pour une bonne compréhension de nos propos, nous distinguerons, d'une part, la numérisation dans l'usage de contenus numériques à des fins de commercialisation et, d'autre part, la vente de contenus numériques purs sous la forme, par exemple, de livres numériques (e-books) ou d'accès en ligne.

Personnalités et acteurs du numérique reçus par la Commission

Isabelle Aveline

fondatrice et animatrice du site Zazieweb, la communauté des e-lecteurs.

Aymeric Bauguin et Sébastien Bégel

directeurs généraux de HDS Digital (Lagardère Services).

Hervé Bienvault

fondateur et directeur du site Abicia et animateur du blog Aldus.

François Bon

auteur, éditeur, fondateur et animateur des sites Publie.net et Tierslivre.

Alban Cerisier

éditeur, responsable des archives Gallimard et chargé du numérique pour le groupe.

André Chabin

responsable de l'Association Ent'revues et rédacteur en chef de La Revue des revues.

Virginie Clayssen

éditrice, spécialiste d'édition numérique, animatrice du blog teXtes (archicampus.net).

Denis de Coster

représentant Adobe France.

Michael Dahan

co-fondateur de Bookeen.

Luc Évrard

rédacteur en chef à Europe1 (Lagardère Actives).

Patrick Fenouil

P-DG du groupe Lavoisier.

Gérald Fiani et Laurent Dervieu

directeur commercial de Electre SA et responsable produit de Electre SA.

Marc Galitzky, Jean-Christian Ricard et Laëtitia Barrabès

*directeur général, directeur commercial
et chargée de mission développement à la Sofédis.*

François Gouverneur

directeur marketing de l'industrie graphique chez Xerox.

Guillaume Jacquet-Lagrèze

ingénieur commercial de l'impression de l'information chez Jouve.

Clément Laberge

directeur des développements numériques du groupe Éditis.

Francis Lang

Hachette

Stéphane Michalon

responsable du développement Titelive.

Bruno Patino et Sophie-Justine Lieber

président de la « Mission de concertation, de réflexion et de proposition sur le livre numérique » au Ministère de la Culture et maître des requêtes au Conseil d'État.

Alain Pierrot

conseiller technique I2S.

Stéphanie Van Duin et Francis Lang

directrice business development et directeur commercial Hachette Livre.

Denis Zwirn

fondateur et P-DG de Numilog.

Nous tenons à les remercier pour leurs contributions et la qualité de notre dialogue avec eux.

De même, notre réflexion a été nourrie par de multiples rencontres ainsi que par notre participation collective ou celle des membres de notre commission à titre individuel à des colloques, journées d'étude et soirées organisés par diverses instances (SGDL, Livres Hebdo, Bouquinosphère, CNL, etc.).

Dès l'origine de la mise en place de la Commission, nous avons cherché une articulation avec le SNE (Syndicat national de l'Édition). Ce dernier ne mettant en place sa Commission numérique que le 23 mai 2008, nous n'avons pu travailler de concert avec cette instance avant la rédaction de ce rapport. Notre document a été présenté devant elle lors de cette réunion inaugurale.

Par ailleurs, nous tenons à remercier sincèrement la *Booksellers Association of UK & Ireland* et, plus spécifiquement, Francis Bennett et Michael Holdsworth pour nous avoir autorisé à travailler à partir de *A Brave New World* mais plus précisément, de leur rapport officiel, *Embracing the Digital Age : An Opportunity for Booksellers and the Book Trade*². Notons cependant que la structuration du marché du livre anglo-saxon et sa réglementation se distinguent suffisamment des nôtres pour, qu'à ce titre, notre approche du numérique s'en différencie tant dans nos réflexions que dans nos préconisations.

Nous remercions particulièrement Vincent Marty, directeur de Dilicom, ainsi que toute son équipe pour nous avoir accueillis aussi chaleureusement et avoir mis à notre disposition leur salle de réunion dans laquelle se sont déroulées toutes les séances de la Commission. Nos remerciements également à Françoise Dubruille de l'EBF (European Bookseller Federation) pour les informations qu'elle fait circuler sur l'évolution du dossier numérique dans la librairie à travers l'Europe et pour l'aide qu'elle nous apporte à la traduction des documents.

Clause de responsabilité

Les vues exprimées dans ce rapport sont soutenues par tous les membres de la Commission numérique Alire-SLF mais n'engagent pas les structures de l'Alire ou du SLF elles-mêmes.

² <http://www.booksellers.org.uk/doc>

La problématique du numérique dans les métiers du livre

I. Constatations-clefs

Une mutation profonde aux effets encore largement imprévisibles

- Le développement du marché du livre par l'exploitation de contenus numériques constitue pour les professionnels de la librairie et de l'édition traditionnelles une mutation profonde de leur secteur au XXI^e siècle.
- À ce jour, on ne peut prédire ni à quel rythme ce marché se développera, ni les formes précises qu'il prendra, mais on peut raisonnablement prévoir que, dans les années qui viennent, la majorité des ventes réalisées dans le commerce du livre proviendra encore des ouvrages imprimés sur support papier vendus en magasin et sur Internet.
- Comme pour le livre imprimé, il est vraisemblable que certains éditeurs pratiqueront la vente directe de contenus numériques et de manière peut-être renforcée car plus facile à mettre en œuvre. Ceux-ci ne cesseront pour autant de travailler avec les libraires qui sont en contact direct avec les clients. D'ailleurs, l'économie des éditeurs serait fragilisée par une crise de leur réseau de détaillants qui ne serait pas sans conséquences sur leur propre modèle économique assis sur la puissance logistique et commerciale.

Les acteurs traditionnels de l'édition doivent s'engager ensemble sur le terrain du numérique afin de maîtriser leur destin

- Il est important que l'ensemble des acteurs de la profession participe dès à présent à la numérisation et à la commercialisation de contenus numériques. Ignorer cette ardente « obligation » amènerait, sans nul doute, des acteurs et organisations extérieurs à la chaîne du livre à remplir le rôle d'opérateurs numériques au détriment des acteurs traditionnels.
- Pour bénéficier des avantages potentiels liés à l'exploitation, la diffusion et la commercialisation des contenus et des supports numériques, les professionnels de la librairie et de l'édition traditionnelles devront faire preuve d'engagement sur le terrain de la numérisation en déployant notamment un effort particulier de coopération et de concertation interprofessionnelles (auteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs et libraires).
- Les libraires, en particulier, doivent développer sans tarder toutes les possibilités de commercialiser des contenus numériques, compensant ainsi l'effritement de leurs ventes constaté notamment dans les secteurs éditoriaux liés aux savoirs (édition STM, professionnelle, académique/scolaire et universitaire).

De nouveaux outils sont nécessaires pour consolider la chaîne du livre et structurer la commercialisation de l'offre numérique

- Afin de garantir et renforcer ce partenariat structuré de longue date entre l'édition et la librairie, il convient que cette dernière se positionne comme un acteur incontournable du commerce de contenus numériques. La connaissance des techniques et la maîtrise des outils présents et à venir sont un gage de professionnalisme indispensable à ce positionnement.
- Il est essentiel que de nouveaux outils de référencement et de promotion soient mis au point par les différents acteurs de la profession que sont les éditeurs, les diffuseurs et les distributeurs pour que les libraires puissent pleinement promouvoir et commercialiser les contenus numériques disponibles sur le marché.

- L'abondance de contenus numériques renforcera le rôle de médiateur exercé par les libraires auprès de leurs clients tant en terme de sélection de l'information qu'en terme de qualification et d'expertise des contenus mis à la disposition de ces derniers.
- Une impulsion s'avère nécessaire pour encourager la structuration de la chaîne numérique du livre afin de mettre en place les mécanismes interprofessionnels indispensables à une coopération efficace entre ses acteurs.

2. Préconisations-clefs

Les ventes de livres en librairie traditionnelle sous format numérique se développeront de manière structurée aux trois conditions suivantes :

- *Définition d'un statut juridique du livre numérique ;*
- *Adoption par l'ensemble des professionnels de normes techniques et commerciales communes propres au marché des contenus numériques ;*
- *Création d'un collège paritaire au sein d'un comité professionnel expert du marché des contenus numériques rattaché à une structure interprofessionnelle existante.*

Définition d'un statut juridique du livre numérique

Nous pensons que l'interprofession a intérêt à définir une notion de « livre numérique » (par exemple, œuvre complète vendue de façon pérenne et individuelle, reflétant le livre papier quand il existe) à laquelle ne saurait être assimilée la vente de contenus ou d'usages dérivés de ce contenu originel et matriciel. Les préconisations relatives au prix et à la TVA ne sont pas les mêmes dans les deux cas considérés. Sur le principe, et dans l'idéal, la législation du prix unique et le taux de TVA réduit s'appliqueraient au livre numérique, mais ne concerneraient pas les autres types de contenus numériques. Les usages liés à un document pouvant prendre une infinité de forme, la définition d'un statut du livre numérique ne sera rendue possible que dans un espace de concertation interprofessionnelle.

Normes communes

Se mettre d'accord sur des normes techniques et commerciales communes sera difficile. Mais l'adoption de ces nouvelles normes conditionne le succès de la numérisation. Sans un accord sur des normes, les futures communications et transactions numériques entre éditeurs,

libraires et consommateurs seront vouées à l'échec et réservées aux acteurs les plus importants. Les structures interprofessionnelles doivent donc accélérer la mise au point de ces normes, en utilisant les comités internationaux, dans une nouvelle chaîne logistique de commercialisation numérique concernant :

– Le prix

- › Il est entendu que l'éditeur reste maître de ses fichiers sources : c'est lui qui, pour chaque contrat avec ses auteurs, doit fixer le prix public ou, à tout le moins, le prix de cession « plancher » des versions numériques issues de son catalogue.
- › Combattre donc la gratuité est un objectif majeur : il convient de refuser ce modèle qui mettrait en péril la rémunération juste des producteurs et des revendeurs et, donc, la création même.
- › le « prix unique » est le modèle de référence, mais si ce prix ne peut pas être appliqué pour les formats numériques parce qu'ils ne sont pas identifiés comme des livres numériques, il faut néanmoins affecter à ceux-ci un prix de cession net minimum (au-dessous duquel il ne serait pas possible de les vendre : pas de tarification à zéro, ni de vente à perte, ni de « licence globale »).
- › La multiplicité des formats va obliger à une modification de la rémunération de l'auteur et du détaillant.
- › La rémunération des différents produits d'un texte numérique (textes granulaires, limitations dans la durée, impression, etc.) ne pourra pas être opérée autrement qu'à partir d'un prix de cession, sauf à considérer un « livre numérique » clairement identifié comme tel (cf. préalable) pour lequel la logique du prix unique pourrait éventuellement être adoptée.

– La TVA

La TVA à 5.5% doit rester un taux réduit exceptionnel dû à l'objet spécifique du « livre imprimé » et du « livre numérique » si un accord est trouvé sur sa définition (cf. § précédent). Il n'est donc pas demandé de révision du taux de TVA sur les autres types de contenus numériques.

- › Changer la TVA fragiliserait en effet le livre imprimé alors qu'il faut renforcer tout ce qui permet au papier de se différencier des nouveaux supports de diffusion de contenus numériques qui risqueraient d'altérer la notion d'œuvre ou de livre.
- › En revanche, il serait possible de prévoir qu'un contenu numérique identifié comme étant un « livre numérique » (lequel reposerait

sur l'intégralité d'une œuvre, reflétant sa forme imprimée), pourrait profiter du taux spécifique propre au « livre imprimé ».

- › Prendre absolument en compte la législation fiscale des pays vendeurs de contenus numériques et non pas appliquer la TVA des pays producteurs et dont la TVA peut être différente.

– L'identification et le référencement des œuvres

- › Identifier clairement l'œuvre dans toutes ses versions afin de distinguer les versions numériques.
- › Pour ce faire, s'appuyer sur une base de données spécifique qui devra réunir de façon normée l'intégralité des versions numériques d'une œuvre à partir des référencements opérés par les organisations expertes en la matière (telles Electre et Dilicom) en fonction des normes internationales qui se seront dégagées.
- › L'information relative aux référencements doit être centralisée et accessible pour aider à une meilleure diffusion de l'information et une meilleure commercialisation des contenus.
- › En aval, la constitution de la base numérique précédemment évoquée devra se faire sous la houlette des instances actuellement en charge des bases professionnelles du livre. Cette base devrait idéalement fusionner les apports Electre et Dilicom et travailler avec la BNF en étroite interopérabilité.
- › Cette base aurait vocation à être la base unique du livre (imprimé et numérique). Elle pourrait être mise à disposition pour les consommateurs par le biais des sites des libraires. La base professionnelle devrait être louée aux utilisateurs aux conditions économiques vertueuses d'une logique de mutualisation (par exemple, proches du modèle de Dilicom).

– L'interopérabilité et la sécurité des formats

Les formats numériques sortant sur le marché doivent avoir des paramètres internes donnant la possibilité de lire tous les fichiers à partir de n'importe quelle machine. Il faudra tout mettre en œuvre pour éviter que des fichiers soient vendus en exclusivité à certains acteurs sous des formats propriétaires.

La création d'un comité interprofessionnel expert fonctionnant de manière paritaire

Un comité interprofessionnel expert dans les questions du numérique doit être constitué sous la forme d'un collège paritaire par répartition (auteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs, libraires). Celui-ci serait rat-

taché à une structure interprofessionnelle reconnue. Par exemple, le Cercle de la Librairie, la Société des Gens de Lettres (SGLD), la CLIL ou Dilicom qui sont des structures disposant déjà d'une légitimité et de méthodes de gouvernance reconnues par tous. Rappelons que Dilicom connaît déjà l'expérience de la constitution d'un tel comité avec son Comité EDI qui organise largement l'utilisation des échanges de données informatisés de la profession, au point d'être reconnu comme spécialiste de ces questions.

Ce comité interprofessionnel expert dans les questions du numérique pourrait fonctionner sur les mêmes principes que le Comité EDI et en lien avec les organismes interprofessionnels internationaux. Il se réunirait en vue d'organiser des réunions et des rencontres officielles pour l'adoption de normes reconnues.

La nécessité d'amener la profession à travers un collège paritaire à se rencontrer doit se réaliser si celle-ci veut voir ses acteurs originels accueillir le numérique. Autrement, il sera difficile, voire impossible, d'établir une communication appropriée sur ce sujet et qui soit apte à convaincre ces mêmes acteurs de s'investir dans la promotion et la diffusion de contenus numériques.

Les professionnels de la librairie et de l'édition traditionnelles peuvent déjà profiter de la dynamique créée par la Commission numérique Alire-SLF. Les actions que poursuivrait l'interprofession seraient donc les suivantes :

- › installer une coopération constructive entre les représentants de la librairie et ceux de l'édition en matière de commerce numérique;
- › créer un soutien de haut niveau pour un programme accéléré visant l'établissement de normes sur le marché du numérique;
- › promouvoir les propositions de ce rapport pour qu'elles soient adoptées et mises en application;
- › mettre en œuvre un programme approprié de recherches concernant l'expérimentation du marché numérique;
- › faire l'inventaire des expériences qui doivent être menées et par qui;
- › mettre au point un système approprié de classification des librairies;
- › encourager l'élaboration d'un programme de formation des libraires en matière de numérique.

3. Propositions pour une amélioration du commerce du livre

– Une présence des libraires sur Internet

Les libraires motivés à être présents sur la distribution de contenus numériques doivent disposer d'un site Internet. D'une part, il est acquis que le Web est un moyen de communication et de promotion indispensable aujourd'hui. D'autre part, il est essentiel de proposer à sa clientèle ce moyen de transaction. Le projet porté par le SLF de mutualiser les moyens d'investissement des librairies, quelle que soit leur taille, pour fonder un « Portail » de la librairie indépendante est, à ce titre, une initiative essentielle dont la réalisation est très attendue par la profession.

– Un enrichissement maximal des contenus présents sur les sites de librairies :

Les librairies devront pouvoir assurer, sur leurs sites, une information dynamique et attractive à destination des usagers. Ils devront développer sur le Web les compétences mises au service des clients dans leurs librairies et communiquer sur leurs actions en direction des éditeurs. Cette mutation devrait amener les libraires à associer leurs propres sources d'enrichissement de contenus à celles qui proviennent de bases de données bibliographiques professionnelles et à des éléments issus des catalogues et des sites d'éditeurs ou d'auteurs. La PLV des éditeurs à destination des libraires devrait être ainsi mise à disposition dans des « entrepôts » en ligne gérés par les diffuseurs et les distributeurs afin de permettre aux libraires de l'utiliser sur leurs propres sites Internet. Les aspects juridiques consécutifs à cette mise à disposition devront, bien sûr, être éclaircis.

– Une utilisation intense des potentialités des outils de communication du Web :

Les compétences et les services spécifiques de la librairie se renforceront d'autant qu'elle profitera pleinement de l'utilisation des nouvelles techniques numériques (par exemple, le feuilletage en ligne d'ouvrages répondant aux questions ou à la curiosité des clients) permettant de s'ériger – au niveau local comme à l'extérieur de sa zone de chalandise directe – au rang de vitrine incontournable pour la promotion du livre et de l'écrit. Un système recommandant des titres, annonçant des événements ou la publication d'une newsletter devrait être systématisé pour avertir les clients selon leur centre d'intérêt, leurs demandes spécifiques ou pour mettre en avant des actions propres à

chaque libraire et signaler par-là, davantage encore, ses compétences en matière de conseils personnalisés. Médiateur entre l'offre éditoriale et les besoins des consommateurs, le libraire a une carte maîtresse à jouer en offrant un service personnalisé à sa clientèle dans le cadre des relations privilégiées qu'il entretient avec elle depuis de longues dates.

– **Une grille de classification des librairies par spécialités :**

La profession doit développer un système de classification par spécialités des librairies à travers le territoire pour permettre un ciblage efficace des messages et des informations commerciales du numérique en provenance des diffuseurs et des distributeurs. Les libraires pourraient se trouver inondés par l'envoi de matériels promotionnels non ciblés. Par ailleurs, face à la prolifération attendue de contenus numériques, beaucoup de clients seront demandeurs de renseignements très précis et de conseils avisés auprès d'une source identifiée, fiable et reconnue pour ses prestations. Les libraires trouveront là une opportunité d'approfondir leur relation avec leur clientèle dans le monde numérique.

– **L'évolution des libraires vers la vente des contenus numériques :**

Il est indispensable que la librairie soit en mesure – au même titre que des revendeurs en ligne extérieurs au monde de la librairie et de l'édition traditionnelles (pure players, sites de grandes enseignes ou institutionnels, fournisseurs d'accès, opérateurs téléphoniques, etc.) – de commercialiser à des conditions concurrentielles les nouveaux contenus numériques et soit considérée comme un acteur majeur et qualifié de ce marché.

– **Expérimentation des marchés périphériques :**

Encourager la profession à expérimenter des services, des machines ou des solutions technologiques ou industrielles, comme l'impression à la demande (POD), permettant la diffusion et la commercialisation des contenus aussi bien libres de droits que sous-droits, avec respect des règles de propriété intellectuelle, afin d'en organiser et d'en développer le marché potentiel.

– **Acceptation et diffusion du message de la numérisation :**

Les professionnels de la librairie et de l'édition traditionnelles ne doivent pas craindre, a priori, la numérisation. Au sein de ces filières, des commissions ou groupes de travail ont été mis en place. La prise de

conscience de l'opportunité qu'offre ce marché s'opérera d'autant mieux qu'on en présentera, éclaircira, explicitera son évolution et son fonctionnement. L'envoi électronique de bulletins d'informations réguliers à l'ensemble des professionnels permettra de les tenir au courant et de les sensibiliser; au travers d'une communication didactique, vivante et d'accès aisé. Il faudra aussi que la profession, par l'intermédiaire de son comité interprofessionnel expert, organise des rencontres avec la presse spécialisée et des forums d'échanges. Une conférence pourrait être organisée au début de l'année 2009 afin de discuter des propositions du présent rapport. Cela pourrait se dérouler, par exemple, au moment de l'évaluation du test Gallica2 prévue en mars 2009 au Salon du Livre de Paris.

– **Formation :**

Les libraires devront développer leurs compétences de spécialistes (par exemple, dans la commercialisation du numérique) en ayant accès à des formations spécifiques dispensées par des professionnels qui interviendraient au sein d'instances de formation en alternance et continue comme l'INFL, l'Asfired ou comme l'Université à travers ses cursus « métiers du livre ».

– **Investissement :**

La numérisation ainsi que le développement des contenus numériques qui en découlent sont des processus industriels et marchands marquant un véritable tournant civilisationnel. L'acceptation de leur apparition et l'apprentissage généralisé de leurs usages exigent un investissement de temps et de moyens sur le long terme. Le milieu de la librairie et de l'édition traditionnelles, ainsi que le marché qui leur est afférant, doivent se préparer à traverser une importante période d'expérimentations où investir dans la numérisation et dans le développement de contenus numériques est incertain puisqu'il y a peu, ou pas, de prévisions financières qui puissent justifier cet investissement en termes économiques quantifiables de retour sur investissements.

– **Préserver le lien de médiation des libraires entre les auteurs et les lecteurs :**

La tentation des auteurs de vendre leurs œuvres de façon numérique, soit directement, soit via des sites dédiés, est une réelle menace pour le marché du livre. S'il apparaît difficile d'éviter que les « poids lourds » de l'édition qui sont en position de force par rapport aux éditeurs ne suivent cette voie, la librairie peut conserver son rôle de médiation,

notamment en assurant le lien avec les sites d'auteurs ou les sites communautaires qui sont conformes à son positionnement. Les éditeurs, quant à eux, devront renforcer leur rôle de filtre et de garant de la qualité des textes qu'ils publient. Éditeurs et libraires doivent rendre manifeste qu'ils sont capables de garantir une qualité de discernement qui est leur atout professionnel et qui les distingue d'un univers Web souvent touffu et où l'information est difficile à trouver, trier, valider et hiérarchiser.

Table des matières

Membres de la Commission numérique ALIRE-SLF	4-5
Personnalités et acteurs du numérique reçus par la Commission	6-7

SYNTHÈSE DU DOCUMENT :

LA PROBLEMATIQUE DU NUMERIQUE

DANS LES METIERS DU LIVRE	9
– Constatations-clefs	9-10
– Préconisations-clefs	11-14
– Propositions pour une amélioration du commerce du livre	15-18

PREMIÈRE PARTIE :

LE NUMÉRIQUE ET LE MARCHÉ DU LIVRE

	19
– La librairie et l'édition françaises face à l'arrivée du numérique	19-22
– L'opportunité du numérique pour le marché du livre	22-25
– La progression du numérique sur le marché du livre	25-26
– Passer le cap	26-27
– Le marché numérique en chiffres	28-29
– Le développement des ventes de livres sur Internet	29-32
– Comment expliquer la faiblesse des ventes de contenus numériques ?	32-34
– Y a-t-il un risque de ventes directes par les éditeurs ?	34-35
– Le rôle de la librairie traditionnelle dans la vente de contenus numériques	35-36
– Y a-t-il un risque de voir disparaître la librairie traditionnelle ?	36-38
– Impact de la numérisation sur l'enrichissement des fonds et l'élargissement de l'offre	38-40

DEUXIÈME PARTIE :

LE NUMÉRIQUE AU SERVICE DE LA VENTE DE LIVRES PAPIER

	41
– Les nouveaux moyens de commercialisation des livres	41-44
– Les nouveaux moyens de promotion du livre	44-45
– Comment la profession peut-elle tirer le meilleur parti de ces nouveaux matériels ?	45-48

TROISIÈME PARTIE :	
DE LA VENTE DE CONTENUS NUMÉRIQUES	
PAR LES LIBRAIRIES TRADITIONNELLES	51
– De la nature des contenus numériques	50-57
– Des moyens de vendre des contenus numériques	57-61
QUATRIÈME PARTIE :	
COLLABORER AVEC LES AUTEURS	63
– Les auteurs et le numérique	63-68
– Comment la librairie traditionnelle peut-elle mieux collaborer avec les auteurs ?	68-72
CONCLUSION	73-74
ANNEXE :	
– Contributions de la Commission numérique Alire-SLF à Bruno Patino dans le cadre de sa « Mission de concertation, de réflexion et de proposition sur le livre numérique »	75-78
GLOSSAIRE	79-84
POUR CONTINUER LA RÉFLEXION...	
– Quelques ouvrages	85-88
– Rapports et numéros spéciaux	88-89
– Vidéos en ligne	89
– Quelques sites et blogs spécialistes du numérique	89-91