

Du papier aux plateformes:

# Édition, propriété intellectuelle et révolution numérique



**OMPI**

ORGANISATION MONDIALE  
DE LA **PROPRIÉTÉ**  
**INTELLECTUELLE**

Du papier aux plateformes:

# Édition, propriété intellectuelle et révolution numérique

La présente œuvre est publiée sous la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

L'utilisateur est libre de reproduire, de diffuser, d'adapter, de traduire et d'interpréter en public le contenu de la présente publication, y compris à des fins commerciales, sans autorisation expresse, pour autant que l'OMPI soit mentionnée en tant que source et que toute modification apportée au contenu original soit clairement indiquée.

Citation suggérée : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) (2021). *Du papier aux plateformes : Édition, propriété intellectuelle et révolution numérique*. Genève : OMPI.

Les adaptations, traductions et contenus dérivés ne peuvent en aucun cas arborer l'emblème ou le logo officiel de l'OMPI, sauf s'ils ont été approuvés et validés par l'OMPI. Pour toute demande d'autorisation, veuillez nous contacter via le site Web de l'OMPI.

Pour toute œuvre dérivée, veuillez ajouter la mention ci-après : "Le Secrétariat de l'OMPI décline toute responsabilité concernant la modification ou la traduction du contenu original."

Lorsque le contenu publié par l'OMPI comprend des images, des graphiques, des marques ou des logos appartenant à un tiers, l'utilisateur de ce contenu est seul responsable de l'obtention des droits auprès du ou des titulaires des droits.

Pour voir un exemplaire de cette licence, veuillez consulter l'adresse suivante : <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Tout litige découlant de la présente licence qui ne peut pas être réglé à l'amiable sera soumis à l'arbitrage, conformément au règlement d'arbitrage de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI) en vigueur.

Toute sentence rendue à l'issue d'un arbitrage s'impose aux parties et règle définitivement leur différend.

Les appellations utilisées et la présentation des données qui figurent dans cette publication n'impliquent de la part de l'OMPI aucune prise de position quant au statut des pays, territoires ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les opinions exprimées dans la présente publication ne reflètent pas nécessairement celles des États membres ou du Secrétariat de l'OMPI.

La mention d'entreprises particulières ou de produits de certains fabricants n'implique pas que l'OMPI les approuve ou les recommande de préférence à d'autres entreprises ou produits analogues qui ne sont pas mentionnés

© OMPI, 2021

Organisation Mondiale  
de la Propriété Intellectuelle  
34, chemin des Colombettes  
Case postale 18  
1211 Genève 20, Suisse

DOI : 10.34667/tind.47038  
ISBN : 978-92-805-3440-5 (version imprimée)  
ISBN : 978-92-805-3441-2 (version en ligne)



Attribution 4.0 International  
(CC BY 4.0)

Couverture : Getty Images

# Table des matières

<b>Remerciements</b>	<b>5</b>	Les facteurs de la transition numérique dans l'édition scolaire	65
<b>À propos de l'auteur</b>	<b>6</b>	Les facteurs de la transition numérique dans l'édition scientifique et professionnelle	73
<b>Note sur les statistiques et les données utilisées dans le présent ouvrage</b>	<b>7</b>	<b>Chapitre 5</b>	
<b>Liste des sigles utilisés</b>	<b>9</b>	<b>L'économie de l'édition dans l'environnement numérique</b>	<b>79</b>
<b>Chapitre 1</b>		L'édition et l'environnement numérique	79
<b>Introduction</b>	<b>10</b>	La chaîne de valeur traditionnelle de l'édition	79
Alphabétisation, édition et politique publique	10	Les chaînes de valeur de l'édition sur l'Internet	85
<b>Chapitre 2</b>		Prix pratiqués et nouveaux modèles économiques	98
<b>Édition et révolution numérique</b>	<b>16</b>	Le libre accès et le contenu "gratuit"	108
<b>Chapitre 3</b>		Les modèles économiques hybrides: gérer ensemble les activités analogiques et numériques	110
<b>Le secteur mondial de l'édition</b>	<b>28</b>	<b>Chapitre 6</b>	
L'édition en un clin d'œil	28	<b>La gestion des droits dans l'environnement numérique</b>	<b>115</b>
Les marchés mondiaux de l'édition	39	Le droit d'auteur et l'Internet	115
Le commerce international des droits et des traductions	49	Raison pour laquelle les auteurs et les éditeurs doivent comprendre le droit d'auteur et la concession de licences	117
<b>Chapitre 4</b>		Droits pertinents pour les éditions numériques	119
<b>Quels facteurs favorisent la transition numérique dans le secteur de l'édition?</b>	<b>58</b>	Nouveaux défis en matière de droit d'auteur dans l'environnement numérique	121
Les facteurs socioéconomiques, culturels et politiques	59	Œuvres du domaine public, œuvres libres de droits et œuvres orphelines	126
Le choix du consommateur: le facteur essentiel	61	Gestion numérique des droits	127
Les facteurs de la transition numérique dans l'édition grand public	64		

Chaîne de blocs et gestion numérique des droits	129	<b>Chapitre 8</b>	
Licences collectives	130	<b>Conclusions</b>	<b>146</b>
<b>Chapitre 7</b>		<b>Annexes</b>	<b>150</b>
<b>Le piratage dans l'environnement numérique</b>	<b>136</b>	Aide-mémoire des politiques publiques qui facilitent la transition numérique	150
Stratégies de lutte contre le piratage	140	Aide-mémoire des compétences en matière de droits d'auteur des auteurs et des éditeurs	153

## Liste des encadrés

Encadré 2.1. Étude de cas n° 1 : Révolution numérique – Encyclopædia Britannica	18
Encadré 2.2. Étude de cas n° 2 : Révolution numérique – La littérature en ligne en Chine	23
Encadré 3.1. Étude de cas n° 3 : L'Islande, un pays immergé dans les livres	42
Encadré 4.1. Étude de cas n° 4 : Étude de l'OCDE sur les outils informatiques et l'apprentissage	66
Encadré 4.2. La COVID-19 et les outils numériques dans l'enseignement	68
Encadré 5.1. Étude de cas n° 5 : J.K. Rowling	94
Encadré 5.2. Étude de cas n° 6 : Les auteurs de littérature sentimentale aux États-Unis d'Amérique	94

## Liste des figures

Figure 2.1. Page de garde de la première édition de l'Encyclopædia Britannica	22
Figure 5.1. Chaîne de valeur de l'édition commerciale	81
Figure 5.2. Chaîne de valeur de l'édition scolaire	82
Figure 5.3. Chaîne de valeur de l'édition scientifique	84

# Remerciements

Cet ouvrage a pu voir le jour grâce à l'initiative du secrétariat de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) en réponse à la volonté des États membres d'aider auteurs et éditeurs du monde entier à mener la révolution numérique.

Nous remercions tout particulièrement la République de Corée pour avoir financé cet ouvrage et Dimiter Gantchev, du secrétariat de l'OMPI, pour ses conseils, ses commentaires et son soutien. Michele Woods, Alexander Cuntz et Charlotte Beauchamp ont apporté de précieuses observations et suggestions. Nous remercions également Pippa Smart, notre première éditrice, pour sa patience, ses conseils avisés et sa connaissance du secteur de l'édition qui ont permis d'améliorer considérablement cet ouvrage. Enfin, nous remercions toutes les personnes qui, dans le secteur de l'édition, ont contribué à cette publication en prodiguant leurs conseils, en communiquant leurs données et en accordant généreusement leur permission.

Les données utilisées dans le présent document proviennent de nombreuses sources. La principale source est un rapport de l'OMPI publié en 2020<sup>1</sup>, intitulé *Le secteur mondial de l'édition en 2018*. D'autres données ont été obtenues auprès de Rüdiger Wischenbart Content & Consulting<sup>2</sup> et d'innombrables ressources sont issues du secteur de l'édition.

1. OMPI (2020), *Le secteur mondial de l'édition en 2018*. Genève: Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1064\\_2019.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf).

2. [www.wischenbart.com/](http://www.wischenbart.com/).

# À propos de l'auteur

Jens Bammel est consultant pour le secteur international de l'édition et coach. Après des études de droit à Berlin, Genève et Heidelberg, il a achevé sa formation juridique en Allemagne, en France et en Indonésie. M. Bammel a travaillé comme conseiller juridique pour l'industrie britannique des périodiques avant de rejoindre la Publishers' Licensing Society, au Royaume-Uni, en tant que PDG de 1998 à 2003. De 2003 à 2015, il a occupé les fonctions de secrétaire général de l'Union internationale des éditeurs. Depuis 2015, il travaille comme consultant auprès d'éditeurs, d'associations d'éditeurs et d'organisations internationales. Il propose également ses services d'accompagnement spécialisé au personnel des organisations internationales à Genève, en Suisse.

Toutes les opinions exprimées dans cet ouvrage sont les siennes propres et non celles de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.

# Note sur les statistiques et les données utilisées dans le présent ouvrage

Avec la révolution numérique, il est devenu pratiquement impossible d'évaluer le secteur de l'édition, ce qui relevait déjà du défi dans le monde de l'impression sur papier. Depuis l'émergence de l'autoédition, il n'est plus possible de déterminer le nombre d'éditeurs, car de nombreux auteurs publient eux-mêmes leurs œuvres, des consultants publient des rapports sur la présence sur les médias sociaux, et des sociétés et organisations se lancent dans des opérations d'édition de taille variable. Aujourd'hui, tout le monde est éditeur, même si ce n'est pas son métier. Il n'est également plus possible de compter le nombre de titres publiés, car la notion même de titre est devenue confuse, tout comme celle de savoir à quel moment un livre qui est actualisé de façon répétée ou même constante, ou qui peut être adapté sur mesure, doit être considéré comme un nouveau titre ou une édition révisée. Compter les livres imprimés ou électroniques vendus devient absurde quand l'accès aux bibliothèques ou à de larges bases de données se fait sur abonnement, généralement pour une durée limitée.

Le secret commercial ajoute à l'incertitude : de nombreux grands éditeurs interviennent également dans d'autres médias et ne publient plus de données concernant uniquement les ventes de livres. D'autres sont des groupes privés qui ne sont pas tenus de divulguer des informations commerciales détaillées. Certaines des plus grandes librairies mondiales en ligne refusent de publier les chiffres de vente de leurs livres et les agents ne publient aucune donnée sur la cession des droits à l'international des œuvres de leurs auteurs.

Certaines données sont néanmoins accessibles au public et, du fait de leur variation au fil du temps, elles permettent aux observateurs de tirer certaines conclusions. L'étude de l'OMPI sur le secteur mondial de l'édition en 2018<sup>1</sup> a permis de collecter les données les plus fiables disponibles, une tâche essentielle qui a non seulement permis d'apporter des précisions importantes, mais qui a également souligné la nécessité pour le secteur de redoubler d'efforts pour produire des données susceptibles d'accroître les connaissances du public et d'appuyer les décisions politiques.



Toutes les données figurant dans le présent ouvrage sont indiquées en dollars. En raison des fluctuations importantes du dollar, en particulier par rapport à la livre sterling, au rouble russe et à l'euro, il est difficile de comparer la taille des marchés. La majorité des données relatives à l'édition qui sont citées étaient publiées en euros, ce qui a déjà pu nécessiter des ajustements de change compliqués. Lorsque les données originales étaient exprimées en euros ou dans d'autres devises, le taux de change annuel moyen pour l'année concernée, fondé sur les taux de change annuels moyens de l'administration fiscale des États-Unis d'Amérique, a été utilisé pour la conversion<sup>2</sup>.

1. OMPI (2020), *Le secteur mondial de l'édition en 2018*. Genève : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. Voir [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1064\\_2019.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf).
2. IRS (2021), Taux de change annuels moyens. Washington, D.C. : IRS. [www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/yearly-average-currency-exchange-rates](http://www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/yearly-average-currency-exchange-rates).

# Liste des sigles utilisés

BRIC	Bésil, Fédération de Russie, Inde et Chine
DOI	Identificateur d'objet numérique
ISTC	Code international normalisé des textes
MOOC	Formation en ligne ouverte à tous
MTP	Mesures techniques de protection
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OMPI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
ONG	Organisation non gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies
TIC	Technologies de l'information et de la communication
UE	Union européenne
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
WCT	Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur
W3C	Consortium World Wide Web

# Introduction

## Alphabétisation, édition et politique publique

L'évolution des systèmes d'écriture a permis de transmettre des informations de plus en plus précises, en grande quantité, aux générations futures et aux autres sociétés et nations, jetant ainsi les bases de la culture, de la science et de l'économie modernes.

L'histoire des idées est aussi l'histoire de l'écrit, qui débute autour de 3500 ans avant l'ère chrétienne<sup>1</sup>, avec l'apparition des tout premiers écrits qui ont accompagné l'éclosion de la civilisation en Mésopotamie et en Mésopotamie, suivis des premiers textes fondateurs des religions monothéistes, puis de l'imprimerie, inventée au VI<sup>e</sup> siècle en Chine, ou encore de la presse à caractères mobiles de Gutenberg, qui contribua au rayonnement des idées des Lumières jusqu'aux révolutions de l'ère moderne<sup>2</sup>.

La révolution scientifique et l'invention de la presse à imprimer au XV<sup>e</sup> siècle ont donné naissance au métier d'éditeur. Les premiers éditeurs sont imprimeurs ou libraires. Rapidement, ceux-ci commencent à passer commande auprès d'écrivains talentueux ou populaires, auxquels ils versent des avances, et à organiser des souscriptions pour financer des tirages avant que l'œuvre soit achevée. Et bien que les métiers d'imprimeur et d'éditeur soient étroitement liés, au point que, aujourd'hui encore, ils sont souvent confondus dans l'esprit du public, le métier d'éditeur s'est modernisé pour devenir un élément essentiel du secteur du livre et d'autres secteurs de la création, tels que ceux de la musique, du cinéma, du logiciel ou encore des jeux vidéo.

Depuis la création de cette technologie au XV<sup>e</sup> siècle, les politiques publiques et l'évolution des comportements des consommateurs ont maintes fois révolutionné le secteur de l'édition. Les presses à imprimer, la baisse du prix du papier et la presse rotative, entre autres, ont transformé les livres en produits de grande consommation. Les lois en matière de droit d'auteur, la réglementation du prix des livres, la censure et les politiques d'achat

des gouvernements, entre autres, ont façonné les marchés nationaux du livre. L'amélioration des services postaux, les bibliothèques commerciales, les salons internationaux du livre, les clubs de lecture, les services de vente par correspondance, ainsi que d'innombrables autres innovations, ont fait du secteur de l'édition le plus grand secteur de la création de notre époque.

La révolution numérique ne menace pas seulement le rôle du secteur de l'édition, elle mêle tous les secteurs de la création, effaçant en apparence les frontières entre éditeurs de textes, de logiciels ou de contenus audio et audiovisuels.

L'émergence de l'Internet en tant que média a priori unique n'a pas changé l'importance de l'alphabétisation et de la lecture. Avant d'aborder les effets de la révolution numérique sur la culture et l'économie du livre, il est important de rappeler pourquoi les décideurs politiques doivent se soucier de promouvoir la culture du livre et de la lecture en tant qu'objectif important de politique générale.

La recherche a établi une forte corrélation entre le fait de lire régulièrement des livres et la réalisation d'études supérieures, un niveau élevé de rémunération, un engagement civique plus fort, voire une plus grande propension à voter<sup>3</sup>. Des études menées par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) ont montré que la lecture joue un rôle plus important que le milieu socioéconomique dans la réussite académique<sup>4</sup>. La Banque mondiale considère que la fourniture de manuels scolaires constitue le moyen le plus efficace de renforcer l'éducation<sup>5</sup>. Le consensus politique sur l'importance de l'alphabétisation est tel qu'en 2002, l'Organisation des Nations Unies (ONU) a proclamé que les années 2003 à 2012 seraient la Décennie des Nations Unies pour l'alphabétisation<sup>6</sup>.

Le consensus quant à la valeur de l'alphabétisation et de la lecture reste clair: la recherche a montré que les bons lecteurs ont aussi plus de facilité à naviguer dans l'environnement numérique. Les résultats des tests effectués pour mesurer le taux d'alphabétisation "sur papier" permettent d'anticiper avec précision les résultats des tests relatifs à l'alphabétisation numérique<sup>7</sup>. Ainsi, bien que la technologie ait évolué, l'importance de l'alphabétisation et de la lecture oblige

les décideurs à faire de l’alphabétisation universelle un objectif de développement national. La culture du livre et de la lecture ainsi que le développement du secteur de l’édition restent au cœur de la question du développement culturel, économique et social.

Ces efforts mondiaux et multiformes, dont relève l’initiative des Nations Unies, ont porté leurs fruits : à la fin de la Décennie des Nations Unies pour l’alphabétisation, le taux mondial d’alphabétisation des adultes dépassait 84% et celui des jeunes 89%<sup>8</sup>. Ces succès ont renforcé la détermination de la communauté mondiale. Dans le cadre des objectifs de développement durable entrés en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2016, les États membres des Nations Unies se sont engagés à atteindre 100% d’alphabétisation des jeunes d’ici à 2030. Cela signifie sortir de l’analphabétisme plus de 123 millions de jeunes, dont plus de 60% de jeunes filles<sup>9</sup>.

L’importance du droit d’auteur comme base des modèles économiques du secteur de l’édition est également restée inchangée. L’Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) reconnaît depuis longtemps l’importance du droit d’auteur pour le secteur de l’édition. La Convention de Berne, le Traité de l’OMPI sur le droit d’auteur ainsi que d’autres conventions contiennent des dispositions particulières sur le droit d’auteur visant à inciter les auteurs et les éditeurs à investir dans la création d’œuvres littéraires ou autres. Plus récemment, le Traité de Marrakech visant à faciliter l’accès des aveugles, des déficients visuels et des personnes ayant d’autres difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées soulignait “l’importance que revêt la protection du droit d’auteur pour encourager et récompenser la création littéraire et artistique et pour améliorer les possibilités de chacun [...] de participer librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de profiter des progrès scientifiques et de leurs bienfaits”<sup>10</sup>.

Si la protection conférée par le droit d’auteur reste le fondement de l’édition, la technologie numérique est en train de bousculer tous les secteurs de l’édition. Elle offre aux auteurs la possibilité de trouver des lecteurs par l’intermédiaire de nouveaux supports ou dispositifs et de communiquer différemment, de façon interactive. L’Internet a rendu obsolètes certaines parties du secteur traditionnel de l’édition : les éditeurs de mémoires, les fournisseurs d’abonnements et les éditeurs d’annuaires ont disparu ou ont radicalement modifié leurs

modèles commerciaux. Les librairies sont désormais accessibles en ligne, les bibliothèques sont concurrencées par les moteurs de recherche et toute la filière de l'édition a dû adopter de nouveaux supports et modèles commerciaux pour survivre. De nombreux intermédiaires traditionnels ont été remplacés par des entreprises innovantes dont les compétences et les services ont modifié ou supplanté bon nombre d'entreprises traditionnelles.

Pour favoriser l'instauration d'une culture nationale du livre et de la lecture grâce aux écrivains et aux éditeurs professionnels locaux, il faut comprendre la manière dont fonctionne ce secteur de l'économie créative et comment il est influencé par la révolution numérique. Si le secteur de l'édition dans son ensemble a subi une transformation profonde, certaines branches ont été plus touchées que d'autres. Les prédictions récurrentes selon lesquelles "d'ici cinq ans, nous n'utiliserons plus du tout le papier pour lire ou pour écrire"<sup>11</sup> ne se sont pas concrétisées et pourraient ne jamais se réaliser.

Une autre question est de savoir pourquoi le secteur de l'édition peine à se développer dans de nombreux pays en développement et émergents. La responsabilité en incombe dans une certaine mesure aux politiques publiques : le secteur de l'édition (y compris son vaste écosystème d'auteurs, d'éditeurs, de librairies, de fournisseurs de technologies, de bibliothèques et d'intermédiaires) dépend largement de l'application de politiques publiques créant des conditions favorables. Les droits de douane pour l'importation de papier, les lois sur le droit d'auteur et leur application, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et les taxes générales sur les ventes de livres, ainsi que d'autres lois nationales et accords internationaux, ont une incidence directe sur la viabilité des secteurs nationaux de l'édition : les subventions accordées aux bibliothèques publiques et scolaires augmentent la disponibilité des livres, tandis que les programmes d'alphabétisation accroissent l'intérêt pour les livres. Les politiques nationales peuvent renforcer le secteur local de l'édition, notamment en ce qui concerne l'édition de manuels scolaires, et empêcher que des marchés soient cédés à des éditeurs internationaux. La création d'un secteur local de l'édition est particulièrement intéressante pour les pays en développement, car elle permet à une industrie locale de mieux répondre à la demande de manuels adaptés aux besoins locaux, tout en assurant la mise à disposition de livres culturellement pertinents.

Cette publication vise à aider les décideurs politiques, notamment dans les pays qui souhaitent promouvoir le secteur local de l'édition, à mieux comprendre l'industrie de l'édition et comment le droit d'auteur et d'autres politiques influent sur la façon dont les livres sont créés, publiés et consommés.

## Notes

1. Mark, J.J. (28 avril 2011), Writing. Montréal (Canada): World History Encyclopedia. [www.worldhistory.org/writing](http://www.worldhistory.org/writing)
2. Tucker, D.H., Unwin, P.S. et Unwin, G. (1<sup>er</sup> octobre 2020), History of publishing. Chicago, IL: Encyclopædia Britannica. [www.britannica.com/topic/publishing](http://www.britannica.com/topic/publishing)
3. National Endowment for the Arts (2007), To read or not to read: a question of national consequence. Research Report 47, Washington, D.C.: National Endowment for the Arts, p. 19. [www.arts.gov/sites/default/files/ToRead.pdf](http://www.arts.gov/sites/default/files/ToRead.pdf).
4. Voir Kirsch, I., et al. (2002), La lecture, moteur de changement : performances et engagement d'un pays à l'autre. Paris : OCDE. [https://www.oecd-ilibrary.org/education/la-lecture-moteur-de-changement\\_9789264099296-fr](https://www.oecd-ilibrary.org/education/la-lecture-moteur-de-changement_9789264099296-fr)
5. Voir Boissiere, M. (2004), Determinants of Primary Education Outcomes in Developing Countries. Background Paper for the Evaluation of the World Bank's Support to Primary Education. Washington, D.C.: La Banque mondiale. <http://documents.worldbank.org/curated/en/111011468162550538/pdf/391570educatio1eterminants-01PUBLIC1.pdf> et, plus récemment, UK Department for Education (2012), Research Evidence on Reading for Pleasure. London: UK Department for Education. [www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/284286/reading\\_for\\_pleasure.pdf](http://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284286/reading_for_pleasure.pdf)
6. Nations Unies (1999), Résolution : 54/122. Décennie des Nations Unies pour l'alphabétisation : l'éducation pour tous (New York) Nations Unies. [www.un-documents.net/a54r122.htm](http://www.un-documents.net/a54r122.htm).
7. OCDE (2015), Connectés pour apprendre? Les élèves et les nouvelles technologies. Paris : OCDE, p. 94. <https://www.oecd.org/fr/education/scolaire/Connectes-pour-apprendre-les-eleves-et-les-nouvelles-technologies-principaux-resultats.pdf>
8. Banque mondiale (2020), Taux d'alphabétisation, total des adultes (% des personnes âgées de 15 ans et plus). Washington, D.C.: Banque mondiale. <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SE.ADT.LITR.ZS>.
9. Global Goals (2021), 4 Quality Education. The Global Goals. [www.globalgoals.org/4-quality-education](http://www.globalgoals.org/4-quality-education)
10. OMPI (2013), Traité de Marrakech visant à faciliter l'accès des aveugles, des déficients visuels et des personnes ayant d'autres difficultés de lecture des textes imprimés aux œuvres publiées. Genève : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/wipolex/fr/treaties/text.jsp?file\\_id=301016](http://www.wipo.int/wipolex/fr/treaties/text.jsp?file_id=301016)
11. Voir, par exemple, Siegler, M.G. (2010), Nicholas Negroponte: The Physical Book is Dead in 5 Years. Bay Area, CA: TechCrunch. <https://techcrunch.com/2010/08/06/physical-book-dead/>; et Price, L. (2012), Dead again. New York Times. [www.nytimes.com/2012/08/12/books/review/the-death-of-the-book-through-the-ages.html](http://www.nytimes.com/2012/08/12/books/review/the-death-of-the-book-through-the-ages.html), disponible à la bibliothèque de Harvard. [https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/10155898/Price\\_DeadAgain.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/10155898/Price_DeadAgain.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



# Édition et révolution numérique

La révolution numérique n'a pas simplement contribué à moderniser la technologie que nous utilisons; elle a également modifié nos comportements. Plus de cinq milliards d'utilisateurs de téléphones portables<sup>1</sup> peuvent désormais utiliser leurs smartphones pour découvrir un nombre toujours plus élevé de sources d'information, d'apprentissage et de divertissement et y accéder. La révolution numérique a ainsi donné aux consommateurs le pouvoir d'interagir avec les créateurs, les entreprises et les tiers d'une manière inédite, à l'échelle mondiale.

Pour les industries de la création, la révolution numérique a fait plus que simplement modifier les dispositifs et les supports par l'intermédiaire desquels les "contenus", terme générique contemporain utilisé pour désigner toutes les œuvres culturelles sur l'Internet, sont consommés. Elle a créé de nouvelles habitudes de lecture, changé la manière dont est perçue la valeur des contenus, renforcé les attentes quant aux délais de publication et à l'authenticité des contenus et créé un sentiment de liberté en permettant de partager des contenus avec n'importe qui. Ces nouveaux comportements ont fait disparaître certains modèles commerciaux et en ont fait naître d'autres. Ils ont créé de nouveaux géants du secteur et balayé ceux qui ont été incapables de s'adapter au changement.

Le secteur de l'édition a été touché par la révolution numérique de manière unique. Certaines branches de ce secteur sont restées imprégnées du monde de l'encre et du papier, tout comme leurs lecteurs, qui, dans de nombreux secteurs, continuent de préférer les ouvrages imprimés à leurs équivalents numériques. D'autres branches du secteur sont à la pointe de la révolution de l'information et ont été les moteurs du développement des nouvelles technologies ou se sont rapidement adaptées aux nouvelles perspectives qui s'ouvraient.

La première publication de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) portant sur le droit d'auteur et le secteur de l'édition s'intitulait *Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition*<sup>2</sup>. Dans la mesure où elle constitue un guide sur

les principes généraux du droit d'auteur et les accords de licence, elle a résisté à l'épreuve du temps et reste utile. Mais elle a été écrite à une époque où la révolution numérique n'avait pas encore touché l'ensemble du secteur de l'édition.

La présente publication porte sur l'enjeu stratégique que représente la révolution numérique pour ce qu'il est généralement convenu de dénommer "le secteur du livre", à savoir les branches dédiées à la publication des livres destinés au grand public, des manuels pour l'enseignement primaire, secondaire et supérieur, et des ouvrages didactiques tels que les revues scientifiques et les monographies. Cette classification peut donner lieu à des distinctions arbitraires, puisqu'elle exclut les branches du secteur chargées de la publication des bases de données, des cours en ligne, des jeux vidéo, des sites Web, des journaux et des bulletins d'information, ainsi que des magazines destinés aux professionnels, aux consommateurs et aux clients. Néanmoins, si l'on dépassait les trois catégories susmentionnées, la publication deviendrait trop complexe et présenterait moins d'intérêt pour les personnes qui souhaitent connaître le cœur du métier traditionnel d'éditeur, qui consiste à raconter des histoires, à donner aux enseignants les outils pédagogiques pour enseigner, et à documenter et faire connaître les avancées de la science.

L'objectif de cette publication est d'aider les visionnaires, qu'ils soient auteurs, éditeurs ou décideurs politiques, notamment dans les pays en développement, à mieux comprendre les enjeux stratégiques auxquels ils sont confrontés et à leur donner une vue d'ensemble des choix faits par leurs homologues dans d'autres pays.

Une mise en garde s'impose toutefois : en cette période de changements spectaculaires, toute publication traitant des questions numériques ne peut que constater le statu quo, et compte tenu du large éventail de progrès réalisés dans les différents pays, elle ne peut donner qu'un instantané de la situation. Elle ne peut en aucun cas prédire les évolutions futures. De nouvelles technologies pourraient être inventées prochainement et modifier profondément le paysage de l'édition. Les marchés numériques mondiaux connaissent aussi des variations importantes et certaines branches très semblables à première vue pourraient être touchées plus que d'autres par l'évolution numérique.

Le changement est une constante, et la technologie numérique est le moteur des changements sociétaux qui façonnent l'avenir du secteur de l'édition. La présente publication traite des facteurs, des tendances et des éléments moteurs dont tous les auteurs, éditeurs et décideurs politiques doivent avoir conscience. Cependant, si toutes les parties prenantes doivent évaluer les mêmes facteurs de changement, il appartient à chaque auteur, éditeur ou décideur politique d'utiliser les données disponibles, ainsi que son expérience, pour tirer ses propres conclusions. Ce rapport contient des informations et non des consignes. Lors du passage aux produits numériques, le droit d'auteur et la concession de licences sont passés au premier plan des activités d'édition. La deuxième partie de la présente publication portera donc sur les questions relatives au droit d'auteur et à la concession de licences et sur la manière dont ces éléments créent de nouveaux modèles commerciaux sur Internet.

Les deux exemples ci-après illustrent les effets de la révolution numérique sur les différentes branches du secteur de l'édition à différents moments.

---

### **Encadré 2.1. Étude de cas n° 1 : Révolution numérique – Encyclopædia Britannica**

Aucune publication n'illustre mieux le profond bouleversement qu'a connu le secteur de l'édition que l'*Encyclopaedia Britannica*, ouvrage de référence en anglais qui détient le record de longévité dans l'histoire de l'édition.

Le premier volume de la première édition de la célèbre *Encyclopædia Britannica* a été publié en Écosse en 1768. L'objet de cet ouvrage était de réunir l'ensemble des connaissances humaines dans une seule publication. Son nom fait référence à l'œuvre pionnière de Diderot, l'*Encyclopédie*, publiée seulement quelques années auparavant.

Compte tenu du soin et des efforts apportés à chaque article de cette encyclopédie, les éditions sont produites à un rythme lent et sont coûteuses. Il a fallu trois années pour publier les trois tomes de la première édition, dont environ 3 000 exemplaires ont été vendus. La publication de la deuxième édition, en 10 volumes, a pris sept ans

(de 1778 à 1784). Au fil du temps, de nouvelles éditions augmentées ont été publiées, contenant les nouvelles connaissances acquises. La quinzième édition, publiée à partir de 1974, comportait 30 volumes et a fait l'objet de révisions annuelles. À son apogée, en 1990, l'*Encyclopædia Britannica* s'est vendue à environ 120 000 exemplaires.

Puis est arrivée la révolution numérique. Six ans après, avec moins de 40 000 exemplaires vendus et sur fond de rumeurs de difficultés financières, l'*Encyclopædia Britannica* est vendue à un investisseur international. En 2010, l'éditeur de l'*Encyclopædia Britannica* a annoncé que la quinzième édition révisée, dont 8 500 exemplaires avaient été vendus au total, était la dernière édition imprimée.

Il serait faux de dire que les éditeurs de l'*Encyclopædia Britannica* n'étaient pas conscients de la nécessité de s'adapter à l'évolution numérique. Au moment où la dernière édition imprimée de l'*Encyclopædia Britannica* a été vendue pour 1395 dollars, une version en ligne était disponible pour 70 dollars par an. L'éditeur de l'*Encyclopædia Britannica* n'a pas fait que développer ses activités de prépublication dans l'environnement numérique, il a également proposé très tôt des versions numériques de l'encyclopédie : ainsi, le premier CD-ROM a été publié en 1994 et des produits en ligne disponibles sur abonnement ont également été mis au point dans les années 1990. À la fin des années 1990, les éditeurs ont même testé une version en ligne gratuite<sup>3</sup>.

Depuis son rachat par des investisseurs, la stratégie d'édition de la société qui détient la marque *Encyclopædia Britannica* a changé. *Encyclopædia Britannica* est désormais un éditeur de référence et de qualité qui propose un large éventail de produits différents, sur support papier ou sous forme numérique.

L'effondrement des ventes de livres imprimés témoigne d'un changement de comportement du public et d'une évolution du modèle économique. Un nombre croissant de personnes sont connectées à l'Internet. Wikipédia devient le point de départ par excellence pour toutes les recherches et, malgré ses faiblesses évidentes, ce site fait référence. Cette situation a ouvert de nouvelles perspectives pour d'autres éditeurs et nombreux sont ceux qui continuent de prospérer avec la publication d'ouvrages de référence, en ligne et hors ligne.

L'*Encyclopædia Britannica* est passée d'une publication unique sur papier à une société d'édition polyvalente qui combine à souhait ses contenus pour proposer un portefeuille varié de produits<sup>4</sup>.

Elle propose des encyclopédies, des dictionnaires et d'autres ouvrages ciblant différents publics, soit sous la marque Britannica, soit sous d'autres noms, tels que Merriam-Webster. Les livres imprimés, les DVD et les abonnements en ligne s'adressent aux établissements d'enseignement, aux journalistes, aux personnes qui apprennent l'anglais et aux bibliothèques publiques. Certains produits portent sur des thèmes académiques ou offrent des illustrations provenant d'une large gamme de collections. Il suffit de visiter la boutique en ligne de l'éditeur (<http://store.britannica.com/>) ou le site Web de la société ([www.britannica.com](http://www.britannica.com)) pour s'apercevoir que celle-ci cherche de nouveaux créneaux, de nouveaux partenariats et de nouveaux publics qui reconnaissent la valeur fondamentale de la marque : celle de dépositaire du savoir.

#### **1771**

La première édition de l'*Encyclopædia Britannica* est achevée à Édimbourg, en Écosse<sup>5</sup>.

#### **1826**

Britannica est rachetée par A & C Black.

#### **1899**

Une version de l'encyclopédie est produite à la fois en Grande-Bretagne et aux États-Unis d'Amérique.

#### **1932**

Début de la vente à domicile et des réimpressions annuelles.

#### **1981**

Création de la première version numérique.

#### **1991**

Pic des ventes, avec 120 000 exemplaires vendus.

Britannica publie une version sur CD-ROM.

#### **1993**

Microsoft publie Encarta sur CD-ROM.

#### **1994**

Britannica lance sa première encyclopédie sur Internet, accessible contre paiement.

#### **1995**

Suite à la chute des ventes, l'entreprise est vendue. Des photographies sont ajoutées.

**1997**

Des fonctions multimédias sont ajoutées.

**1999**

Britannica annonce l'accès gratuit à son encyclopédie en ligne.

**2001**

Création de Wikipédia.

Britannica réintroduit la cotisation annuelle pour l'accès à sa version en ligne.

**2009**

Microsoft annonce l'abandon d'Encarta, qui ne peut plus concurrencer Wikipédia.

**2012**

Après 244 ans, Britannica annonce l'arrêt de sa version imprimée.

**2019**

Encyclopædia Britannica Inc. devient la "Première entreprise à suivre" dans le rapport EdTech 2019-2020<sup>6</sup>.

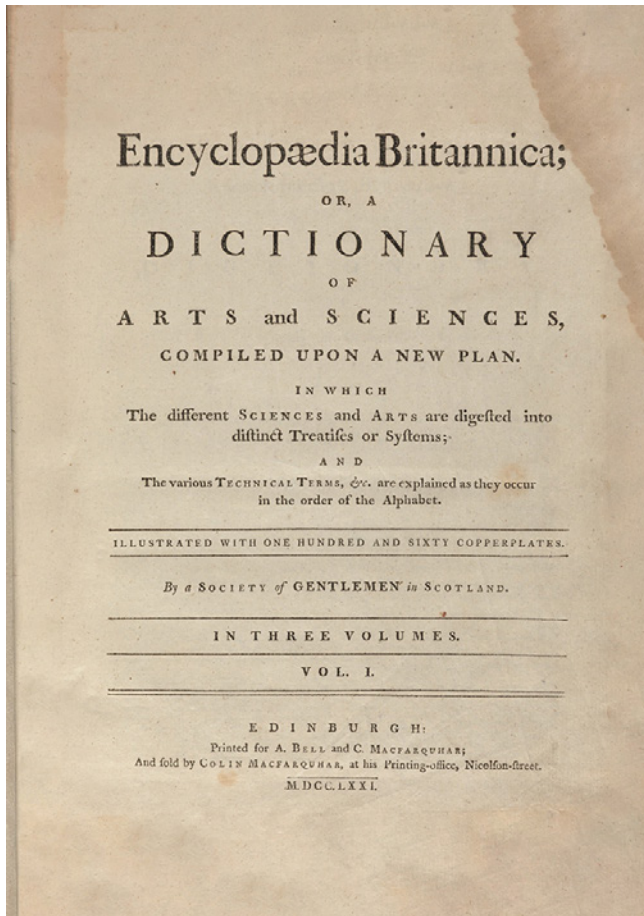
La société Encyclopædia Britannica Inc. utilise le pouvoir d'attraction de la marque pour proposer une large gamme d'applications, de services en ligne et de publications sur sept sites Web différents ciblant chacun différents pays ou régions. La marque a été élargie et englobe notamment Britannica Kids, Britannica Escola et Britannica Digital Learning. D'autres marques, telles que Merriam-Webster et Spanish Central ont été ajoutées au portefeuille. Les droits d'impression ont été concédés sous licence à la société Publications International, notamment pour la publication d'un recueil scientifique interactif en six volumes, fondé sur l'*Encyclopædia Britannica*. Ce recueil comprend un lecteur interactif et des illustrations et s'adresse en particulier aux écoles<sup>7</sup>. De nouveaux partenariats avec les gouvernements ont été établis pour créer des produits adaptés aux programmes d'enseignement locaux.

Michael Ross, vice-président senior et directeur général de l'Encyclopædia Britannica jusqu'en 2017, résume ainsi l'expérience de sa société: "Définissez votre proposition de valeur. Si vous n'avez pas de proposition de valeur indépendante d'un format, qui plus est, si ce format devient obsolète, alors vous êtes en difficulté"<sup>8</sup>.

Juste avant son 250<sup>e</sup> anniversaire en 2018, le PDG Karthik Krishnan, a déclaré: "Compte tenu des efforts déployés au niveau mondial pour transformer l'éducation et de l'érosion de la confiance du

public envers la qualité et l'authenticité de l'information sur Internet, le moment est venu pour Britannica d'unir ses forces à celles des consommateurs et des organismes publics et privés pour faire une différence positive"<sup>9</sup>.

Figure 2.1. Page de garde de la première édition de l'*Encyclopædia Britannica*



Source: Typ 705.71.363, Houghton Library, Université de Harvard.

---

### **Encadré 2.2. Étude de cas n° 2: Révolution numérique – La littérature en ligne en Chine**

La révolution numérique peut également contribuer à créer des secteurs d'activité et des modèles commerciaux entièrement nouveaux, et le phénomène de la littérature en ligne en Chine en est le parfait exemple. En Chine, le secteur traditionnel de l'édition est fortement réglementé et seuls quelques éditeurs possèdent des licences. Cette situation, à laquelle s'ajoute le défi qu'a posé le piratage à grande échelle au secteur de l'édition numérique dans les années 1990, explique que les éditeurs chinois aient peiné à développer le marché du numérique.

À partir de 2003, alors que les éditeurs traditionnels tardaient à publier des livres électroniques et à les proposer dans les librairies en ligne, des sites chinois de littérature en ligne tels, que [www.qidian.com](http://www.qidian.com), ont commencé à inviter des écrivains amateurs à publier leurs histoires. Pour éviter les problèmes de piratage, un modèle commercial différent a été mis au point: les histoires étaient souvent publiées en série, chapitre par chapitre. Les lecteurs payaient des frais d'abonnement minimes pour accéder au site sur lequel étaient publiés les nouveaux chapitres, et les écrivains touchaient une part des recettes tirées des abonnements, en fonction de leur popularité.

Cette nouvelle forme de création et de partage d'histoires est, depuis lors, devenue un phénomène culturel, un moteur économique et un modèle commercial polyvalent à part entière. Au début de l'année 2020, 17,5 millions d'écrivains avaient publié plus de 25 millions de romans en ligne<sup>10</sup>. Les genres littéraires les plus appréciés sont la romance et le fantastique, qui mettent souvent en scène des personnes ordinaires dotées de pouvoirs cachés et accomplissant des actes héroïques.

Le développement de ces communautés de lecture en ligne a permis à plusieurs écrivains d'accéder à la notoriété. En 2016, Zhang Wei, plus connu sous le pseudonyme Tang Jia San Shao, a été le tout premier auteur en ligne à toucher un revenu annuel de 110 millions de yuans (16,8 millions de dollars É.-U.). Cet argent ne provenait pas seulement des livres et des abonnements des lecteurs; la propriété intellectuelle créée dans ces livres, les



personnages, les décors et les intrigues des auteurs les plus célèbres font l'objet de licences aboutissant à des séries télévisées, des adaptations cinématographiques, des jeux vidéo et d'autres produits dérivés<sup>11</sup>.

En raison de cette évolution, la "propriété intellectuelle" est devenue un terme à la mode en Chine, qui désigne les éléments de propriété intellectuelle ou les contenus originaux souvent adaptés en films, émissions de télévision ou jeux<sup>12</sup>.

### Extraits d'un entretien avec Zhang Wei<sup>13</sup>

*"Vous êtes l'un des auteurs de fiction en ligne les mieux rémunérés en Chine pour la quatrième année consécutive. Quel est votre secret?"*

Zhang Wei: "Ce classement tient compte également des revenus provenant des redevances sur les séries Internet, les publications, le cinéma, la télévision et les jeux vidéo. Je n'ai jamais examiné la question en détail, mais je pense que chacune de ces sources me rapporte un montant similaire.

Je m'efforce d'actualiser quotidiennement mon travail et je m'assure que mes lecteurs puissent voir mon travail chaque jour. Le résultat est le fruit d'une dizaine d'années de travail laborieux. Je suis un des écrivains les plus prolifiques, je peux produire chaque jour en moyenne jusqu'à 8000 caractères chinois [ce qui équivaut à environ 5000 mots anglais]."

*"Comment faites-vous pour écrire si vite?"*

Zhang Wei: "Difficile de répondre à cette question. Tout ce que je peux dire, c'est que je suis doué. Plus j'écris et plus j'acquiers de l'expérience. Je renforce ainsi ma maîtrise des mots, de l'intrigue et du contenu. Je m'améliore dans ma façon d'exprimer mes intentions."

*"Comment faites-vous pour maintenir le lien avec vos lecteurs en tant qu'écrivain sur l'Internet?"*

Zhang Wei: "L'âge de mes lecteurs est généralement compris entre 8 et 25 ans. Je les considère comme des amis ou des proches. Ils sont si importants pour moi. Je passe bien plus de

temps avec eux qu’avec ma famille. Au tout début, c’est grâce à leur soutien que j’ai persévéré. En tant qu’écrivain, si on exige de la loyauté de la part de ses lecteurs, il faut d’abord faire preuve de loyauté envers eux.

Mon équipe organise beaucoup de manifestations interactives avec mes fans sur des plateformes telles que la plateforme de microblogage Weibo, l’application de messagerie WeChat ou la communauté Baid Tieba. Ces interactions sont essentielles, car elles me permettent de savoir ce que pensent les lecteurs et permettent aux lecteurs de savoir ce que je pense et ce que nous sommes en train de faire.”

*“Certains critiques disent que vos histoires reposent sur des formules et manquent de valeur littéraire. Comment réagissez-vous à cela?”*

Zhang Wei: “Chaque écrivain a son style et sa façon d’écrire. Pour moi, la fiction Internet est la forme de divertissement la plus accessible au grand public. Mes lecteurs sont des personnes comme vous et moi qui lisent de la fiction sur Internet pour se détendre durant leur temps libre.

J’offre simplement une forme de divertissement. Je ne demande pas que les lecteurs se souviennent de moi, ou qu’ils se souviennent du contenu de chacune des histoires, du moment qu’ils apprécient mes romans et en retirent du plaisir. Les critiques font d’un rien une montagne.”

*“Où réside la valeur de la fiction Internet? En quoi se distingue-t-elle de la littérature traditionnelle?”*

Zhang Wei: “Dans l’imagination sans borne. En Chine, les écrivains sur l’Internet sont généralement assez jeunes. Nous sommes pour la plupart nés dans les années 1980. Nos parcours scolaires, de même que notre perception du monde, diffèrent de ceux de la précédente génération. Celle-ci a grandi en lisant la littérature traditionnelle axée sur la Chine rurale et écrite dans un style différent du nôtre.

Aujourd’hui, nous pouvons davantage laisser parler notre imagination et c’est cette imagination sans borne qui est à la base de la fiction Internet. Avec les progrès accomplis par notre

pays, chacun peut faire de nouvelles expériences et élargir son horizon. Il en va de même pour nous, en tant qu'écrivains."

*"Vous êtes professeur adjoint en littérature sur l'Internet. Que dites-vous à vos étudiants au sujet de l'évolution de la fiction Internet en Chine?"*

Zhang Wei: "Je leur dis que la fiction Internet en Chine connaît aujourd'hui une phase de développement rapide. Cette forme d'expression littéraire, sous forme de feuilleton, est apparue avec le développement du multimédia à la fin des années 1990.

La fiction Internet connaît une expansion incroyable depuis ses débuts. Au départ, il s'agissait d'un concept entièrement nouveau sans aucun fondement, raison pour laquelle elle continue d'évoluer d'année en année. Grâce au mariage entre la fiction Internet, le cinéma et la télévision, cette croissance rapide et constante devrait se maintenir pendant un certain temps.

La fiction Internet permet de générer une multitude de produits dérivés à partir d'un contenu principal. La fiction Internet est en passe de devenir un des acteurs majeurs du secteur du divertissement."

*"Cela signifie-t-il que vous allez désormais consacrer plus de temps à étendre vos activités à d'autres domaines ou supports?"*

Zhang Wei: "Je veux que la propriété intellectuelle chinoise joue un rôle prépondérant sur le marché mondial. C'est l'objectif que je souhaite atteindre. Pour y parvenir, je dois procéder étape par étape, par l'intermédiaire du cinéma, de la télévision et d'autres publications. J'écris principalement dans le genre fantastique, car ce genre est le plus accessible.

Plusieurs films et émissions de télévision adaptés à partir de mes œuvres vont être réalisés plus tard dans l'année. Je reste aussi tourné vers l'avenir.

Je souhaite un jour créer un 'Disney World de la Chine', c'est-à-dire un projet immobilier au centre duquel se trouverait un parc d'attractions fondé sur mes histoires. Je me suis donné 10 ans pour réaliser ce rêve. Les préparatifs sont déjà en cours."

---

## Notes

1. Kemp, S. (2021), Digital 2021: Global Overview Report. Singapore: DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.
2. Seeber, M. et R. Balkwill (2007), Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition. Industries créatives – Livret n° 1. Genève: OMPI. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/868/wipo\\_pub\\_868.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/868/wipo_pub_868.pdf).
3. Pour davantage d'informations, voir Greenstein, S. (2017), The reference wars: Encyclopædia Britannica's decline and Encarta's emergence. *Strategic Management Journal*, 38, 995-1017. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.2552>.
4. Levy, M. (n.d.), Britannica in the digital era. Chicago, IL: Encyclopaedia Britannica. [www.britannica.com/topic/encyclopaedia-Britannica-English-language-reference-work/Britannica-in-the-digital-era](http://www.britannica.com/topic/encyclopaedia-Britannica-English-language-reference-work/Britannica-in-the-digital-era).
5. [www.britannica.com/topic/Encyclopaedia-Britannica-print-encyclopaedia](http://www.britannica.com/topic/Encyclopaedia-Britannica-print-encyclopaedia).
6. EDTECH (2019), Companies to watch. EDTECH Digest, 2019, p. 57. [www.edtechdigest.com/lists/state-of-edtech-2019-2020/](http://www.edtechdigest.com/lists/state-of-edtech-2019-2020/).
7. Encyclopaedia Britannica (n.d.). Site Web Chicago, IL: Encyclopaedia Britannica. <https://corporate.britannica.com/brands/>.
8. Voir Sword, A. (2016), Encyclopaedia Britannica: How a print company embraced disruptive innovation in publishing. London: TechMonitor. [www.cbronline.com/news/cloud/private/encyclopaedia-britannica-how-a-print-company-embraced-disruptive-innovation-in-publishing-4898586](http://www.cbronline.com/news/cloud/private/encyclopaedia-britannica-how-a-print-company-embraced-disruptive-innovation-in-publishing-4898586).
9. Panelas, T. (2017), Encyclopaedia Britannica Group Appoints Karthik Krishnan as Global Chief Executive Officer. Chicago, IL: Encyclopaedia Britannica Group. <https://corporate.britannica.com/press-releases/encyclopaedia-britannica-group-appoints-karthik-krishnan-as-global-chief-executive-officer/>.
10. ChinaDaily.com (2020), Over 17.5 mln authors committed to online literature creation in China. ChinaDaily, 26 août 2020. <http://global.chinadaily.com.cn/a/202008/26/WS5f460a1da310675eafc55a93.html>.
11. You, L. (2016), Q&A Author Zhang Wei on China's Online Literature. Sixth Tone. [www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature](http://www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature).
12. Qin, A. (2016), Making online literature pay big in China. New York Times. [www.nytimes.com/2016/11/01/world/asia/china-online-literature-zhang-wei.html](http://www.nytimes.com/2016/11/01/world/asia/china-online-literature-zhang-wei.html).
13. You, L. (2016), Q&A Author Zhang Wei on China's Online Literature. Sixth Tone. L'entretien est disponible dans son intégralité à l'adresse [www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature](http://www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature).

# Le secteur mondial de l'édition

Quelle est la taille des industries de la création dans leur ensemble, et quel rôle jouent les segments du secteur de l'édition examinés dans le présent rapport?

Des études menées par l'OMPI<sup>1</sup> ont révélé que, globalement, les secteurs d'activité reposant sur le droit d'auteur contribuent à l'économie nationale dans une proportion comprise entre 2 et 11% (aux États-Unis) du produit intérieur brut (PIB), avec une moyenne de 5,18%. Les trois quarts des 43 pays examinés affichent une contribution comprise entre 4 et 6,5%.

Bien qu'il n'existe aucun chiffre mondial, certaines données permettent de mettre en lumière des éléments particuliers du secteur de l'édition et d'en évaluer l'importance économique par rapport au PIB national et aux autres industries de la création. Aux États-Unis d'Amérique, l'édition de livres (grand public, scolaires, scientifiques) a été évaluée à environ 38 milliards de dollars É.-U. en 2018. Ce chiffre est plus important que celui se rapportant à l'industrie musicale (deux milliards de dollars É.-U. en 2019) et au secteur des jeux vidéo (26 milliards de dollars É.-U. en 2019)<sup>2</sup>.

En Europe, le secteur de l'édition représentait environ 22,4 milliards d'euros en 2019<sup>3</sup>. Le secteur des jeux vidéo présentait une taille comparable, avec 21,6 milliards d'euros en 2019<sup>4</sup>. L'industrie musicale en Europe, quant à elle, a atteint 6,2 milliards de dollars É.-U. en 2019<sup>5</sup>.

## L'édition en un clin d'œil

Vues sous l'angle des prix à la consommation, les recettes tirées du secteur de l'édition dans les 11 pays ayant les secteurs de l'édition les plus développés s'élevaient à 248 milliards de dollars É.-U. en 2017<sup>6</sup>. Cela fait de l'édition l'un des plus grands secteurs des industries de la création. À titre de comparaison, en 2019, les recettes mondiales totales tirées de la musique enregistrée étaient de 20,2 milliards de dollars É.-U.<sup>7</sup>. Cette année-là, le chiffre d'affaires de

l'industrie cinématographique mondiale était estimé à 136 milliards de dollars É.-U.<sup>8</sup>.

L'édition grand public constitue la branche la plus visible. L'OCDE estime que les ventes mondiales d'œuvres de fiction et d'ouvrages documentaires aux consommateurs se sont élevées à 87,9 milliards de dollars É.-U. en 2020<sup>9</sup>. Dans les pays en développement, l'édition scolaire peut représenter une part plus importante du chiffre d'affaires du secteur national de l'édition. Les recettes du secteur de l'éducation représentaient plus de la moitié des recettes totales au Brésil (62,4%), en Afrique du Sud (68,7%)<sup>10</sup>, en République de Corée (65,2%), au Mexique (74,2%) et en Turquie (59,5%).

La troisième grande branche du secteur de l'édition, l'édition scientifique, comprend plus de 9 800 revues qui contiennent plus de 1,85 million d'articles de recherche. Alors que la demande d'accès à cet énorme corpus de travaux de recherche est mondiale, les revues sont principalement publiées dans une poignée de pays, avec un chiffre d'affaires annuel tournant autour des 24 milliards de dollars É.-U.<sup>11</sup>.

Bien qu'en théorie, pour soutenir leur industrie nationale de l'édition, la plupart des pays puissent compter sur une demande intérieure et l'ensemble des compétences et ressources nécessaires, les industries locales de l'édition ne sont souvent pas développées à leur plein potentiel. Les quatre plus grandes industries nationales de l'édition (Chine, Allemagne, Royaume-Uni et États-Unis d'Amérique) ont représenté la majeure partie de l'activité d'édition mondiale en 2017 : les États-Unis d'Amérique ont réalisé des recettes nettes de plus de 25 milliards de dollars É.-U. La Chine est l'un des plus grands marchés de l'édition, avec des ventes au détail ayant totalisé 13,1 milliards de dollars É.-U. (89,4 milliards de yuans) en 2018. Le chiffre d'affaires du secteur de l'édition en Allemagne est estimé à plus de cinq milliards de dollars É.-U., suivi par celui du Royaume-Uni (qui avoisine les cinq milliards de dollars É.-U.)<sup>12</sup>.

Alors que l'Amérique du Nord, l'Europe et l'Asie – alimentée par la Chine, l'Inde, le Japon, la République de Corée et la Turquie – représentent la majeure partie du marché mondial de l'édition, l'édition reste sous-développée dans de nombreux pays d'Asie et d'Amérique latine, mais aussi en Afrique et au Moyen-Orient.

La demande du marché est souvent satisfaite par des éditeurs étrangers. L'industrie britannique de l'édition perçoit plus de 55% de ses recettes à l'étranger<sup>13</sup>. Ce chiffre constitue néanmoins un instantané. Ces dernières années, les marchés de la plupart des pays industrialisés ont stagné ou décliné, alors que ceux de la Chine, de l'Inde, voire du Brésil, ont connu une croissance spectaculaire. Ces marchés sont plus volatils en raison de la situation politique et économique. Les pays dits BRIC (Brésil, Fédération de Russie, Inde et Chine) restent des marchés cibles pour ceux qui recherchent une croissance importante. En définitive, l'édition évolue au gré de l'évolution économique de la classe moyenne, qui valorise l'éducation, la lecture, l'épanouissement personnel, le discours intellectuel et la culture.

Structurellement, le secteur de l'édition est très concentré. Les 50 plus grands éditeurs du monde<sup>14</sup> enregistrent un chiffre d'affaires d'environ 76,5 milliards de dollars É.-U. En 2017, les 10 premières maisons d'édition étaient les suivantes: Pearson (Royaume-Uni), RELX Group (anciennement Reed Elsevier; Pays-Bas, Royaume-Uni et États-Unis d'Amérique), Thomson Reuters (États-Unis d'Amérique), Bertelsmann, (Allemagne), Wolters Kluwer (Pays-Bas), Hachette Livres (France), Grupo Planeta (Espagne), Springer Nature (Allemagne), Scholastic (États-Unis d'Amérique) et McGraw-Hill Education (États-Unis d'Amérique). Ensemble, elles représentaient un chiffre d'affaires annuel d'environ 50 milliards d'euros (54 milliards de dollars É.-U.)<sup>15</sup>.

Cette concentration s'explique en partie par les économies d'échelle, qui sont particulièrement palpables dans un environnement numérique mondialisé. D'autres raisons existent, qui varient selon les secteurs: dans l'édition grand public, de grosses sommes sont nécessaires pour signer des auteurs à succès et assurer leur promotion à l'échelle internationale. Dans l'édition d'ouvrages scolaires, il faut disposer d'un éventail de savoir-faire et de ressources pour élaborer des contenus de qualité permettant d'enseigner les programmes scolaires locaux. Les éditeurs scientifiques doivent quant à eux consentir des investissements massifs dans la technologie.

L'attention est généralement focalisée sur les cinq grandes maisons d'édition grand public qui dominent le marché aux États-Unis

d'Amérique et qui couvrent environ un tiers<sup>16</sup> du marché: Penguin Random House, Hachette Book Group, HarperCollins, Simon & Schuster et Macmillan<sup>17</sup>. En fait, sur ces maisons d'édition, seules deux ont leur siège aux États-Unis d'Amérique: HarperCollins, qui fait partie de News Corp, et Simon & Schuster, qui appartient à CBS Corporation. Bertelsmann, qui possède Penguin Random House, est établie en Allemagne, Hachette Livre a son siège en France et Macmillan appartient à Holtzbrinck, également établie en Allemagne. Les autres grandes maisons d'édition internationales sont Grupo Planeta (Espagne), Bonnier (Suède), Egmont (Danemark), Phoenix Publishing & Media (Chine) et China South Publishing & Media Group (Chine)<sup>18</sup>.

Il est devenu difficile de déterminer le nombre total d'éditeurs. Le seuil d'entrée sur le marché de l'édition numérique est bas du fait que les ventes en ligne (et les filières de vente en ligne) permettent aux petits éditeurs, ainsi qu'aux auteurs qui s'autoéditent, d'y accéder plus facilement. De nombreux auteurs vendent ou concèdent sous licence leurs livres via des filières qui sont difficiles à mesurer ou qui ne publient pas de données. L'une des principales plateformes internationales de vente de livres électroniques, Amazon, ne publie aucune donnée sur les ventes. Pourtant, certains éléments indiquent que les livres autoédités pourraient constituer un secteur important<sup>19</sup>.

### L'édition grand public

L'édition grand public, qui repose traditionnellement sur des circuits de vente au détail, représente environ un tiers du secteur mondial de l'édition. Cette branche englobe tous les ouvrages achetés par le grand public, en version papier ou numérique, y compris les œuvres de fiction et les ouvrages documentaires. Les genres traditionnels d'œuvres de fiction comprennent les œuvres généralistes, les œuvres classiques, les romans policiers, les romans à suspense, la science-fiction et les romans d'amour, ainsi que la bande dessinée. Les ouvrages documentaires comprennent les biographies, les ouvrages de référence et les livres sur des thèmes comme la religion, le tourisme, la santé, le bricolage, le commerce, la cuisine, la décoration, le jardinage, l'art, l'informatique et la technologie.



Chaque économie émergente peut avoir son propre secteur de l'édition grand public. L'édition est un secteur intéressant à développer car il peut créer un grand nombre d'emplois destinés à des personnes qualifiées de la classe moyenne, sans mettre à mal les ressources naturelles. Un bon secteur de l'édition permet également de créer des opportunités pour l'exportation.

Les marchés de l'édition reposent sur une classe moyenne lettrée et éduquée, qui attache de la valeur à l'éducation et qui encourage les enfants à lire. Les lecteurs achètent des livres pour se distraire, s'améliorer sur le plan personnel et professionnel, ainsi que pour transmettre des connaissances à leurs enfants. La taille et la croissance de la classe moyenne mondiale font naturellement apparaître un certain nombre de pays comme des marchés présentant un potentiel de croissance, notamment la Chine, l'Inde, l'Indonésie, le Nigéria et les Philippines<sup>20</sup>. Les fortes projections de croissance de la classe moyenne dans les économies émergentes laissent présager un déplacement général du secteur mondial de l'édition vers l'Asie et offrent des perspectives très positives pour l'Afrique subsaharienne.

Les pouvoirs publics peuvent soutenir leurs marchés nationaux de l'édition grand public en encourageant la lecture et la culture du livre, et – indirectement – en favorisant les éditeurs locaux d'ouvrages scolaires. Cela peut se faire dans le cadre de campagnes de promotion de la lecture auprès des plus jeunes, de programmes d'apprentissage de la lecture et de l'écriture, de subventions aux bibliothèques et de politiques d'aide au secteur du livre, telles que la baisse de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur le livre ou des allègements fiscaux pour les distributeurs et les vendeurs de livres. La mise en valeur des auteurs, des livres et de la lecture aux yeux du public, au moyen de récompenses et de prix, d'émissions télévisées, et de manifestations et de campagnes publiques, est une autre façon d'encourager le goût de la lecture. Ces mesures de politique générale sont d'autant plus efficaces qu'elles sont clairement ciblées et que leurs effets sont soigneusement contrôlés.

## L'édition scolaire

Les éditeurs d'ouvrages scolaires contribuent à créer, planifier et distribuer les manuels, les cahiers d'exercices, les supports pour les examens et le matériel didactique destinés aux écoles maternelles, primaires et secondaires, tant publiques que privées. Leurs publications suivent généralement les exigences des programmes d'études nationaux. Certains vendent également des manuels scolaires répondant à des normes internationales ou étrangères, par exemple pour le Baccalauréat international ou le GCSE international, à des écoles internationales et privées sur plusieurs marchés.

Près de la moitié (45% environ selon les estimations de l'auteur) du secteur mondial de l'édition dessert le marché scolaire. Ce pourcentage est beaucoup plus élevé dans les pays en développement, où l'édition scolaire constitue le pilier du secteur national de l'édition, représentant parfois plus de 90% du chiffre d'affaires. La plupart des éditeurs grand public locaux ont commencé par l'édition scolaire avant d'étendre leurs activités en éditant, entre autres, des livres pour enfants.

Les plus grands éditeurs scolaires internationaux comprennent Pearson (Royaume-Uni), China Education Publishing & Media Group (Chine), China South Publishing & Media Group (Chine), Grupo Planeta (Espagne), Hachette Livre (France), McGraw Hill Education (États-Unis d'Amérique), Holtzbrinck (Allemagne), John Wiley & Sons (États-Unis d'Amérique), Scholastic (États-Unis d'Amérique) et Oxford University Press (Royaume-Uni)<sup>21</sup>.

Les manuels scolaires et autres matériels pédagogiques de qualité sont essentiels pour la promotion de l'éducation dans les économies en développement et émergentes, car l'éducation constitue l'un des premiers secteurs d'investissement pour ces économies. Lorsque les enseignants qualifiés sont peu nombreux, que les salles de classe sont très remplies et que les enseignants n'ont que peu de possibilités de formation, les manuels scolaires deviennent un outil essentiel pour un enseignement de qualité<sup>22</sup>.

Plusieurs facteurs déterminent la taille du secteur national de l'édition scolaire. Naturellement, le nombre d'enfants dans les écoles et le budget du gouvernement alloué à l'éducation offrent

un cadre général. Les écoles privées peuvent également constituer un marché lucratif dans les pays où ces écoles sont très présentes. Les modifications dans les programmes scolaires donnent au marché un nouvel élan, étant donné que de nouveaux manuels sont souvent nécessaires pour refléter les changements dans les objectifs pédagogiques.

### **Le rôle des politiques gouvernementales dans l'édition scolaire**

La politique des pouvoirs publics nationaux en matière de fourniture des manuels scolaires constitue le facteur le plus important sur le marché de l'édition scolaire. Les règles qui régissent le choix des manuels et la manière dont ceux-ci sont mis à la disposition des élèves déterminent souvent si la demande locale en livres scolaires peut être couverte par les auteurs et éditeurs locaux, et si la distribution de ces livres profite aux librairies locales et à l'infrastructure globale en matière de distribution.

En 2013, par exemple, le Gouvernement de Hongrie a fait passer une loi pour prendre à sa charge la production des manuels scolaires et ainsi réduire le nombre de manuels mis à la disposition des écoles<sup>23</sup>. Cette loi a eu de graves répercussions sur l'édition scolaire locale. La loi a été critiquée par le secteur de l'édition<sup>24</sup>, par les partis de l'opposition parlementaire<sup>25</sup> et par certains médias<sup>26</sup>.

Un autre exemple est l'annonce faite en 2011 par le Ministère des sciences et des technologies de la République de Corée, selon laquelle l'ensemble des programmes scolaires seraient disponibles sur ordinateur, smartphone et tablette à l'horizon 2015<sup>27</sup>. Cela a incité les éditeurs à modifier leurs stratégies en conséquence. Un an plus tard, cette politique ambitieuse a été revue à la baisse, lorsque des enseignants et des parents ont exprimé leurs préoccupations face au temps passé par les enfants devant les écrans. Certains pays – par exemple la Grèce, l'Inde<sup>28</sup>, le Mexique<sup>29</sup>, la Norvège, la Pologne et la Suisse – disposent d'un manuel national unique, publié par les institutions gouvernementales<sup>30</sup>. Cette absence de concurrence, où il n'y a de fait qu'un seul manuel proposé, pose des défis particuliers : ainsi, les problèmes de qualité, qu'ils soient dus à des erreurs<sup>31</sup> ou au caractère obsolète du manuel, ne peuvent être résolus par les enseignants qui n'ont accès à aucun autre manuel d'apprentissage.

En outre, des problèmes politiques se posent si un gouvernement cherche à injecter dans les manuels scolaires une perspective politique controversée au niveau national. Plusieurs pays ont connu d'importants débats politiques sur le contenu de leurs manuels scolaires. Les livres d'histoire en particulier ont provoqué des polémiques en Hongrie<sup>32</sup>, en République de Corée<sup>33</sup>, en Fédération de Russie<sup>34</sup>, aux États-Unis d'Amérique<sup>35</sup> (où les États adoptent les manuels) et dans les anciennes républiques yougoslaves.

Dans certains pays, le gouvernement essaie de conserver une qualité élevée, en lançant des appels d'offres et en autorisant les éditeurs internationaux à soumettre leurs propositions. Dans de tels cas, les grands éditeurs internationaux disposent, pour convaincre les décideurs politiques, d'un avantage concurrentiel du fait de leur expérience internationale, des économies d'échelle, de leurs grandes équipes éditoriales et de la reconnaissance internationale de leur marque.

Lorsque les écoles publiques n'achètent pas de manuels, de matériel pour les évaluations et d'autres contenus auprès des éditeurs locaux, ces derniers proposent souvent des ouvrages destinés aux écoles privées et au marché parascolaire. Ce marché publie des ouvrages scolaires généralement achetés par les parents et destinés à aider les enfants à apprendre en dehors de l'école.

L'apprentissage préscolaire est également devenu un segment de marché à part entière, depuis que les décideurs politiques y accordent une plus grande attention. Il est considéré comme un moyen très économique et pourtant efficace de réduire les inégalités et d'augmenter les chances pour tous les groupes socioéconomiques, en améliorant l'alphabétisation et la préparation préscolaire. Investir dans l'éducation préscolaire d'enfants défavorisés, âgés de zéro à cinq ans, permet de réduire aussi bien les écarts de réussite scolaire que les besoins d'enseignement spécial pour les enfants ayant un handicap intellectuel ou physique. Cela favorise également des styles de vie sains, fait baisser le taux de criminalité et réduit les charges sociales en général. Chaque dollar investi dans un enseignement préscolaire de qualité donne lieu chaque année à un retour sur investissement compris entre 7 et 10%<sup>36</sup>.

## Le rôle des marchés nationaux

L'édition scolaire pour les écoles primaires et secondaires se concentre en général sur les marchés nationaux. Plusieurs raisons expliquent ce fait. Tout d'abord, les programmes scolaires nationaux sont très différents. Dans certains pays dotés d'une structure de gouvernance fédérale, comme l'Allemagne et les États-Unis d'Amérique, les différents États peuvent même suivre des programmes différents. Pour les langues, par exemple, certains programmes peuvent mettre l'accent sur la grammaire et la rédaction, tandis que d'autres exigent également un apprentissage de l'histoire ou de la culture. Même dans des matières comme les mathématiques ou la physique, les approches pédagogiques et les normes peuvent varier d'un pays à l'autre<sup>37</sup>. Deuxièmement, on observe une tendance croissante à enseigner la lecture et l'écriture dans la langue maternelle de l'enfant, ce qui, dans de nombreux pays en développement, nécessite la publication de livres dans plusieurs langues locales et peut contribuer à améliorer les résultats scolaires<sup>38</sup>. Troisièmement, les jeunes enfants apprennent mieux lorsque le matériel de lecture est en rapport avec leur vie quotidienne. Cela est particulièrement vrai pour les plus jeunes, qui ont besoin d'être familiers avec le contexte de ce qu'ils lisent pour se concentrer sur l'apprentissage.

Des efforts ont été déployés pour internationaliser les programmes. Cette démarche peut paraître logique pour les étudiants de premier cycle et les lycéens qui se préparent à passer un diplôme international, comme le Baccalauréat international. Historiquement, cela a permis à des éditeurs d'anciennes puissances coloniales de promouvoir des manuels de leur pays. C'est l'une des raisons pour lesquelles 72% des recettes du secteur britannique de l'édition scolaire proviennent de l'exportation<sup>39</sup>.

Plus récemment, des entreprises de technologies ont encouragé les programmes internationaux, principalement pour faciliter l'utilisation des plateformes éducatives dans différents marchés nationaux. Cette tendance va à l'encontre des arguments pédagogiques invoqués précédemment, c'est-à-dire d'éduquer les jeunes enfants dans leur langue maternelle et d'éviter l'utilisation de livres faisant référence à un contexte culturel différent. Néanmoins, les plateformes pourraient permettre à certains élèves vivant dans des endroits

reçus d'accéder à des contenus éducatifs en ligne qui ne seraient pas disponibles autrement. D'une manière générale, les plateformes peuvent également héberger des contenus locaux et être gérées par les prestataires locaux comme un modèle commercial lucratif (veuillez vous reporter à la section du chapitre 4 sur les facteurs de la transition numérique dans l'édition scolaire).

### L'édition scientifique et professionnelle

La branche scientifique et professionnelle de l'édition académique est la troisième branche la plus importante examinée dans le présent rapport. Elle concerne l'édition de revues, de monographies, d'ouvrages de référence et d'ensembles de données, c'est-à-dire de dossiers de résultats de recherche accessibles au public pour la communication scientifique et professionnelle (droit, comptabilité, finance, etc.). Les publics ciblés se limitent en général à des étudiants de troisième cycle et à des professionnels du domaine.

L'investissement dans la recherche scientifique est devenu une politique importante pour de nombreux pays en développement, qui reconnaissent le potentiel financier associé aux brevets et à l'innovation. La croissance des dépenses de recherche-développement en Chine a été particulièrement remarquable et a triplé pour passer de 0,6% du PIB en 1996 à 1,7% en 2009, et à plus de 2% en 2015. Selon les dernières estimations, la Chine atteindra la moyenne de l'OCDE, soit 2,4%, d'ici 2020. D'autres économies d'Asie de l'Est et du Sud-Est ont également connu une croissance rapide<sup>40</sup>.

L'internationalisation croissante de la recherche se traduit par une proportion de plus en plus importante d'articles écrits par des auteurs de plusieurs pays et de citations provenant d'un pays autre que celui de l'auteur<sup>41</sup>. Contrairement au marché de l'édition scolaire, le marché de l'édition scientifique a une perspective extrêmement globale, la plupart des travaux de recherche étant partagés au niveau international. Cependant, s'il existe des éditeurs nationaux dans la plupart des pays (si ce n'est dans tous), le secteur de l'édition scientifique et professionnelle est fortement centralisé en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord.

La publication de résultats faisant partie intégrante du processus de recherche, les auteurs et éditeurs jouent dans le domaine de l'édition scientifique un rôle différent de celui qu'ils jouent dans les autres branches de l'édition. Dans le cadre de l'édition scientifique, les auteurs ne publient pas directement pour gagner de l'argent, mais pour que les résultats de leurs recherches soient formellement consignés, pour se faire connaître et pour progresser dans leur carrière scientifique. Ils ne sont généralement pas rémunérés par l'éditeur pour leur travail d'auteur, bien que les auteurs rémunérés par les universités ou les pouvoirs publics soient censés publier dans le cadre de leurs fonctions. La publication dans des revues prestigieuses peut apporter des récompenses indirectes, car elle augmente les chances d'évolution de carrière de l'auteur<sup>42</sup> et donne lieu à des financements supplémentaires pour la recherche<sup>43</sup>.

Comme pour l'édition scolaire, les consommateurs des publications scientifiques ne sont généralement pas ceux qui achètent les publications. En ce qui concerne l'édition scolaire, les manuels et ouvrages pédagogiques sont achetés par les pouvoirs publics et les écoles pour être mis à la disposition des élèves, alors que pour l'édition scientifique, ce sont en général les bibliothèques universitaires qui les achètent pour l'usage des personnes qui y sont inscrites. Bien que ce ne soit évidemment pas toujours le cas, il s'agit du modèle prédominant, qui influe sur les modèles d'activité dans le domaine de l'édition sur support papier ou numérique.

L'une des principales différences entre l'édition scientifique et professionnelle et les autres branches de l'édition réside dans le fait que le volume de publications dépend généralement des auteurs des travaux de recherche, et non des acheteurs : étant donné que les chercheurs et leurs résultats sont de plus en plus nombreux, le nombre d'articles publiés augmente. Le nombre d'articles scientifiques a connu une croissance annuelle estimée à au moins 3% au cours des deux derniers siècles<sup>44</sup>. Cela accroît la pression sur les acheteurs (en particulier les bibliothèques et les établissements universitaires), qui doivent fournir à leurs usagers l'accès à un nombre croissant d'articles et de revues spécialisées, alors qu'ils ne disposent souvent pas des fonds qui leur permettraient de le faire.

Environ 5000 éditeurs de revues sont répertoriés dans les bases de données internationales du secteur de l'édition, auxquels

s'ajoutent peut-être 5000 autres petits éditeurs, davantage spécialisés ou pertinents au niveau local. Les principaux organismes professionnels internationaux regroupent 650 éditeurs. Parmi eux, quelque 480 éditeurs (73%) et environ 2300 revues (20%) sont gérés par des éditeurs ou des organismes scientifiques à but non lucratif. Le modèle économique suivi par les entités chargées de l'édition pour les établissements universitaires (par exemple, Oxford University Press) ou les sociétés scientifiques à but non lucratif tend généralement vers la stabilité économique ou l'apport d'une contribution à l'objectif social du propriétaire. Le secteur est également très concentré, avec plus de 40% de l'ensemble des revues publiées par six entreprises : Elsevier (Pays-Bas), John Wiley & Sons (États-Unis d'Amérique), SAGE Publications (Royaume-Uni), Springer Nature (Allemagne), Taylor & Francis (Royaume-Uni) et Wolters Kluwer (Pays-Bas)<sup>45</sup>.

## Les marchés mondiaux de l'édition

### États-Unis d'Amérique

En 2017, le secteur américain de l'édition de livres et de revues a généré un revenu net de 25,9 milliards de dollars É.-U.<sup>46</sup>. Entre 2014 et 2017, les revenus et les volumes se sont essentiellement stabilisés, ce qui témoigne d'un marché mature<sup>47</sup>.

La branche la plus importante, à savoir l'édition grand public, a généré 15,9 milliards de dollars É.-U. de revenus nets pour les éditeurs en 2017. Les revenus tirés des livres audio ont considérablement augmenté, passant de 299 millions de dollars É.-U. en 2012 à 1,2 milliard de dollars É.-U. en 2021<sup>48</sup>.

En 2013, les recettes découlant de la vente au détail en ligne ont dépassé pour la première fois celles des librairies physiques. En 2017, plus de 34% des exemplaires vendus dans l'édition grand public ont été vendus en ligne, et 22% dans les librairies physiques<sup>49</sup>.

On ne peut décrire le marché américain de l'édition sans mentionner la position dominante d'une librairie en ligne, Amazon.com Inc. (communément appelée "Amazon"). Le secteur de l'édition dépend énormément d'Amazon pour les ventes en ligne de livres imprimés,



alors qu'Amazon dépend peu des livres : si Amazon contrôle 65% des ventes en ligne de livres imprimés<sup>50</sup>, les livres ne représentent que 7% de son activité<sup>51</sup>.

Compte tenu de sa position dominante, Amazon peut exercer une pression sur la marge bénéficiaire des éditeurs. Les petits éditeurs sont obligés de vendre leurs livres à Amazon à un prix réduit de plus de 60%. Une partie de cette réduction est souvent dissimulée dans les frais de promotion ou les “fonds de développement marketing”, et des frais supplémentaires sont appliqués en fonction du chiffre d'affaires de l'année précédente<sup>52</sup>.

Cette situation a donné lieu à une vague de plaintes dans le secteur de l'édition, qui dénonce un abus de position dominante, et Amazon est constamment menacé d'un procès antitrust aux États-Unis d'Amérique<sup>53</sup> comme à l'étranger<sup>54</sup>. Cependant, du fait qu'Amazon semble avoir utilisé sa position dominante pour faire baisser le prix des livres pour les consommateurs, les autorités américaines en matière de concurrence sont souvent réticentes à soutenir les éditeurs et autres librairies.

### **Le livre électronique grand public aux États-Unis d'Amérique**

Les ventes de livres électroniques grand public ont enregistré une croissance spectaculaire en 2009 (356%), 2010 (199%) et 2012 (44%). En 2018, les revenus relatifs aux livres électroniques grand public ont atteint 3,2 milliards de dollars É.-U.<sup>55</sup>. Les livres électroniques représentaient 19,4% du marché commercial des livres<sup>56</sup>. Les fichiers audio téléchargés, qui constituent une sous-catégorie des livres électroniques, représentent 7% de ce marché.

Les ventes de livres électroniques aux États-Unis d'Amérique sont dominées par Amazon, suivi de loin, aux deuxième et troisième rangs, par Apple et Barnes & Noble. Cela est dû en grande partie à la popularité d'une certaine liseuse de livres électroniques, le Kindle d'Amazon qui constitue la plateforme prédominante pour le commerce des livres électroniques grand public<sup>57</sup>. Cette situation a conduit certains éditeurs<sup>58</sup> et libraires<sup>59</sup> américains à dénoncer un comportement anticoncurrentiel.

### L'Union européenne: un marché unique diversifié

En 2019, plus de 605 000 titres ont été édités en Europe. Les éditeurs de livres de l'Union européenne (UE) et de l'Espace économique européen ont réalisé un chiffre d'affaires annuel total d'environ 22,4 milliards d'euros (25 milliards de dollars É.-U.<sup>60</sup>). En 2018, les plus gros marchés, en termes de chiffre d'affaires des éditeurs grand public et des éditeurs d'ouvrages scolaires, étaient l'Allemagne (6,1 milliards de dollars É.-U.<sup>61</sup>), le Royaume-Uni (5,4 milliards de dollars É.-U.) et la France (3 milliards de dollars É.-U.<sup>62</sup>).

Outre les nouveaux titres publiés par les éditeurs européens, environ 12,5 millions de titres différents existaient ou étaient disponibles en format papier en 2019. Plus de 62% des recettes proviennent de l'édition grand public, et moins de 20% de la branche scolaire et de la branche scientifique et professionnelle<sup>63</sup>.

Même si quatre éditeurs sur cinq vendent des livres électroniques, leur part de marché varie grandement d'un pays à l'autre. Au Royaume-Uni, la part de marché des livres électroniques grand public était de 15% en 2016, contre 17% en 2015<sup>64</sup>. Dans d'autres pays, elle était bien plus faible en 2017. Par exemple, elle n'atteignait que 2,3% en France, 4,5% en Italie et 1,9% en Espagne<sup>65</sup>.

En Europe, les exportations constituent une part importante des activités d'édition et elles représentaient 22,9% des ventes en 2015. Si les exportations de livres sont particulièrement importantes pour le secteur de l'édition en France, en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas, en Espagne et au Royaume-Uni, des droits pour la traduction sont également activement achetés ou vendus par le secteur de l'édition grand public dans toute l'Europe. Les gouvernements encouragent parfois la traduction, ce qui permet à des auteurs nationaux d'être lus à l'étranger tout en constituant non seulement une forme d'appui à l'exportation, mais aussi une forme de diplomatie. Les livres peuvent être de précieux ambassadeurs, sensibiliser les lecteurs à diverses questions ou encourager le tourisme. On peut citer à titre d'exemple le livre d'Elizabeth Gilbert, *Mange, prie, aime*<sup>66</sup>, ou l'essor du tourisme en Islande suite aux efforts déployés par le pays en matière de promotion de la littérature<sup>67</sup>.

### **Encadré 3.1. Étude de cas n° 3: L'Islande, un pays immergé dans les livres**

Lorsque l'auteur islandais Halldór Laxness a reçu le Prix Nobel de littérature en 1955, il a déclaré :

“Je pense aussi à cette communauté composée de 150 000 hommes et femmes qui forment un peuple amoureux des livres, les Islandais que nous sommes. Dès le tout début, mes compatriotes ont suivi ma carrière littéraire, en critiquant et en récompensant maintenant mon travail, sans pratiquement jamais laisser tomber un seul mot dans l'indifférence. Comme un instrument sensible qui enregistre chaque son, ils ont réagi avec plaisir ou mécontentement à chaque mot que j'ai écrit. C'est une chance immense pour un auteur d'être né dans un pays empreint d'une tradition poétique et littéraire séculaire.”<sup>68</sup>

L'Islande n'est pas seulement empreinte de tradition littéraire : d'une certaine manière, c'est un pays mondialement maître dans la promotion de l'alphabétisation, de la lecture et de la culture du livre. Son taux d'alphabétisation, qui dépasse les 99%, résulte de politiques ciblées remontant au XVIII<sup>e</sup> siècle. Des immigrants norvégiens se sont installés en Islande à la fin du IX<sup>e</sup> siècle et au X<sup>e</sup> siècle, et les célèbres sagas islandaises racontent l'histoire de ses premiers habitants, tandis que l'Edda (vieux terme norrois désignant deux œuvres médiévales de la tradition littéraire islandaise) regorge de mythes et contes de fées. Les histoires sont souvent liées aux formations rocheuses, aux cascades et aux éléments naturels présents dans tout le pays. Souvent racontées pendant les longs hivers nordiques, elles constituent la pierre angulaire de la culture islandaise<sup>69</sup>.

La lecture, l'écriture et l'édition continuent d'occuper une place importante dans la société islandaise. L'Islande possède, pour ses 330 000 habitants, 34 librairies, dont quatre sont des librairies en ligne. Quelque 40 maisons d'édition professionnelle ont édité environ 1000 titres par an pendant de nombreuses années. Les titres de fiction s'impriment en moyenne à 1000 exemplaires, et les best-sellers peuvent se vendre à plus de 20 000 exemplaires – un chiffre impressionnant compte tenu de la taille de la population. Selon une

étude de 2013, 50% des Islandais lisent au moins huit livres par an, et 93% en lisent au moins un<sup>70</sup>.

Le Gouvernement islandais encourage activement l'édition. Le Centre islandais de littérature, organisme financé par l'État, permet de mieux faire connaître la littérature islandaise, que ce soit en Islande ou à l'étranger, et encourage sa diffusion. Les éditeurs étrangers de livres islandais peuvent faire des demandes de subventions pour la traduction, et les auteurs, les éditeurs et les organisateurs d'événements littéraires peuvent demander une aide afin que les auteurs islandais puissent aller promouvoir leurs œuvres à l'étranger. En outre, le Centre encourage la publication d'œuvres littéraires islandaises et assure la promotion de la culture littéraire en Islande<sup>71</sup>.

Pour promouvoir l'écriture islandaise, l'organisme public Rannis gère le fonds pour le salaire des artistes, qui verse 550 salaires mensuels à des écrivains de fiction chaque année. Plus de 70 auteurs reçoivent un salaire pour une durée de trois à 12 mois, pendant qu'ils écrivent leur livre. Il existe un fonds semblable pour les auteurs d'ouvrages documentaires.

La littérature islandaise a remporté un franc succès lorsque l'Islande a été l'invitée d'honneur de la Foire du livre de Francfort en 2011<sup>72</sup>. Cet événement a été le catalyseur de centaines de traductions d'œuvres littéraires islandaises, en particulier de romans policiers. En 2011, l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) a décerné à Reykjavík le titre de "Ville de littérature". La consommation numérique des livres islandais reste étonnamment basse.

Seul environ 1% des livres islandais sont vendus en format électronique. Cette situation s'explique peut-être par le fait que les lecteurs islandais achètent fréquemment des livres électroniques en anglais, et que la petite taille du marché numérique rend les livres électroniques islandais beaucoup plus chers que leurs équivalents en langue anglaise.

L'Islande n'est pas non plus à l'abri des crises économiques, des modifications de comportements des lecteurs ou des changements politiques. Par exemple, la TVA est passée à 11% en 2015, ce qui représente l'un des taux les plus élevés d'Europe pour les livres. Entre

2008 et 2015, le chiffre d'affaires lié aux ventes de livres en Islande aurait diminué de 23%, avec seulement 885 livres publiés en 2015. Toutefois, selon la norme internationale, ce nombre réduit reste remarquable : le peuple islandais adore la lecture et l'écriture. Une vieille expression islandaise le confirme : "Ég er með bók í maganum" ou "j'ai un livre dans le ventre", ce qui signifie "avoir un livre en soi", qui attend de naître.

---

## Les principaux marchés asiatiques

Alors que les marchés de l'édition sont, pour la plupart, parvenus à maturité en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, le moteur de la croissance de l'édition s'est déplacé en Asie. Dès qu'une classe moyenne éduquée et prospère devient suffisamment importante, les marchés de l'édition se développent, les pouvoirs publics investissent dans les contenus éducatifs et les consommateurs instruits et éduqués ont envie d'acheter des livres – tout d'abord pour se perfectionner, et ensuite pour se divertir et se détendre.

### *Le marché chinois de l'édition*

Les livres et la lecture s'inscrivent dans une longue et forte tradition en Chine. Environ 60% de tous les adultes chinois ont lu un livre en 2019. La Chine compte 538 éditeurs titulaires d'une licence, qui ont collaboré avec d'innombrables "ateliers culturels" indépendants pour publier 470 000 titres en 2015. De 2015 à 2019, le chiffre d'affaires de l'industrie de l'édition de livres est passé de 11,8 milliards de dollars É.-U. (82 milliards de yuans) à 14,3 milliards de dollars É.-U. (99 milliards de yuans)<sup>73</sup>. Les ventes hors ligne sont réalisées dans plus de 180 000 points de vente. Environ 60% des livres sont vendus par l'intermédiaire de filières en ligne.

### *Les livres électroniques en Chine*

En Chine, le nombre d'utilisateurs de l'Internet aurait atteint les 688 millions en décembre 2015, ce qui représente 50,3% de la population totale. La grande majorité des personnes (620 millions) utilise des téléphones portables pour accéder à l'Internet, et le

pourcentage d'utilisateurs de téléphones portables a augmenté, passant de 85,8% en 2014 à 90,1% en 2015. Les habitudes de lecture en Chine se sont également modifiées pour s'adapter aux appareils numériques. Plus de la moitié de tous les adultes qui utilisent des ordinateurs lisent des livres sur des appareils numériques, et plus des trois quarts d'entre eux utilisent pour ce faire leurs téléphones portables.

Les revenus relatifs aux livres électroniques en Chine sont passés de 4,9 milliards de yuans (750 millions de dollars É.-U.) en 2015 à 5,6 milliards de yuans (810 millions de dollars É.-U.) en 2019, avec une augmentation de 4,7% par an. Les revenus tirés de la vente de livres électroniques en 2017 ont représenté 28% du total de l'édition commerciale (soit plus de 31 milliards de dollars É.-U.), ce qui place la Chine en tête des 11 pays pris en considération dans les données de l'OMPI<sup>74</sup>. Les géants internationaux, avec leurs liseuses de livres électroniques, sont entrés tardivement le marché chinois : Amazon a ouvert une boutique en langue chinoise en 2012, tandis qu'Apple a lancé son iBook en Chine en 2015.

Le marché chinois des livres électroniques se divise en deux : d'une part, les livres électroniques "traditionnels" proposés par les éditeurs habituels et, d'autre part, les plateformes (d'autoédition) en ligne, où les œuvres littéraires en ligne sont écrites par des utilisateurs de l'Internet, dont certains deviennent des auteurs professionnels (et font parfois fortune). En 2019, 455 millions de Chinois ont lu ce type de livres sur leur téléphone portable<sup>75</sup>. Par exemple, à la fin de 2020, la plus grande plateforme d'œuvres littéraires en ligne, à savoir China Reading Limited, comptait 9 millions d'auteurs et 13,9 millions d'œuvres littéraires enregistrées<sup>76</sup>. Depuis 2017, l'entreprise s'est développée à l'international et propose plus de 100 000 œuvres de 60 000 auteurs aux lecteurs de plus de 200 pays<sup>77</sup>.

La croissance des livres électroniques "traditionnels" a été lente en raison de la crainte du piratage qui a créé des difficultés liées à l'obtention des autorisations de droit d'auteur pour les éditions numériques. À présent, les éditeurs se montrent beaucoup moins circonspects par rapport au développement numérique, tandis que les efforts de la Chine pour accroître la protection du droit d'auteur et lutter contre le piratage ont contribué positivement au développement numérique.

### *République de Corée*

Avec un chiffre d'affaires annuel de 5 milliards de dollars É.-U.<sup>78</sup>, la République de Corée est l'un des 10 plus grands marchés de l'édition au monde<sup>79</sup>. Selon certaines sources, environ 5,3% des dépenses des ménages sud-coréens sont consacrées à l'éducation (contre, par exemple, 2,2% aux États-Unis d'Amérique et 0,9% en Allemagne), ce qui explique pourquoi les éditeurs d'ouvrages scolaires représentent plus de 65% des revenus du secteur. La République de Corée possède un marché de l'édition mature, avec des échanges internationaux fructueux en matière de droits de traduction, en particulier pour les livres pour enfants et les bandes dessinées de type "manga". Malgré une infrastructure numérique très développée, l'édition numérique en République de Corée n'en est qu'à ses débuts. Actuellement, les livres électroniques ne représentent que 4,65% du marché total. Étant donné que seuls 30 à 40% des best-sellers sont disponibles en format électronique, il n'y a que 15% environ des lecteurs qui lisent aussi des livres électroniques<sup>80</sup>.

### *Japon*

En 2015, les ventes de livres dans le secteur japonais de l'édition s'élevaient à environ 5,85 milliards de dollars É.-U. (742 milliards de yens)<sup>81</sup>, soit 40% de moins que le pic du marché atteint en 1996. Plusieurs causes sous-jacentes peuvent être à l'origine de ce déclin spectaculaire, notamment une population vieillissante, des étudiants moins nombreux et un engouement pour les jeux sur smartphone<sup>82</sup>. Toutefois, certains signes indiquent une lente reprise. En 2017, l'édition commerciale représentait à elle seule environ 8,4 milliards de dollars É.-U., selon les données et les définitions de l'OMPI<sup>83</sup>.

Les fortes ventes de livres électroniques au Japon, avec une part de près de 25% du secteur commercial<sup>84</sup>, ont été éclipsées par la façon dont les jeux dominent le marché du divertissement sur smartphone. Cette part, estimée à environ 19,2 milliards de dollars É.-U. en 2018<sup>85</sup>, est plus élevée que celle des États-Unis d'Amérique. En 2017, les ventes de formats numériques de "mangas", un style de bande dessinée né au Japon, ont atteint 1,6 milliard de dollars É.-U. et ont dépassé les ventes d'ouvrages imprimés<sup>86</sup>.

## Marchés émergents

Là où la population est nombreuse, le potentiel existe d'un vaste marché de l'édition. Si les BRIC étaient auparavant considérés par les économistes comme un bloc monolithique, leur développement économique a connu de grandes différences.

### *Inde*

Le marché indien de l'édition est très complexe et difficile à évaluer. Bien que la population de l'Inde, deuxième pays le plus peuplé de la planète, ne soit composée que de 12% d'anglophones, cette proportion représente la deuxième plus grande population anglophone au monde. Avec plus de 260 millions d'élèves dans l'enseignement primaire et secondaire, le marché de l'édition pour ce seul secteur est passé, selon les estimations, de 3,3 milliards de dollars É.-U. (222 milliards de roupies) en 2014 à 7,7 milliards de dollars É.-U. (542 milliards de roupies) en 2019. Le pays compte plus de 5000 éditeurs qui fournissent le marché de l'enseignement primaire et secondaire, et l'édition publique prend une part importante d'activités dans le domaine de l'éducation. Plus de 3000 éditeurs répondent aux besoins de l'enseignement supérieur. Le secteur de l'édition commerciale est beaucoup plus réduit, avec moins de 1000 maisons d'édition qui ne représentent que 6% du marché de l'édition en Inde.

L'Inde compte plus de 560 millions d'internautes<sup>87</sup>. Les livres électroniques en sont à leurs tout débuts, et l'appareil le plus fréquemment utilisé pour lire reste l'ordinateur personnel. Cependant, les éditeurs indiens investissent massivement dans les livres électroniques, et plus de 70% d'entre eux ont déjà numérisé leur contenu<sup>88</sup>.

### *Brésil*

En 2019, le marché brésilien de l'édition valait 1,40 milliard de dollars É.-U. (5,7 milliards de réaux brésiliens)<sup>89</sup>, soit une croissance de plus de 10% par rapport à l'année précédente<sup>90</sup>. Le Gouvernement brésilien est le plus grand acquéreur de publications au monde,



principalement par l'intermédiaire de ses programmes d'achat de manuels scolaires<sup>91</sup> et de livres pour les bibliothèques scolaires<sup>92</sup>. La baisse des dépenses de l'État pour les livres a de lourdes retombées sur ce secteur.

En 2019, 12,7% des livres ont été vendus en ligne, ce nombre ayant considérablement augmenté par rapport à 2018 où il s'établissait à 3,7%. Le marché numérique, qui comprend les livres électroniques, les produits audio et d'autres produits en ligne, a enregistré une croissance de 130% au cours des trois dernières années, mais avec des ventes s'élevant à 26 millions de dollars É.-U. (103 millions de réaux brésiliens) en 2019, il n'en est qu'à ses débuts avec une part de marché de seulement 4%<sup>93</sup>.

### *Fédération de Russie*

Le secteur russe de l'édition a été durement touché par les difficultés politiques et économiques du pays. Il était déjà en net déclin après la crise économique de 2008 et la perte du marché russophone en Ukraine a également affecté un grand nombre des quelque 5800 éditeurs<sup>94</sup> qui, pour la plupart, sont basés à Moscou ou à Saint-Petersbourg. Le marché a été estimé à environ 1 milliard de dollars É.-U. en 2019<sup>95</sup>. L'édition scolaire ne représente que 18,8% du marché. Les livres autoédités sont évalués à environ 5,4% du marché. Environ 20% des livres sont vendus en ligne, plus particulièrement par l'intermédiaire de librairies russes en ligne, telles que Labirint, Book 24 ou LitRes. Environ 70% sont vendus dans plus de 5000 librairies, ainsi que dans les bureaux de poste et les kiosques.

L'une des raisons du déclin de l'édition est la popularité croissante des livres électroniques. Selon une enquête de 2013, si plus de 70% des lecteurs russes lisent des livres électroniques, 92% des lecteurs expliquent qu'ils téléchargent "gratuitement" des livres électroniques sur l'Internet<sup>96</sup>. En 2019, la part du marché des livres électroniques était de 6,4% et le segment des livres audio augmentait rapidement. Bookmate et Mybook, deux librairies proposant un abonnement forfaitaire, sont également parvenues à s'installer<sup>97</sup>.

## Le commerce international des droits et des traductions

Le secteur de l'édition est depuis toujours un commerce d'ordre international. Ouvrages et manuscrits se vendent à l'occasion de foires et de salons depuis que la presse d'imprimerie de Gutenberg permet d'effectuer des tirages à moindre coût. Le premier salon consacré aux ouvrages imprimés était le Salon du livre de Francfort, centre du commerce international des livres à partir de 1488 jusqu'au XVIII<sup>e</sup> siècle. Relancé en 1949, il reste le plus grand salon du livre au monde et l'événement professionnel le plus important pour les éditeurs internationaux. Les éditeurs y vendent et achètent les droits de traduction des ouvrages, rencontrent des agents, des distributeurs et des imprimeurs et font la promotion de leurs publications. Peu d'autres salons du livre se focalisent à ce point sur les droits internationaux, mais certains autres salons constituent des événements culturels nationaux majeurs. Les foires locales et régionales facilitent les échanges transfrontières lorsque les infrastructures de distribution efficaces sont inexistantes.

Des actions sont-elles lancées pour encourager l'échange numérique des droits? De nombreux efforts ont été déployés pour remplacer les salons traditionnels par des rencontres virtuelles ou favoriser la concession de licences internationales depuis les plateformes en ligne. La concession automatique de licences génériques en grande quantité et à faible marge a connu un certain succès. Certaines organisations de gestion collective, par exemple, le US Copyright Clearance Center<sup>98</sup>, aux États-Unis d'Amérique, offrent également ce type de service.

Pourtant, l'édition, et plus particulièrement la concession de licences internationales pour les traductions, repose dans une large mesure sur la confiance et se fonde ainsi sur l'établissement et le maintien de liens personnels. Les salons virtuels ne sont pas encore en mesure de remplacer les salons internationaux du livre. En 2020, lorsque la COVID-19 a rendu les voyages impossibles, toutes les foires internationales du livre sont devenues des événements virtuels. De nombreux éditeurs ont organisé eux-mêmes des sortes de foires du livre en organisant des réunions en ligne avec leurs partenaires commerciaux des droits. Reste à savoir si les salons du livre physiques retrouveront leur rôle central ou s'ils devront encore

évoluer en fonction des habitudes nouvellement acquises en matière de réunions internationales en ligne<sup>99</sup>.

## Notes

1. OMPI (2014), Études de l'OMPI sur la contribution économique des industries du droit d'auteur : Vue d'ensemble. Genève, OMPI. [www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2014.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2014.pdf).
2. SelectUSA (n.d.), *Coup de projecteur sur les médias et l'industrie du divertissement : Les médias et l'industrie du divertissement aux États-Unis d'Amérique*. Washington, Administration du commerce international, Département du commerce des États-Unis d'Amérique. [www.selectusa.gov/media-entertainment-industry-united-states](http://www.selectusa.gov/media-entertainment-industry-united-states).
3. Turrin, E. (2021), *European book publishing statistics*. Bruxelles, Federation of European Publishers. <https://fep-fee.eu/European-Book-Publishing-1268>.
4. ISFE (2020), *Key facts 2020*. Bruxelles, ISFE. [www.isfe.eu/wp-content/uploads/2020/08/ISFE-final-1.pdf](http://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2020/08/ISFE-final-1.pdf).
5. IMPALA (2020), *Stats*. Bruxelles, IMPALA. <https://impalamusic.org/stats-2/>.
6. Voir OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, OMPI. [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369).
7. IMPALA (2020), *Stats*, Bruxelles, IMPALA. <https://impalamusic.org/stats-2/>.
8. Hall, S. et S. Pasquini (2020), *Can there be a fairy-tale ending for Hollywood after COVID-19?* Cologny (Suisse), World Economic Forum. [www.weforum.org/agenda/2020/07/impact-coronavirus-covid-19-hollywood-global-film-industry-movie-theatres/](http://www.weforum.org/agenda/2020/07/impact-coronavirus-covid-19-hollywood-global-film-industry-movie-theatres/).
9. OCDE (2020), *Choc culturel : la COVID-19 et les secteurs culturels et créatifs*. Paris, OCDE. [www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/](http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/).
10. OMPI (2020), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2020*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_941\\_2020.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2020.pdf); et OMPI (2019), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2019*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_941\\_2019.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2019.pdf).
11. Johnson R., A. Watkinson et M. Mabe (2018), *The STM report: An overview of scientific and scholarly publishing*. La Haye, STM, p. 5, [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf).
12. Pour de plus amples renseignements pour 2020, voir AAP (2021), *AAP December 2020 statshot report: Publishing industry down 8.5% for month; up 0.1% for calendar 2020*. Washington, D.C., AAP. <https://publishers.org/news/aap-december-2020-statshot-report-publishing-industry-down-8-5-for-month-up-0-1-for-calendar-2020/>.
13. OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, p. 8.
14. Aucune donnée comparable n'était disponible pour les grandes maisons d'édition chinoises, telles que China Literature, et pour les grandes sociétés de médias telles que Amazon (États-Unis d'Amérique), Disney (États-Unis d'Amérique) et Panini (Italie).
15. Voir Wischenbart R. et M. A. Fleischhacker (2018),

- The "Global 50" Ranking of the International Publishing Industry 2018*. Paris, Livres Hebdo. [www.wischenbart.com/upload/Global50-2018\\_overview\\_ToC.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/Global50-2018_overview_ToC.pdf).
16. Anderson P. (2016), *Glimpses of the U.S. market: Charts from Nielsen's Kempton Mooney*. New York, Publishing Perspectives. <http://publishingperspectives.com/2016/05/us-market-kempton-nielsen/>.
  17. Peterson V. (2019), *The Big 5 trade book publishers*. New York, The Balance. [www.thebalance.com/the-big-five-trade-book-publishers-2800047](http://www.thebalance.com/the-big-five-trade-book-publishers-2800047).
  18. Le classement annuel de Publishers Weekly ayant exclu tous les éditeurs chinois pour des raisons de comptabilité, la liste de 2014 est présentée. Pour des données plus actualisées, voir Milliot J. (2017), *The world's 54 largest publishers*. 2017, New York, Publishers Weekly. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-world-s-50-largest-publishers-2017.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-world-s-50-largest-publishers-2017.html).
  19. Voir Waldfoegel J. et I. Reimers (2015), Storming the gatekeepers: Digital disintermediation in the market for books, *Information Economics and Policy*, 31, 47–58. [www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167624515000037?via%3Dihub](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167624515000037?via%3Dihub)
  20. Pour des données plus complètes, voir Hodgson A. (2015). *Top 5 emerging markets with the best middle class potential*. Londres, Euromonitor International. <http://blog.euromonitor.com/2015/09/top-5-emerging-markets-with-the-best-middle-class-potential.html> et <http://publications.credit-suisse.com/tasks/render/file/index.cfm?fileid=4187F83D-DA3B-6BF8-C7F76CF7E8A6A4B3>.
  21. Voir Wischenbart R. (2016), *Global ranking of the publishing industry 2015*. Vienne, Rüdiger Wischenbart. [http://www.wischenbart.com/upload/Global-Ranking-2016\\_Analysis\\_final.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/Global-Ranking-2016_Analysis_final.pdf).
  22. Voir Bold T et al. (2017), *What do teachers know and do? Does It Matter? Evidence from primary schools in Africa*. Policy Research Working Paper No. WPS 7956; WDR 2018 Background Paper, Washington, World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/882091485440895147/What-do-teachers-know-and-does-it-matter-evidence-from-primary-schools-in-Africa>.  
McEwan P. (2015), Improving learning in primary schools of developing countries: A meta- analysis of randomized experiments, *Review of Educational Research*, 85(3), 353–394. <http://academics.wellesley.edu/Economics/mcewan/PDF/meta.pdf>.
  23. Loi relative à la fourniture de manuels dans l'enseignement public national, 2013 CCXXXII, du 21 décembre 2013. [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A1300232.TV&celpara=#lbi0id5a76](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1300232.TV&celpara=#lbi0id5a76). Une vue d'ensemble de l'enseignement en Hongrie peut être obtenue auprès de l'OCDE (2015), *Education policy outlook: Hungary*. Paris, OECD. [www.oecd.org/edu/Hungary-Profile.pdf](http://www.oecd.org/edu/Hungary-Profile.pdf).
  24. <https://fep-fee.eu/The-end-of-educational-book-market>.
  25. [www.thebookseller.com/news/hungary-nationalises-textbook-market](http://www.thebookseller.com/news/hungary-nationalises-textbook-market).
  26. erdelyip (2015), *Of the quarter billion in profits, Kellő made a loss of 140 million in one year*. Budapest, Magyar Jeti Zrt. <https://444.hu/2015/06/30/negyedmilliardo-s-nyeresegbol-140-millios-veszteseget-csinalt-egy-ev-alatt-a-kello/>.
  27. Grzybowski M. (2013), *Educational technologies in South Korea*. General and Professional Education, 1, 3–9. [http://genproedu.com/paper/2013-01/full\\_003-009.pdf](http://genproedu.com/paper/2013-01/full_003-009.pdf); Seoul, D.T. (2011), Education in South Korea: Books overboard. *The Economist*, 12 juillet. [www.economist.com/blogs/banyan/2011/07/education-south-korea](http://www.economist.com/blogs/banyan/2011/07/education-south-korea); Hlongwane, S. (2011), South Korean textbooks to go fully digital by 2015, *Daily*

- Maverick*, 27 juillet. [www.dailymaverick.co.za/article/2011-07-27-south-korean-textbooks-to-gothfully-digital-by-2015/](http://www.dailymaverick.co.za/article/2011-07-27-south-korean-textbooks-to-gothfully-digital-by-2015/).
28. NCERT (n.d.), Textbooks PDF. <https://ncert.nic.in/textbook.php>.
  29. Gobierno de Mexico (n.d.), Conaliteg. [www.conaliteg.sep.gob.mx/](http://www.conaliteg.sep.gob.mx/).
  30. Visitez le site <http://koed.org.pl/?p=11687&lang=en>.
  31. Par exemple, [www.standardmedia.co.ke/education/article/2001272355/shocking-errors-in-sh7-billion-textbooks](http://www.standardmedia.co.ke/education/article/2001272355/shocking-errors-in-sh7-billion-textbooks); Saikia, G. (2018), Maharashtra Class-10 students are reading textbooks full of errors. *NewsBytes*, 31 juillet. [www.newsbytesapp.com/news/india/glaring-errors-in-maharashtra-textbooks/story](http://www.newsbytesapp.com/news/india/glaring-errors-in-maharashtra-textbooks/story); Associated Press (2013), Schoolboy errors in Mexico textbooks. *The Guardian*, 21 août. [www.theguardian.com/world/2013/aug/21/mexico-school-textbooks-riddled-errors](http://www.theguardian.com/world/2013/aug/21/mexico-school-textbooks-riddled-errors).
  32. Hungarian Spectrum (2014), *Les manuels d'histoire hongrois passés au crible*, 17 avril. <http://hungarianspectrum.org/2014/04/17/hungarian-history-textbooks-under-scrutiny/>.
  33. Evans S. (2015), *Why South Korea is rewriting its history books*. BBC News, 1<sup>er</sup> décembre. [www.bbc.com/news/world-asia-34960878](http://www.bbc.com/news/world-asia-34960878).
  34. Nyemchynova K. (2014), *The history of Russia: Putin's version*. *cgamoscow2014*, 8 mars. <https://cgamoscow2014.wordpress.com/2014/03/08/the-history-of-russia-putins-version-by-krystyna-nyemchynova/>.
  35. Rockmore E. B. (2015), How Texas teaches history. *New York Times*, 21 octobre. [www.nytimes.com/2015/10/22/opinion/how-texas-teaches-history.html](http://www.nytimes.com/2015/10/22/opinion/how-texas-teaches-history.html); <https://cpb-us-w2.wpmucdn.com/sites.gsu.edu/dist/c/1023/files/2020/01/How-Texas-Teaches-History-Passive-Voice-1.pdf>.
  36. Heckman J.J. (2011), The economics of inequality: The value of early childhood education. *American Educator*, 35(1), 31–35. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ920516.pdf>.
  37. Stigler J.W. et al. (1999), *The TIMSS Videotape Classroom Study: Methods and Findings from an Exploratory Research Project on Eighth-Grade Mathematics Instruction in Germany, Japan, and the United States*. NCES 1999-074, Washington, D.C., US Government Printing Office. <https://nces.ed.gov/pubs99/timssvid/>.
  38. Voir, par exemple, Glewwe P. et al. (2009), Many children left behind? Textbooks and test scores in Kenya. *American Economic Journal, Applied Economics*, 1(1), 112–135.
  39. Publishers Association (2020), 2019 was the biggest year ever for UK publishing. [www.publishers.org.uk/publishersassociationyearbook2019/](http://www.publishers.org.uk/publishersassociationyearbook2019/).
  40. OCDE (2018), Release of Main Science and Technology Indicators – Latest estimates of R-D investment in OECD and major economies. [www.oecd.org/sti/DataBrief\\_MSTI\\_2018.pdf](http://www.oecd.org/sti/DataBrief_MSTI_2018.pdf).
  41. Johnson R. et al. (2018), *The STM Report: An Overview of Scientific and Scholarly Journal Publishing (fifth edition)*. La Haye, STM, International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers. [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf).
  42. Niles M. T. et al. (2020), Why we publish where we do: Faculty publishing values and their relationship to review, promotion and tenure expectations. *PLoS ONE*, 15(3), e0228914. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0228914>.
  43. Shelton R.D. (2020), Scientometric laws connecting publication counts to national research funding. *Scientometrics*, 123, 181–206. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-020-03392-x>.
  44. Johnson R. et al. (2018), *The STM Report: An Overview of Scientific and Scholarly Journal Publishing (fifth edition)*. La Haye, STM, International Association of Scientific, Technical

- and Medical Publishers. [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf).
45. Johnson R. et al. (2018), *The STM Report: An Overview of Scientific and Scholarly Journal Publishing (fifth edition)*. La Haye, STM, International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers. [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf).
  46. Voir OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369).
  47. <https://publishers.org/news/book-publishing-annual-statshot-survey-reveals-religious-crossover-and-inspirational-books-supported-trade-book-growth-in-2016/>.
  48. Audio Publishers Association (2020), *Audiobooks continue their market rise with 16% growth in sales*, 18 juin. [www.audiopub.org/uploads/pdf/2020-Consumer-Survey-and-2019-Sales-Survey-Press-Release-FINAL.pdf](http://www.audiopub.org/uploads/pdf/2020-Consumer-Survey-and-2019-Sales-Survey-Press-Release-FINAL.pdf).
  49. Voir WIPO (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369). Noter que la catégorie “Autres chaînes” enregistrée dans les données de l’OMPI représentait environ 43% du total.
  50. Milliot J. (2014), BEA 2014: Can anyone compete with Amazon? *Publishers Weekly*, 28 mai. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/62520-bea-2014-can-anyone-compete-with-amazon.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/62520-bea-2014-can-anyone-compete-with-amazon.html).
  51. Bercovici J. (2014), Amazon vs. book publishers: By the numbers. *Forbes*, 10 février. [www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3](http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3).
  52. Bercovici J. (2014), Amazon vs. book publishers: By the numbers. *Forbes*, 10 février. [www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3](http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3).
  53. Accord de règlement, <http://antitrust.booklocker.com/amazon-booklocker-settlement-agreement.pdf>.
  54. Par exemple, voir Japon (Wilson T. (2016), Amazon Japan raided on suspicion of antitrust practices: Nikkei. *Reuters*, 8 août. [www.reuters.com/article/us-amazon-com-japan-antitrust-idUSKCN10J0GW](http://www.reuters.com/article/us-amazon-com-japan-antitrust-idUSKCN10J0GW)); Commission européenne (2015), Lois antitrust: Commission opens formal investigation into Amazon’s e-book distribution arrangements, 11 juin, [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-5166\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5166_en.htm); et Commission européenne (2017), Lois antitrust: Commission seeks feedback on commitments offered by Amazon in e-book investigation, 24 janvier. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-17-137\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-137_en.htm).
  55. OMPI (2020), *Le secteur mondial de l’édition en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.
  56. [www.businesswire.com/news/home/20160711005858/en/U.S.-Publishing-Industry%E2%80%99s-Annual-Survey-Reveals-Nearly-28-Billion-in-Revenue-in-2015](http://www.businesswire.com/news/home/20160711005858/en/U.S.-Publishing-Industry%E2%80%99s-Annual-Survey-Reveals-Nearly-28-Billion-in-Revenue-in-2015).
  57. Jentetics K. (2019), Amazon’s Ebook Market Share 2019-2020. *Publishdrive*. <https://publishdrive.com/amazon-ebook-market-share/>.
  58. Pallante M. A. (2021), Commentaires de l’Association des éditeurs américains sur le Livre blanc de l’American Booksellers Association, “*American Monopoly: Amazon’s Anti-Competitive Behavior is in Violation of Antitrust Laws*”, 18 mars. <https://publishers.org/news/association-of-american-publishers-comments-on-american-booksellers-association-whitepaper-american-monopoly->

- amazons-anti-competitive-behavior-is-in-violation-of-antitrust-laws/.
59. American Booksellers Association (2020), *American Monopoly: Amazon's Anti-Competitive Behavior is in Violation of Antitrust Laws*. [www.bookweb.org/sites/default/files/diy/American%20Booksellers%20Association%202020%20Amazon%20White%20Paper\\_0.pdf](http://www.bookweb.org/sites/default/files/diy/American%20Booksellers%20Association%202020%20Amazon%20White%20Paper_0.pdf).
  60. Fédération des éditeurs européens (2021), *Statistiques 2019 sur l'édition de livres en Europe*, 18 janvier. [www.fep-fee.eu/European-Book-Publicshing-1268](http://www.fep-fee.eu/European-Book-Publicshing-1268); [www.boersenverein.de/markt-daten/marktforschung/wirtschaftszahlen/](http://www.boersenverein.de/markt-daten/marktforschung/wirtschaftszahlen/); [www.publishers.org.uk/publications/yearbook2019/](http://www.publishers.org.uk/publications/yearbook2019/); Syndicat national de l'édition (2020), *Chiffres clés de l'édition*, 26 octobre. [www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs](http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs); Federacion de Gremios de Editores de España (2016), *El sector editorial Español publicó 81.391 títulos en 2016*. <http://federacioneditores.org/img/documentos/010217-notasprensa.pdf>.
  61. OMPI 2020, *Le secteur mondial de l'édition en 2018*, Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.
  62. OMPI 2020, *Le secteur mondial de l'édition en 2018*, Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.
  63. Fédération des éditeurs européens (2021), *Statistiques 2019 sur l'édition de livres en Europe*, 18 janvier. <https://fep-fee.eu/European-Book-Publishing-1268>.
  64. Voir à l'adresse [www.publishers.org.uk/our-work/](http://www.publishers.org.uk/our-work/); Syndicat national de l'édition (2020), *Chiffres clés de l'édition*, 26 octobre. [www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs](http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs); Federacion de Gremios de Editores de España (2016), *El sector editorial Español publicó 81.391 títulos en 2016*. <http://federacioneditores.org/img/documentos/010217-notasprensa.pdf>; *Our work – Publishers Association*. Pour les données globales sur l'industrie de l'édition en Europe, voir [www.fep-fee.eu/-Annual-Publishers-Statistics-](http://www.fep-fee.eu/-Annual-Publishers-Statistics-).
  65. Voir OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369).
  66. Brenhouse H. (2010), Bali's travel boom: *Eat, Pray, Love* tourism. *Time*, 22 juillet. <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,2011931,00.html>.
  67. Kyzer L. (2013), Icelandic literature goes global. *Reykjavik Grapevine*, 4 juin. <https://grapevine.is/mag/articles/2013/06/04/icelandic-literature-goes-global/>.
  68. Laxness H. (1955), *Halldór Laxness banquet speech*, The Nobel Prize. [www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/literature/laureates/1955/laxness-speech.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/literature/laureates/1955/laxness-speech.html).
  69. Icelandic Literature Center (n.d.), *The Edda & the Sagas of the Icelanders*. [www.islit.is/en/promotion-and-translations/icelandic-literature/the-edda-and-the-sagas-of-the-icelanders/](http://www.islit.is/en/promotion-and-translations/icelandic-literature/the-edda-and-the-sagas-of-the-icelanders/).
  70. Trentacosti G. (2015), *Publishing in Iceland where reading is a national sport*. 2 Seas Agency, décembre. <http://2seasagency.com/publishing-iceland-reading-national-sport/>.
  71. Icelandic Literature Center (n.d.), About us. [www.islit.is/en/about-us](http://www.islit.is/en/about-us).
  72. Reykjavik UNESCO City of Literature (2011), Guest of honour at the Frankfurt Book Fair. <https://bokmenntaborgin.is/en/literature-web/literature-timeline/guest-honour-frankfurt-book-fair>.
  73. Extrait d'un rapport de conférence de l'Académie chinoise de la presse et des publications du 5 octobre 2020. [www.buchmesse.de/en/highlights/international-markets/markets-worldwide#40188](http://www.buchmesse.de/en/highlights/international-markets/markets-worldwide#40188).



74. Voir OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369).
75. *Xinhua* (2019), Number of China's online literature readers hits 455 mln. *Xinhua*, 31 août. [www.xinhuanet.com/english/2019-08/31/c\\_138352931.htm](http://www.xinhuanet.com/english/2019-08/31/c_138352931.htm).
76. Li Y. (2016), Online fiction becomes Chinese cultural force. *Wall Street Journal*, 20 juillet. [www.wsj.com/articles/online-fiction-becomes-chinese-cultural-force-1469035251](http://www.wsj.com/articles/online-fiction-becomes-chinese-cultural-force-1469035251).
77. Voir Deng I. (2021), Tencent's China Literature wants to woo 100,000 American and Canadian writers. *South China Morning Post*, 31 mars. [www.scmp.com/tech/big-tech/article/3127790/tencents-china-literature-wants-woo-100000-american-and-canadian](http://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3127790/tencents-china-literature-wants-woo-100000-american-and-canadian).
78. OMPI 2020, *Le secteur mondial de l'édition en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle.
79. Wischenbart R. et al. (2016), *Global eBook 2016: A Report on Market Trends and Developments*, Vienne, Rüdiger Wischenbart.
80. Tan T. (2014), Facts and numbers on the Korean book market: Digital publishing in Korea. *Publishers Weekly*, 21 mars 2014. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/61577-facts-and-numbers-on-the-korean-book-market-digital-publishing-in-korea-2014.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/61577-facts-and-numbers-on-the-korean-book-market-digital-publishing-in-korea-2014.html).
81. Japan Book Publishers Association (2019), *Statistiques relatives à l'édition au Japon, Tokyo*. Japan Book Publishers Association. [www.jbpa.ou.jp/en/pdf/pdf01.pdf](http://www.jbpa.ou.jp/en/pdf/pdf01.pdf).
82. Tagholm R. (2016), "Standing firm": Kinokuniya's Hiroshi Sogo on bookselling amid challenges. *Publishing Perspectives*, 21 juin. <http://publishingperspectives.com/2016/06/kinokuniyas-hiroshi-sogo-bookselling-challenges-japan/>.
83. Voir OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369).
84. Voir WIPO (2020), *Le secteur mondial de l'édition en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, p. 11.
85. Tele Info Today (n.d.), Japanese mobile gaming market to pass \$19.2 billion in 2018. [www.teleinfotoday.com/trends/japanese-mobile-gaming-market-to-pass-19-2-billion-in-2018](http://www.teleinfotoday.com/trends/japanese-mobile-gaming-market-to-pass-19-2-billion-in-2018).
86. The Japan Times (2018), Sales of digital manga overtake print editions in Japan for first time. *The Japan Times*, 26 février. [www.japantimes.co.jp/news/2018/02/26/national/sales-digital-manga-overtake-print-editions-japan-first-time/](http://www.japantimes.co.jp/news/2018/02/26/national/sales-digital-manga-overtake-print-editions-japan-first-time/).
87. Internet World Stats (2019), Top 20 countries with the highest number of internet users. [www.internetworldstats.com/top20.htm](http://www.internetworldstats.com/top20.htm).
88. Nielsen (2015), *Nielsen India Book Market Report 2015: The India Book Market: Understanding the India Book Market – a comprehensive report on the India book market*. [www.nielsen.com/in/en/press-room/2015/the-nielsen-india-book-market-report-2015-understanding-the-indian-book-market.html](http://www.nielsen.com/in/en/press-room/2015/the-nielsen-india-book-market-report-2015-understanding-the-indian-book-market.html).  
Pour de plus amples renseignements, voir *India: Key economic and demographic indicators*. New Delhi, GBO. [www.buchmesse.de/files/media/pdf/international-book-market-india-frankfurt-book-fair.pdf](http://www.buchmesse.de/files/media/pdf/international-book-market-india-frankfurt-book-fair.pdf).
89. Données SNEL (Association des éditeurs brésiliens) (2020), Setor editorial encontra novas formas de comercializar livros e fatura 10,7% a mais em 2019. [https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/RELEASE\\_Pesquisa\\_ano-base\\_2019\\_V10\\_CBLESNEL.pdf](https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/RELEASE_Pesquisa_ano-base_2019_V10_CBLESNEL.pdf).

90. Voir OMPI (2018), *Indicateurs mondiaux relatifs à la propriété intellectuelle en 2018*. Genève, Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=4369).
91. [www.fnde.gov.br/pnld-2018/](http://www.fnde.gov.br/pnld-2018/).
92. Ministério da Educação (n.d.), Programa Nacional Biblioteca da Escola. <https://portal.mec.gov.br/programa-nacional-biblioteca-da-escola>.
93. SNEL (2020), Faturamento do setor editorial com Conteúdo Digital cresce 140% em três anos, 25 août. <https://snel.org.br/faturamento-do-setor-editorial-com-conteudo-digital-cresce-140-em-tres-anos/>.
94. Gerden E. (2017), Ukraine publishing's bad year: Closures amid a ban on Russian books. *Publishing Perspectives*, 30 août. <https://publishingperspectives.com/2017/08/ukraine-publishing-industry-closures-amid-russian-book-ban/>.
95. Dieter H. (n.d.), *Der Buchmarkt in Russland*. <https://docplayer.org/187203765-Der-buchmarkt-in-russland.html> (en allemand); voir aussi Russian Book Chamber (n.d.), *Statistical accounting of printed materials in Russia*. <http://bookchamber.ru/statistics.html> (en russe).
96. Mentionné dans Wischenbart R. (2014), *Global eBook: A Report on Market Trends and Developments 2014*, des éditions plus récentes peuvent être consultées à l'adresse [www.wischenbart.com/page-61](http://www.wischenbart.com/page-61).
97. Chernousov I. (2019), *8 best services for reading and buying books*. DGLRU. [www.dgl.ru/articles/8-luchshih-servisov-dlya-chteniya-i-pokupki-knig\\_14840.html](http://www.dgl.ru/articles/8-luchshih-servisov-dlya-chteniya-i-pokupki-knig_14840.html).
98. Copyright Clearance Center (n.d.), *RightsLink for Permissions*. [www.copyright.com/rightsholders/rightslink-permissions/](http://www.copyright.com/rightsholders/rightslink-permissions/).
99. Voir, par exemple, le commentaire de l'un des directeurs des droits dans Young, M. (2021), Book fair season – but not as we know it, *The Bookseller*, 9 avril. [www.thebookseller.com/blogs/book-fair-season-not-we-know-it-1252607](http://www.thebookseller.com/blogs/book-fair-season-not-we-know-it-1252607).

# Quels facteurs favorisent la transition numérique dans le secteur de l'édition?

La fin du livre imprimé est annoncée depuis 1835<sup>1</sup> déjà et, avec l'arrivée des ordinateurs, des tablettes et des smartphones, ce genre de prédiction est devenue de plus en plus fréquente. Ceux qui confondent édition et impression pensent ainsi que le secteur de l'édition aura complètement disparu dans les années à venir. Les éditeurs qui continuent d'orienter leurs activités sur l'édition imprimée sont considérés comme rétrogrades et voués à disparaître et, même si certains savent que les éditeurs trouvent d'autres moyens que l'impression pour se démarquer, ils supposent encore généralement que, tôt ou tard, les livres imprimés cesseront d'exister.

La situation est tout autre pour ce qui concerne le passage au numérique dans le secteur de l'édition. Bien que les procédures en matière de rédaction, d'édition et de production tendent rapidement à se numériser, et que les auteurs et éditeurs ont adopté les médias numériques et inclut les réseaux sociaux dans leurs campagnes marketing et leurs relations publiques, l'utilisation du livre électronique s'étend moins rapidement et la part de marché des publications imprimées a été particulièrement stable dans plusieurs branches. La présence de librairies et d'ouvrages imprimés dans le commerce de détail est un indicateur du caractère pérenne de l'édition imprimée. Même si leur nombre est en diminution et les ouvrages sont supplantés par d'autres types de marchandises, il existe encore un certain nombre de librairies physiques dans la plupart des pays développés et les signes de reprise dans le secteur des librairies indépendantes sont visibles. Alors, quels sont les moyens pour les auteurs, les éditeurs et les décideurs de savoir quand et comment les différents secteurs industriels de leurs pays respectifs passeront au numérique? Quelles sont les raisons qui freinent la progression numérique du secteur de l'édition et quelles sont les mesures qui favoriseront cette transition dans l'édition? À quel moment les auteurs et les éditeurs devraient-ils investir dans l'édition numérique?

## Les facteurs socioéconomiques, culturels et politiques

Lorsqu'on tente de prévoir l'évolution des marchés, il est important de distinguer trois types de facteurs qui favorisent la transition numérique : les facteurs socioéconomiques, culturels et politiques.

### Facteurs socioéconomiques

Les facteurs socioéconomiques sont relativement faciles à prévoir. Dans le secteur de l'édition, les principaux facteurs socioéconomiques tiennent compte, par exemple, de la taille et de la croissance de la population, de son niveau d'instruction et de formation et du revenu disponible. Dans l'environnement numérique, les facteurs les plus importants sont les moyens de connexion Internet et le taux de pénétration des smartphones et des autres appareils numériques. Accès aux smartphones, connexion Internet, télécommunications à bas prix et moyens de paiement en ligne sécurisés sont autant de facteurs qui contribuent à créer un marché économique dans lequel les consommateurs peuvent choisir de se procurer des livres électroniques et où les gouvernements peuvent investir dans l'enseignement numérique.

### Facteurs culturels

Les facteurs culturels sont les plus difficiles à prévoir. Ce sont les facteurs qui témoignent des changements concernant le point de vue et les habitudes des individus. Dans le secteur de l'édition traditionnelle, il s'agit notamment de savoir quelle importance la société accorde aux livres et à la lecture et à quel point les auteurs sont reconnus et respectés. Si la plupart des sociétés sont attachées à la lecture dans l'enseignement et encouragent les enfants à lire, les points de vue des différents pays du monde divergent quant au rôle des livres dans la vie active et le débat public.

Certains pays sont fiers de leurs auteurs et l'actualité littéraire y est présente dans le débat public et les médias. Le niveau de popularité des dispositifs de lecture numérique ainsi que le temps consacré à la lecture sur smartphone par rapport au temps passé sur les jeux vidéo

ou les réseaux sociaux figurent parmi les facteurs de la transition numérique. Au Japon, par exemple, le niveau de connexion Internet et le taux de pénétration des smartphones sont parmi les plus élevés, pourtant, le marché du livre électronique ne s'est pas encore entièrement déployé. Dans les marchés occidentaux, les dispositifs de lecture numérique (liseuses) sont populaires, tandis qu'en Pologne et en Fédération de Russie, les consommateurs utilisent généralement des téléphones mobiles ou d'autres types d'appareils électroniques qui ne sont pas spécialement conçus pour la lecture<sup>2</sup>.

### Facteurs politiques

Les facteurs politiques revêtent un aspect d'intérêt général qui a une incidence sur le secteur de l'édition. Il s'agit, par exemple, du système de taxation (en particulier la taxe sur la valeur ajoutée, réduite ou nulle sur les livres), de la réglementation relative au prix unique du livre, de la législation antitrust et du droit de la concurrence, ainsi que des mesures de lutte contre le piratage. En outre, les politiques en matière de technologie et d'innovation peuvent avoir une influence sur l'adoption et la diffusion de nouvelles technologies et de nouveaux modèles d'entreprises. Souvent, l'action des pouvoirs publics a aussi une influence sur d'autres facteurs : les programmes d'instruction publique peuvent promouvoir des habitudes liées aussi bien à l'alphabétisation qu'à la lecture. Les subventions versées aux bibliothèques contribuent à créer des habitudes de lecture et soutiennent les auteurs et les éditeurs locaux. Les régimes de droit de prêt public<sup>3</sup> peuvent également aider les auteurs. Les dépenses publiques consacrées à l'éducation peuvent profiter au corps enseignant, aux infrastructures ou à l'achat de manuels. Les mécanismes de concession de licences collectives peuvent aussi offrir aux auteurs et aux éditeurs non seulement une source de revenus, mais également un cadre stable pour la formation, le dialogue et la promotion.

Dans l'édition, l'intérêt de ces politiques varie fortement en fonction des branches, mais il importe surtout de relever que l'intérêt général contribue fortement à promouvoir ou à empêcher la progression du secteur de l'édition à l'échelon local, y compris dans le secteur de l'édition numérique.

Certains facteurs clés varient considérablement selon les différentes branches de l'édition. Il est donc nécessaire d'observer les facteurs du marché de l'édition dans chacune des branches du secteur individuellement pour ensuite se pencher sur les facteurs particuliers qui auront un effet sur les produits numériques de l'édition.

## Le choix du consommateur: le facteur essentiel

Tous les facteurs précédemment mentionnés pèsent sur les choix du consommateur qui va non seulement décider s'il consacre du temps et de l'argent à la lecture de livres, mais surtout s'il achète ces livres au format numérique ou continue d'acheter des versions imprimées. On peut observer plusieurs raisons qui déterminent le choix du lecteur pour l'un ou l'autre format.

### Dix raisons de choisir le format numérique

1. Les livres électroniques sont (souvent) moins chers.
2. Les livres électroniques peuvent être lus sur un smartphone ou une tablette et sont donc facilement transportables.
3. Les livres électroniques sont plus légers et ils peuvent être gardés en mémoire sur le même dispositif.
4. Les livres et les autres publications électroniques peuvent être actualisés pour fournir les dernières informations disponibles.
5. Le même dispositif utilisé pour la lecture des livres électroniques permet de profiter d'autres types de médias tels que la musique, les films et les jeux.
6. Les livres électroniques peuvent être lus discrètement, même en public, par des lecteurs embarrassés par ce qu'ils lisent.
7. Les fonctionnalités de recherche, de découverte et de renvoi numériques offrent une navigation rapide et précise.
8. Les éléments multimédias contenus dans les livres électroniques peuvent expliquer certains concepts plus efficacement que des images statiques et permettent ainsi de lire et de profiter de la lecture en s'adonnant à d'autres activités.
9. Les livres électroniques permettent de modifier la taille des caractères ainsi que d'autres options pour faciliter la lecture. Ces fonctionnalités sont importantes pour les personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés.
10. Les liens vers des œuvres de référence, des pages Wikipédia ou

d'autres sources aident à comprendre des contenus complexes ou à lire dans une langue étrangère.

### Dix raisons de choisir le format papier

1. Un livre imprimé bien conçu est également agréable à prendre en main.
2. Lire pendant son temps libre offre la possibilité de se déconnecter d'Internet.
3. Les parents veulent que leurs enfants passent moins de temps sur les appareils connectés.
4. Les livres imprimés sont faciles à manipuler, robustes et n'ont pas besoin d'être alimentés en électricité ou connectés à Internet.
5. Il est plus aisé de faire des annotations ou de surligner des passages dans un livre imprimé.
6. L'apprentissage est plus efficace avec un livre imprimé<sup>4</sup>.
7. Les livres imprimés peuvent être offerts en cadeau et mis en valeur sur une étagère ou une table de salon.
8. Parcourir les rayons d'une librairie est une expérience agréable et un moyen pratique de découvrir de nouveaux ouvrages.
9. Les appareils connectés sont une source de distraction.
10. Les livres imprimés sont plus faciles à prêter et à partager que les livres électroniques.

Comme nous le montrent ces deux listes, le format papier possède encore certains avantages de taille par rapport au format numérique. À l'achat d'une publication imprimée ou numérique, le poids des arguments en faveur de l'un ou l'autre format variera en fonction du type d'œuvre et du genre de l'ouvrage, de l'usage auquel il est destiné et, surtout, des habitudes propres à chaque individu en matière d'utilisation des outils numériques et de lecture numérique. Cette approche diffère fondamentalement de celle concernant les œuvres musicales et audiovisuelles, où la proportion de personnes appréciant les avantages d'un support physique en particulier, tel que le disque vinyle pour la musique, est bien inférieure. Certaines recherches semblent même indiquer que, plutôt que de cannibaliser la demande, la numérisation augmente les ventes de livres imprimés et permet de faire connaître des œuvres moins populaires<sup>5</sup>.

Il est donc nécessaire d'appréhender la transition numérique du secteur de l'édition en ayant conscience que les aspects qui influencent la demande dans des marchés particuliers, et même pour un genre ou un ouvrage en particulier, devront être examinés individuellement, en évitant d'adopter une approche trop générale.

### **Un changement de paradigme essentiel pour les éditeurs : se rapprocher de leurs lecteurs**

Le nouveau choix que les lecteurs ont entre le livre imprimé et le livre électronique donne aussi lieu à un changement de paradigme pour les éditeurs. Avant, ceux-ci devaient simplement rendre le contenu accessible dans les formats existants et à travers les quelques canaux de distribution à leur disposition. Les livres étaient disponibles en édition reliée ou de poche, en librairie ou en bibliothèque. Dans l'environnement numérique, les éditeurs doivent être attentifs aux lieux et aux habitudes de consommation des utilisateurs. La mise à disposition active de livres électroniques sur des plateformes légales offre un aperçu des habitudes et des préférences du lecteur, un outil qui permet ensuite aux sites Web légaux de concurrencer les sites pirates quant à la qualité et à la commodité de leur prestation<sup>6</sup>.

Si les lecteurs lisent sur leur smartphone entre leur lieu de travail et leur domicile, les ouvrages doivent être édités dans des formats qui pourront être lus facilement sur ces appareils. En outre, le type d'histoires publiées peut même varier, car l'état d'esprit du lecteur qui se rend sur son lieu de travail ou à son domicile pourra lui faire préférer une lecture plus légère ou plus courte. Aussi les scientifiques doivent-ils encore se pencher sur les derniers articles de recherche au sein d'un corpus de textes scientifiques en pleine expansion, publiés à l'échelle internationale.

La technologie a rendu possibles les études méta analytiques (les recherches sur les publications scientifiques), ce qui permet aux scientifiques de combiner les données de multiples études et de suivre les principales tendances dans ces domaines. Les derniers outils de recherche et les nouveaux services d'extraction de données sont élaborés par des éditeurs de publications scientifiques qui sont conscients de ce changement de comportement chez les auteurs



et les lecteurs de leurs articles. Les éditeurs scolaires peuvent concevoir des technologies d'enseignement numériques visuellement attrayantes et à la pointe de la technique; toutefois, le succès à long terme de ces techniques dépendra des enseignants et des étudiants qui utilisent ces plateformes, soit pour répondre à un besoin, soit pour en retirer un réel avantage. L'enseignement à distance tire un grand profit de l'édition scolaire numérique, car celle-ci permet de résoudre les problèmes d'accès à distance, mais les outils utilisés en classe ne donneront de bons résultats que s'ils offrent une contrepartie du point de vue pédagogique, même avec les enseignants peu enclins à changer leurs habitudes d'enseignement.

## Les facteurs de la transition numérique dans l'édition grand public

Dans le marché du livre électronique, il ne suffit pas qu'un livre soit accessible en format électronique dans une boutique en ligne, il faut un écosystème entier comprenant des distributeurs, des vendeurs, des systèmes de paiement, une connexion Internet et des dispositifs de lecture appropriés. Surtout, le passage au numérique passe par une évolution des habitudes de lecture. L'ampleur de la transition du secteur littéraire et des consommateurs vers les livres électroniques dépend d'une série de facteurs qui varient fortement à l'échelon national :

- l'accès aux dispositifs de lecture, y compris liseuses, téléphones mobiles et tablettes;
- le niveau de popularité de la lecture sur ce type de support par rapport aux jeux vidéo ou aux réseaux sociaux;
- l'existence de plateformes en ligne sérieuses et fiables;
- l'accès aux livres électroniques à un prix que les lecteurs considèrent comme étant raisonnable;
- l'accès à des livres imprimés est aussi possible dans une boutique proche de chez soi, ce qui constitue une bonne alternative;
- la compatibilité des dispositifs avec les formats de livres électroniques à disposition des lecteurs.

Les taux de pénétration relatifs aux livres électroniques, aux smartphones et à l'utilisation des réseaux sociaux montrent des

différences étonnantes, même entre des pays offrant des niveaux de connexion Internet semblables. Les marchés de l'édition de la France, de l'Italie et du Royaume-Uni sont porteurs, à des degrés comparables, mais le Royaume-Uni est le seul pays où le marché du livre numérique est solide. C'est là qu'interviennent les facteurs culturels et les habitudes des lecteurs de livres numériques, parfois influencées par les politiques de prix des éditeurs. Dans les marchés où le prix du livre électronique n'est pas largement inférieur à celui de la copie imprimée, le consommateur n'est pas intéressé.

À l'échelle nationale, l'absence de plateformes de vente en ligne fiables empêche les lecteurs et les éditeurs de se tourner vers le numérique, ce qui crée parfois un cercle vicieux : sans livres électroniques, pas de lecteurs et sans lecteurs, pas d'incitation pour l'éditeur à publier des livres électroniques. Par ailleurs, ce sont souvent les immigrés qui alimentent le marché du livre électronique dans leur langue maternelle. Alors qu'un nombre croissant de personnes travaillent à l'étranger, loin des librairies qui vendent des livres dans leur langue maternelle, il existe un débouché international pour les librairies mondiales en ligne. Par exemple, Amazon vend désormais des ouvrages dans plus de 80 langues et propose des textes en igbo, en same, en rajasthani ou en khmer.

## Les facteurs de la transition numérique dans l'édition scolaire

Les principaux facteurs socioéconomiques de la demande en matière de livres scolaires, au format imprimé ou numérique, sont le nombre d'enfants en âge scolaire et la quantité de fonds publics alloués au contenu pédagogique. Cependant, pour le secteur de l'édition, la politique en matière de marchés publics est le facteur le plus important : l'État peut ainsi stimuler, de façon délibérée ou non intentionnelle, le déploiement du marché local de l'édition scolaire, selon ses pratiques en matière d'achat de manuels scolaires et de ressources pédagogiques numériques.

Un facteur socioéconomique essentiel de la transition numérique est l'accès aux technologies de l'information et de la communication dans le milieu scolaire. Dans les pays de l'OCDE, plus de 90% des élèves ont accès à un ordinateur à l'école<sup>7</sup>; même si, en moyenne,

seuls 72% d'entre eux déclarent en faire une utilisation régulière. Bien que l'accès à un environnement informatique et à une connexion Internet soit faible au niveau mondial, la tendance générale est claire : les ordinateurs et les outils numériques font maintenant partie de l'enseignement.

Même si les politiques publiques influencent le secteur de l'édition scolaire, le succès des initiatives numériques dépend en grande partie des facteurs culturels, à savoir, ceux qui reflètent le point de vue et les habitudes des enseignants et des élèves ; surtout, la mesure dans laquelle les enseignants ont la possibilité et la volonté d'intégrer les outils numériques dans leur méthode d'enseignement. Les enseignants sont souvent sceptiques quant aux progrès technologiques, et non sans raison : depuis les années 1970, les écoles se sont essayées aux nouvelles technologies pour améliorer les résultats scolaires. Télévision en classe, enseignement sur ordinateur dès la petite enfance, laboratoire de langues, tableau interactif ou simulation d'environnement numérique, etc. ont tous été expérimentés dans les écoles et l'enthousiasme suscité au départ par chaque technologie, ainsi que l'aspect attrayant et moderne que présentaient les derniers gadgets ont rarement comblé les attentes en matière d'amélioration des résultats scolaires. Le temps que les données empiriques donnent lieu à une évaluation plus objective et différenciée d'une nouvelle technologie, une autre technologie encore plus récente voit le jour et est présentée comme étant la panacée.

---

#### **Encadré 4.1. Étude de cas n° 4: Étude de l'OCDE sur les outils informatiques et l'apprentissage**

En 2015, les scientifiques de l'OCDE ont publié un rapport intitulé : "Students, Computers and Learning: Making the Connection"<sup>8</sup>. Ce rapport analyse les résultats de l'enquête mondiale du Programme international pour le suivi des acquis des élèves (PISA) de 2012 et examine les liens entre les centaines de données rassemblées auprès des élèves participants, des écoles et des établissements d'enseignement. L'étude analyse en particulier les facteurs de corrélation probables entre les très bons résultats du PISA en compréhension de l'écrit et en mathématiques, et les facteurs qui semblent avoir des effets négatifs sur ces résultats. L'énorme

quantité de données recueillie permet d'isoler les effets propres à chaque pays et de corriger les facteurs socioéconomiques ou tout autre facteur.

Alors que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) est en constante augmentation dans le monde, les effets des TIC sont minimes, voire inexistants, sur les résultats du PISA.

L'étude conclut que: "Malgré les importants investissements consentis dans l'environnement informatique, dans les connexions Internet et dans les logiciels pour l'enseignement, peu de preuves tangibles démontrent qu'une utilisation accrue des ordinateurs par les élèves entraîne de meilleurs résultats en mathématiques et en compréhension écrite".

Le rapport conclut que: "[L]es contributions réelles que les TIC sont susceptibles d'apporter à l'enseignement et à l'apprentissage n'ont pas encore été pleinement réalisées et exploitées".

En 2017, une étude menée par le Bureau national de recherches économiques des États-Unis d'Amérique, qui a examiné les manifestations des effets positifs des TIC sur les résultats scolaires, relève des preuves d'effets positifs pour seulement un petit nombre de logiciels d'apprentissage en mathématiques, mais reconnaît que le cycle de vie court de produits spécifiques laisse peu de temps pour une évaluation approfondie. L'étude conclut: "En fin de compte, il ne s'agit pas nécessairement de désigner le produit le plus populaire ou même d'évaluer la technologie en elle-même, mais bien de découvrir la meilleure manière d'aider les étudiants de tous âges et niveaux dans leur processus d'apprentissage"<sup>9</sup>.

---

Souvent négligé, le facteur qui va stimuler ou empêcher la transition numérique dans le domaine de l'enseignement est la préférence des élèves. Aujourd'hui encore, un nombre étonnant d'élèves semble préférer les manuels imprimés pour l'apprentissage: des études menées entre 2010 et 2013<sup>10</sup> auprès d'élèves du secondaire en Allemagne, en Inde, au Japon, en Slovaquie et aux États-Unis d'Amérique ont révélé qu'entre 77% (Japon) et 95% (Allemagne,

et la différence de facteurs culturels est notable) des élèves ont trouvé qu'il était plus facile de se concentrer en lisant des ouvrages imprimés et que, si le coût était identique, 87% choisiraient des ouvrages imprimés comme supports de cours. Ces résultats corroborent les recherches démontrant que la capacité de lecture et de mémorisation des élèves varie en fonction du support utilisé, entre média numérique et livre imprimé<sup>11</sup>. La lecture d'un ouvrage imprimé offre moins de distraction, facilite la prise de notes et, par conséquent, améliore la capacité d'apprentissage. Actuellement, ces résultats sont en contradiction avec de nombreuses politiques visant à promouvoir les technologies d'apprentissage numériques dans l'enseignement primaire et secondaire, mais ils démontrent que les simples lois du marché peuvent être influencées par les habitudes des individus et que les différents facteurs favorisant le passage au numérique doivent être pris en considération. Dans d'autres cas, cependant, les politiques publiques intensifient leurs efforts visant à améliorer les compétences et la maîtrise dans le domaine numérique (pensée computationnelle, etc.) dans l'enseignement primaire et secondaire, plutôt que les mesures favorisant l'usage des technologies d'apprentissage numériques en général.

---

#### **Encadré 4.2. La COVID-19 et les outils numériques dans l'enseignement**

L'épidémie de COVID-19 a forcé la plupart des pays à cesser subitement l'enseignement en classe. Au plus fort de la première vague, à la mi-avril 2020, le virus a entraîné la fermeture des écoles de 190 pays, touchant 90% de tous les apprenants inscrits, soit environ 1,6 milliard de personnes à travers le monde<sup>12</sup>.

Le niveau de préparation des écoles, des enseignants et des éditeurs était très inégal. Le secteur de l'édition a réagi rapidement : dans le monde entier, les éditeurs scolaires ont très vite donné accès gratuitement aux manuels et aux plateformes numériques<sup>13</sup>. Les organismes de formation en ligne tels que Coursera et les initiatives encourageant les ressources éducatives libres ont également été réactifs.

Au cours des 12 premiers mois, les difficultés pratiques posées par l'école à la maison pour les étudiants, les parents et les enseignants

ont pris le pas sur l'expérience souvent nouvelle de l'utilisation des ressources d'apprentissage en ligne.

Reste à savoir dans quelle mesure cette expérience encouragera et accélérera l'adoption de ressources numériques dans l'enseignement primaire et secondaire.

L'importance des enseignants et de l'école comme lieu d'apprentissage commun est apparue clairement pour tous.

---

### Stratégies dans le secteur de l'édition scolaire numérique

Tous les plus importants éditeurs scolaires des économies développées ont investi dans les produits numériques et en proposent pour l'enseignement. Si la transition entre le manuel imprimé et la version électronique dans un format fixe a été un ajustement relativement simple à mettre en place pour ces éditeurs, ils ont par la suite adapté ces livres électroniques pour qu'ils puissent être lus sur différents supports numériques. Avec le passage au format de publication EPUB 3, les éditeurs ont investi encore davantage dans le livre électronique en ajoutant des niveaux de structure et de navigation, des liens, des fonctions multimédias et interactives, des épreuves et des exercices. Le manuel électronique devient alors un élément central au sein d'un environnement d'apprentissage virtuel (EAV) plus vaste, dans lequel le contenu, les exercices, le soutien et les épreuves scolaires forment un ensemble vendu en un seul bloc.

Dans les faits, ces éditeurs ont arrêté de vendre des livres et ont commencé à fournir des services éducatifs. Certains sont même allés plus loin et ont ouvert des classes de maternelle et des écoles privées. Un nouveau marché d'écoles privées peu coûteuses s'est constitué, pour cibler principalement les familles à faibles revenus des pays en développement qui désirent offrir à leurs enfants un enseignement de qualité à un prix abordable<sup>14</sup>.

Le passage du format papier à l'EAV ne se fera pas de manière linéaire ni sans accroc et, à ce stade, difficile de prévoir dans quelle mesure cette transition numérique s'effectuera, en particulier dans l'enseignement primaire et secondaire.

## La réaction des éditeurs face à la transition numérique

Malgré les résultats du PISA 2015, qui montrent toujours une corrélation négative entre l'utilisation des TIC et les résultats du PISA à la fin de l'enseignement secondaire, les éditeurs n'ont aucune raison de renoncer à leur transition vers les plateformes numériques. Avec le temps, les outils numériques trouveront leur place dans le domaine de l'enseignement, où ils résoudront des problèmes spécifiques et seront plus efficaces que les manuels traditionnels. Dans ce marché en mutation, les éditeurs doivent au moins suivre le mouvement tandis que d'autres mènent la danse.

La plupart des éditeurs scolaires ont adopté le numérique et proposent désormais des produits ou des contenus supplémentaires sous cette forme. La maison d'édition Pearson, le plus important acteur de l'édition scolaire dans le monde, ne se définit plus en tant qu'éditeur, mais comme "l'entreprise de référence de l'enseignement dans le monde". Certains éditeurs concentrent leurs efforts sur les moyens permettant de proposer des contenus numériques, avec en ligne de mire une rentabilité à court et à moyen terme. Même les plus prudents auront un avantage à proposer certains types de contenus en ligne. Par exemple, certains éditeurs n'envoient plus d'exemplaires imprimés aux enseignants, mais leur donnent accès à des versions numériques, car c'est une manière plus sûre et moins onéreuse de promouvoir leurs manuels et d'en encourager l'utilisation.

S'il est vrai que les produits numériques nécessitent d'importants investissements dans le savoir-faire et les techniques de pointe, la question essentielle de la transition numérique dans l'édition pédagogique reste celle du modèle économique, qui ne s'est pas encore pleinement adapté à cette nouvelle gamme de produits. Dans de nombreux pays, les écoles prévoient l'achat de manuels imprimés, mais l'allocation de fonds pour des produits numériques peut être plus compliquée. Les livres imprimés sont encore souvent demandés, mais on attend des éditeurs qu'ils offrent gratuitement le contenu numérique et le matériel pertinent. Cela constitue une dépense additionnelle pour les éditeurs, mais qui ne rapporte presque rien quand les écoles ne sont pas disposées à payer de supplément. Dans le pire des cas, les nouveaux supports d'enseignement ou de lecture devenus nécessaires sont inscrits au même poste budgétaire que les manuels.

Malgré cela, certains éditeurs scolaires ont étoffé leur gamme de logiciels, d'applications éducatifs et d'EAV, puis les ont mis à l'essai.

### **Environnements d'apprentissage virtuels, applications et formations en ligne ouvertes à tous (MOOC)**

Si les manuels restent un pilier central de l'enseignement primaire et secondaire, certains éditeurs considèrent désormais qu'ils s'inscrivent dans un ensemble plus vaste de ressources d'apprentissage. L'Internet leur donne la possibilité de proposer des épreuves, des exercices ou du matériel pédagogique supplémentaires. Ces derniers peuvent être vendus sous licence avec l'ouvrage ou séparément, y compris aux parents.

Contrairement aux outils d'enseignement numériques utilisés en classe aux niveaux primaire et secondaire, les outils d'apprentissage en ligne et à distance dans l'enseignement professionnel et la formation pour adultes ont rencontré un franc succès. Grâce aux cours en ligne, aux répertoires numériques et aux ressources éducatives libres, l'accès au contenu pédagogique a cessé d'être un obstacle à l'enseignement pour tous ceux qui ont accès à l'Internet, mais ne peuvent pas se rendre en classe ou ceux qui ont besoin d'étudier durant leur temps libre. Dans ce contexte, les éditeurs doivent également faire face à de nouveaux concurrents : les entreprises technologiques de l'Internet. Elles comprennent les principaux fournisseurs de service et les principales plateformes (Google, Facebook, Microsoft, LinkedIn), les fournisseurs de technologie (p. ex. Apple), les universités (p. ex. la plateforme Open Courseware du MIT) et les start-up axées sur l'Internet, qu'elles soient à but lucratif (telles que Coursera) ou à but non lucratif (telles que Khan Academy).

Les entreprises technologiques ne placent même pas les manuels au centre de leur stratégie. Elles vont par exemple choisir un cours en ligne comme ressource pédagogique principale et bâtir leur offre de cours à partir d'un site Web. Finalement, les deux approches peuvent aboutir au même résultat : un EAV où les étudiants sont susceptibles de trouver toutes leurs ressources, de faire des exercices et des examens et même, dans le cas des cours en ligne, d'obtenir un certificat de formation.



Par conséquent, les éditeurs sont désormais en concurrence avec les entreprises technologiques les plus importantes dans le marché de l'enseignement. Si ces entreprises ont l'avantage de disposer de ressources conséquentes, ainsi que d'un savoir-faire en matière de conception et de technique, elles n'ont souvent qu'une compréhension limitée du matériel pédagogique et s'adaptent difficilement aux exigences des programmes d'enseignement locaux. Un grand nombre d'entre elles répondront aux normes de formation internationales afin de pouvoir proposer leurs produits à l'échelle mondiale. Les formations en ligne ouvertes à tous (MOOC) offrent généralement une grande partie des contenus gratuitement, mais de nouveaux moyens ont été trouvés pour générer un revenu : la publicité, le marketing d'affiliation, les certificats de formation payants ou des offres de cours de soutien. La vente d'informations sur les étudiants à des entreprises qui recherchent des renseignements sur de potentielles recrues est une question controversée. Tous les éditeurs scolaires doivent être conscients de la nature délicate des informations personnelles<sup>15</sup>, aussi bien en Europe, où le règlement général sur la protection des données (RGPD) (UE) 2016/679 fixe des normes élevées, que dans le reste du monde, car les informations relatives aux résultats scolaires font l'objet d'une protection particulière<sup>16</sup>.

### Les manuels dans l'enseignement supérieur

La publication de manuels destinés à l'enseignement supérieur est un marché qui s'étend à l'international, car les établissements d'enseignement supérieur et les universités de différents pays sont susceptibles de demander à leurs étudiants de lire les mêmes manuels pour leurs cours. Cela a créé un marché mondial entre éditeurs internationaux et étudiants des universités du monde entier. Ce marché mondial a ses propres limites : si les étudiants aux États-Unis d'Amérique sont généralement prêts à dépenser 250 dollars ou plus pour un manuel, un tel prix est prohibitif dans la plupart des autres pays. Les éditeurs ont donc mis au point une série de stratégies pour lutter contre les importations parallèles depuis les pays qui pratiquent des prix inférieurs et les étudiants ont fait de même pour éviter de devoir déboursier de telles sommes. Ces tendances font de l'édition de manuels universitaires un marché à part, aux caractéristiques bien distinctes de celui de l'édition dans l'enseignement primaire et secondaire.

Beaucoup d'étudiants considèrent que les manuels universitaires sont très onéreux. Traditionnellement, les étudiants ayant peu de moyens achetaient soit des ouvrages de seconde main, soit des copies piratées. Plus récemment, ils se sont mis à importer leurs livres des pays en développement, où des ouvrages similaires sont vendus à des prix bien inférieurs. Les éditeurs ont alors réagi de différentes manières. Dans certains cas, ils ont cessé de proposer des éditions à bas prix. Dans d'autres, ils ont modifié les éditions destinées aux pays en développement, en y ajoutant des contenus applicables spécifiquement au pays concerné ou en modifiant la structure, pour le plus grand plaisir des étudiants des pays en développement, désormais mieux servis. La meilleure solution pour les éditeurs a été de concevoir des contenus numériques supplémentaires : l'accès aux sites Web contenant ces ressources peut être vendu avec l'ouvrage imprimé et la licence peut être facilement limitée dans le temps, verrouillée ou limitée à une zone géographique. Les livres de seconde main ou importés de l'étranger perdent ainsi ces fonctionnalités à l'expiration de la licence originale permettant d'accéder aux ressources complémentaires ou en cas d'utilisation dans un autre pays.

## **Les facteurs de la transition numérique dans l'édition scientifique et professionnelle**

Le marché de l'édition scientifique et professionnelle est essentiellement mondial, plutôt que national, et se prête donc davantage au numérique qu'à l'impression, dans la mesure où l'Internet permet une diffusion instantanée et touchant un public mondial, deux conditions essentielles pour les chercheurs qui publient leurs travaux. Le World Wide Web a été inventé par un scientifique, Tim Berners-Lee, en 1989. Il n'est donc pas surprenant que cette branche de l'édition soit probablement celle qui est allée le plus loin en matière de transition numérique. Néanmoins, une grande variété de facteurs influe considérablement sur le développement du marché numérique dans l'édition scientifique et professionnelle.

Les principaux facteurs sont liés à l'évolution de l'environnement de la recherche : l'internationalisation et la croissance de la recherche et de ses résultats et l'exigence d'une diffusion plus rapide des travaux et d'un accès immédiat aux dernières publications scientifiques sont les

éléments les plus importants du point de vue du lecteur (c'est-à-dire du chercheur).

Le facteur déterminant de la croissance du marché des revues scientifiques est le nombre d'articles publiés. Comme l'indiquait en 2011 l'Académie britannique des sciences, "depuis le début du XXI<sup>e</sup> siècle, les dépenses mondiales consacrées à la recherche-développement ont quasiment doublé, les publications ont augmenté d'un tiers et le nombre de chercheurs continue de croître", passant de 5,7 millions à 7,1 millions entre 2001 et 2007<sup>17</sup>. Entre 2009 et 2018, le nombre d'articles publiés a augmenté en moyenne de 10,5% par an<sup>18</sup>. Le secteur de l'édition a donc dû renforcer ses capacités afin de faire de la place à ces publications, et les acheteurs (généralement des bibliothèques universitaires) ont quant à eux été soumis à une pression supplémentaire afin de trouver les fonds nécessaires pour financer ce volume de publications plus important. Il en résulte des pressions de la part des auteurs (les chercheurs) et des clients (les bibliothèques universitaires), qui exigent une diffusion sous forme numérique et des coûts d'accès moins élevés.

L'environnement numérique a rendu les espaces de publication moins rares, car les revues ne sont plus soumises aux mêmes limitations que lorsqu'elles devaient être imprimées; à l'heure actuelle, le facteur limitant le développement de ce marché est plutôt le budget des bibliothèques. Le marché des périodiques n'est pas très sensible au prix, les clients étant dans leur grande majorité des bibliothèques universitaires. Les variations de prix d'accès aux revues ou aux bases de données importantes, à la hausse ou à la baisse, ont très peu de répercussions sur le nombre d'abonnements.

Un autre facteur significatif est la forte demande, de la part des chercheurs, en faveur de délais de publication plus courts et de produits plus élaborés sur le plan technique, comprenant davantage d'hyperliens et de supports multimédias et dont le contenu est plus facile à réutiliser, notamment un plus grand nombre d'études reproduites et une publication plus fréquente de données relatives aux études.

Le troisième facteur pour les éditeurs scientifiques, et celui qui est le plus souvent évoqué, concerne le plan politique: les initiatives de libre accès qui visent à garantir que la recherche

soit accessible gratuitement à tous les chercheurs comme au grand public. L'argument le plus souvent invoqué en faveur de tels objectifs de politique générale est que la recherche subventionnée au moyen de fonds publics devrait être accessible au public. La Commission européenne a émis une recommandation formelle en ce sens en 2012<sup>19</sup>.

Un autre argument plus éthique porte sur la nature même de la communication scientifique : les chercheurs doivent bénéficier d'une transparence absolue, d'un droit de regard de tous et d'un accès universel à la totalité des connaissances scientifiques sur un pied d'égalité, y compris aux articles publiés et aux données utilisées. Si certaines initiatives en matière de libre accès sont adoptées par des scientifiques, des bibliothèques ou des établissements universitaires, les initiatives les plus efficaces ont été lancées par les pouvoirs publics ou par des organismes de financement de la recherche, telles que les politiques de publication en libre accès mises en place par le Wellcome Trust<sup>20</sup> et la Fondation Bill et Melinda Gates<sup>21</sup>. En 2018, ces fondations ont lancé, avec d'autres organismes, une initiative visant à coordonner leurs efforts, appelée Plan S<sup>22</sup>.

La gratuité du contenu au point de consommation requiert un modèle économique dans lequel quelqu'un d'autre qu'un acheteur ou un abonné paie. Les éditeurs et les décideurs expérimentent de nombreux modèles économiques (voir le chapitre 5 ci-après pour plus de détails) dans l'espoir d'en trouver un qui soit rentable, qui préserve la qualité des publications ainsi que la liberté scientifique, et qui soit viable sur le long terme.

Il existe des modèles économiques mixtes qui incluent une certaine forme de libre accès, soit avec un embargo (c'est-à-dire une période durant laquelle l'accès n'est ouvert qu'aux abonnés), soit avec des dépôts en libre accès spécifiques. Les pouvoirs publics<sup>23</sup> ou les consortiums<sup>24</sup> peuvent aussi prendre des licences pour un grand nombre d'universités ou pour l'ensemble des bibliothèques publiques, ou conclure d'autres accords de licence. Les éditeurs peuvent changer leur modèle économique en ne facturant plus de frais d'inscription, mais en demandant aux chercheurs qui ont écrit les articles de payer pour leur publication. Ce dernier modèle apporte son propre lot de problèmes : à moins que le financement ne soit couvert par une bourse de recherche, il confère un avantage

à ceux qui, dans les milieux universitaires, tiennent les cordons de la bourse. Cela conduit également à des pratiques éditoriales contraires à l'éthique, avec des éditeurs prédateurs qui montent de fausses revues à l'allure prestigieuse pour inciter des chercheurs peu avisés à publier chez eux<sup>25</sup>.

La numérisation observée dans ce secteur s'est opérée pour l'essentiel dans le domaine des revues scientifiques, toutefois, les monographies suivent de près et les mêmes facteurs qui influent sur périodiques affectent de plus en plus les formes de publication plus durables.

En 2009, seuls les deux tiers environ des éditeurs scientifiques publiaient sous forme électronique<sup>26</sup> et les recettes provenant des livres électroniques représentaient moins de 10% des ventes totales. Cependant, ce chiffre a considérablement augmenté depuis lors en raison de la demande croissante de systèmes rentables adaptés à l'augmentation du contenu, qui permettent également une plus grande diffusion à l'échelle internationale.

## Notes

1. "Le journal tue le livre, comme le livre a tué l'architecture, comme l'artillerie a tué le courage et la force musculaire." Gautier, T. (1835). *Mademoiselle de Maupin*. [www.ebooksgratuits.com/html/gautier\\_mademoiselle\\_maupin.html?bcsi\\_scan\\_D99544420D78AF92=0&bcsi\\_scan\\_filename=gautier\\_mademoiselle\\_maupin.html](http://www.ebooksgratuits.com/html/gautier_mademoiselle_maupin.html?bcsi_scan_D99544420D78AF92=0&bcsi_scan_filename=gautier_mademoiselle_maupin.html).
2. PayPal (2016), *Digital Media Consumers: Cross-country Trends*. [www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/global/shared/global/media-resources/documents/paypal-global-gaming-and-ebooks-study.pdf](http://www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/global/shared/global/media-resources/documents/paypal-global-gaming-and-ebooks-study.pdf).
3. Voir l'adresse [www.internationalauthors.org/news/public-lending-right/public-lending-right-introductory-guide-launched/](http://www.internationalauthors.org/news/public-lending-right/public-lending-right-introductory-guide-launched/).
4. Singer, L.M. et P.A. Alexander (2016), Reading across mediums: Effects of reading digital and print texts on comprehension and calibration. *The Journal of Experimental Education*, 85(1), 155-172. <https://doi.org/10.1080/00220973.2016.1143794>.
5. Nagaraj, A. et I. Reimers (2019), *Digitization and the Demand for Physical Works: Evidence from the Google Books Project*. <https://ssrn.com/abstract=3339524>.
6. Waldfogel, J. (2017), How digitization has created a golden age of music, movies, books, and television. *Journal of Economic Perspectives*, 31(195), 3-214.
7. OCDE (2012), PISA 2012 Database, Table 2.9, StatLink. <http://dx.doi.org/10.1787/888933252791>.
8. OCDE (2015), *Students, Computers and Learning: Making the Connection*. Paris: PISA, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239555-en>
9. Escueta, M. *et al.* (2017), Education technology: An evidence-based review. *Working Paper 23744*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w23744>, [www.nber.org/papers/w23744](http://www.nber.org/papers/w23744).
10. Voir Baron, N. (2015), *Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World*. New York: Oxford University Press et Schaub, M. (2016). 92% of college students prefer print books to e-books, study finds. *Los Angeles Times*, 8 février. [www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-92-percent-college-students-prefer-paper-over-pixels-20160208-story.html](http://www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-92-percent-college-students-prefer-paper-over-pixels-20160208-story.html).
11. Singer, L.M. et P.A. Alexander (2016), Reading across mediums: Effects of reading digital and print texts on comprehension and calibration. *The Journal of Experimental Education*, 85(1), 155-172. <https://doi.org/10.1080/00220973.2016.1143794>.
12. Bryant, J. *et al.* (2020), School-system priorities in the age of coronavirus. McKinsey & Company. [www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/school-system-priorities-in-the-age-of-coronavirus](http://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/school-system-priorities-in-the-age-of-coronavirus).
13. États-Unis: Project MUSE (2020), Free resources on MUSE during COVID-19. <https://about.muse.jhu.edu/resources/freeresourcescovid19/#freepublishers>; France: Les Éditeurs d'Éducation (2020). COVID-19: Les Éditeurs d'Éducation mettent gratuitement leurs manuels numériques à la disposition de tous les élèves. [www.lesediteursdeducation.com/actu/covid-19-les-editeurs-deducation-mettent-gratuitement-leurs-manuels-numeriques-a-la-disposition-de-tous-les-eleves/](http://www.lesediteursdeducation.com/actu/covid-19-les-editeurs-deducation-mettent-gratuitement-leurs-manuels-numeriques-a-la-disposition-de-tous-les-eleves/);

- Espagne : ANELE (2020). Los contenidos educativos durante la pandemia. <https://anele.org/ventana-de-anele/noticias/los-contenidos-educativos-durante-la-pandemia>.
14. Tran, M. (2012), Pearson to invest in low-cost private education in Africa and Asia. *The Guardian*, 3 juillet. [www.theguardian.com/global-development/2012/jul/03/pearson-invest-private-education-africa-asia](http://www.theguardian.com/global-development/2012/jul/03/pearson-invest-private-education-africa-asia).
  15. Par exemple, Hill, P. (2016), *Popular discussion platform Piazza getting pushback for selling student data*. eLiterate, 10 novembre. <http://mfeldstein.com/popular-discussion-platform-piazza-getting-pushback-selling-student-data/>.
  16. Chui, M. et J. Sarakatsannis (2015), *Protecting student data in a digital world*. McKinsey & Company. [www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/protecting-student-data-in-a-digital-world](http://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/protecting-student-data-in-a-digital-world)
  17. The Royal Society (2011). *Knowledge, Networks and Nations: Global Scientific Collaboration in the 21<sup>st</sup> Century*. London: The Royal Society. [https://royalsociety.org/~media/Royal\\_Society\\_Content/policy/publications/2011/4294976134.pdf](https://royalsociety.org/~media/Royal_Society_Content/policy/publications/2011/4294976134.pdf).
  18. Powell, A. et al. (2020), Achieving an Equitable Transition to Open Access for Researchers in Lower and Middle-Income Countries. *ICSR Perspectives*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3624782>.
  19. Commission européenne (2012). Recommandation de la commission du 17 juillet 2012 relative à l'accès aux informations scientifiques et à leur conservation. *Journal officiel de l'Union européenne* 194/39. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012H0417&rid=1>.
  20. Wellcome (n.d.), Open access policy. <https://wellcome.ac.uk/funding/managing-grant/open-access-policy>.
  21. Bill & Melinda Gates Foundation (2021), *Bill & Melinda Gates Foundation open access policy*. [www.gatesfoundation.org/How-We-Work/General-Information/Open-Access-Policy](http://www.gatesfoundation.org/How-We-Work/General-Information/Open-Access-Policy).
  22. Else, H. (2021), A guide to Plan S: the open-access initiative shaking up science publishing. *Nature*, 12 avril. <https://doi.org/10.1038/d41586-021-00883-6>.
  23. Publishers' Licensing Services (n.d.), Access to Research: Enabling access to academic articles in public libraries. [www.pls.org.uk/services/access-to-research/](http://www.pls.org.uk/services/access-to-research/).
  24. Herb, U. (2018), News about the Elsevier agreement in Finland. *Scidecode*, 17 janvier. <https://scidecode.com/en/2018/01/17/news-about-the-elsevier-agreement-in-finland/>.
  25. Butler, D. (2013), Investigating journals: The dark side of publishing. *Nature*, 495, 433–435. <https://doi.org/10.1038/495433a>.
  26. Association of Learned and Professional Society Publishers (2010), *Scholarly Book Publishing Practice: First Survey 2009*. [www.alpsp.org/Reports-Publications/scholarly-book-publishing-practice-first-survey-2009](http://www.alpsp.org/Reports-Publications/scholarly-book-publishing-practice-first-survey-2009).

# L'économie de l'édition dans l'environnement numérique

## L'édition et l'environnement numérique

La révolution numérique est non seulement une évolution technologique, mais aussi un changement dans les comportements et attitudes. Les auteurs, les éditeurs et les décideurs doivent s'adapter à un environnement imprévisible et en mutation rapide. Dans leur évaluation de la vitesse et de la portée de la transformation numérique dans leur secteur et sur leur public, ils se doivent également de réfléchir aux modèles économiques que l'environnement numérique permet, voire exige.

Pour l'industrie du livre, les aspects technologiques de la révolution numérique sont particulièrement importants : ils influent sur la manière dont les livres et autres publications sont produits, distribués, évalués, promus et consommés. Cependant, les bouleversements sociaux et comportementaux, c'est-à-dire les facteurs culturels, sont encore plus spectaculaires : ils modifient les habitudes de consommation, l'attitude envers la lecture, les attentes en matière de prix et la manière dont les lecteurs veulent interagir avec les auteurs, les livres, les librairies et les autres lecteurs. La mondialisation du secteur de l'édition, à l'instar de nombreuses autres industries, résulte à la fois des nouvelles technologies et de l'évolution des comportements et des attitudes.

## La chaîne de valeur traditionnelle de l'édition

Une chaîne de valeur est un modèle qui décrit la séquence d'intermédiaires commerciaux connectés qui apportent une valeur ajoutée à un produit avant que celui-ci n'atteigne ses consommateurs. La chaîne de valeur de l'édition relie le contenu créé par les auteurs et les autres titulaires de droits, aux lecteurs. La chaîne de valeur se présente de manière très différente entre l'édition commerciale, l'édition scolaire et l'édition scientifique. Par ailleurs, au sein de chaque branche, il a toujours existé des variantes et des acteurs qui ont mis au point leurs propres chaînes de valeur, parfois

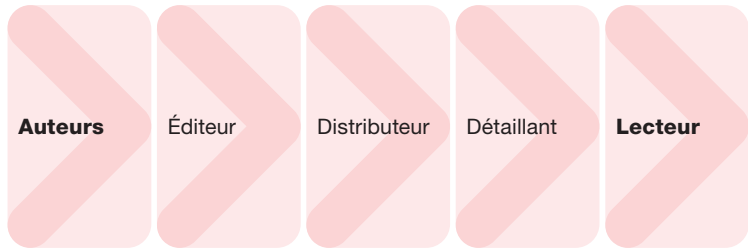


particulières; les sections qui suivent décrivent donc des scénarios typiques au sein desquels des auteurs et des éditeurs peuvent avoir élaboré leurs propres variantes.

### L'édition commerciale

Dans le domaine de l'édition grand public, la chaîne de valeur traditionnelle est simple: les auteurs concèdent leurs œuvres sous licence aux éditeurs, souvent appuyés par des agents qui les aident à dénicher des auteurs de talent et se spécialisent dans la négociation de licences pour leur compte. Les éditeurs sélectionnent les œuvres à publier et se chargent de l'édition et de la production du livre (y compris la vérification de la cohérence et de la lisibilité, la présentation générale, le titre, la mise en forme, l'impression et l'expédition). Les ouvrages imprimés sont stockés avant d'être distribués, ce qui suppose généralement l'intervention de grossistes et de distributeurs. Les campagnes de vente, de promotion et de relations publiques contribuent à susciter l'intérêt et la demande du public, et sont généralement assurées par les détaillants. Pour un titre de fiction, la période de promotion active s'étend sur 18 mois au maximum, à la suite de quoi il est maintenu au catalogue de l'éditeur pendant un certain temps avant que les droits ne reviennent à l'auteur à la fin de sa durée de vie commerciale. Le catalogue est une source essentielle de revenus pour la plupart des maisons d'édition, car il fournit un revenu régulier à mesure qu'il s'enrichit.

Dans la chaîne de valeur traditionnelle, il existe indéniablement des goulots d'étranglement; c'est-à-dire des points de rareté difficiles à franchir pour les livres imprimés. Ces goulots d'étranglement résident traditionnellement dans la difficulté à se faire publier dans un premier temps, et ensuite à assurer la disponibilité physique du livre (en d'autres termes, de l'acheminer dans des librairies où les clients pourront le trouver et l'acheter). Les grands éditeurs ont un avantage certain, tandis que les nouveaux venus sur le marché auront du mal à faire en sorte que leurs livres soient stockés, distribués, mis en rayon et activement promus en librairie.

**Figure 5.1. Chaîne de valeur de l'édition commerciale**

### L'édition scolaire

La chaîne de valeur de l'édition scolaire peut varier considérablement selon la politique du pays en matière de marchés publics. Dans les cas les plus extrêmes, les pouvoirs publics, au niveau national, régional ou local, peuvent rédiger, imprimer et publier eux-mêmes les manuels scolaires; dans ce cas, il n'y a aucune chaîne de valeur commerciale. Les auteurs et éditeurs privés se concentrent alors en général sur le segment périscolaire, c'est-à-dire celui du matériel complémentaire destiné aux parents qui, lui, repose sur la chaîne de valeur de l'édition commerciale.

Mais il est plus fréquent que les pouvoirs publics soumettent la production d'un manuel scolaire à un appel d'offres international et signent un contrat avec le soumissionnaire retenu. C'est alors le seul point d'entrée pour les éditeurs en compétition. Les sommes importantes investies dans de tels appels d'offres favorisent la corruption et la manipulation du petit nombre de décideurs<sup>1</sup>.

Ces appels d'offres internationaux entravent également le développement de l'édition scolaire locale. Seules les maisons d'édition très stables peuvent maintenir le niveau de compétences élevé qu'exige la production de manuels scolaires de qualité, compte tenu du très petit nombre d'appels d'offres. Elles peuvent également proposer ou adapter des manuels déjà développés dans d'autres pays. Sept des 10 plus grandes maisons d'édition internationales publient des manuels scolaires au niveau international<sup>2</sup>.

À l'autre extrémité, les pouvoirs publics peuvent se tenir à l'écart de la production des manuels et gérer leur approvisionnement en prescrivant des programmes et, éventuellement, en approuvant un grand nombre de livres pour l'utilisation en classe. Ils comptent sur les éditeurs pour produire, vendre, commercialiser et distribuer leurs manuels aux autorités scolaires locales ou aux écoles, en compétition avec d'autres éditeurs faisant la même chose.

La plupart des pays ont des politiques d'achat de manuels scolaires qui autorisent une certaine concurrence dans le secteur de l'édition. D'un point de vue macroéconomique, une telle concurrence pourrait faire baisser les prix efficacement et engendrer des économies sur les marchés publics. Certains peuvent insister pour que les éditeurs livrent les manuels en grande quantité dans des entrepôts gérés par les pouvoirs publics, qui organisent leur distribution.

Dans d'autres pays, les éditeurs vendent leurs manuels aux établissements tout en permettant aux librairies d'en assurer la distribution. C'est un moyen de soutenir les librairies locales qui peuvent compter sur les recettes régulières générées par la vente de ces manuels.

**Figure 5.2. Chaîne de valeur de l'édition scolaire**



## L'édition scientifique

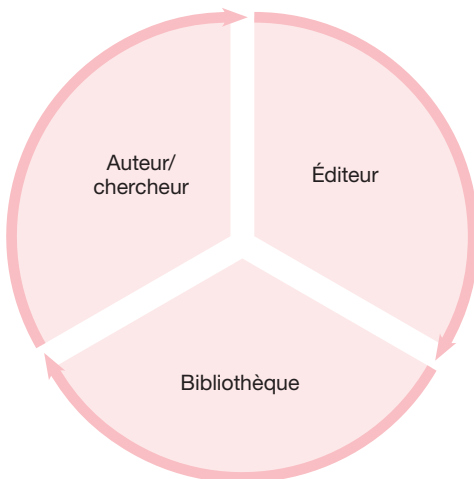
Le secteur de l'édition académique se concentre principalement sur les revues scientifiques et leurs bases de données. Le marché des monographies (c'est-à-dire les livres scientifiques écrits par des universitaires) présente des similitudes avec l'édition grand public, et le marché des manuels universitaires de premier cycle se rapproche par bien des aspects de l'édition scolaire pour les écoles primaires et secondaires. Toutefois, le marché principal de l'édition scientifique, à savoir la publication et l'accès aux revues scientifiques, s'en distingue.

La chaîne de valeur est plutôt condensée : les chercheurs soumettent les résultats de leur recherche sous la forme d'articles aux éditeurs des revues les plus adéquates et les plus prestigieuses. La structure, le style et le format des articles répondent à une formalisation très stricte. La publication faisant partie intégrante du processus de recherche, elle est financée par les institutions auxquelles les chercheurs sont rattachés. Les articles sont ensuite relus par des experts du domaine, qui fournissent ce service aux éditeurs et à la communauté scientifique dans le cadre de leur travail quotidien. Si un article est sélectionné, parfois accompagné de suggestions de modifications de la part des relecteurs, il est soumis à un processus rédactionnel et de production par les éditeurs, principalement pour s'assurer qu'il est pleinement interconnecté avec le corpus de la revue et donc facilement accessible lors d'une recherche. Il est ensuite publié et fait alors officiellement partie du corpus de publications scientifiques. La date de soumission et de publication contribue à déterminer à qui incombe la primauté d'une découverte ou d'une invention. Les autres chercheurs peuvent alors trouver l'article par une recherche d'articles liés à leur domaine d'expertise dans le corpus de publications existantes, et ainsi tirer parti de cette base de connaissances et d'articles d'auteurs pouvant garantir d'autres progrès scientifiques<sup>3</sup>.

Les éditeurs vendent leur accès aux revues, soit directement aux bibliothèques, soit à des consortiums de bibliothèques. Une des différences notables entre l'édition scientifique et l'édition grand public réside dans le fait que, dans l'édition scientifique, l'acheteur n'est généralement pas le consommateur : la majorité des ventes sont destinées aux bibliothèques représentant leurs institutions, qui

ont leur propre budget dédié à cet achat. Leurs lecteurs, à savoir les chercheurs et les étudiants, sont rarement ceux qui commandent et achètent ces publications. Toutefois, du point de vue de l'éditeur, les personnes les plus importantes dans la chaîne de valeur sont les auteurs, qui décident où publier leurs principaux travaux. De gros efforts sont déployés pour attirer les meilleurs travaux des chercheurs les plus réputés. Autre différence avec l'édition grand public: la qualité de la recherche soumise aux revues est évaluée par des processus de relecture par des pairs (en d'autres termes, des chercheurs appartenant eux-mêmes à la communauté scientifique visée contribuent à la valeur des œuvres et la jugent avant publication). Le fait que les auteurs et relecteurs ne reçoivent pas de compensation pour leur travail – puisque cet aspect fait partie de leur travail de chercheur – est souvent mentionné dans les critiques des profits réalisés par les maisons d'édition. Les éditeurs partagent souvent ces recettes avec des sociétés savantes pour lesquelles ils publient les revues. Mais la valeur ajoutée que les éditeurs apportent est bien souvent méconnue. Il ne s'agit pas uniquement du processus de publication en lui-même, mais aussi de la gestion de l'image de marque de la revue. Aux yeux de toutes les parties prenantes, l'édition dans les revues les plus prestigieuses est synonyme de distinction et d'opportunités professionnelles et financières pour les auteurs.

**Figure 5.3. Chaîne de valeur de l'édition scientifique**



## Les chaînes de valeur de l'édition sur l'Internet

Les éditeurs ont tout d'abord cherché à reproduire leur chaîne de valeur traditionnelle sur l'Internet. Il existe toutefois des différences fondamentales entre les environnements d'édition traditionnel et numérique. Fondamentalement, la technologie numérique permet une communication et une diffusion de contenu directes entre toutes les personnes connectées à l'Internet, au moyen d'applications dédiées ou de sites Web.

Compte tenu du faible coût en jeu et de la facilité d'obtention des compétences techniques nécessaires, les obstacles à l'établissement d'une présence sur l'Internet sont très peu nombreux. Pour les auteurs, l'Internet lève une grande partie des obstacles à l'entrée qui entravent la distribution commerciale de leurs œuvres imprimées. De la même façon, toutes les autres parties prenantes dans l'édition ayant des fonctions traditionnellement distinctes dans la chaîne de valeur ont également la possibilité d'étendre leurs services à des domaines précédemment réservés à leurs partenaires commerciaux. Par exemple, il est techniquement simple pour les bibliothèques de publier des thèses de doctorat<sup>4</sup>, ou pour les détaillants en ligne de devenir éditeurs<sup>5</sup>.

Alors qu'en théorie la diminution des obstacles à l'entrée devrait permettre une concurrence illimitée, les effets de réseau (l'augmentation de la valeur d'un service proportionnellement à l'augmentation du nombre de participants) ont créé de nouveaux intermédiaires dominants qui peuvent entraîner d'importantes distorsions du marché. Les lecteurs internautes peuvent restreindre leurs achats à une seule plateforme de livres électroniques, notamment si l'inscription à une autre plateforme est chronophage, ou s'ils préfèrent lire sur du matériel de lecture numérique ou une application propriétaire. Par ailleurs, certaines plateformes peuvent avoir l'exclusivité de certains contenus. Cela conduit souvent au résultat inverse, c'est-à-dire à des positions dominantes dans la chaîne de valeur. L'examen des conséquences économiques et sociales de l'Internet ne saurait passer sous silence la domination écrasante d'un petit nombre de parties prenantes. Ce phénomène ne se cantonne pas à l'édition ou aux industries de la création: Google, Facebook, Twitter, Uber, Airbnb et Netflix sont autant d'exemples d'entreprises dominantes sur leurs créneaux respectifs.

La principale préoccupation des auteurs et des éditeurs est la domination d'une seule et unique librairie en ligne, par exemple Amazon, sur les marchés du livre imprimé et du livre électronique en Amérique du Nord<sup>6</sup> et dans la plupart des pays d'Europe occidentale<sup>7</sup>. Dans d'autres pays, des acteurs locaux occupent une position similaire ou concurrencent effectivement Amazon (voire le dépassent en termes de ventes). C'est notamment le cas de Dangdang en Chine<sup>8</sup>, de Flipkart en Inde<sup>9</sup> ou d'Ozon en Russie<sup>10</sup>. Les plateformes d'autoédition ont également permis aux auteurs, pour la première fois, de diffuser leurs œuvres sans passer par des éditeurs (voir plus loin la section de ce chapitre consacrée à la désintermédiation et à la réintermédiation).

Si le secteur de l'édition se mondialise de plus en plus, il importe de noter que les modèles économiques étudiés ici ne sont pas uniformément répartis dans le monde et qu'il existe des différences géographiques et sectorielles. Cependant, outre la simplification de la chaîne de valeur traditionnelle, l'Internet a fait apparaître trois différents types de nouveaux modèles économiques : l'autoédition par les auteurs, le contenu généré par les utilisateurs et le contenu sponsorisé. Au sens le plus large, il existe également un quatrième modèle économique, à savoir la diffusion non autorisée d'œuvres protégées par le droit d'auteur : le piratage. La suite de ce chapitre s'intéressera aux trois premiers modèles économiques et à leurs incidences.

### **La chaîne de valeur traditionnelle adopte le numérique**

La chaîne de valeur traditionnelle de l'édition grand public joue encore un rôle important sur Internet : les auteurs autorisent les éditeurs à produire, distribuer et commercialiser des livres en format imprimé ou électronique. Les livres sont entreposés et vendus dans des librairies en ligne dans lesquelles les lecteurs les consultent et les achètent ou les téléchargent. Cependant, la chaîne de valeur traditionnelle est très différente sur Internet.

### ***Les coûts de publication dans l'environnement numérique***

Pour les maisons d'édition, les coûts afférents à la création du premier exemplaire d'une œuvre sont très similaires, qu'il s'agisse

du format imprimé ou numérique. Ils comprennent la publication, la mise en page, la conception et les autres éléments de production. La non-production d'un livre imprimé entraîne d'importantes économies. Toutefois, les redevances versées aux auteurs pour les livres électroniques ont tendance à être plus élevées que dans l'environnement papier. Si, dans le domaine de l'impression, des redevances de 8 à 15% sont monnaie courante, elles avoisinent souvent 25% pour les livres électroniques, certains organismes de défense des auteurs réclamant jusqu'à 50%<sup>11</sup>. Étant donné les tarifs alléchants proposés par les services de publication à compte d'auteur, la marge de négociation de redevances plus élevées est aussi beaucoup plus grande. Là où les éditeurs font des économies globales, on observe une plus grande souplesse dans les stratégies tarifaires. Les prix définis par les éditeurs pour les livres électroniques peuvent être plus élevés ou plus bas que pour les livres imprimés<sup>12</sup>, et différents éditeurs peuvent adopter différentes stratégies<sup>13</sup>.

Dans l'édition scolaire et scientifique, comme pour certaines maisons d'édition, l'édition numérique implique des investissements supplémentaires non négligeables. La création d'une édition numérique peut nécessiter de nouvelles compétences techniques et des investissements supplémentaires (voir la section sur les métadonnées) : l'éditeur peut avoir besoin de créer des référentiels sophistiqués (des bases de données pour l'édition scientifique, par exemple) avec des outils de recherche et de consultation, et la livraison du contenu à des intermédiaires comme les bibliothèques peut se révéler plus complexe. Par ailleurs, investir dans l'édition numérique peut permettre aux éditeurs d'expérimenter leurs services et de les améliorer à partir des données qu'ils recueillent de leurs utilisateurs.

Les éditeurs de manuels scolaires doivent également investir des sommes importantes dans le développement de contenu supplémentaire en ligne, pour ajouter du contenu interactif tel que des exercices, des vidéos ou du matériel pédagogique. Cela nécessite des compétences techniques et des ressources supplémentaires considérables.

Les librairies en ligne doivent en outre accroître leur présence sur Internet, et par conséquent, la structure des coûts est très différente de celle des librairies traditionnelles. Bien que les frais d'infrastructure



(frais généraux) puissent être beaucoup plus élevés, ils tendent à générer des économies sur d'autres postes : ainsi, aux États-Unis d'Amérique, les circuits de distribution traditionnels ont besoin, en moyenne, de 47 salariés pour atteindre un chiffre d'affaires de 10 millions de dollars, tandis qu'Amazon n'a besoin que de 14 salariés pour atteindre le même objectif<sup>14</sup>.

### *Comment la valeur ajoutée des différents intermédiaires se modifie*

La valeur ajoutée des différents intermédiaires n'est pas la même dans un environnement numérique. Si certains auteurs et certains lecteurs accordent encore de la valeur à la production d'exemplaires imprimés (par exemple, les livres de cuisine ou d'art en papier glacé, ou les éditions soigneusement reliées), dans d'autres domaines, l'exigence d'exemplaires imprimés a diminué, voire disparu, et ce service n'est donc plus nécessaire ni valorisé.

Depuis l'émergence du livre électronique, les éditeurs ne sont plus les gardiens des librairies, les bibliothèques ne sont plus les seuls dépositaires de l'information, et les librairies ne sont plus l'endroit le plus pratique pour acheter un livre. Du fait de ce changement, les éditeurs qui, par exemple, publiaient les thèses de doctorat contre rémunération ont été parmi les premiers à être menacés par l'Internet, étant donné que la plupart des bibliothèques universitaires diffusent gratuitement les thèses en ligne et n'ont plus vraiment besoin d'un exemplaire imprimé. Si la distribution numérique semble très simple à première vue, elle nécessite l'acquisition de nouvelles compétences qui augmentent la valeur de ce service. Il s'agit notamment :

- des contrôles d'accès (pour s'assurer que seul le destinataire concerné reçoive la publication);
- du formatage (pour s'assurer que le format fourni aux consommateurs ou aux acheteurs soit compatible avec leurs systèmes – par exemple fournir une version Kindle, EPUB, PDF, etc.);
- du contrôle de version (pour s'assurer que la bonne version est fournie);
- des systèmes de paiement en ligne (avec mécanismes de remboursement); et

- des métadonnées (pour les systèmes de catalogage, de consultation et d'indexation).

### *Métadonnées*

Les métadonnées sont des données sur les données. En ce qui concerne les livres, il s'agit d'informations bibliographiques qui décrivent le livre, c'est-à-dire le titre, l'auteur, l'éditeur, la date et le lieu de publication. Elles peuvent également inclure des informations sur le contenu, telles que le genre, la langue, les mots-clés, le domaine, le niveau de langue et bien plus. Elles peuvent aussi comporter des informations sur le format de publication : pour un livre imprimé, il s'agirait de la taille ou d'autres caractéristiques, tandis que pour un livre électronique, cela désignerait le format de fichier ou les options et caractéristiques d'accessibilité. Les métadonnées incluent souvent des identifiants pour les œuvres, les éditions, les auteurs, les éditeurs et autres contributeurs. Elles peuvent également contenir des informations sur les droits et les ayants droit actuels pour différents droits et territoires.

L'importance de la publication de métadonnées a pris énormément d'ampleur avec l'Internet, et pas seulement avec les livres électroniques. Le réseau traditionnel de distribution commerciale des livres imprimés a gagné en efficacité et en fiabilité uniquement depuis que les catalogues et les bases de données bibliographiques comprennent des métadonnées standardisées (en particulier le numéro international normalisé des livres [ISBN]) ainsi que d'autres données qui permettent de découvrir des ouvrages sur la base d'une série de critères.

Sur Internet, les métadonnées sont encore plus importantes. Les sites Web ont de très petites "vitrines" – des écrans permettant de présenter les livres. Même ce petit écran est personnalisé afin que les clients ne voient que les livres qui sont sélectionnés en fonction de leurs goûts ou ceux pour lesquels les éditeurs ont rémunéré le site pour les promouvoir. La recherche et la consultation supposent que l'utilisateur saisisse des données de recherche qui sont ensuite associées aux métadonnées contenues dans les bases de données bibliographiques.

La gestion des métadonnées est non seulement importante, mais elle est l'un des principaux moyens utilisés par les éditeurs pour ajouter de la valeur aux œuvres des auteurs – et elle peut accroître directement les ventes. Elle suppose la compréhension des exigences des divers intermédiaires en matière de métadonnées, le souci du détail et de l'expérience. Les éditeurs perdent des ventes lorsque le titre du livre ou le nom de l'auteur sont mal orthographiés, ce qui, curieusement, demeure un problème fréquent. Il arrive souvent que les utilisateurs orthographient mal un nom, ou que le nom d'un auteur ait plusieurs orthographes différentes. Il existe par exemple plus de 100 façons différentes d'orthographier le nom de l'ancien dirigeant libyen et auteur prolifique Moammar Kadhafi dans le monde, en le transposant de l'écriture arabe à l'alphabet latin<sup>15</sup>. Les métadonnées et les identifiants uniques permettent d'assurer que les résultats de recherche produisent l'auteur et le livre recherchés. De la même manière, le classement d'un livre dans le mauvais rayon ou le fait de ne pas fournir de mots-clés pertinents qui soient en rapport avec le sujet du livre peuvent faire baisser le volume des ventes. Les identifiants permettent en outre d'éviter de commander par erreur des éditions antérieures, et les métadonnées sur les livres électroniques garantissent que l'œuvre commandée est dans le bon format, sachant qu'il existe plus de 30 formats numériques courants de livres électroniques.

Traditionnellement, les éditeurs se sont concentrés sur les métadonnées du secteur requises par les agences nationales de l'ISBN<sup>16</sup> : tous les éditeurs ont l'habitude de recevoir les numéros ISBN et de gérer les données correspondantes<sup>17</sup>. D'autres identifiants gagnent également en importance : l'identifiant numérique d'objet (DOI) « fournit une infrastructure technique et sociale pour l'enregistrement et l'utilisation d'identifiants interopérables persistants »<sup>18</sup> pour tous les types de contenu. Le Système international d'identification des œuvres textuelles basé sur un identifiant (ISTC)<sup>19</sup> fournit un identifiant unique pour toutes les versions publiées d'une même œuvre, ce qui facilite la gestion des redevances et la consultation. Le Code international normalisé des noms (ISNI)<sup>20</sup> permet l'identification des entités qui contribuent aux œuvres créatives et qui participent activement à leur distribution. Trois organismes internationaux responsables de l'élaboration de normes éditoriales jouent un rôle particulièrement important dans l'élaboration des normes dans l'édition numérique : le World Wide

Web Consortium (W3C), et en particulier le Publishing Business Group; le groupe communautaire EPUB 3<sup>21</sup>, qui conçoit et gère d'importants formats numériques; et EDItEUR<sup>22</sup>, un consortium international du secteur de l'édition qui met en place des normes pour la chaîne de distribution de livres imprimés et numériques.

Les informations relatives aux droits sur les éditions numériques sont tout aussi importantes et seront abordées ci-après.

Dans l'environnement numérique, il importe non seulement d'obtenir les identifiants nécessaires pour chaque œuvre et d'enregistrer les métadonnées nécessaires, mais aussi de communiquer ces informations de manière standardisée. Le format *ONIX for Books Product Information Message*<sup>23</sup> est la norme internationale pour la représentation des messages d'information sur les produits de l'industrie du livre sous forme électronique et pour la communication de ces messages. Il est essentiel de comprendre comment créer ces entrées et de se tenir au courant de leurs mises à jour pour assurer le succès de l'édition dans l'environnement numérique.

### Désintermédiation et réintermédiation

La majorité des prestataires de services de la chaîne de valeur traditionnelle considèrent l'Internet comme une possibilité d'étendre leurs services au détriment des autres membres de la chaîne de valeur.

Très tôt, certains éditeurs se sont étendus à la publication à compte d'auteur en vendant des services d'édition indépendants aux auteurs. Cela permet aux éditeurs de monétiser les manuscrits pour lesquels ils ne sont pas prêts eux-mêmes à prendre un risque économique. Ainsi, Penguin Random House a acheté l'entreprise spécialisée dans la publication à compte d'auteur Author Solutions en 2012, mais a mis fin à cette expérience en 2015. Les principaux services de publication à compte d'auteur sont désormais indépendants ou liés à des librairies en ligne ou à des plateformes de lecture.

Certains détaillants en ligne ont acheté une maison d'édition ou bien créé leur propre maison d'édition, espérant ainsi supplanter les éditeurs. Ainsi, Amazon a lancé sa propre maison d'édition en 2009

et possède désormais une série de collections, dont Montlake Romance pour la littérature sentimentale et Thomas & Mercer pour les romans policiers. Cette stratégie d'intégration verticale est similaire à celle adoptée dans d'autres secteurs d'activité tels que le luxe, où le titulaire de la marque peut contrôler la production, la distribution et les points de vente au détail.

Amazon, Apple, Kobo et d'autres détaillants en ligne ont également lancé des services de publication à compte d'auteur. Cela signifie qu'au lieu de verser une redevance aux auteurs, ils facturent aux auteurs en puissance leurs services d'édition et de production et l'intégration de leurs livres dans la librairie en ligne. En règle générale, ces programmes sont gérés séparément des collections traditionnelles.

Certains agents d'auteurs ont également modifié leur modèle économique et facturent désormais leurs services aux auteurs, en leur proposant également des services d'édition, de marketing ou de communication numérique.

Même les bibliothèques sont maintenant en concurrence avec les autres membres de la chaîne de valeur. Actuellement, les thèses universitaires sont souvent publiées par les bibliothèques universitaires, et les éditeurs ne sont plus impliqués. Les bibliothèques cherchent bien entendu à étendre leurs services avec le prêt de livres électroniques en ligne, services qui pourraient concurrencer ceux des éditeurs. Les éditeurs et les bibliothèques expérimentent de nombreux modèles économiques<sup>24</sup>. Dans certains pays, les bibliothèques versent désormais des redevances d'un montant substantiel aux éditeurs pour le prêt électronique ou même la vente de livres électroniques par le biais de leurs plateformes de prêt numérique, créant ainsi un nouveau canal de vente au détail en ligne. S'agissant des publications scientifiques, les bibliothèques universitaires ont de plus en plus tendance à publier des revues scientifiques en ligne pour le compte de leur personnel universitaire, soit pour compléter les revues appartenant à des éditeurs, soit pour les concurrencer<sup>25</sup>.

### *L'autoédition*

La perturbation la plus extrême de la chaîne de valeur traditionnelle se produit lorsqu'un auteur la contrôle dans son intégralité. Les auteurs peuvent éditer et produire leurs livres et les vendre à des clients directement sur des sites particuliers. En fonction de leur expertise, les auteurs peuvent choisir de faire appel à des prestataires pour l'édition et la conception de leurs livres, la gestion des aspects technologiques liés à l'approvisionnement numérique, aux relations publiques et au marketing, ainsi qu'à la gestion des services de traitement des commandes et de paiement. Ils pourraient aussi tout simplement créer leur propre maison d'édition, un peu comme les éditeurs de musique que de nombreux groupes et musiciens ont créés pour gérer leurs droits d'auteur. Ce modèle économique présente l'avantage de permettre aux auteurs d'exercer un contrôle total sur leurs livres et sur la façon dont ils sont commercialisés et vendus. En outre, il est économiquement prouvé que les auteurs peuvent négocier des avances plus importantes de la part des éditeurs puisque l'édition à compte d'auteur est devenue une option respectable<sup>26</sup>. Ils reçoivent également des réactions sans filtre de leurs lecteurs et peuvent entretenir une relation avec eux, puis adapter leurs futurs écrits en fonction des attentes des lecteurs, s'ils le souhaitent. Ce choix n'est toutefois pas sans défis : les auteurs doivent acquérir de nouvelles compétences en ce qui concerne la production numérique, la gestion des métadonnées et des droits, l'édition, la distribution, la vente, le marketing et les relations publiques; ou investir des sommes d'argent pour engager des professionnels pour ces activités, puis consacrer du temps à la gestion de leur équipe. Mais tout cela représente autant de temps qu'ils ne pourront pas consacrer à l'écriture. Cette option est donc davantage adaptée à des auteurs déjà connus, suffisamment riches pour investir dans le développement de ces canaux, ou à des auteurs capables et désireux de développer l'expertise technique nécessaire, et de consacrer du temps non seulement à l'écriture, mais aussi à la gestion de leur activité éditoriale.

### **Encadré 5.1. Étude de cas n° 5: J.K. Rowling**

J. K. Rowling est un exemple célèbre: elle s'est abstenue de concéder les droits sur les éditions numériques de la série *Harry Potter* à ses éditeurs d'œuvres imprimées ou audio. Au lieu de cela, elle a lancé son site Internet, Pottermore, en 2012. Son successeur, [wizardingworld.com](http://wizardingworld.com), offre bien plus qu'une simple boutique où les consommateurs peuvent acheter les livres *Harry Potter*. Il comporte actuellement d'autres textes de J. K. Rowling, fournit des informations générales sur le monde des sorciers et fait la promotion des dernières adaptations théâtrales ou cinématographiques de la série originale. Des fonctionnalités interactives permettent aux lecteurs de pénétrer dans le monde des sorciers. La section "nouveau" permet d'accéder aux communiqués de presse et aux reportages médiatiques sur tout ce qui touche aux événements liés à Harry Potter. La boutique proposait au départ des versions imprimées et électroniques des livres *Harry Potter*, ainsi que des livres audio en anglais, allemand et japonais. Un changement de stratégie a rendu les livres électroniques accessibles via de nombreux canaux de commerce de livres électroniques.

---

### **Encadré 5.2. Étude de cas n° 6: Les auteurs de littérature sentimentale aux États-Unis d'Amérique**

En 2013, les ventes de littérature sentimentale représentaient environ 1,08 milliard de dollars aux États-Unis d'Amérique, soit environ 34% de la fiction pour adultes. Trente-neuf pour cent des romans sentimentaux sont achetés en format électronique<sup>27</sup>.

La majorité des acheteurs de romans sentimentaux sont des femmes (82%), et 29,5% de ces lecteurs lisent essentiellement en format électronique. Parmi eux, 23% utilisent plus d'un support électronique pour lire. Les lecteurs de romans d'amour ont généralement entre 30 et 54 ans, lisent et achètent régulièrement de nouveaux livres et discutent des livres qu'ils lisent avec leurs amis. Les lecteurs ont souvent une préférence pour tel ou tel sous-genre et sont fidèles

aux écrivains dont ils ont apprécié les livres. Les sous-genres comprennent, entre autres, la littérature contemporaine, historique, érotique, paranormale, pour jeunes adultes et chrétienne.

L'autoédition et l'édition de livres exclusivement électroniques sont particulièrement populaires chez les romanciers, ce qui rend leur volume de ventes et leur part de marché particulièrement difficiles à suivre. Le service innovant de suivi des ventes Author Earnings estime que 89% des ventes à l'unité de romans sentimentaux sont numériques, et que plus de la moitié de ces romans sont autoédités. Environ 74% des ventes à l'unité sont réalisées par le biais d'Amazon, 11% par le biais d'Apple; quant à Google Play, Kobo et Nook, ils totalisent 10% à eux trois. Sur les 30 000 auteurs de romans sentimentaux qui vendent par le biais de Kindle, environ 780 gagnent plus de 50 000 dollars, et 1825 autres entre 10 000 et 25 000 dollars. Au sommet, 15 auteurs, dont 10 sont autoédités, gagnent plus de 1 million de dollars par an<sup>28</sup>. En 2019, plus de 1 000 auteurs en autoédition, dont de nombreux auteurs de romans sentimentaux, gagnaient plus de 50 000 dollars des États-Unis d'Amérique par an, rien que sur la plateforme Kindle d'Amazon<sup>29</sup>.

Comme l'a souligné le magazine américain *Publishing Perspectives* en 2020, "S'il y a une catégorie dans laquelle l'autoédition peut se targuer d'avoir remporté le gros lot, c'est bien le roman sentimental électronique à bas coût, consommé par des lecteurs à la fidélité enviable, à raison de plusieurs titres par semaine<sup>30</sup>."

Dans l'édition scolaire, les enseignants, les plateformes sociales, les gouvernements, les bibliothèques, les fondations et les initiatives de financement participatif ont tous publié des manuels, des évaluations et du matériel supplémentaire à l'intention des écoles. Ces initiatives ont toujours été en concurrence avec des éditeurs commerciaux. Il est difficile de maintenir un haut niveau de qualité sur le long terme. En l'absence de concurrence commerciale, une qualité tout juste passable s'imposera jusqu'à ce que les ressources soient à nouveau réunies pour réviser le manuel "gratuit" existant. Cela peut mener à un système éducatif à deux vitesses, dans lequel les écoles publiques utilisent des manuels "gratuits" et des ressources en libre accès, tandis que les écoles privées utilisent les manuels haut de gamme les plus récents.



Dans l'édition scientifique, l'autoédition est relativement rare. Il existe quelques cas d'auteurs chercheurs ayant lancé leur propre revue (par exemple, la revue *Discrete Analysis*, lancée en 2015<sup>31</sup>), mais peu de monographies sont autoéditées. Les archives de prépublications jouent également un rôle important dans certains domaines, comme la physique et les sciences de la vie; les premières versions des articles qui n'ont pas encore été publiés sont présentées pour discussion et, surtout, pour établir la primauté des conclusions de l'auteur<sup>32</sup>.

---

### ***Contenu généré par les utilisateurs et contenu produit par des pairs***

Les médias sociaux sur Internet permettent à tous les participants de partager des points de vue, de l'information, du code logiciel, des jeux, des nouveautés, de la musique et des clips vidéo. Naturellement, cela comprend aussi les articles de revues, les poèmes, les romans, les analyses et les contenus pédagogiques. Il existe certains médias sociaux, ou quasi sociaux, qui font concurrence à l'édition traditionnelle ou proposent un autre modèle économique.

Les "wikis" sont des sites Internet qui permettent aux utilisateurs de modifier leur contenu directement depuis leur navigateur. L'exemple le plus célèbre est Wikipédia, qui permet à un nombre potentiellement illimité de contributeurs d'enrichir une vaste encyclopédie. Les règles ont évolué au fil du temps, mais tendent généralement à permettre aux contributeurs de s'exprimer librement, et la communauté des contributeurs autogérée maintient des normes éditoriales, politiques et éthiques.

Si l'encyclopédie Wikipédia n'est pas aussi fournie dans toutes les langues et toutes les régions, elle est un concurrent direct des éditeurs d'ouvrages de référence et elle les met au défi de publier des ouvrages de référence aussi complets ou à jour. À l'inverse, les atouts de Wikipédia sont aussi ses faiblesses: son système de rédaction ouvert à tous et l'anonymat de ses contributeurs limitent sa capacité d'être citée comme référence crédible; sa crédibilité dépend des sources auxquelles elle renvoie. En outre, étant donné que Wikipédia est un outil de référence polyvalent, il existe un marché pour les sources spécialisées. Comme le montre l'*Encyclopædia Britannica*, les ouvrages de référence destinés à des publics spécifiques tels

que les universitaires, les enfants, les étudiants, les professionnels, les personnes ayant une vision culturelle ou politique particulière, et d'autres groupes ayant des besoins plus ciblés, peuvent encore trouver un marché commercialement viable (voir aussi l'encadré 2.1).

Les wikis ont également été utilisés pour la création de contenu pédagogique. Les Pays-Bas, par exemple, ont créé les "Wikiwijs"<sup>33</sup>, des plateformes pédagogiques où les enseignants peuvent trouver, modifier et partager du matériel pédagogique. Dans beaucoup d'autres pays, les enseignants sont invités à partager leur contenu ainsi que leurs évaluations ou exercices sur des plateformes pédagogiques afin que d'autres puissent les télécharger, les améliorer et les réutiliser. Un certain nombre d'initiatives de partage de manuels dans l'enseignement secondaire et supérieur ont vu le jour<sup>34</sup>.

Les ressources éducatives libres, promues par plusieurs organisations non gouvernementales (ONG) et agences de développement, font l'objet de beaucoup d'espoirs dans les pays en développement. Alors que certains espéraient voir ces ressources remplacer les manuels traditionnels, dans la pratique ces recueils ont constitué un support pédagogique supplémentaire. Ces supports collectifs ont toujours fait partie de la boîte à outils des professeurs individuels. Exempts par nature de méthode pédagogique cohérente, ils permettent aux professeurs d'enseigner selon leur propre style, tout en continuant d'utiliser des manuels comme fondement de leurs cours. En raison de leur processus de création non réglementé, leur pertinence pour la classe n'est évaluée que par le professeur qui les sélectionne. Ils peuvent donc s'avérer obsolètes, basés sur des faits biaisés (s'ils ont été créés par des tiers) ou non adaptés à un usage en classe en raison de difficultés de langue, de leur style ou de leur degré d'adhérence au programme national. Les manuels approuvés suivent un programme national spécifique et s'inscrivent dans un processus d'apprentissage plus large dans lequel le nouveau contenu s'ajoute à des éléments préalablement appris, la répétition de contenus plus anciens est subtilement incluse, et un concept pédagogique global assure la réussite à long terme. Il est difficile de reproduire une pensée éditoriale et pédagogique aussi globale et profonde dans des unités d'apprentissage modulaires, où ceux qui cherchent à améliorer le contenu peuvent ne pas comprendre la présence de certains éléments. Dans la pratique, ces sites Internet risquent

également de subir l'influence du contenu gratuit mis à disposition par des organismes politiques, religieux ou commerciaux, et il arrive souvent qu'un contenu d'excellente qualité soit copié sur celui des éditeurs. Enfin, la manière d'en encourager certains à remplir les fonctions d'un éditeur, qu'il s'agisse d'une maison d'édition ou d'une autre entité offrant ses services, doit être étudiée en tenant compte des circonstances locales<sup>35</sup>. Les scientifiques utilisent également leurs propres réseaux sociaux pour partager les résultats de leurs recherches. Il reste à voir quel rôle les sites Web (tels que ResearchGate et Academia.edu) ou les plateformes bibliographiques (comme Mendeley ou Zotero) joueront dans la communication scientifique<sup>36</sup>.

## Prix pratiqués et nouveaux modèles économiques

Les consommateurs ont tendance à penser que les livres électroniques coûtent moins cher que les livres imprimés, en raison des économies qui sont à l'évidence réalisées en matière d'impression, de stockage et de distribution des exemplaires imprimés. Sur les marchés où les éditeurs et les détaillants fixent les prix, comme c'est le cas aux États-Unis d'Amérique et au Royaume-Uni, les prix des livres électroniques peuvent être très différents de ceux des livres imprimés. Dans les pays dotés d'une réglementation relative au prix unique du livre, la différence de prix reflétera souvent la différence entre la TVA sur les livres électroniques et celle sur les livres imprimés<sup>37</sup>.

Une différence importante dans le monde numérique concerne les implications contractuelles de la vente de livres imprimés par rapport à la concession de livres électroniques sous licence. En effet, lorsqu'un client achète un livre imprimé, il achète une copie physique qui devient sa propriété (qu'il peut revendre, prêter, détruire, etc.). Par contre, les livres numériques sont généralement concédés sous licence au client, mais pas vendus. Cette situation a de nombreuses implications, examinées dans d'autres parties de la présente publication (voir le chapitre 6, en particulier) mais, en ce qui concerne strictement les prix, elle ouvre la voie à une grande variété de modèles de concession de licence et de fixation des prix.

Les éditeurs cherchent d'autres moyens de concéder des œuvres sous licence à des prix plus attractifs, afin de permettre d'autres paliers de prix. Ils peuvent vendre des licences pour des chapitres de livres ou pour une période de temps définie. Les manuels scolaires numériques, par exemple, peuvent être concédés sous licence pour un an ou deux seulement. Dans le domaine de l'édition scientifique et universitaire, il existe des périodes de "location" plus courtes, d'une journée ou de quelques semaines. Certains éditeurs suivent le modèle de fixation des prix utilisé par Netflix, c'est-à-dire qu'ils facturent un paiement régulier au fil du temps pour l'accès à une grande bibliothèque de livres électroniques. C'est également un moyen de générer des revenus supplémentaires à partir de titres actuellement moins populaires.

### *Modèles expérimentaux de fixation des prix*

Il existe de nombreuses expériences en matière de prix, notamment dans le domaine de l'édition scolaire et scientifique. Quelques exemples de ces modèles de fixation des prix sont présentés ci-dessous.

- **“Regroupement” de contenus.** Les grands éditeurs vendent des licences permettant d'accéder à des collections particulières (par exemple, une liste “Santé”), qui comprennent chacune un éventail de revues et de livres. Cela permet au client de payer un article moins cher tout en simplifiant la transaction pour l'éditeur (une vente plutôt que des centaines).
- **Acquisitions guidées par les usagers** (ou acquisitions guidées par la demande). L'achat de livres électroniques par les bibliothèques universitaires est largement spéculatif, à moins qu'un livre ne fasse partie des manuels stipulés. C'est pourquoi le modèle suivant a été mis au point: la bibliothèque a accès à toute la liste (ou collection) de l'éditeur en contrepartie d'un montant relativement faible. Cela permet d'offrir un nombre fixe de possibilités d'accès à chaque publication (généralement six). À partir du moment où les usagers de la bibliothèque accèdent à une publication pour la septième fois, le prix total de la publication est facturé à la bibliothèque. Ainsi, les bibliothèques paient le prix intégral uniquement pour les livres que leurs usagers utilisent réellement<sup>38</sup>.

- **Prêts limités.** Sur le marché des bibliothèques, certains éditeurs vendent des licences, mais avec une clause de prêt limité. Par exemple, en 2015, la société Penguin Random House a annoncé qu'elle vendait ses livres à des bibliothèques publiques à condition que les livres en question ne puissent pas être prêtés au-delà de 36 fois, après quoi la bibliothèque devrait renouveler sa licence. Il s'agissait de tenir compte de la durée de vie limitée d'un livre imprimé, estimée à un an environ (soit 36 prêts environ)<sup>39</sup>.
- **Prépaiement des articles.** Dans le milieu universitaire, certains éditeurs proposent le paiement anticipé des articles. Cela signifie que la bibliothèque paie l'accès d'avance, mais n'est facturée que pour les articles auxquels ses usagers ont effectivement accès<sup>40</sup>.
- **Adhésion en ligne.** Certains sites Web perçoivent une cotisation mensuelle, qui permet ensuite à l'utilisateur d'accéder à une publication "gratuite" par mois. Les utilisateurs peuvent également acheter d'autres livres et sont invités à profiter d'offres spéciales qui leur permettent d'acheter davantage de livres à prix réduit. On peut notamment citer l'exemple du service de livres audio Audible<sup>41</sup>. Il ne s'agit pas d'un service fourni par un éditeur, mais plutôt d'une librairie en ligne que les éditeurs ont autorisée à proposer de telles offres à ses membres.

### *Le prêt électronique*

Le prêt de livres électroniques par les bibliothèques pose une difficulté particulière, car les bibliothèques considèrent le prêt de livres électroniques comme faisant partie de leur mission, tandis que les éditeurs perçoivent cette activité comme constituant une concurrence directe à la vente ou à leurs modèles (très similaires) de concession de licences. Les éditeurs ont tenté diverses stratégies de concession de licences pour atténuer ce risque, à la grande déception des bibliothèques.

Vous trouverez ci-après une liste incomplète, mais indicative, des stratégies employées par les éditeurs pour répondre à cette préoccupation<sup>42</sup> :

- le report du prêt électronique des ouvrages les plus populaires pendant un certain temps après leur publication;

- la limitation des prêts électroniques simultanés : un lecteur peut emprunter un seul livre électronique à la fois;
- la limitation du nombre de prêts avant que le prix total du livre ne soit facturé de nouveau;
- la facturation aux bibliothèques d'une commission de prêt fixe par utilisation;
- l'obligation imposée aux bibliothèques de facturer à chaque lecteur des droits de licence fixes;
- le prêt de livres par l'intermédiaire de bibliothèques commerciales, telles que la bibliothèque de prêt d'Amazon Prime pour les propriétaires de liseuses Kindle.

Pour les bibliothèques publiques à but non lucratif, ces stratégies soulèvent d'importantes interrogations et remettent en question une bonne partie des principes qui leur sont chers. Dans l'environnement papier, les bibliothèques étaient libres d'acheter les livres publiés à n'importe quel moment. Elles pouvaient autoriser les lecteurs à effectuer des copies sous réserve d'exceptions relatives au droit d'auteur et pouvaient archiver et entreposer les livres conformément à leurs politiques en matière de collections. Les bibliothèques souhaiteraient donc établir dans la loi un droit de prêt, c'est-à-dire le droit de concéder sous licence ou d'acheter tout livre électronique disponible dans le commerce sans restriction, afin de pouvoir remplir leur mission d'intérêt public en matière d'accès aux livres<sup>43</sup>. Les limites de ce nouveau droit de prêt ne sont pas claires, ni la manière dont celui-ci s'articulerait avec les services commerciaux qui fournissent ces services de location, désormais considérés comme faisant partie de "l'exploitation normale" d'une œuvre publiée.

Un certain nombre de questions pratiques se posent dans ce contexte. Les bibliothèques ont souvent recours à des intermédiaires numériques pour fournir des services de prêt électronique. La manière dont ces bases de données numériques peuvent être intégrées aux collections des bibliothèques, et la façon dont le rôle des bibliothèques peut être préservé ou évoluer dans l'environnement numérique, pose des questions de politique générale. L'ensemble des parties prenantes continuent d'être consultées sur cette question, qui fait l'objet de discussions et d'expérimentations.

### *L'expérimentation des prix*

L'un des grands avantages d'Internet est la possibilité d'expérimenter en temps réel et à petite échelle. Les éditeurs peuvent rapidement modifier leurs prix et s'adapter, à condition de concéder aux détaillants l'exploitation des œuvres par le biais du modèle dit "des agences". Cela signifie que le détaillant ne fixe pas ses prix librement, mais agit en qualité d'agent qui vend des livres au prix fixé par l'éditeur. Dans l'autre modèle, les détaillants fixent leurs prix librement, à condition de verser une partie du prix de vente de chaque exemplaire vendu au titulaire du droit d'auteur. Les détaillants préfèrent généralement cette solution, car elle leur permet de contrôler tous les prix des livres. Ils peuvent accroître leurs parts de marché grâce à des prix-chocs, qui peuvent être compensés plus tard ou ailleurs. Les auteurs et les éditeurs ont tout intérêt à garder le droit de fixer les prix, afin d'éviter une situation où divers détaillants entreraient dans une guerre des prix concernant leurs livres. Ce type de situation a déjà abouti à des poursuites judiciaires, avec des détaillants qui accusaient les éditeurs de collusion pour faire appliquer le modèle des agences<sup>44</sup>.

L'environnement numérique offre également la possibilité de pratiquer des prix différents selon les clients. Les clients peuvent se voir appliquer des prix différents en fonction de leur taille (par exemple, des universités de tailles différentes peuvent se voir appliquer des frais d'abonnement différents), de leur localisation ou de leur type (par exemple, les organisations à but non lucratif pourraient profiter de tarifs réduits). La différenciation des prix sans différenciation des produits génère le risque de contournement (comme dans le cas des importations parallèles) ou de mécontentement des clients s'ils considèrent comme injuste le fait de payer plus cher pour le même produit. Ainsi, certains éditeurs différencient leurs produits par des améliorations, afin de proposer aux clients prêts à payer davantage des produits dont le prix plus élevé serait justifié. Les modèles de tarification "Freemium" en sont un exemple : on ne paie pas pour lire le premier chapitre, mais il faut acheter le livre pour pouvoir le lire entièrement. Certains lecteurs paient un supplément pour avoir accès à des fonctionnalités supplémentaires, telles que du matériel d'apprentissage supplémentaire ou des évaluations ressemblant à ceux des manuels scolaires, des livres illustrés ou des enregistrements sonores réalisés par des acteurs connus.

L'un des inconvénients de l'environnement numérique est la position dominante occupée par certains des principaux acteurs. En Europe occidentale et aux États-Unis d'Amérique, Amazon est le principal vendeur en ligne pour la vente de livres en format imprimé et électronique. De par sa position dominante (semblable à celle des grandes chaînes de librairies physiques), Amazon a pu exiger que les éditeurs lui concèdent des livres sous licence ou lui vendent leurs livres à un prix égal ou inférieur à celui proposé aux autres détaillants de livres électroniques. Toutefois, le Börsenverein des Deutschen Buchhandels (l'Association des éditeurs et des libraires allemands) a contesté cette situation en 2014, et a déposé une plainte contre plusieurs pratiques commerciales d'Amazon auprès de l'office antitrust allemand. Sa plainte a été examinée par la Commission européenne, qui a estimé que les exigences d'Amazon avaient enfreint les règles de concurrence de l'UE "interdisant les abus de position dominante et les pratiques commerciales restrictives". En janvier 2017, elle a statué qu'Amazon devait mettre un terme à cette pratique<sup>45</sup>. En général, les positions dominantes sont moins susceptibles d'émerger lorsque les utilisateurs en ligne effectuent des recherches et des achats sur diverses plateformes de distribution.

### **Les écrivains qui partagent leur contenu gratuitement**

Les écrivains en herbe et les écrivains à succès peuvent partager leurs textes de plusieurs façons. Les blogs, les sites Internet de fan fiction et les sites Internet dédiés aux auteurs de genres particuliers, entre autres, donnent aux écrivains la possibilité de partager leurs écrits. Bien qu'il s'agisse le plus souvent d'un passe-temps, certains auteurs utilisent ces outils directement ou indirectement pour gagner de l'argent. Les blogueurs tirent le plus souvent leurs revenus de la publicité. Plus leurs blogs deviennent populaires, plus leurs revenus publicitaires augmentent. D'autres auteurs demandent aux lecteurs de s'abonner à certaines parties du contenu qu'ils proposent ou vendent leurs livres directement aux clients. Les publications gratuites constituent également une source indirecte de rémunération. Les écrits intéressants peuvent non seulement attirer les éditeurs, mais ils peuvent aussi valoriser le talent d'écrivains indépendants qui sont prêts à accepter des commandes. Les blogs valorisent également l'expertise, recherchée sous forme de



présentations, de formations ou de conseils. Parfois, la frontière entre écrivains amateurs, écrivains en herbe, experts en écriture et écrivains professionnels est floue. Paradoxalement, les blogs sur l'écriture, l'autoédition et le métier d'écrivain en ligne sont devenus un sujet et un genre à part entière pour les auteurs dont les ouvrages sont publiés à compte d'auteur et via les circuits traditionnels.

Certaines données ponctuelles montrent que l'écriture de contenus en libre accès dans d'autres médias peut générer des flux de revenus substantiels pour certains auteurs, mais il faut considérer ces données comme atypiques. En effet, l'observation des revenus publicitaires générés par l'Internet montre clairement que cette source de revenus concerne seulement une poignée d'écrivains. Sachant que la majorité des dépenses publicitaires de 2016, estimées à 160 milliards de dollars É.-U<sup>46</sup>, reviennent à Google et Facebook, il ne reste pas grand-chose à partager entre les innombrables autres intermédiaires, sans parler des personnes qui mettent des contenus sur l'Internet.

### Les contenus sponsorisés

Il y a toujours eu des publications librement accessibles. Il s'agit notamment de contenus publiés par les pouvoirs publics, de contenus éducatifs et des contenus créés par des organismes de financement de la recherche ou des organisations philanthropiques, qui cherchent tous à obtenir la diffusion la plus large possible. Les organismes d'aide, les organisations religieuses et d'autres ONG publient des manuels scolaires, tandis que les gouvernements publient des lois, des informations gouvernementales et des informations de service public. Dans de nombreux pays en développement et les moins avancés, la majorité des contenus sont publiés par ces moyens. Ces publications sont souvent créées par des employés ou des agences, bien que les organisations les plus soucieuses des coûts (et qui calculent de manière transparente le coût réel des ressources internes) choisissent souvent d'externaliser les opérations de publication et de les confier à des partenaires commerciaux.

Pour le secteur de l'édition, les publications financées par les gouvernements, les organismes philanthropiques ou l'aide

étrangère correspondent à un modèle économique où une seule entité paie d'avance la publication. L'Internet a facilité ce mode de publication. Il semble avoir réglé la question de la disponibilité et de la distribution du contenu qui n'est pas essentiellement motivé par une demande économiquement viable. La nécessité de faire appel à des prestataires de services extérieurs est réduite car l'objectif premier est de diffuser l'information, sans égard ou presque pour la production en quantité, la présentation ou la conservation.

Ce type d'édition est important dans le domaine scolaire. Un certain nombre de pays, comme la Grèce, demandent aux éditeurs remportant l'appel d'offres de produire des manuels scolaires pour le primaire et le secondaire et de publier ces livres en ligne, afin qu'ils puissent être téléchargés gratuitement par tous les utilisateurs. Le fait de ne payer qu'une redevance fixe à l'avance, sans perspective de redevances à échéances régulières, rend la publication difficile dans ce contexte. Si les éditeurs ne peuvent pas trouver de sources de revenus réguliers et prévisibles, ils ne peuvent pas investir dans l'acquisition des nouvelles compétences nécessaires. Les appels d'offres uniques aboutissent généralement à des publications à faible coût, pour une qualité de contenu juste suffisante pour répondre aux exigences de l'appel d'offres. Les éditeurs d'ouvrages scolaires qui n'ont pas remporté l'appel d'offres se tournent alors vers le marché parental et investissent dans des livres conçus pour être utilisés à la maison.

Le contenu gratuit peut également présenter certains inconvénients du point de vue des politiques publiques. Si les consommateurs ne paient pas, quelqu'un d'autre doit le faire, ce qui aura une influence considérable sur ce qui sera publié. C'est le cas des directeurs d'université ou des donateurs, qui décident quels articles de revue seront financés, des organisations philanthropiques (souvent motivées par la valeur) qui paient pour un contenu conforme à leurs valeurs, et des gouvernements, qui financent les livres qu'ils considèrent comme les plus appropriés, même lorsque les utilisateurs feraient des choix différents. Comme l'a dit Jaron Lanier: "On oublie trop facilement que 'gratuit' signifie inévitablement que quelqu'un d'autre va décider de votre mode de vie"<sup>47</sup>.

## Livres publiés grâce au financement participatif

Le financement participatif est un modèle économique dans lequel les entrepreneurs ou les personnes qui ambitionnent de créer un produit ou un projet invitent le public à contribuer financièrement à son développement ou à sa mise au point définitive. En échange de leur contribution, les donateurs peuvent recevoir une récompense. Les projets de financement participatif concernent généralement les jeux informatiques ou la mise sur le marché d'idées ou de créations technologiques. Les jeux de société, les albums de musique, les films et autres projets créatifs se prêtent également au financement participatif, en particulier lorsqu'il est possible de mobiliser et de fidéliser un grand nombre de fans. Le financement participatif a également une longue histoire<sup>48</sup>. Dans le secteur de l'édition, cela fait des siècles que les abonnés sont invités à faire des promesses de don pour des livres et des revues pas encore publiés.

Le financement participatif présente un certain nombre d'avantages. Le risque financier est couvert en amont, la demande du produit peut être déterminée avant la publication, et le processus contribue au marketing et aux relations publiques. Depuis le milieu des années 2000, des services spécialement dédiés au financement participatif, tels que Kickstarter et Indiegogo, ont vu le jour, ainsi que des sites spécialisés dans le financement participatif de livres, tels que Pub Slush ou Unbound.

Chez Kickstarter, par exemple, sur les 224 000 projets proposés, environ un tiers réussit à obtenir des promesses de don qui permettent leur financement. Plus de 60% des projets d'édition demandent entre 1000 et 9999 dollars É.-U, et les promesses de dons sont d'environ 80 dollars É.-U en moyenne. En août 2016, plus de 1,2 milliard de donateurs ont investi plus de 100 millions de dollars É.-U dans 9660 livres qui ont vu le jour grâce au financement participatif<sup>49</sup>. Parmi les projets figurent une nouvelle édition illustrée de Don Quichotte, pour célébrer le 400<sup>e</sup> anniversaire de l'œuvre, et la publication de poèmes récemment découverts de Pablo Neruda. Les livres pour enfants sont des projets de financement participatif particulièrement populaires.

Le nouveau modèle économique le plus récent pour les créateurs est celui des bulletins d'information payants rédigés par des particuliers,

qui sont gérés par des plateformes telles que Substack. Sur ces plateformes, journalistes et chroniqueurs cherchent à monnayer directement le fait que certains lecteurs s'intéressent à leurs contenus.

S'agissant des journalistes, auteurs et éditeurs, la réussite d'une campagne de financement participatif dépendra de leur capacité à convaincre un grand nombre de fans, de clients ou d'amis d'apporter leur contribution via le site de financement participatif. Il est rare que les sites eux-mêmes suscitent un intérêt pour un projet précis. Cela signifie que les auteurs et les éditeurs doivent consacrer du temps et des efforts aux relations publiques et à la commercialisation de la campagne de financement participatif, et investir en amont dans des aspects de la vente de livres qui se matérialisent normalement après la publication. À cet égard, une vidéo explicative soigneusement conçue, présentant une histoire passionnante et bien racontée, peut être utile. Il en va de même pour les contreparties, qui donnent aux bailleurs de fonds le sentiment de recevoir quelque chose de précieux en échange de leur contribution. Il ne faut pas sous-estimer les compétences et les efforts qui sont nécessaires à l'élaboration d'une campagne de financement participatif réussie. Les livres ayant bénéficié d'une campagne de financement participatif peuvent également être repérés et sélectionnés par des maisons d'édition.

### *Le financement participatif des monographies scientifiques?*

Une initiative récente<sup>50</sup> a mis en évidence la possibilité d'une forme particulière de financement participatif pour les monographies scientifiques. Les éditeurs s'adressent aux bibliothèques et leur demandent de financer à l'avance la publication de telle ou telle monographie, à un prix nettement inférieur à celui d'une monographie classique. Si suffisamment de bibliothèques prennent cet engagement, l'éditeur produit la monographie et la publie en libre accès.

Ce modèle de financement participatif présente un avantage particulier pour toutes les parties: le risque de publication est réduit pour les éditeurs, des rentrées de trésorerie sont générées; les auteurs sont motivés pour promouvoir leur projet de livre (en effet, si le nombre de bibliothèques adhérentes n'est pas suffisant, le livre ne sera pas publié), et les bibliothèques profitent du fait qu'elles paient moins cher. Les auteurs et les bibliothèques sont également satisfaits que le livre soit publié en libre accès.

## L'abonnement et la concession de licences temporaires

L'abonnement permet aux consommateurs d'accéder à un large éventail de contenus en échange d'un paiement à échéances régulières. Si le paiement cesse, l'accès au contenu n'est plus possible. Les consommateurs connaissent ce modèle commercial grâce aux services de streaming de musique comme Spotify, SoundCloud et Google Play Music, ou à Netflix et Hulu pour les œuvres audiovisuelles. Les abonnements ont toujours fait partie de l'édition de revues et de magazines et, à ce jour, l'abonnement reste le modèle dominant de fixation des prix en ce qui concerne l'édition de revues, même si les modèles économiques de libre accès se développent.

Un certain nombre d'entreprises ont créé des modèles d'abonnement à des livres électroniques. Ainsi, Scribd, Bookmate et Amazon (Kindle Unlimited) proposent tous l'accès à des milliers de livres électroniques en échange d'une cotisation mensuelle. Avant de proposer leurs livres électroniques par le biais de ces services, les auteurs et les éditeurs doivent chercher à savoir si cela va améliorer ou cannibaliser leurs ventes par le biais d'autres canaux. Les grands éditeurs seront ravis de monétiser les titres les moins populaires de leur catalogue, qui ne sont pas beaucoup commercialisés par ailleurs, mais ils hésiteront probablement à inclure leurs dernières nouveautés, ces dernières pouvant être vendues avec des rendements plus élevés par d'autres moyens. Les données d'Author Earnings montrent que les auteurs de littérature sentimentale, dont les livres sont autoédités et qui ont publié un certain nombre de livres, ont tendance à en publier certains mais pas d'autres sur Kindle Unlimited, ce qui montre que l'abonnement est un moyen subsidiaire de monétiser les livres, lorsque les ventes individuelles ne sont plus rentables<sup>51</sup>.

## Le libre accès et le contenu "gratuit"

L'un des changements les plus révolutionnaires de l'économie de l'Internet a été l'avènement de la gratuité de l'information et l'attente des consommateurs de pouvoir accéder gratuitement à du contenu numérique au point de consommation. Du point de vue des politiques publiques, l'accès libre et ouvert à l'information culturelle, éducative

et scientifique est un objectif important. Cependant, cette situation va à l'encontre d'autres objectifs tout aussi importants, notamment l'incitation à créer et à diffuser des contenus de qualité (c'est-à-dire dont la création a nécessité des investissements conséquents).

Cela a abouti à une situation assez complexe. Les consommateurs lisent plus de livres que jamais, regardent plus de films que jamais, lisent davantage d'articles d'information et d'articles de magazines en ligne, mais paient moins cher. On peut noter un problème culturel et comportemental : les consommateurs semblent prêts à payer pour les appareils qu'ils utilisent et pour les services Internet dont ils ont besoin pour accéder au contenu numérique, mais ils sont peu disposés à payer pour le contenu lui-même.

Au début de la révolution numérique, les secteurs de la musique et du cinéma ont été confrontés à un marché numérique où le partage non autorisé était monnaie courante. Les services de diffusion en continu de musique et de vidéo ont considérablement modifié la donne. Bien qu'il y ait encore du partage non autorisé et que la part appropriée revenant aux créateurs et à leurs partenaires commerciaux reste contestée, des revenus substantiels sont aujourd'hui tirés de marchés légaux largement acceptés pour la consommation de musique<sup>52</sup> et de vidéos<sup>53</sup>.

### **La publication financée par la publicité**

L'Internet a largement adopté le modèle publicitaire pour financer le contenu gratuit. Ce modèle permet aux moteurs de recherche, aux médias sociaux, aux hébergeurs de vidéos, au stockage en nuage et à d'autres services Internet de proposer des services gratuits aux consommateurs, en échange de l'acceptation par ces derniers de la présence de publicités sur ces sites. Le modèle publicitaire est un modèle commercial qui suppose des publics très larges, afin que le cumul des très faibles revenus des annonceurs permette de couvrir le coût des services. Ce modèle se prête à des services techniques à grande échelle, tels que les sites d'hébergement de contenus. En revanche, il ne convient pas aux services de création de contenus qui visent généralement un public plus restreint, comme la plupart des livres grand public, ni au contenu cher à produire. Il a sa place (limitée) dans la publication de revues et de bulletins d'information ou de blogs.

## Les modèles économiques hybrides: gérer ensemble les activités analogiques et numériques

L'Internet modifie la façon dont le monde apprend, communique et se divertit à une vitesse sans précédent et d'une manière qu'aucun éditeur ne peut ignorer.

En 2019, 57% des ménages dans le monde disposaient d'une connexion Internet<sup>54</sup>. Plus de la moitié de la population mondiale utilise Internet. Fin 2019, 95% de la population mondiale vivaient dans des zones couvertes par un réseau mobile et 75% avaient un abonnement. En outre, 51% de cette population utilise des téléphones portables pour accéder à des services fondés sur Internet<sup>55</sup>.

L'Internet est un moyen d'accès unique à toutes sortes de divertissements différents. Les transitions aisées entre la lecture, l'écoute, le visionnage, le partage, les commentaires, l'achat, l'engagement et l'influence sont innombrables. L'humanité lit et écrit davantage sur l'Internet que nulle part ailleurs.

L'Union internationale des télécommunications décrit l'évolution des comportements comme suit: "en 2016, les gens ne se connectent plus à l'Internet, ils sont sur l'Internet. L'Internet est de plus en plus omniprésent, ouvert, rapide et riche en contenu, ce qui a changé la façon dont beaucoup de gens vivent, communiquent et travaillent. En outre les personnes, les gouvernements, les organisations et le secteur privé en tirent de nombreux avantages"<sup>56</sup>.

Cependant, le livre imprimé fait toujours partie de ce monde moderne. Bien que le secteur de l'édition ait embrassé la technologie numérique dans tous les aspects de sa chaîne de valeur et l'utilise pour la création, la production, la vente et la commercialisation des livres, on constate que le livre imprimé, qui résulte donc d'un processus d'édition numérique, semble perdurer dans certains secteurs. Pour de nombreux lecteurs, le plaisir de la lecture n'est pas totalement dissociable du plaisir de tenir un livre entre les mains, et pour de nombreux étudiants, le caractère physique du manuel facilite l'apprentissage et la compréhension.

C'est pourquoi la majorité des livres sont vendus en format

imprimé: de nombreuses personnes préfèrent acheter des livres en librairie et les parents lisent à leurs enfants des livres imprimés richement illustrés, qui proposent autre chose que le divertissement numérique omniprésent.

Par conséquent, la plupart des éditeurs devront – au moins dans un avenir proche – gérer une économie hybride où les livres seront publiés à la fois en format imprimé et en format numérique, où il sera possible d'acheter des livres chez des détaillants en ligne ou traditionnels, et où les auteurs et les éditeurs devront gérer à la fois l'environnement de distribution physique et l'environnement de distribution numérique.

À bien des égards, c'est particulièrement difficile. La lente transition numérique exerce une pression sur les librairies indépendantes. Elle exige l'acquisition de nouvelles compétences en matière de vente en ligne et de distribution numérique, tandis que les anciennes compétences pour le marché physique demeurent importantes.

Il s'agit davantage d'une opportunité que d'une menace pour toutes les parties prenantes. Cela signifie que le secteur passe par une phase d'ajustement progressif, et non de changement révolutionnaire. Les auteurs, les éditeurs et les autres parties prenantes ont le temps de s'adapter. Ils ont le temps d'acquérir de nouvelles compétences et de renforcer leurs capacités mais, dans le même temps, ils ne doivent pas relâcher leurs efforts. Dans une industrie où les marges sont très faibles, tous les secteurs d'activité et toutes les sources de revenus comptent.



## Notes

1. Pour plus de détails, voir le Module 10 de la publication de la Banque mondiale (2014), intitulée *Development in Low Income Countries: A Guide for Policy and Practice*. Washington D.C. : Banque mondiale.
2. Publishers Weekly (2018), *Global publishing leaders 2018: Grupo Planeta*. Publishers Weekly, 14 septembre. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/78027-global-publishing-leaders-2018-grupo-planeta.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/78027-global-publishing-leaders-2018-grupo-planeta.html).
3. Morris, S. et al. (2013), *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Par exemple, Brendow, C. (2020). *Why shouldn't your PhD thesis be accessible to everyone?* The Graduate Institute Library Blog, 21 octobre. <https://libraryblog.graduateinstitute.ch/2020/10/21/why-shouldnt-your-phd-thesis-be-accessible-to-everyone/>.
5. Trachtenberg, J.A. (2019), *They own the system': Amazon rewrites book industry by marching into publishing*. Wall Street Journal, 16 janvier. [www.wsj.com/articles/they-own-the-system-amazon-rewrites-book-industry-by-turning-into-a-publisher-11547655267](http://www.wsj.com/articles/they-own-the-system-amazon-rewrites-book-industry-by-turning-into-a-publisher-11547655267).
6. Milliot, J. (2020), *Publishing leaders issuing warning over Amazon's market power*. Publishers Weekly, 18 août. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/84119-publishing-leaders-issuing-warning-over-amazon-s-market-power.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/84119-publishing-leaders-issuing-warning-over-amazon-s-market-power.html).
7. Voir, par exemple, *Wanted in Milan* (2020). *Bookdealer: Italy's independent bookshops unite against Amazon*. Wanted in Milan, 16 novembre. [www.wantedinmilan.com/news/bookdealer-italys-independent-bookshops-unite-against-amazon.html](http://www.wantedinmilan.com/news/bookdealer-italys-independent-bookshops-unite-against-amazon.html).
8. Liu, Z. (2018), *Whither the book retailing industry in China: A historical reflection*. *Publishing Research Quarterly*, 34, 133–146. <https://doi.org/10.1007/s12109-018-9569-0>.
9. Reuters (2018), *Flipkart, from online bookseller to India's biggest e-commerce company*. *Hindustan Times*, 9 mai. [www.hindustantimes.com/business-news/flipkart-from-online-bookseller-to-india-s-biggest-e-commerce-company/story-shbFEP6ooNeRj05Djp6cAL.html](http://www.hindustantimes.com/business-news/flipkart-from-online-bookseller-to-india-s-biggest-e-commerce-company/story-shbFEP6ooNeRj05Djp6cAL.html).
10. Kadak News (2021), *Russia's Amazon' plans heavy investment and move into finance*. Kadak News, 12 avril. <https://kadaknewsupdate.com/2021/04/12/russias-amazon-plans-heavy-investment-and-move-into-finance/>.
11. Flood, A. (2010), *Ebook deals 'not remotely fair' on authors*. *The Guardian*, 12 juillet. [www.theguardian.com/books/2010/jul/12/ebooks-publishing-deals-fair](http://www.theguardian.com/books/2010/jul/12/ebooks-publishing-deals-fair).
12. Grady, C. (2019), *The 2010s were supposed to bring the ebook revolution. It never quite came*. *Vox*, 23 décembre. [www.vox.com/culture/2019/12/23/20991659/ebook-amazon-kindle-ereader-department-of-justice-publishing-lawsuit-apple-ipad](http://www.vox.com/culture/2019/12/23/20991659/ebook-amazon-kindle-ereader-department-of-justice-publishing-lawsuit-apple-ipad).
13. Voir, par exemple, pour les ouvrages médicaux : Watson, E.M. (2020), *A comparative study of medical ebook and print book prices*. *Health Information and Libraries Journal*, 38, 39–48. <https://doi.org/10.1111/hir.12310>.
14. Bercovici, J. (2014), *Amazon vs. book publishers: By the numbers*. *Forbes*, 10 février. [www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#4c3343e65a3a](http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#4c3343e65a3a).

15. <https://nj1015.com/how-many-different-ways-can-you-spell-khadafi-let-me-count-the-ways/>.
16. International ISBN Agency. [www.isbn-international.org/](http://www.isbn-international.org/).
17. Voir International ISBN Agency (n.d.), Where to get an ISBN. [www.isbn-international.org/content/where-get-isbn](http://www.isbn-international.org/content/where-get-isbn).
18. International DOI Foundation (IDF). [www.doi.org](http://www.doi.org).
19. International Standard Text Code (ISTC). [www.istc-international.org](http://www.istc-international.org).
20. ISNI. [www.isni.org](http://www.isni.org).
21. Anciennement IDPF, qui relève désormais du W3C. [www.w3.org/publishing/](http://www.w3.org/publishing/).
22. EDItEUR. [www.editeur.org](http://www.editeur.org).
23. EDItEUR (n.d.), ONIX for books: Overview. [www.editeur.org/83/Overview](http://www.editeur.org/83/Overview).
24. Giblin, R. et al. (2019), What can 100,000 books tell us about the international public library e-lending landscape? *Information Research*, 24(3), Sydney Law School Research Paper n° 19/21. <https://ssrn.com/abstract=3354215>.
25. Voir, par exemple, la Library Publishing Coalition. <https://librarypublishing.org/>.
26. Voir Peukert, C. and I. Reimers (2018), Digital disintermediation and efficiency in the market for ideas. CESifo Working Paper Series n° 6880. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3110105>.
27. Nielsen (2015), Literary liaisons: Who's reading romance books? [www.nielsen.com/us/en/insights/news/2015/literary-liaisons-whos-reading-romance-books.html](http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2015/literary-liaisons-whos-reading-romance-books.html).
28. Author Earnings (2016), 2016 Romance Writers of America RWA PAN Presentation. <https://web.archive.org/web/20180625073352/www.authorearnings.com/2016-rwa-pan-presentation/>.
29. Amazon (2019), Kindle: A year in review, blog, 23 décembre. <https://blog.aboutamazon.co.uk/innovation/kindle-a-year-in-review>.
30. Anderson, P. (2020). Trade- published romance sees a coronavirus boost in the States. *Publishing Perspectives*, 20 août. <https://publishingperspectives.com/2020/08/trade-published-romance-sees-a-coronavirus-boost-in-the-states-covid19/>.
31. <http://discreteanalysisjournal.com/>.
32. Pour des informations actualisées, voir Scholastica (2021), The role of preprints in journal publishing: New developments in early research dissemination. 7 avril. <https://blog.scholasticahq.com/post/role-of-preprints-in-journal-publishing/>.
33. [www.wikiwijs.nl/](http://www.wikiwijs.nl/).
34. Voir, par exemple, l'Open Textbook Library. <https://open.umn.edu/opentextbooks/>.
35. Global Reading Network (2019), Creative Commons and Open Source licensing resources affect publishing quality in Africa and Asia. 23 juillet. [www.globalreadingnetwork.net/learning/creative-common-and-open-source-licensing-resources-affect-publishing-quality-africa-and](http://www.globalreadingnetwork.net/learning/creative-common-and-open-source-licensing-resources-affect-publishing-quality-africa-and).
36. [www.mendeley.com](http://www.mendeley.com); [www.zotero.org/](http://www.zotero.org/).
37. International Publishers Association (n.d.), VAT and fixed book price. [www.internationalpublishers.org/our-work/vat-and-fixed-book-price](http://www.internationalpublishers.org/our-work/vat-and-fixed-book-price).
38. <https://library.hud.ac.uk/archive/projects/hike/2012/12/06/patron-driven-acquisition/>.
39. Cowdrey, K. (2015), All PRH e-books available for loan. *The Bookseller*, 8 décembre. [www.thebookseller.com/news/all-prh-ebooks-available-for-loan-317932](http://www.thebookseller.com/news/all-prh-ebooks-available-for-loan-317932).
40. Elsevier (n.d.), ArticleChoice®. [www.elsevier.com/solutions/sciencedirect/content/articlechoice](http://www.elsevier.com/solutions/sciencedirect/content/articlechoice).
41. [www.audible.com](http://www.audible.com).

42. Pour de plus amples informations, voir Riaza, M. et J. Celaya (2015), A Guide to Ebook Licenses Purchase Models for Libraries and Publishers. Bookwire et Dosdoce.com. <https://publishingperspectives.com/wp-content/uploads/2015/11/Guide-to-Ebook-Licensing-Purchase-Models-Bookwire-and-Dosdoce.pdf>.
43. IFLA (2013), IFLA Principles for Library eLending. [www.ifla.org/node/7418](http://www.ifla.org/node/7418).
44. Roberts, J.J. (2016), Supreme Court won't hear Apple's appeal in e-books price-fixing case. Fortune, 7 mars. <http://fortune.com/2016/03/07/apple-supreme-court-ebook/>.
45. Commission européenne (2017), Pratiques anticoncurrentielles : la Commission demande un retour d'information sur les engagements offerts par Amazon dans l'enquête sur les livres numériques. 24 janvier. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP\\_17\\_137\\_press-release\\_IP-17-137\\_en.htm](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_17_137_press-release_IP-17-137_en.htm).
46. Morrell, L. (2016), Global digital ad spend to hit \$285bn by 2020. Marketing Tech. 21 juin. [www.marketingtechnews.net/news/2016/jun/21/global-digital-ad-spend-hit-285-billion-2020/](http://www.marketingtechnews.net/news/2016/jun/21/global-digital-ad-spend-hit-285-billion-2020/).
47. Lanier, J. (2013), Who Owns the Future? New York: Simon and Schuster.
48. Même le piédestal de la statue de la Liberté à New York a bénéficié d'une campagne de financement participatif, voir BBC News (2013). The Statue of Liberty and America's crowdfunding pioneer. 25 avril. [www.bbc.com/news/magazine-21932675](http://www.bbc.com/news/magazine-21932675).
49. Pour les derniers chiffres, voir Kickstarter (n.d.). Stats. [www.kickstarter.com/help/stats](http://www.kickstarter.com/help/stats).
50. Knowledge Unlatched. [www.knowledgeunlatched.org](http://www.knowledgeunlatched.org).
51. Author Earnings (2016), 2016 Romance Writers of America RWA PAN Presentation. <https://web.archive.org/web/20180625073352/www.authorearnings.com/2016-rwa-pan-presentation/>.
52. Voir Kumar, A. (2019), Global online music streaming revenues cross US\$11 billion in 1H 2019. Counterpoint, 10 octobre. [www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-revenues-cross-us11](http://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-revenues-cross-us11).
53. Global video streaming market to record unprecedented growth through 2025 (2020). Yahoo finance. <https://finance.yahoo.com/news/global-video-streaming-market-record-100010080.html>.
54. UIT (2020), Measuring Digital Development: Facts and Figures 2020. Genève: Union internationale des télécommunications. [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf).
55. UIT (2020), Measuring Digital Development: Facts and Figures 2020. Genève: Union internationale des télécommunications, p. 9. [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf).
56. UIT (2016), Édition 2016 du rapport « Mesurer la société de l'information ». Genève: Union internationale des télécommunications, p. 176. <https://www.itu.int/fr/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx>.

# La gestion des droits dans l'environnement numérique

## Le droit d'auteur et l'Internet

L'Internet est un réseau mondial d'ordinateurs qui partagent l'information en utilisant des protocoles de communication standardisés. Autrement dit, les ordinateurs échangent des informations sous forme de paquets numériques. Tout contenu, qu'il s'agisse d'un message électronique ou d'un livre électronique, est segmenté en paquets de données qui sont transmis, sous la forme d'une série de copies multiples stockées de manière plus ou moins éphémère, via le réseau de routeurs, du serveur de l'expéditeur au serveur de destination, où le contenu de tous les paquets est décomposé et réassemblé<sup>1</sup>. Les informations ainsi obtenues s'affichent sur l'ordinateur de l'utilisateur, qui peut y accéder au moyen du navigateur, de l'application ou du programme de son choix.

Toutes les opérations effectuées sur l'Internet impliquent la reproduction et la communication de copies numériques d'informations, qu'il s'agisse de données, de messages, d'œuvres littéraires, d'illustrations, de logiciels, de bases de données, d'enregistrements sonores, de spectacles ou de représentations audiovisuelles. Lorsque ces opérations concernent des œuvres protégées par le droit d'auteur, la loi sur le droit d'auteur s'applique.

Dans le monde analogique, lorsque les consommateurs achetaient un livre physique, ce que l'acheteur pouvait faire de cette œuvre était largement compris. Sur l'Internet, une copie numérique doit être accompagnée d'informations sur les utilisations autorisées. Les relations entre ceux qui envoient ou mettent à disposition des œuvres protégées par le droit d'auteur et ceux qui les reçoivent sont régies par des licences, c'est-à-dire des accords qui décrivent les actes limités en vertu de la législation sur le droit d'auteur que le destinataire est autorisé, par l'autre partie, à accomplir. La plupart des sites Internet et des réseaux sociaux explicitent ces clauses de licence dans leurs contrats d'utilisation, qui sont rarement lus. Lorsque ces clauses ne sont pas explicites, elles peuvent être implicites (c'est-à-dire reposer sur ce que les destinataires

peuvent raisonnablement s'attendre à être autorisés à faire). En dernier ressort, les législations nationales sur le droit d'auteur fixent des limites aux droits de l'auteur sur ses œuvres dès lors qu'un exemplaire est parvenu à un lecteur.

La législation sur le droit d'auteur est un droit territorial, les auteurs et les éditeurs doivent donc toujours se reporter à leur législation nationale pour connaître leurs droits et leurs obligations. Toutefois, le World Wide Web ainsi que la majeure partie de l'Internet ont été conçus pour faciliter les interactions transfrontières. Cela signifie que les utilisateurs ont accès à des œuvres protégées par le droit d'auteur qui sont régies par différentes législations nationales et qui ont été téléchargées, hébergées et communiquées dans différents pays et sur différents territoires, parfois à l'insu de l'utilisateur. Les parties prenantes des licences d'exploitation peuvent donc estimer qu'il existe différents points de vue quant aux lois nationales sur le droit d'auteur qui s'appliquent à des actes spécifiques ou qui régissent leurs relations. Le droit international privé, également appelé conflit de lois, détermine la législation applicable à une transaction donnée. Lorsque des licences sont convenues entre des parties issues de différents pays, celles-ci ont souvent la possibilité de choisir le droit ou la juridiction applicable, ce qui permet de clarifier les lois qui régissent le contrat. En l'absence de clauses expresses, c'est la législation nationale (et en dernier ressort les tribunaux) qui détermine le droit applicable.

Bien que la législation sur le droit d'auteur soit de nature nationale, elle découle des traités internationaux qui prévoient des normes minimales de protection des titulaires de droits en vertu du droit public international. Les traités internationaux les plus importants en matière de droit d'auteur et de propriété intellectuelle sont administrés par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). La Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques et le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT) s'appliquent sans équivoque aux œuvres littéraires et artistiques qui ont été créées dans l'environnement numérique et qui sont reproduites ou mises à disposition en format numérique. Néanmoins, ces traités sont des contrats de droit international public qui lient les gouvernements nationaux. Leur effet sur les législations nationales sur le droit d'auteur dépend de la manière dont chaque pays choisit de transposer les obligations imposées par ces traités et

de la manière dont les tribunaux nationaux interprètent les lois dans lesquelles ces obligations sont transposées.

De nombreux traités de l'OMPI sont clairement interprétés comme une description des normes communes très spécifiques en matière de protection de la propriété intellectuelle. En raison de ces normes communes rigoureuses, il est possible de formuler des observations générales sur le fonctionnement du droit d'auteur sur l'Internet, en dépit de la mise en garde générale selon laquelle il est nécessaire de consulter les lois nationales pour trancher au cas par cas.

## **Raison pour laquelle les auteurs et les éditeurs doivent comprendre le droit d'auteur et la concession de licences**

Traditionnellement, l'expertise en matière de droit d'auteur n'était requise par les éditeurs que lorsqu'ils acquéraient des droits auprès des auteurs et lorsqu'ils concédaient des droits sous licence à d'autres éditeurs. Lorsque les livres imprimés étaient vendus aux consommateurs, il n'y avait plus de relation juridique entre l'éditeur et l'acheteur. Cette nouvelle situation a donné lieu à la "doctrine de la première vente"<sup>2</sup> qui a trait au droit de l'acheteur d'un objet physique tel qu'un livre imprimé qui contient une œuvre protégée par le droit d'auteur, de revendre ou de transférer cet objet. Ce principe constitue le cadre fondamental du commerce du livre d'occasion.

Dans l'environnement numérique, de nombreux consommateurs ne savent pas intuitivement ce qu'ils sont autorisés à faire avec leur livre électronique. Tant la législation nationale sur le droit d'auteur que les licences explicites ou implicites qui accompagnent chaque fichier numérique déterminent les utilisations que les consommateurs peuvent en faire. Les consommateurs comme les éditeurs doivent maintenant savoir en détail ce qu'ils peuvent faire, et ce qui est considéré comme équitable peut être contesté.

Certains ont fait valoir que les titulaires de licences sur des livres électroniques et autres contenus numériques devraient également avoir le droit de "revendre" leurs copies numériques, même si le contrat de licence ne les y autorise pas. Des affaires judiciaires importantes dans certaines instances ont confirmé que les

logiciels professionnels peuvent, dans certaines circonstances, être revendus<sup>3</sup>.

En ce qui concerne la revente de livres électroniques<sup>4</sup> et de fichiers musicaux<sup>5</sup>, les tribunaux de l'UE et des États-Unis d'Amérique se sont montrés plus conservateurs : en principe, ce droit de revente n'existe pas pour les livres électroniques, à la grande déception des lecteurs, des bibliothèques et de certains intermédiaires innovants, qui souhaiteraient revendre les livres électroniques dont ils ne veulent plus<sup>6</sup>. Dans l'environnement numérique, chaque copie numérique est fournie avec une licence, qui est une relation contractuelle entre le lecteur et son partenaire contractuel, et dont la validité s'étend jusqu'à l'expiration du droit d'auteur. En règle générale, ces licences ne permettent pas de transmettre la licence à une autre partie. Dans les affaires de violation du droit d'auteur, ces conditions de licence, souvent imposées par le titulaire des droits, font elles-mêmes l'objet d'une attention croissante<sup>7</sup>.

Au-delà du contrat proprement dit, pour procéder à la vente ou concéder une licence, il est indispensable de détenir les droits appropriés. Les transferts de droits devraient donc inciter à la prudence, particulièrement en ce qui concerne les contrats antérieurs entre auteur et éditeur. Par exemple, de nombreux lecteurs ont "acheté" des copies électroniques des livres de George Orwell *La Ferme des animaux* et 1984 sur Amazon. Cependant, en 2009, les droits de vente d'Amazon sur les éditions électroniques de ces œuvres pour Kindle ont été contestés. Il s'est avéré que l'éditeur de téléchargements ne possédait pas les droits requis. Amazon s'est retrouvé dans l'incapacité d'accorder une licence pour ces deux œuvres à ses clients Kindle qui les avaient "achetées" et téléchargées de bonne foi. Le site Web a été obligé de répondre à la contestation de son droit de concéder des licences pour l'exploitation des œuvres. Les personnes qui pensaient avoir "acheté" des livres les ont vus soudainement disparaître de leur lecteur (avec remboursement intégral). Légalement, la raison est qu'une série d'étapes doit être respectée lors de la concession de licences, en partant de l'auteur, en passant par l'éditeur, le vendeur de livres électroniques, jusqu'à l'utilisateur Kindle. La rupture de cette chaîne signifie que la licence a été concédée au lecteur par une personne non titulaire des droits nécessaires. Les livres électroniques doivent alors être retirés des lecteurs électroniques des utilisateurs sur l'ordre du véritable titulaire de droits<sup>8</sup>.

Tout transfert de fichier numérique entre auteurs et éditeurs s'accompagne de conditions de licence, exprimées soit dans un contrat, implicitement ou régies par les lois nationales. Ainsi, auteurs et éditeurs doivent mieux connaître le droit d'auteur et la propriété intellectuelle. Ils doivent saisir pleinement la portée des licences qu'ils concèdent aux intermédiaires ou à leurs lecteurs sur les œuvres. En ce qui concerne leurs propres auteurs, illustrateurs et autres contributeurs, les éditeurs doivent comprendre, fixer par écrit et gérer les droits qu'eux-mêmes détiennent sur les œuvres des auteurs, artistes graphiques et autres collaborateurs qui leur en ont concédé la licence, et savoir comment ils peuvent transférer ces droits aux consommateurs.

## Droits pertinents pour les éditions numériques

La première brochure de l'OMPI traitant la question du droit d'auteur et de l'édition, *Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition*<sup>9</sup>, est pertinente pour ce qui concerne toutes les questions fondamentales de licence. On trouvera ci-après un bref résumé des principes du droit d'auteur dans le contexte international qui met en évidence les particularités liées aux droits numériques.

Selon la Convention de Berne, une œuvre, imprimée ou sous forme numérique, est automatiquement protégée par le droit d'auteur dès sa création, sans que l'auteur n'ait besoin d'accomplir quelque formalité que ce soit; le droit d'auteur est inhérent à la création de l'œuvre et une forme constante de l'œuvre sous forme numérique est suffisante. Il y a néanmoins des avantages pratiques à enregistrer un droit d'auteur lorsqu'il existe un registre national volontaire. L'enregistrement offre une trace officielle de la date d'enregistrement et de l'identité du nouvel inscrit. L'enregistrement, par exemple au moyen de WIPO Proof<sup>10</sup>, constitue une preuve horodatée de dépôt qui peut être utilisée par la suite pour revendiquer la paternité de l'œuvre si cette dernière devait être contestée plus tard.

Dès la création de l'œuvre, l'auteur (ou éventuellement son employeur, comme c'est le cas dans les pays qui autorisent le louage d'ouvrage) détient immédiatement et exclusivement le droit d'autoriser tout acte dit "soumis à restriction" à l'égard de son œuvre, à savoir la reproduction, la publication, la distribution, la traduction, l'adaptation,



la représentation et la diffusion à la radio ou à la télévision de l'œuvre, la communication au public, ainsi que sa mise à la disposition du public.

Les conditions susmentionnées ne sont pas toujours exprimées mot pour mot dans les contrats de licence. Dans le commerce, ces droits sont divisés et exprimés de façon différente. Concernant le secteur de l'édition d'œuvres imprimées, les éditeurs ont la possibilité d'acquérir les droits de reproduction physique dans un format spécifique et compréhensible (relié, broché, numéroté, etc.) ainsi que des droits de distribution. Même les licences qui autorisent uniquement la vente de copies imprimées permettraient, de manière implicite ou explicite, de réaliser des copies et des adaptations numériques dans les limites prévues par le processus de production.

S'agissant des livres électroniques, les éditeurs peuvent acquérir le droit de reproduction des éditions numériques (formats spécifiques de livres électroniques, formats multimédias) et de communication au public. Les licences peuvent autoriser l'adaptation à un média particulier, comme les droits sur livres audio et les droits d'adaptation au théâtre. Les droits de traduction peuvent être cédés pour une langue dans le monde entier ou pour une région géographique spécifique. Ces licences sont généralement limitées dans le temps.

La technologie numérique a introduit de nouvelles façons d'utiliser les œuvres littéraires et, de fait, d'en concéder les licences. Les œuvres peuvent être déposées dans des bibliothèques numériques, avec ou sans contrepartie financière. Des licences peuvent être accordées à des fins non commerciales uniquement. Elles peuvent être adaptées aux fins d'utilisation dans des applications informatiques et des jeux vidéo. Les produits dérivés peuvent aller d'articles de papeterie à des parcs de loisirs. Des adaptations audiovisuelles peuvent être autorisées séparément pour des dessins animés, des séries télévisées ou des films. Ces droits relèvent du droit d'auteur, pouvant comprendre de nombreux "actes soumis à restriction" parmi ceux susmentionnés, et reposent également sur des marques qui permettent aux auteurs de personnages particulièrement connus ou caractéristiques et d'environnements de livres de protéger les personnages, les lieux fictifs et les noms originaux utilisés dans leurs œuvres, et sur des produits dérivés.

## Nouveaux défis en matière de droit d'auteur dans l'environnement numérique

La loi sur le droit d'auteur et les conditions de licence doivent être adaptées aux changements qui affectent la technologie et les modèles commerciaux dans le secteur de l'édition. La présente section donne un aperçu de cinq domaines dans lesquels l'environnement numérique a engendré de nouveaux défis, à savoir : la relation entre auteur et éditeur; la séparation des licences pour les droits sur les éditions numériques et sur les éditions imprimées; l'augmentation des demandes concernant les droits pour le monde entier; les difficultés particulières propres à l'autoédition; et les incidences sur le droit d'auteur des technologies liées à l'intelligence artificielle.

### Droits sur les éditions numériques et relation entre auteurs et éditeurs

La relation entre auteur et éditeur est au cœur de l'édition. La brochure de l'OMPI, *Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition*, est pertinente pour présenter tous les aspects fondamentaux des contrats entre auteurs et éditeurs. Il a toujours été de bon conseil de conserver des traces écrites de tous ces contrats. Dans l'environnement numérique, ces contrats doivent être gérés activement pour tirer parti du nombre croissant de possibilités d'octroi de licences. Ils doivent donc être saisis dans un système de gestion numérique des droits, idéalement en utilisant un langage de droit normalisé qui permet d'automatiser l'octroi de licences.

Les contrats liant auteurs et éditeurs ont toujours été un sujet de discorde entre les communautés d'auteurs et les communautés d'éditeurs. L'environnement numérique a alimenté ces conflits et ajouté de nouveaux éléments de désaccord. Toutes les plus grandes maisons d'édition utilisent des contrats types dont plusieurs sont privilégiés par les auteurs<sup>11</sup> et les organisations d'éditeurs<sup>12</sup>, parfois conjointement<sup>13</sup>. Tandis que ces modèles de contrats fournissent le cadre juridique et le langage (qui devraient toujours être adaptés aux lois nationales et à chaque circonstance), ils laissent ouverts des points de négociation clés qui exigent une attention particulière de la part de ceux qui sont impliqués dans l'édition numérique. L'auteur

(ou l'éditeur) est d'autant mieux à même d'orienter le contrat que son pouvoir de négociation est étendu.

Les auteurs se trouvent généralement dans une position de négociation inférieure par rapport à celle de l'éditeur et doivent, du moins au départ, accepter les conditions d'édition qui leur sont proposées. En 2019, une directive de l'UE<sup>14</sup> a imposé à tous les États membres de mettre en œuvre un certain nombre de dispositions destinées à protéger les auteurs et les artistes interprètes ou exécutants. Celle-ci concerne le principe de rémunération "appropriée et proportionnelle", l'obligation de transparence et le droit de révocation en cas de non-exploitation. Des dispositions similaires, bien que de moindre portée, se trouvent également dans l'annexe VII de l'Accord de Bangui de l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI)<sup>15</sup>, que les signataires s'engagent à mettre en œuvre.

Néanmoins, les auteurs et les éditeurs gagnent à long terme à ce que leurs contrats soient clairs et estimés justes par les deux parties, quel que soit l'endroit où seront publiés les livres.

Lorsqu'un auteur négocie les droits sur des éditions numériques avec un éditeur, il est important que toutes les parties définissent précisément et comprennent bien les droits qui sont acquis, car cela peut être source de confusion et de conflit. Par exemple, un livre électronique ou audio ou d'autres versions numériques peuvent exister en texte intégral, en version abrégée ou en version améliorée avec du matériel supplémentaire qui peut ou non être créé par le même auteur. Différents droits "audio" sont concernés selon qu'une œuvre est enregistrée, adaptée en vue d'une interprétation dramatique ou sonorisée pour les personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés.

La plupart des aspects du contrat entre auteur et éditeur sont abordés dans la brochure de l'OMPI *Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition*<sup>16</sup>. Dans tout contrat d'édition passé dans l'environnement numérique, il convient de porter une attention particulière aux éléments ci-après :

- donner une description claire et sans ambiguïté des droits concédés sur une œuvre (y compris les formats de publication)

qu'un éditeur est autorisé à produire, la langue et les territoires autorisés par la licence);

- préciser l'exclusivité ou la non-exclusivité du contrat;
- mentionner la durée du contrat et les modalités régissant le droit de révocation dont dispose l'auteur;
- indiquer les taux de redevance ainsi que le calendrier des paiements et de la soumission des rapports, y compris les avances.

### **Concession des droits d'impression et des droits numériques**

Dans le passé, un auteur concédait une licence d'exploitation sur son œuvre à un éditeur, lequel publiait et commercialisait cette dernière pendant la durée de son cycle de vie sur un territoire donné. Avec l'arrivée d'éditeurs spécialisés (essentiellement l'édition de livres brochés ou de livres audio), il est devenu possible d'autoriser différents formats commerciaux en concédant directement des licences à différents éditeurs.

De nombreux formats numériques sont utilisés dans le processus de publication. Les auteurs peuvent écrire un fichier numérique dans un format de traitement de texte, qui peut ensuite être converti dans un format utilisé en production et publié dans différents formats de livres électroniques pouvant varier d'une plateforme à l'autre.

Des exemplaires des œuvres dans ces différents formats de publication peuvent ensuite faire l'objet de licences pour différents usages: vente individuelle, inclusion dans des collections numériques, prêt, streaming, etc. L'édition de ces différents formats peut être autorisée par la même licence que celle pour le format papier, faire l'objet d'une licence séparée, ou ne pas être autorisée. Les "droits sur les éditions tous formats" (contrat principal entre l'auteur et l'éditeur, qui inclut généralement tous les formats dans lesquels l'œuvre originale est publiée en intégralité sans autre adaptation) comprend désormais de plus en plus souvent les droits sur les livres électroniques. Il est essentiel que les auteurs et les éditeurs parviennent à la plus grande clarté sur l'étendue des droits numériques accordés. Bien que des énumérations détaillées de formats et d'utilisations, des dispositions fourre-tout ou des exclusions spécifiques puissent apporter la certitude souhaitée, il

s'agit d'un point où toutes les parties doivent comprendre en détail les lois sur le droit d'auteur de leur pays.

Ce type de contrat convient à la majorité des grands éditeurs, qui souhaiteraient acquérir le droit d'éditer à la fois des formats de livres électroniques et des formats imprimés. Pour les titres grand public, ils voudront récolter les dividendes de leurs ventes et de leurs efforts de commercialisation des formats numérique et imprimé. Dans les pays où il existe un marché du livre relié, peut-être voudront-ils retarder la date de publication du livre numérique afin que le format relié haut de gamme ne rivalise pas avec le livre électronique (beaucoup plus abordable dans de nombreux pays). La décision commerciale définissant la stratégie exacte du lancement de livres électroniques peut être différente sur chaque marché.

Les auteurs sont préoccupés par la concession de droits sur des œuvres qui ne sont pas commercialisées. Ils ne veulent pas concéder de droits sur des livres numériques si l'éditeur omet ensuite d'éditer le livre en format numérique. Ce point devrait faire l'objet de négociations. En Allemagne, en Belgique, en France, en Hongrie et en Suède, l'éditeur est légalement tenu d'exploiter les droits concédés<sup>17</sup>. Les lois sur le droit d'auteur de plus de 100 pays prévoient une autre forme de clause sur la réversion des droits<sup>18</sup>. Une vision partagée de la stratégie et du planning d'édition peut enfin permettre d'éviter les litiges dans tous les ressorts juridiques.

### **Concession des droits pour le monde entier**

Auparavant, les droits étaient exclusivement concédés à un éditeur pour un territoire particulier ou, dans le cas de traductions, pour une langue spécifique. Les grandes maisons d'édition, présentes dans plusieurs pays, peuvent également acquérir les droits pour ces autres pays.

Il peut aussi être commode d'autoriser le premier éditeur à concéder des licences sur des traductions internationales d'une œuvre plutôt que de passer par un agent, à condition que l'éditeur ait la possibilité et la volonté de chercher activement des partenaires de licence internationaux. Cela présente un intérêt lorsqu'une publication associe les œuvres de plusieurs créateurs, comme les livres d'illustrations, ainsi que sur le marché scientifique et le marché

scolaire où les éditeurs ont déjà établi un créneau et des contacts dans leur domaine.

Bien que le secteur de l'édition ait toujours été un secteur international, le marché scolaire et le marché s'adressant au grand public ont eu une approche territoriale. Cependant, dans l'environnement numérique, un seul éditeur, même modeste, peut désormais répondre aux besoins d'un public mondial. Par conséquent, la demande de droits pour le monde entier est en hausse dans tous les secteurs<sup>19</sup>.

L'édition scientifique et professionnelle est généralement destinée au marché international; il est donc nécessaire pour un éditeur dans ce secteur d'acquérir les droits pour le monde entier, au moins dans une langue spécifique. Il en va de même pour tout éditeur qui s'adresse à un public international dans une seule langue. De nombreuses langues sont aujourd'hui parlées et lues par d'importantes communautés de la diaspora relativement aisées qui souhaitent aussi acquérir des livres dans leur langue maternelle. L'édition de livres électroniques convient parfaitement à ce type de public. Étant donné que les diasporas sont dispersées dans un grand nombre de pays, il est important d'acquérir les droits de distribution et de vente dans le monde entier aux fins de publication dans ces langues.

### Arrangements en matière d'autoédition

Il n'a jamais été aussi aisé qu'aujourd'hui pour un auteur de publier ses propres livres. Pourtant, les écarts de revenus demeurent entre les auteurs les plus prospères, tels que J.K. Rowling ou James Patterson<sup>20</sup> et l'auteur lambda, qui peine toujours à gagner sa vie, selon les organisations d'auteurs, en Nouvelle-Zélande<sup>21</sup>, au Royaume-Uni<sup>22</sup> ou encore aux États-Unis d'Amérique<sup>23</sup>. Certains éléments indiquent que les auteurs bien informés en matière de licences ont une plus grande marge, maintenant que l'autoédition est une solution viable pour accéder au marché<sup>24</sup>. Un récent rapport de l'OMPI indique un potentiel de revenu plus important<sup>25</sup>.

L'autoédition offre désormais une gamme de services variés. Puisque l'auteur paie pour bénéficier de services de publication, un certain nombre d'éléments du contrat diffèrent des contrats d'édition classiques et requièrent une attention particulière.

- Les auteurs devraient déterminer si le contrat est exclusif ou s'il permet également à d'autres intermédiaires de publier le même livre.
- Les auteurs devraient savoir si leur livre est uniquement commercialisé ou s'il peut aussi être loué, par exemple auprès de la bibliothèque de prêt Kindle d'Amazon. Les taux de redevance peuvent également varier considérablement selon les options choisies par l'auteur.
- La possibilité d'ajuster les prix, de regrouper les livres ou de les retirer complètement devient un élément clé de la liberté que l'autoédition donne aux auteurs.
- Comme toujours, les auteurs devraient porter une attention particulière aux clauses de réversion des droits à l'auteur, c'est-à-dire la durée du délai nécessaire pour retirer un livre du programme lorsque l'auteur souhaite passer par un autre service.

## **Œuvres du domaine public, œuvres libres de droits et œuvres orphelines**

Comme mentionné précédemment, l'utilisation d'un contenu "libre de droits" pour créer des publications et la mise à disposition d'un contenu "à titre gratuit" est avant tout un choix reposant sur un modèle commercial, et pas nécessairement une décision juridique. Le fait que le contenu soit en libre accès ou expressément gratuit ne signifie pas pour autant qu'il puisse être réutilisé librement. Les éditeurs doivent veiller à distinguer les œuvres qui ne sont pas ou plus protégées par le droit d'auteur (tout en prenant garde au droit moral, car le droit de paternité et le droit d'intégrité peuvent toujours s'appliquer) des œuvres protégées par le droit d'auteur faisant l'objet de licences publiques de portée très large.

Les éditeurs qui rééditent des ouvrages historiques dont le droit d'auteur a expiré n'ont pas à se préoccuper d'obtenir des licences, à moins qu'ils n'utilisent des traductions modernes. Il est souvent permis d'éditer ou de rééditer des lois nationales, des données économiques et des registres de brevets sans solliciter de licence particulière, mais les mécanismes par lesquels les lois nationales applicables permettent d'éditer ces œuvres peuvent varier. Par exemple, il peut exister des exceptions ou des limitations relatives à des actes soumis à une restriction en vertu de la législation sur

le droit d'auteur, ou une licence générale ouverte. Un contenu réédité trouvé "gratuitement" sur l'Internet suit les mêmes principes, à savoir: les contenus provenant de sites Web, les courtes vidéos, les publications sur des blogs, les mêmes, les messages publiés sur Facebook et Twitter et les photos partagées ne peuvent être copiés ou republiés sans autorisation. La plupart des principaux réseaux sociaux ont des conditions de licence claires concernant la réutilisation de leurs contenus. En l'absence de ces conditions ou d'une exception au droit d'auteur, de telles œuvres ne devraient pas être utilisées sans l'autorisation expresse du titulaire de droits.

Trouver le bon titulaire de droits est souvent une tâche difficile, en particulier lorsque l'éditeur initial n'a pas joint les métadonnées nécessaires à l'œuvre. S'agissant des œuvres publiées, il faut commencer par chercher du côté de l'éditeur le plus récent. De même, les organisations de gestion collective d'auteurs ou d'éditeurs ou les bibliothèques nationales détiennent souvent des informations contribuant à identifier ou à localiser les titulaires de droits. Cette question revêt une importance particulière pour les bibliothèques et les services d'archives qui souhaitent numériser leurs collections et les mettre à la disposition du public. Les titulaires de droits peuvent être si nombreux qu'on ne peut se permettre de tous les contacter pour obtenir leur autorisation. Un certain nombre de pays, notamment le Canada<sup>26</sup> et le Royaume-Uni<sup>27</sup>, ont promulgué des lois nationales permettant la réutilisation, sous certaines formes, d'œuvres orphelines, et l'Union européenne a publié une directive qui traite la question<sup>28</sup>. La plupart des lois de ce type exigent la recherche sans délai du titulaire de droits et imposent certaines conditions concernant le rééditeur ou l'objectif de la réutilisation avant de concéder une licence.

## Gestion numérique des droits

L'édition dans l'environnement numérique implique une gestion plus complexe des droits. Étant donné que les possibilités de sources de revenus augmentent, les éditeurs et autres intermédiaires doivent être à même de déterminer rapidement et précisément s'ils possèdent ou contrôlent les droits appropriés et si leurs stratégies et leurs politiques commerciales leur permettent de concéder ces droits sous licence et à quel prix. Des mécanismes de licence automatisée



dans lesquels des programmes informatiques recherchent un contenu spécifique, déterminent si celui-ci peut être concédé sous licence pour une utilisation donnée puis concluent le contrat de licence sans autre intervention humaine sont actuellement en phase de conception. L'enregistrement systématique et (cela est capital) cohérent et continu des données relatives aux droits sur les éditions numériques permet en outre aux éditeurs de transmettre aux auteurs des informations et des paiements de façon transparente, ce qui est un élément crucial pour l'établissement d'une relation de confiance.

Pour déterminer quels droits peuvent être enregistrés et de quelle manière, ONIX for Licensing Terms (ONIX pour les conditions de licence ou OLT)<sup>29</sup>, une famille de normes de messagerie ONIX en cours de conception, constitue un excellent point de départ. Les formats OLT sont adaptés aux besoins de différents groupes d'utilisateurs et de différentes applications.

ONIX for Publications Licenses (ONIX pour les licences sur les publications) est un format de communication important pour les éditeurs de publications, car il leur permet, ainsi qu'aux intermédiaires et aux bibliothèques, d'énoncer les conditions de licence pour les matériels numériques d'une manière structurée, de sorte qu'elles puissent être saisies dans un système de gestion de ressources électroniques et interprétées par ce système. Cela évite aux bibliothèques d'avoir à gérer les différentes conditions de licence propres à chaque éditeur.

ONIX for Rights Information Services (ONIX pour les services d'information sur les droits) aide les bibliothèques à identifier les titulaires de droits des œuvres de leurs collections. Cette norme permet de réduire le nombre d'œuvres orphelines dans une collection donnée.

ONIX for RROs (ONIX pour les organisations de perception des droits de reproduction) facilite le transfert de données entre ces organisations et les auteurs et les éditeurs. Cette norme permet d'améliorer le délai et la précision du versement des droits de licence perçus par les organisations de perception des droits de reproduction aux auteurs et aux éditeurs.

## Chaîne de blocs et gestion numérique des droits

La chaîne de blocs est un type de logiciel mis au point récemment qui crée un grand livre numérique, décentralisé et ouvert dans lequel les données, une fois saisies, ne peuvent être modifiées rétrospectivement. Cela signifie que le logiciel peut par exemple suivre la propriété et le transfert des actifs sans vérification externe. Chaque nouvelle transaction peut être ajoutée à la chaîne de blocs suivant un ensemble de règles établies. Tout le monde peut consulter les informations enregistrées, mais, à la différence des bases de données centralisées, l'autorité ou le pouvoir de modifier les données n'incombe pas à une organisation centrale. Le bitcoin, comme d'autres monnaies virtuelles, utilise la technologie de la chaîne de blocs. Certains secteurs utilisent la chaîne de blocs pour estampiller des documents, suivre des actifs, protéger les logiciels contre la falsification et sécuriser l'infrastructure numérique. Certains prédisent que cette technologie révolutionnera la gestion des données, car elle permet d'effectuer des transactions et de gérer des données au moyen d'un système décentralisé<sup>30</sup>.

Cette technologie peut-elle avoir une incidence sur l'édition? Des expérimentations ont été menées dans le secteur musical, où la gestion des droits pour les compositeurs, les paroliers, les interprètes et les éditeurs est souvent très complexe. La technologie de la chaîne de blocs présente trois avantages pour le secteur de l'édition. Tout d'abord, elle permet de suivre la propriété des droits dans un fichier numérique et de remonter au créateur original ou aux créateurs originaux. En théorie, ce système pourrait permettre de disposer plus facilement de preuves de la titularité du droit d'auteur ou de l'autorisation du titulaire. Ensuite, elle peut améliorer l'efficacité des paiements en intégrant la technologie de la chaîne de blocs et les licences exploitables par ordinateur dans les systèmes de paiement. Enfin, cette technologie peut rendre la concession de licences collectives plus compétitive et donc plus efficace en facilitant la mise en place de plateformes de licences alternatives.

Toutefois, la technologie de la chaîne de blocs ne manque pas de soulever des critiques<sup>31</sup>. Une préoccupation, sans doute temporaire, concerne sa capacité à gérer le nombre d'utilisations autorisées de fichiers musicaux sur l'Internet. De petites transactions peuvent générer une énorme quantité de données à traiter et à stocker. Un

élément plus important encore est l'absence d'autorité centrale qui peut, à terme, entraîner une absence de responsabilité et d'obligation de rendre des comptes. On relève en outre des préoccupations d'ordre juridique : quelles sont les responsabilités en cas de poursuites et quelles actions peuvent être entreprises s'il est impossible de modifier une chaîne de blocs, mais qu'il est nécessaire de réévaluer la propriété, notamment à la suite d'une décision de justice ayant établi qu'une ou plusieurs transactions intégrées à la chaîne étaient illégales ? En somme, la confiance qui était accordée à la revendication des personnes impliquées dans une chaîne de transaction est désormais placée dans le mécanisme propre à la chaîne de blocs. Ces préoccupations valent également pour le secteur de l'édition. Pourtant, dans d'autres secteurs d'activité, tels que la finance, la logistique et la comptabilité, la technologie de la chaîne de blocs est en passe de remplacer les formalités administratives laborieuses qu'impliquent actuellement de nombreuses transactions.

## Licences collectives

Les organisations de gestion collective gèrent les licences collectives pour le compte d'un grand nombre de titulaires de droits. La première organisation de gestion collective a été fondée par des auteurs dramatiques, des compositeurs et des paroliers en 1829<sup>32</sup>. Ces organisations se sont ensuite rapidement imposées dans le cadre de représentations théâtrales puis musicales. L'avènement de la photocopie de masse a nécessité la création de sociétés de perception réunissant auteurs et éditeurs appelées organisations de perception des droits de reproduction. Aujourd'hui, la Fédération internationale des organisations de perception des droits de reproduction compte 106 membres qui, en 2019, ont collecté près d'un milliard d'euros (soit 1,178 milliard de dollars É.-U.)<sup>33</sup>. Le montant des recettes varie d'un pays à l'autre, mais dans de nombreux pays, les paiements versés aux organisations de perception des droits de reproduction (RRO) représentent une part importante des revenus des auteurs et des éditeurs, en particulier des éditeurs d'ouvrages scolaires, car les licences collectives sont particulièrement importantes dans ce secteur<sup>34</sup>. Les RRO sont généralement dirigées par des auteurs et des éditeurs sur un pied d'égalité et les règles de répartition des recettes, bien que très différentes d'un pays à l'autre,

exigent souvent que les recettes de l'organisation soient partagées entre auteurs et éditeurs.

Si les organisations de perception des droits de reproduction ont pour tâche principale de gérer les licences collectives, elles remplissent également d'autres fonctions importantes, notamment en amenant les auteurs et éditeurs à réfléchir ensemble à une question qui les concerne tous, à savoir le renforcement du droit d'auteur et de la gestion collective, améliorant ainsi le dialogue entre auteurs et éditeurs. Les RRO occupent en outre une place importante dans le débat national sur le droit d'auteur et elles contribuent souvent à développer d'autres aspects de l'infrastructure du secteur de l'édition. Elles élaborent des identificateurs et des normes, aident les auteurs et les éditeurs à défendre une meilleure protection du droit d'auteur et à entretenir des relations suivies avec les bibliothèques et d'autres acteurs majeurs du secteur de l'édition.

L'extension des licences collectives pour inclure les utilisations numériques a été un processus complexe. Si, dans le domaine de l'impression, il est unanimement admis que la photocopie ne peut être autorisée que par des licences collectives, dans l'environnement numérique, le consensus a peine à se dégager. Les éditeurs ont d'abord cherché à concéder directement des licences pour toute utilisation numérique, même mineure, étant donné que les règles de répartition des recettes des sociétés de perception leur semblaient moins avantageuses que les accords sur les redevances qu'ils pouvaient négocier individuellement avec les auteurs. Les éditeurs estimaient également qu'ils pouvaient ainsi s'adapter plus facilement et rapidement à l'évolution des besoins des preneurs de licence.

Plusieurs sociétés de perception ont élaboré des systèmes de licences comprenant les utilisations numériques telles que le scannage et l'intégration de parties de livres ou d'articles individuels de périodiques à des ensembles de cours sur support numérique ou à des ressources éducatives en ligne. Certaines organisations de perception des droits de reproduction, en particulier celles dont le modèle commercial nécessite des mandats volontaires des auteurs et des éditeurs, ont pu mettre au point de nouveaux produits de licences efficaces qui répondent aux préoccupations spécifiques des utilisateurs<sup>35</sup>.

Parallèlement, l'ensemble des organisations de perception des droits de reproduction a été examiné. Au Canada, les modifications de la législation sur le droit d'auteur qui ont élargi les exceptions relatives au droit d'auteur ont fait l'objet d'un débat intense et d'une attention à l'échelle internationale.

Des affaires judiciaires en Belgique (impliquant également la Cour de justice européenne)<sup>36</sup> et en Allemagne<sup>37</sup> ont remis en cause le rôle des éditeurs dans les sociétés de perception. L'Union européenne a adopté de nouvelles directives qui influent sur le fonctionnement et la gouvernance d'organisations de gestion collective des droits<sup>38</sup>.

## Notes

1. Pour plus d'informations, voir cellbiol.com (n.d.), *Bioinformatics Web Development: 1-1: Data transmission on the Internet*. [www.cellbiol.com/bioinformatics\\_web\\_development/chapter-1-internet-networks-and-tcp-ip/data-transmission-on-the-internet/](http://www.cellbiol.com/bioinformatics_web_development/chapter-1-internet-networks-and-tcp-ip/data-transmission-on-the-internet/).
2. Pour plus d'informations concernant les droits de reproduction et de distribution, voir <https://copyrightalliance.org/education/copyright-law-explained/limitations-on-a-copyright-owners-rights/first-sale-exceptions-copyright/>.
3. Cour de justice de l'Union européenne (2012), *Arrêt dans l'affaire C-128/11 UsedSoft GmbH c. Oracle International Corp.* <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2012-07/cp120094fr.pdf>.
4. Cour de justice de l'Union européenne (2019), *Affaire C-263/18 – Nederlands Uitgeversverbond, Groep Algemene Uitgevers c. Tom Kabinet Internet BV and Others, Arrêt de la Cour (grande chambre) du 19 décembre 2019*. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=221807&pageIndex=0&doclang=FR&mode=req&dir=&occ=first&part=1>.
5. Cour d'appel des États-Unis d'Amérique pour le deuxième circuit (2017), *Capitol Records, LLC c. Redigi Inc.* [www.leagle.com/decision/inco20181212111](http://www.leagle.com/decision/inco20181212111).
6. Par exemple, Cour de justice de l'Union européenne (2019), *Affaire C-263/18 – Nederlands Uitgeversverbond, Groep Algemene Uitgevers c. Tom Kabinet Internet BV and Others, Arrêt de la Cour (grande chambre) du 19 décembre 2019*. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=221807&pageIndex=0&doclang=FR&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=30040>.
7. Voir par exemple, Hess, S. *et al.* (2020), *Contract construction: Creating an effective licensing toolkit in an academic library setting*. *The Serials Librarian*, 78(1-4), 22-27. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2020.1707021>.
8. Stone, B. (2009), *Amazon erases Orwell books from Kindle*. *New York Times*, 17 juillet. [www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html](http://www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html).
9. Seeber, M. et R. Balkwill (2007), *Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition*. Genève : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. <https://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=255>.
10. WIPO PROOF. <https://www.wipo.int/wipoproof/fr>.
11. Par exemple, Irlande : *Irish Writers' Union Sample Model Contract*. [https://irishwritersunion.org/wp-content/uploads/2017/03/sample\\_contract.pdf](https://irishwritersunion.org/wp-content/uploads/2017/03/sample_contract.pdf); France : La Charte *et al.* (2020), *HACKATHON: Résultats de l'atelier: Contrat d'édition équitable*. [https://ligue.auteurs.pro/wp-content/uploads/2020/09/hackathon\\_2020\\_resultats\\_atelier1.pdf](https://ligue.auteurs.pro/wp-content/uploads/2020/09/hackathon_2020_resultats_atelier1.pdf).
12. IBPA (n.d.), *Sample publisher/author agreement – An IBPA member benefit*. Independent Book Publishers Association. [www.ibpa-online.org/general/custom.asp?page=authoragreement](http://www.ibpa-online.org/general/custom.asp?page=authoragreement).
13. Par exemple, Allemagne : Börsenverein des Deutschen Buchhandels (n.d.), *Verlagsrecht & Musterverträge* (en allemand). [www.boersenverein.de/beratung-service/recht/verlagsrecht-mustervertraege/](http://www.boersenverein.de/beratung-service/recht/verlagsrecht-mustervertraege/); Catalogne (Espagne) : ACEC (n.d.), *Modelos de contrato de edición* (en espagnol). [www.acec-web.org/SPA/CONTRATOS.ASP](http://www.acec-web.org/SPA/CONTRATOS.ASP); France : Syndicat national de l'édition (2013), *Accord auteurs-éditeurs du 21 mars 2013*.

- www.sne.fr/editeur-et-auteur/accord-auteurs-editeurs-du-21-mars-2013/.
14. UE (2019), Directive (EU) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE). *Journal officiel de l'Union européenne*, L 130/92. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj?locale=fr>.
  15. [https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/fr/oa002/trt\\_oa002.pdf](https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/fr/oa002/trt_oa002.pdf).
  16. Seeber, M. et R. Balkwill (2007), *Gestion de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'édition*. Genève: Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. <https://www.wipo.int/publications/fr/details.jsp?id=255>.
  17. Se référer à l'étude: European Parliament Directorate General for Internal Policies (2014). *Contractual Arrangements Applicable to Creators: Law and Practice of Selected Member States*. Bruxelles: Union européenne. [www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/juri/dv/contractualarrangements\\_/contractualarrangements\\_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/juri/dv/contractualarrangements_/contractualarrangements_en.pdf).
  18. Yuvaraj, J. (2019), *Reversion laws: what's happening elsewhere in the world?* The Author's Interest. <https://perma.cc/7F3J-4ENW>.
  19. Walsh, C. (2012), *Publishing agreements*. Writers & Artists, Bloomsbury, 27 juillet. [www.writersandartists.co.uk/writers/advice/162/after-publication/rights-and-legal-advice/publishing-agreements](http://www.writersandartists.co.uk/writers/advice/162/after-publication/rights-and-legal-advice/publishing-agreements).
  20. Cuccinello, H.C. et A. Shapiro (2019), World's highest-paid authors 2019: J.K. Rowling back on top with \$92 million. *Forbes*, 20 décembre. [www.forbes.com/sites/hayleycuccinello/2019/12/20/worlds-highest-paid-authors-2019-rowling-patterson-obama/](http://www.forbes.com/sites/hayleycuccinello/2019/12/20/worlds-highest-paid-authors-2019-rowling-patterson-obama/).
  21. Copyright Licensing New Zealand (2019), *Latest report into New Zealand writers' earnings reveals the difficulty to make a living from writing*, 27 mars. [www.copyright.co.nz/about/news-and-event/latest-report-into-new-zealand-writers-earnings-reveals-the-difficulty-to-make-a-living-from-writing](http://www.copyright.co.nz/about/news-and-event/latest-report-into-new-zealand-writers-earnings-reveals-the-difficulty-to-make-a-living-from-writing).
  22. Kretschmer, M. (2019), *UK authors' earnings and contracts 2018: A survey of 50,000 writers*. CREATE blog, 2 mai. [www.create.ac.uk/blog/2019/05/02/uk-authors-earnings-and-contracts-2018-a-survey-of-50000-writers/](http://www.create.ac.uk/blog/2019/05/02/uk-authors-earnings-and-contracts-2018-a-survey-of-50000-writers/).
  23. The Authors Guild (2019), *U.S. Published Book Author Income Survey*. [www.authorsguild.org/wp-content/uploads/2019/01/Authors-Guild-U.S.-Published-Author-Income-.pdf](http://www.authorsguild.org/wp-content/uploads/2019/01/Authors-Guild-U.S.-Published-Author-Income-.pdf).
  24. Peukert, C. et I. Reimers (2018), Digital disintermediation and efficiency in the market for ideas. *CESifo Working Paper Series n° 6880*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3110105>.
  25. Cuntz, A. (2018), Creators' income situation in the digital age. *Economic Research Working Paper n° 49*. Genève: Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4372](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4372).
  26. Rapport final de Hackathon d'IP Osgoode sur les œuvres orphelines, relatif à la nécessité d'établir un meilleur régime d'octroi de licences pour les œuvres orphelines. [www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/hackathon-oeuvres-orphelines.html](http://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/hackathon-oeuvres-orphelines.html).
  27. GOV.UK (2021), *Copyright: orphan works*, Intellectual Property Office. [www.gov.uk/apply-for-a-licence-to-use-an-orphan-work](http://www.gov.uk/apply-for-a-licence-to-use-an-orphan-work).
  28. EU (2012), Directive 2012/28/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2012 sur certaines utilisations autorisées des œuvres

- orphelines. *Journal officiel de l'Union européenne*, L 299/5. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:299:0005:0012:-FR:PDF>.
29. EDItEUR (n.d.), *Licensing terms and rights information: Overview*. [www.editeur.org/85/Overview/](http://www.editeur.org/85/Overview/).
  30. *The Economist* (2015), The promise of the blockchain: The trust machine. *The Economist*, 31 octobre. [www.economist.com/news/leaders/21677198-technology-behind-bitcoin-could-transform-how-economy-works-trust-machine](http://www.economist.com/news/leaders/21677198-technology-behind-bitcoin-could-transform-how-economy-works-trust-machine).
  31. Gerard, D. (2017), *Why you can't put the music industry on a blockchain*. Hypebot, 31 août. [www.hypebot.com/hypebot/2017/08/why-you-cant-put-the-music-industry-on-a-blockchain-excerpt.html](http://www.hypebot.com/hypebot/2017/08/why-you-cant-put-the-music-industry-on-a-blockchain-excerpt.html).
  32. Pour plus d'informations sur l'histoire des organisations de gestion collective, voir l'article: [www.cisac.org/sites/main/files/files/2020-11/CISACUniversity\\_The\\_History\\_of\\_Collective\\_Management\\_FINAL.pdf](http://www.cisac.org/sites/main/files/files/2020-11/CISACUniversity_The_History_of_Collective_Management_FINAL.pdf).
  33. IFRRO (2020), *IFRRO Board Report 2019*. Bruxelles : IFRRO. [www.ifrro.org/sites/default/files/pages/Board%20report%202020%20final%20v15OCT.pdf](http://www.ifrro.org/sites/default/files/pages/Board%20report%202020%20final%20v15OCT.pdf).
  34. Voir par exemple la campagne de l'IFRRO en matière de politiques sur le site "Content for Education". [www.contentforeducation.org/](http://www.contentforeducation.org/).
  35. Voir par exemple Copyright Agency (n.d.), LearningField, [www.copyright.com.au/learningfield/](http://www.copyright.com.au/learningfield/); et Copyright Clearance Center (n.d.), RightFind Enterprise, [www.copyright.com/business/rightfind/](http://www.copyright.com/business/rightfind/).
  36. C-572/13, *Hewlett-Packard Belgium SPRL c. Rebelbel SCRL*, 2015. <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?&num=C-572/13>.
  37. *Martin Vogel c. VG Wort, BGH ZR 198/13*. <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&n-r=74554&pos=0&anz=1>.
  38. UE (2014), Directive 2014/26/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 concernant la gestion collective du droit d'auteur et des droits voisins et l'octroi de licences multiterritoriales de droits sur des œuvres musicales en vue de leur utilisation en ligne dans le marché intérieur *Journal officiel de l'Union européenne*, L 84/72. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0026&from=FR>.



# Le piratage dans l'environnement numérique

La question de savoir si les organisations de perception des droits de reproduction continueront à jouer un rôle prépondérant dans l'infrastructure du secteur de l'édition dépendra des responsables politiques. Les questions clés sur le sujet sont la représentation des auteurs et des éditeurs, la possibilité de collecter des droits de licence pour la copie privée et en particulier la mesure dans laquelle l'utilisation de parties de manuels et autres livres dans les établissements d'enseignement requiert le paiement de droits à verser aux intéressés par l'intermédiaire des organisations locales de perception des droits de reproduction.

Le piratage, équivalent du vol en droit d'auteur, n'est pas nouveau dans le secteur de l'édition; il remonte aux débuts mêmes de l'édition. Les éditeurs ont toujours été confrontés à des imprimeurs qui dépassent le nombre de tirages autorisés ou à l'importation ou la réimpression illicite de livres populaires par des tiers. Ce problème est toujours d'actualité dans de nombreux pays en développement<sup>1</sup>.

Avec l'Internet, ce phénomène a pris une ampleur mondiale, avant de frapper à nouveau les pays industrialisés. Il a considérablement modifié la portée, l'échelle et les conséquences potentielles du piratage. Il y a fort à parier que chaque livre électronique à succès sera piraté et qu'il sera possible d'en télécharger gratuitement des copies illicites sur l'Internet, parfois même avant sa publication officielle. En 2015, par exemple, *Soumission*, le roman de Michel Houellebecq, était accessible en ligne gratuitement, en téléchargement illégal une semaine avant sa sortie officielle dans les rayons. Face à ce genre d'informations, certains titulaires de droits hésitent à se lancer sur le marché du numérique. Toutefois, la disponibilité du contenu via des services légaux a également une incidence sur le niveau de piratage observé dans le secteur de la création<sup>2</sup>.

Quelques chiffres illustrent l'étendue du problème. Depuis les années 1980, le piratage numérique a augmenté, avec 300 milliards de visites annuelles enregistrées sur des sites Web illégaux. La part

de téléchargement illégal de livres électroniques varie entre 21% de tous les lecteurs de livres électroniques en Allemagne et 92% des lecteurs en Russie et en Chine. Une étude a chiffré la valeur commerciale du piratage numérique de musique dans le monde en 2015 à 29 milliards de dollars É.-U. et a estimé qu'elle pourrait atteindre 53 à 117 milliards en 2022. En Espagne, un rapport établi à la demande du secteur de la création révèle que 60% des internautes ont accédé à du contenu illégal jusqu'à 11 fois par mois en 2019, ce qui représente un manque à gagner estimé à 2437 millions d'euros (soit 2873 millions de dollars É.-U.). Aux États-Unis d'Amérique, les éditeurs déclarent que le piratage de livres électroniques représente une perte de 300 millions de dollars É.-U.<sup>3</sup>. Les sites Web portant atteinte au droit d'auteur constituent une économie parallèle générant des centaines de millions d'euros en recettes publicitaires tout en conservant des marges bénéficiaires allant de 86% à 93%. Une recherche financée par Google révèle qu'entre 6% et 21% des personnes interrogées dans 13 pays différents ont admis avoir été impliquées dans des actes de piratage au cours de l'année précédente<sup>4</sup>.

Ces chiffres sont probablement plus élevés pour les livres audio, tout aussi concernés que la musique ou les vidéos par la diffusion en continu ou streaming, qui est la technologie de diffusion de contenus la plus récente.

Des données plus précises nous présenteraient probablement une image différente de la situation : tandis que, dans certains pays dotés d'un marché numérique suffisamment stable, au moins un large pourcentage du marché de l'édition est légal, dans certaines régions, du fait de l'absence presque totale d'un marché du numérique fonctionnant correctement, près de la totalité des ventes de livres électroniques, quel que soit leur volume, sont illégales. De ce fait, les chiffres collectés à l'échelle mondiale sont dépourvus de signification. D'un point de vue politique, la question est la suivante : existe-t-il un marché ordonné favorisant un environnement stable pour le secteur de l'édition, qui génère des emplois, un système de taxes et surtout, qui encourage la création de livres?

Certains secteurs de la création survivent dans un environnement où seul un petit pourcentage de consommateurs paye : c'est le cas des musiciens de rue, qui jouent gratuitement en comptant

sur une rémunération volontaire et remportent parfois un succès remarquable<sup>5</sup>; c'est aussi le cas de l'industrie cinématographique indienne, "Bollywood", bien que les pirates gagnent plus d'argent que l'industrie du film elle-même<sup>6</sup>. Manifestement, les économies d'échelle profitent à cette industrie cinématographique du fait de la taille gigantesque du marché indien. Ce modèle s'applique également à "Nollywood", l'équivalent nigérian de Bollywood. Songer à l'incroyable machine économique et créative que l'industrie cinématographique pourrait être si elle parvenait à mettre au point un modèle commercial plus conventionnel et équilibré donne néanmoins à réfléchir.

Certains auteurs et éditeurs profitent eux aussi du piratage. Ils considèrent le piratage et la disponibilité gratuite de leurs livres en ligne comme un outil commercial de promotion de leurs ventes sur papier. Paulo Coelho, l'auteur de best-sellers, publie les liens vers les versions numériques et les traductions de ses livres sur son propre site Web. Il maintient que plus il y a de gens qui "piratent" un livre, mieux c'est, car s'ils en apprécient le début, ils iront acheter le livre entier le lendemain<sup>7</sup>. La recherche économique semble confirmer l'intuition selon laquelle l'échantillonnage d'œuvres d'une qualité *ex ante* inconnue (par exemple l'accès à un échantillon de lecture) pourrait accroître le volume des ventes dans certains secteurs de la création. En outre, les consommateurs qui réalisent les dépenses les plus élevées en contenu pourraient être ceux qui se fournissent à la fois auprès des sources légales et illégales<sup>8</sup>.

Cette approche est de fait un modèle commercial selon lequel les ventes numériques perdues à cause du piratage sont compensées par les retombées sur la commercialisation du livre imprimé et les répercussions en matière de relations publiques ainsi que par les économies réalisées en décidant de ne pas lutter contre le piratage. La marque et l'image peuvent également jouer un rôle. Ce modèle commercial ne peut être appliqué que par les auteurs et les éditeurs qui détiennent une part du marché du livre imprimé suffisamment importante. Il peut également fonctionner pour les auteurs dont le livre vise simplement à faire la promotion de leurs qualités et de leurs compétences, qu'ils peuvent ensuite monnayer d'une autre manière. En conséquence, il n'est pas surprenant que les auteurs universitaires, qui touchent leur revenu principal de leur établissement universitaire, fassent en général peu de cas du piratage de leurs

monographies. Ce modèle commercial ne convient pas aux auteurs dont les œuvres ne sont pas des best-sellers ou dont la demande globale, sous forme imprimée ou numérique, ne suffit pas à assurer leur stabilité lorsqu'une large proportion de la demande est satisfaite sans qu'aucun paiement ne soit versé aux auteurs et aux éditeurs.

Par conséquent, le piratage demeure une source d'inquiétude pour la grande majorité des auteurs et des éditeurs. La demande satisfaite par les pirates entraîne un rétrécissement du marché global potentiel. Puisque le secteur de l'édition compte principalement des entreprises à faibles marges bénéficiaires et que les éditeurs ont besoin des bénéfices dégagés par un petit nombre de best-sellers pour supporter les coûts de l'ensemble leurs programmes d'édition, une faible proportion de copies piratées peut avoir de lourdes conséquences.

Avant d'analyser les outils permettant de lutter contre le piratage numérique, il est important de comprendre que les conséquences du piratage varient selon les différentes branches du secteur de l'édition. Tous les marchés ne sont pas sujets à cette pratique à mesure égale. Certains marchés s'adressent aux consommateurs qui ont une solide culture du respect du droit d'auteur. Cela vaut pour les industries reposant sur la propriété intellectuelle, telles que l'industrie pharmaceutique et, dans une mesure tout aussi importante, pour la communauté des bibliothèques, les institutions publiques, y compris les établissements d'enseignement publics et d'enseignement supérieur dans la plupart des pays. Cela contribue à expliquer pourquoi les exceptions au droit d'auteur, moyen licite d'utiliser des œuvres sans rémunération, font l'objet d'un débat si intense dans ces secteurs. D'autres secteurs, tels que le secteur bancaire, les services de consultation et la comptabilité, ont grand intérêt à ce que l'on sache qu'ils se conforment aux lois en général, y compris à la loi sur le droit d'auteur. De la même manière, certains marchés sont particulièrement exposés au piratage, comme ceux de la littérature de science-fiction ou des manuels de l'enseignement supérieur destinés aux étudiants de premier cycle, marchés dans lesquels les lecteurs types ont des compétences en informatique avancées et accordent moins de considération au droit d'auteur. Le secteur traditionnel de l'édition dans les marchés émergents est également exposé au piratage, car les premiers consommateurs à adopter la lecture numérique sont aussi ceux qui ont généralement

les meilleures compétences en informatique et qui connaissent le mieux les sources non autorisées de musique, de films et de livres électroniques. La plupart des marchés licites du livre électronique naissent dans un environnement où les consommateurs de contenus numériques font exclusivement appel à des pirates et qui ont donc l'habitude de se procurer des livres gratuitement ou à très bas prix auprès de sources anonymes. Il est particulièrement intimidant de commencer à investir dans des marchés légaux en ayant pour concurrents ces marchés non régulés. Une fois établis, les marchés ordonnés et légaux attirent progressivement des clients qui souhaitent que toutes les transactions respectent la législation sur le droit d'auteur.

Quoi qu'il en soit, la question du piratage ne doit pas être prise à la légère. Les comportements à l'égard du téléchargement illicite de musique, de films et de livres électroniques évoluent. Les titulaires de droits ne sont pas voués à être des victimes passives face au piratage; par leurs actions, elles peuvent aussi changer la manière dont la société perçoit les activités qui les privent de leur revenu légitime. Les droits ne seront respectés que s'ils sont défendus.

## Stratégies de lutte contre le piratage

Quelles stratégies les auteurs et les éditeurs peuvent-ils appliquer lorsqu'ils sont menacés par le piratage?

Certains éditeurs pensent que le piratage en ligne représente un tel risque pour leur activité qu'ils refusent tout net de se lancer dans l'édition numérique. À court terme, cette stratégie évite les pertes, mais, à plus long terme, elle ne fonctionne que pour les secteurs qui resteront probablement cantonnés à l'édition sur papier. Ces derniers pourraient inclure la littérature jeunesse, les livres illustrés et quelques autres catégories spécifiques. Dans la plupart des autres secteurs, les auteurs rechercheront des éditeurs qui leur offrent des bénéfices tant pour les publications numériques que pour l'édition imprimée. À long terme, il est possible que les éditeurs de publications exclusivement sur papier se spécialisent dans la sous-traitance auprès de maisons d'édition à même de proposer une grande variété de formats, ce qui ne les distinguerait plus tellement de simples imprimeurs.

La première stratégie visant à prévenir le piratage consiste à recourir à des modèles commerciaux capables de résister à ce fléau. Les éditeurs qui fournissent un accès payant à des bases de données régulièrement actualisées ou à des bibliothèques numériques et à leurs collections, comme les éditeurs de contenus éducatifs numériques, peuvent contrôler le trafic sur leurs plateformes et détecter facilement les violations flagrantes de mots de passe. Grâce à l'actualisation continue des produits de l'éditeur, même si quelqu'un parvient à réaliser une copie pirate, la version originale sera toujours de qualité supérieure. Une autre tactique consiste à associer un livre donné à un produit numérique et protéger l'accès à ce dernier par un mot de passe. Les ouvrages universitaires peuvent être proposés avec un code d'accès à un riche environnement éducatif numérique dont la licence est vendue avec un mot de passe spécifique pour chaque ouvrage. Les mots de passe piratés peuvent être bloqués. Cette méthode peut en outre affaiblir le marché du manuel d'occasion.

La deuxième approche consiste à recourir à des mesures techniques de protection. Ces mesures sont des barrières techniques qui empêchent la copie et la mise à disposition de fichiers numériques. Selon l'article 11 du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, les parties contractantes sont tenues de prévoir une protection juridique appropriée et des sanctions juridiques efficaces contre la neutralisation des mesures techniques efficaces. Il existe une gamme de technologies variées du point de vue du coût, de l'efficacité et des désagréments pour le lecteur. Aucune technologie ne peut être efficace à 100%, mais le marché numérique sera tout de même protégé. Les mesures techniques de protection créent une barrière qui n'est pas seulement un inconvénient technique, mais qui montre aussi qu'une œuvre est protégée par le titulaire du droit d'auteur. C'est encore un facteur qui pourra persuader certains lecteurs de se procurer une licence plutôt que de recourir au vol.

La troisième stratégie implique de lutter activement contre le piratage, en particulier contre ceux qui en tirent profit.

## Lutter contre le piratage en ligne

Le fait de lutter contre le piratage sur l'Internet, comme de lutter contre de nombreuses autres formes de cybercriminalité, n'est pas une mince affaire en raison de l'anonymat que fournit l'Internet. Pourtant, ce n'est pas une mission impossible. Il faut avant tout que le secteur de l'édition concerné ait la volonté de défendre et de faire respecter ses droits. Cela demande un investissement, non seulement financier, mais également en ressources et en efforts collectifs. Si les auteurs estiment que leurs œuvres ont de la valeur et que les éditeurs estiment que leur activité apporte une valeur ajoutée, alors la défense de ces droits est une démarche politique et concrète importante.

Certaines mesures doivent être prises d'emblée par les auteurs et les éditeurs, car il est important de justifier de la propriété des droits et de la chaîne de transfert des droits dans le cadre d'actions en justice. Inclure une mention de réserve du droit d'auteur et des informations sur la gestion numérique des droits dans les livres électroniques, ainsi que des conditions de licences expresses, permet d'informer les utilisateurs et les personnes qui souhaitent partager ces œuvres plus largement des limites de leurs droits contractuels et de leurs obligations. Les informations relatives à la gestion numérique des droits et au preneur de licence original au titre du contrat peuvent être intégrées en filigrane numérique, c'est-à-dire sous forme de données cachées comprises dans les fichiers numériques et copiées en même temps que l'œuvre.

Hormis ces dispositions techniques, des mesures politiques importantes peuvent également être prises par les auteurs et les éditeurs. Il est important de lutter ostensiblement contre le piratage afin d'inciter les autorités chargées de veiller au respect de la loi, les responsables politiques, les législateurs et les juges à créer un cadre juridique et un système de sanction qui prennent le piratage au sérieux. Auteurs et éditeurs doivent avoir la volonté de s'exprimer haut et fort et de montrer que le piratage n'est pas une infraction anodine.

Il n'est pas nécessaire de gagner toutes les affaires de piratage, mais il est important de lutter contre cette infraction et de remporter les affaires qui marquent des étapes décisives et revendiquent

publiquement l'existence, l'efficacité et la légitimité de la loi sur le droit d'auteur. Les enquêtes en ligne, les récompenses offertes aux personnes qui contribuent à démasquer les pirates et les frais de justice peuvent coûter très cher. Les auteurs et les éditeurs doivent par conséquent sélectionner soigneusement les affaires qu'ils décident de porter en justice et demander à leurs associations de les aider à obtenir gain de cause dans les affaires marquantes. Il arrive souvent que les organisations de perception des droits de reproduction et les organisations rassemblant des titulaires de droits offrent également un appui financier.

Là où les responsables politiques et les tribunaux ne parviennent pas à garantir une protection adéquate et efficace du droit d'auteur, la communauté internationale des auteurs et éditeurs peut apporter un soutien aux titulaires de droits locaux en rappelant leurs obligations aux gouvernements concernés au titre des traités de l'OMPI et de l'OMC auxquels ils ont adhéré. Ces traités exigent en effet, lorsqu'il y a lieu, la protection adéquate et efficace du droit d'auteur.

### **Développer des marchés licites**

Le piratage en ligne existait dans la plupart des pays avant la naissance des marchés commerciaux; ainsi, au début, tous les secteurs de l'édition ont été confrontés à la lourde tâche de développer un marché commercial dans un environnement servant à partager gratuitement des œuvres protégées par le droit d'auteur.

Le bon développement d'un marché du livre numérique exige quelques prérequis :

- Une infrastructure de base pour le commerce en ligne : elle doit notamment comprendre des mécanismes de paiement et une infrastructure de distribution fiables.
- Un prix raisonnable : les consommateurs s'attendent à ce que les livres électroniques soient moins chers que les livres imprimés, même si ce point de vue commence à évoluer. Si la plupart des livres électroniques sont vendus à un prix plus bas que les livres imprimés, les romans des auteurs de best-sellers peuvent suivre différentes stratégies de fixation des prix. Le prix est également influencé par les politiques gouvernementales comme la fixation



d'un prix unique des livres, les réglementations parallèles en matière d'importation et la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ou la taxe générale sur les ventes<sup>9</sup>.

- Des efforts notables de toutes les parties prenantes et de tous les responsables politiques pour combattre le piratage: il convient notamment de disposer de lois claires, de tribunaux impliqués, d'organes compétents chargés d'assurer le respect des lois et de titulaires de droits qui défendent activement leurs droits. La condamnation par un tribunal, même si elle reste rare, entraîne une prise de conscience du caractère immoral du piratage et du risque que prennent ceux qui s'en rendent coupables.
- Sensibilisation du public: il faut informer le public sur la nécessité de rémunérer les titulaires de droits et les moyens permettant de respecter les lois sur le droit d'auteur.
- Suivi et évaluation: toute stratégie de lutte contre le piratage, y compris les sanctions, doit être suivie de près et réévaluée, car le comportement du consommateur et les modèles commerciaux des titulaires de droits évoluent constamment.

Une excellente stratégie de lutte contre le piratage est d'offrir une expérience et un service en ligne de bien meilleure qualité que ceux fournis sur les sites Web piratés. Les plateformes licites proposent plus qu'un simple contenu, elles offrent une expérience en ligne sécurisée, pratique et agréable. Leur service comprend la garantie de la qualité des livres électroniques proposés, de la fiabilité du site Web, d'un site Web protégé des virus, exempt de publicités non sollicitées ou de publicités pour des services illicites ou immoraux et d'une vitesse de téléchargement à haut débit; il comprend également des recommandations fondées sur des achats antérieurs, des évaluations de contenus, des communautés en ligne et la possibilité de dialoguer avec les auteurs, ainsi que d'autres contenus ou produits connexes, un service aux consommateurs, un service d'assistance téléphonique et des applications pratiques.

Somme toute, les lecteurs veulent naviguer en toute sécurité sur des sites Web de confiance proposant une interface de recherche pratique et des services de qualité, tandis que les auteurs et les éditeurs veulent s'assurer que leurs œuvres sont facilement accessibles, protégées de manière appropriée et dûment autorisées par une licence.

## Notes

1. Voir International Publishers Association (2020), *IPA Global Report on Copyright & Publishing*. [www.internationalpublishers.org/state-of-publishing-reports/ipa-global-report-on-copyright-publishing](http://www.internationalpublishers.org/state-of-publishing-reports/ipa-global-report-on-copyright-publishing).
2. Voir par exemple pour les secteurs audiovisuels, Smith, D. *et al.* (2019), I want you back: The interplay between legal availability and movie piracy. *International Journal of the Economics of Business*, 26, 199-216. <https://doi.org/10.1080/13571516.2019.1553293>.
3. Rowe, A. (2019), U.S. publishers are still losing \$300 million annually to ebook piracy. *Forbes*, 28 juillet. [www.forbes.com/sites/adamrowe/2019/07/28/us-publishers-are-still-losing-300-million-annually-to-ebook-piracy/](http://www.forbes.com/sites/adamrowe/2019/07/28/us-publishers-are-still-losing-300-million-annually-to-ebook-piracy/).
4. Poort, J. *et al.* (2018), Global online piracy study. *Amsterdam Law School Research Paper n° 2018-21*, figure 5.24.
5. Voir Stopps, D. (2014), *Comment gagner sa vie avec la musique* (deuxième édition). Genève: Organisation Internationale de la Propriété Intellectuelle, p. 126. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/copyright/939/wipo\\_pub\\_939.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/copyright/939/wipo_pub_939.pdf).
6. Gupta, A. (2016), Indian films gross \$2 billion, but piracy makes 35% more. *The News Minute*, 21 août. [www.thenewsminute.com/article/indian-films-gross-2-billion-piracy-makes-35-more-48603](http://www.thenewsminute.com/article/indian-films-gross-2-billion-piracy-makes-35-more-48603).
7. Flood, A. (2012), Paulo Coelho calls on readers to pirate books. *The Guardian*, 1<sup>er</sup> février. [theguardian.com/books/2012/feb/01/paulo-coelho-readers-pirate-books](http://theguardian.com/books/2012/feb/01/paulo-coelho-readers-pirate-books).
8. Voir par exemple, la série d'études relatives au suivi des atteintes au droit d'auteur au Royaume-Uni proposée par l'organisme Ofcom. [www.gov.uk/government/publications/online-copyright-infringement-tracker-survey-10th-wave](http://www.gov.uk/government/publications/online-copyright-infringement-tracker-survey-10th-wave).
9. Pour de plus amples informations sur le débat relatif à la taxe sur la valeur ajoutée sur les livres électroniques dans l'Union européenne, voir Teffer, P. (2016), EU's new VAT rules likely to make ebooks cheaper. *EUobserver*, 1<sup>er</sup> décembre. <https://euobserver.com/digital/136111>.

# Conclusions

Le secteur de l'édition est précipité dans une révolution numérique. Tous les éléments de l'édition sont bouleversés par la technologie, même si le livre imprimé demeure un produit populaire et durable. Il est peu probable que toutes les branches du secteur de l'édition passent aux plateformes numériques, du moins pas à moyen terme. Pour les lecteurs, le passage aux produits numériques est facilité par la disponibilité de la technologie numérique, mais le choix de l'écran ou du papier leur revient.

Les livres imprimés se distinguent de tous les autres médias, car pour les lecteurs, le papier n'a pas uniquement valeur nostalgique. Le papier est résistant, compact, il peut être facilement manipulé, il est bon marché, simple et ne requiert pas l'utilisation de l'électricité. On peut y inscrire des annotations, le déchirer, le réparer, le toucher, le plier, l'afficher et point n'est besoin d'avoir un ordinateur à proximité pour en disposer. Ces qualités sont souvent, mais pas toujours, appréciées; les livres imprimés continueront d'exister dans les marchés où les lecteurs leur accordent de la valeur, mais les formats numériques prévaudront là où ils présentent un intérêt supplémentaire important ou apportent des solutions à des problèmes pressants.

La communication scientifique est le premier secteur dans lequel le papier a cédé du terrain au numérique, car les chercheurs avaient besoin de la technologie numérique pour rendre le volume croissant des connaissances scientifiques consultables et les informations qu'elles requièrent accessibles. Cependant, le papier perdure dans l'édition de livres pour enfants, car les parents préfèrent que leurs enfants lisent des livres plutôt qu'ils passent encore plus de temps sur un écran. L'enseignement à distance est quant à lui passé au numérique, car la technologie et l'Internet combleront la distance physique bien plus efficacement que les livres imprimés. Pourtant, dans les salles de classe des niveaux primaires et secondaires, les outils numériques ne sont qu'un complément à ce qui reste l'aspect essentiel de l'apprentissage: la relation entre élèves et enseignants<sup>1</sup>. Les solutions numériques n'ont du succès que dans les domaines où elles pallient les lacunes des livres imprimés.

Les textes imprimés restent un support fermement ancré dans les domaines tels que l'édition de livres d'art, de livres de cuisine et de guides de voyage et ils demeurent populaires auprès de certains publics, jeunes et moins jeunes, qui préfèrent tout simplement lire sur papier ou apprendre au moyen de manuels imprimés (sauf lorsqu'ils sont en voyage, doivent lire dans une langue étrangère ou ont besoin de modifier la taille et l'espacement du texte, etc.).

Ces changements de comportement décrivent la nouvelle situation dans laquelle se trouvent les éditeurs: l'impression jouera un rôle important dans la plupart des branches de l'édition, mais comme le besoin de lire et d'avoir accès à des publications peut se faire sentir n'importe où et à tout moment, les éditeurs doivent aussi apprendre à fournir aux lecteurs un accès à leurs contenus dans une large gamme de formats numériques.

Même pour le secteur de l'édition, "passer au numérique" n'est pas un acte isolé ou le simple fait de vendre un produit sous forme de fichier numérique. C'est un changement d'état d'esprit. Cela implique d'apprendre à connaître les lecteurs, de comprendre pourquoi ils achètent des livres, à quel moment ils les lisent, ce qu'ils cherchent, et ensuite veiller à ce qu'ils aient accès aux publications à l'endroit et au moment où ils en ont besoin, dans le format qu'ils souhaitent utiliser pour satisfaire leurs besoins individuels. La véritable révolution est cette prise en compte des préférences de l'utilisateur; elle confère au lecteur tout le pouvoir de décision. Les éditeurs à succès sont ceux qui, au lieu de résister à cette transition, adaptent leurs services aux nouveaux besoins et articulent leur modèle commercial en fonction de ces derniers. En outre, même si les éditeurs décident de publier des ouvrages au format papier, pour réussir, ils devront adopter l'état d'esprit du numérique: observer leurs lecteurs, s'informer de leurs besoins et trouver des moyens de répondre à leur demande en matière de livres.

Cette importance donnée aux lecteurs complique les stratégies commerciales des auteurs et des éditeurs. Ils doivent envisager beaucoup plus de canaux de distribution, de sources potentielles de revenus et de modèles commerciaux. Les auteurs ou leurs éditeurs doivent désormais gérer la fourniture de contenus dans des formats toujours plus variés et via de multiples plateformes. De nouvelles compétences sont nécessaires pour gérer la complexité de multiples options et systèmes de licences.

Le droit d'auteur demeure essentiel pour l'avenir de l'édition, ainsi que l'affirme Jaron Lanier: "La propriété intellectuelle est un élément crucial pour bâtir un avenir qui reste digne. [...] La propriété intellectuelle offre une voie susceptible d'assurer au plus grand nombre des moyens de subsistance dans la dignité. C'est notre meilleur atout"<sup>2</sup>.

Malgré tous les changements qui touchent les médias, la technologie et le comportement des lecteurs, la passion qui inspire le secteur de l'édition reste la même: exploiter la créativité des écrivains et les compétences des éditeurs, raconter des histoires, échanger des idées et transmettre un savoir.

## Notes

1. Saavedra, J. (2020), *On World Teacher's Day: A recognition of hard work during challenging times*. World Bank blogs, 5 octobre. <https://blogs.worldbank.org/education/world-teachers-day-recognition-hard-work-during-challenging-times>.
2. Jewell, C. (2016), Jaron Lanier, pionnier du numérique, à propos des dangers de la culture en ligne "gratuite". *Magazine de l'OMPI*, avril. [www.wipo.int/wipo\\_magazine/fr/2016/02/article\\_0001.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2016/02/article_0001.html).

# Annexes

## Aide-mémoire des politiques publiques qui facilitent la transition numérique

Tout pays dont la population sait lire, écrire et a reçu une instruction peut avoir une culture nationale du livre et un marché de l'édition; toutefois, toutes les branches de l'édition dépendent étroitement des politiques gouvernementales.

Le tableau 1 de l'annexe dresse la liste des politiques qui ont une influence sur les publications imprimées et numériques.

### Annexe – Tableau 1. Politiques relatives au droit d'auteur

DOMAINE DE POLITIQUE	Loi, mesures de politique	Parties prenantes	Concours de l'OMPI
Lois sur le droit d'auteur			
Ratification et mise en œuvre des traités pertinents de l'OMPI	Convention de Berne, WCT, Traité de Marrakech	Toutes	Disponible
Étude des exceptions au droit d'auteur	Compatibilité avec les traités de l'OMPI	Toutes	Disponible
Respect du droit d'auteur	Campagnes de sensibilisation du public	Toutes	
Politiques antipiratage	Sensibilisation, formation, application	Auteurs, éditeurs, autorités chargées d'assurer le respect des lois, tribunaux	Disponible
Cadre juridique approprié pour les auteurs et les traducteurs	Droit d'auteur et droit des contrats	Auteurs, traducteurs, éditeurs	Absence d'instruments internationaux

Droit d'auteur et compétences en matière de concession de licences	Renforcement des capacités des auteurs, éditeurs et autres parties prenantes	Auteurs, éditeurs, bibliothèques	
Dialogue prospectif sur la politique en matière de droit d'auteur	Tables rondes, consultations multipartites visant à encourager les solutions collaboratives	Toutes	
Gestion collective	Renforcement des capacités, contrôle de l'efficacité, de la qualité et de la bonne gouvernance des organisations de gestion collective	Auteurs, éditeurs, bibliothèques et autres preneurs de licence potentiels	Disponible
<b>Politiques en matière d'édition numérique</b>			
TVA/GST	Taux appropriés et constants de la TVA pour les livres électroniques et autres publications numériques	Auteurs, éditeurs, bibliothèques, détaillants	
Fixation des prix des livres	Règlements appropriés concernant le prix unique des livres	Auteurs, éditeurs, détaillants	
Droit de la concurrence	Contrôle approprié de la concurrence encourageant la distribution et la vente compétitives de livres en ligne	Auteurs, éditeurs, détaillants	
Accessibilité	Veiller à ce que les personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés aient accès aux livres	Éditeurs, bibliothèques, organisations représentant les personnes ayant des difficultés de lecture des textes imprimés	Disponible



Politiques en matière d'éducation dans l'environnement numérique		
Politiques en matière d'enseignement sur support numérique	Garantir des objectifs appropriés en matière d'enseignement, qui permettent d'évaluer de manière adéquate les outils numériques et leur incidence sur l'éducation	Auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, fournisseurs de technologies, enseignants, chercheurs
Expérimentations en matière d'enseignement sur support numérique	Expérimentation et évaluation méthodique des principales initiatives numériques	Chercheurs, auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, enseignants
Politiques d'achat dans l'environnement numérique	Veiller à ce que les politiques d'achat appuient les compétences locales en matière d'éducation, en particulier parmi les auteurs et les éditeurs	Auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, enseignants
Politiques d'achat de manuels	Déterminer si les politiques d'achat de manuels incitent suffisamment les auteurs et les éditeurs locaux à investir dans les compétences nécessaires à la conception de manuels de qualité et si ces politiques permettent une concurrence adéquate	Auteurs, éditeurs, responsables politiques en matière d'éducation, enseignants
Politiques de libre accès		
Politique de libre accès	Promotion de politiques de libre accès appropriées favorisant l'accès du public et garantissant la durabilité de la transmission des connaissances sur le long terme	Éditeurs, universités, bibliothèques, établissements universitaires

Sensibilisation aux systèmes d'accès gratuits existants et aux organisations chargées de promouvoir l'accès	Sensibilisation et promotion de systèmes de licences existants et autres mécanismes et organisations destinés à améliorer l'accès	Initiatives visant à promouvoir l'accès aux données scientifiques
<b>Politiques générales</b>		
Campagnes générales de promotion des livres	Promotion des livres et de la lecture sur les chaînes publiques de radio et de télévision, par l'organisation de concours nationaux, etc.	Auteurs, éditeurs, bibliothèques, organismes de radiodiffusion et de télévision, autres institutions culturelles
Campagnes en faveur de l'alphabétisation précoce	Campagnes de promotion visant à faire la lecture aux jeunes enfants et à les accompagner dans l'apprentissage de la lecture	
	Bibliothèques, organisations caritatives, pédiatres, sages-femmes, campagnes internationales en faveur de la lecture à un stade précoce	

## Aide-mémoire des compétences en matière de droits d'auteur des auteurs et des éditeurs

Auteurs et éditeurs doivent avoir des connaissances sur l'Internet et le droit d'auteur. Le droit d'auteur, comme tout autre droit, doit être compris, revendiqué et géré, et cela exige le perfectionnement constant d'un ensemble de compétences, familières ou nouvelles.

## Annexe – Tableau 2. Aide-mémoire des compétences en matière de droits d’auteur des auteurs et des éditeurs

Aspect du droit d’auteur	Compétence acquise
Formation au droit d’auteur	Auteurs et éditeurs doivent comprendre leurs lois nationales en matière de droit d’auteur et exprimer clairement les droits qu’elles confèrent dans les licences.
Conformité au droit d’auteur	Auteurs et éditeurs doivent respecter les droits des autres personnes dont ils utilisent les œuvres, comme les illustrateurs, les traducteurs et les autres donneurs de licence.
Gestion des droits	Auteurs et éditeurs mettent au point des procédures de gestion des droits qui intègrent la gestion des droits dans le processus d’édition.
Relations entre auteurs et éditeurs	Auteurs et éditeurs devraient examiner ensemble leur stratégie en matière d’édition numérique dans le cadre du processus de concession de licences.
Autoédition	Les auteurs doivent anticiper la gestion de leurs droits et comprendre les implications en matière de droits des différents modèles commerciaux, y compris les plateformes d’autoédition.
Collaboration	Auteurs et éditeurs devraient renforcer leur collaboration afin de défendre leurs intérêts communs.
Organisations de gestion collective	Auteurs et éditeurs devraient renforcer l’action de leurs organisations de gestion collective afin de défendre leurs intérêts

Pour favoriser l'instauration d'une culture nationale du livre et de la lecture grâce aux écrivains et aux éditeurs professionnels locaux, il faut comprendre la manière dont fonctionne ce secteur de l'économie créative et comment il est influencé par la révolution numérique. Cette publication vise à aider les décideurs politiques, notamment dans les pays qui souhaitent promouvoir le secteur local de l'édition, à mieux comprendre l'industrie de l'édition et comment le droit d'auteur et d'autres politiques influent sur la façon dont les livres sont créés, publiés et consommés.

Organisation Mondiale  
de la Propriété Intellectuelle  
34, chemin des Colombettes  
Case postale 18  
CH-1211 Genève 20  
Suisse

Tél.: + 41 22 338 91 11  
Fax: + 41 22 733 54 28

Les coordonnées des bureaux extérieurs de l'OMPI sont disponibles à l'adresse suivante:  
[www.wipo.int/about-wipo/fr/offices](http://www.wipo.int/about-wipo/fr/offices)

Publication de l'OMPI n° 1066F  
ISBN: 978-92-805-3440-5  
(version imprimée)  
ISBN: 978-92-805-3441-2  
(version en ligne)