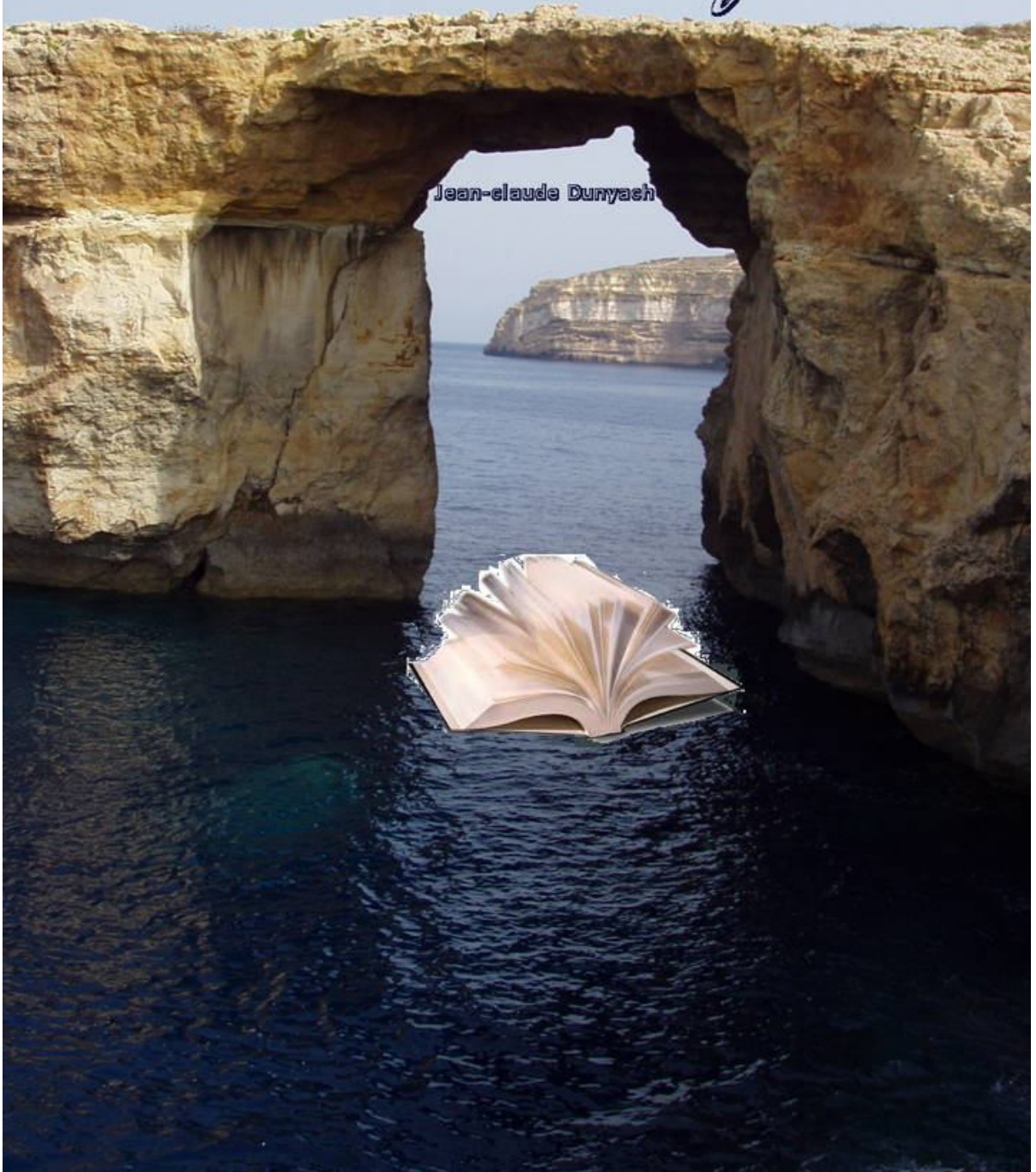


Le livre va-t-il sombrer dans la mer numérique?

Jean-claude Dunyach



Le livre va-t-il sombrer dans la mer numérique ?

Jean-Claude Dunyach, avec l'aide de Th. Crouzet, Ayerdhal et S. Doke.



Avertissement préliminaire : cet article, né de discussions et de contributions diverses, a pour vocation de poser des questions et de soulever des problématiques. Il ne donne pas beaucoup de réponses – qui n’auraient de toute façon qu’une durée de vie réduite –, mais il traduit un ensemble d’inquiétudes. Il est certain qu’il se démodera assez vite, même s’il est susceptible d’évoluer (en particulier si vous réagissez). Vous voilà prévenus.

<u>LE LIVRE VA-T-IL SOMBRER DANS LA MER NUMÉRIQUE ?</u>	1
<u>1. LES LIVRES NUMÉRIQUES : NOUS Y SOMMES...</u>	3
<u>2. CE QUI CHANGE, OU PEUT CHANGER</u>	5
2.1. L’IDÉE MÊME D’UN LIVRE EST EN TRAIN DE CHANGER	5
2.2. LE RÔLE ACTIF DU LECTEUR	5
2.3. LES AVANTAGES POUR LES ACTEURS LOCAUX	6
2.4. QUELQUES CHANGEMENTS SUPPLÉMENTAIRES	7
<u>3. CE QUI NOUS MENACE, OU QUI PEUT MAL TOURNER</u>	7
3.1. CE QUI MENACE LE SYSTÈME EN TANT QUE TEL	7
3.2. CE QUI PEUT PERVERTIR LE SYSTÈME	8
3.2.1. Tout le monde est-il écrivain ?	8
3.2.2. Le piratage nous coulera-t-il ?	9
3.2.3. Le marketing numérique est-il adapté à nos besoins ?	10
<u>4. GÉRER LA TRANSITION</u>	13
4.1. LA SITUATION DE TRANSITION ACTUELLE	14
4.2. FAUT-IL SE DÉBARRASSER DES ÉDITEURS ?	14
<u>5. CAMARADES ÉCRIVAINS, ENCORE UN EFFORT !</u>	16
5.1. RÉINVENTONS LE LIVRE	16
5.2. GÉRONNS AVEC SOIN NOS MÉTADONNÉES	16
5.3. OFFRONS DES BONUS.	17
5.4. RÉINVENTONS UN NOUVEAU PARTENARIAT AVEC DES ÉDITEURS, OU DES AGENTS	17
<u>6. CONCLUSION</u>	19
<u>7. LIENS UTILES</u>	19
<u>8. DU MÊME AUTEUR :</u>	20

1. LES LIVRES NUMÉRIQUES : NOUS Y SOMMES...

Les livres électroniques sont bien là. Tous les ingrédients nécessaires sont réunis pour que le phénomène prenne son essor : des liseuses de plus en plus confortables, de moins en moins chères, et de plus en plus répandues (avec de nouveaux moyens de lecture comme les téléphones portables et les consoles de jeu), des moyens de numérisation de textes accrus – n’oublions pas que la quasi-totalité des livres récents existent déjà sous forme numérique avant d’être imprimés –, des outils de fabrication d’ebooks en grande partie gratuits, démocratisés, et simples d’emploi. Sans oublier, bien sûr, un moyen extrêmement efficace et rapide – Internet – de diffusion à l’échelle mondiale, avec des acteurs déjà bien implantés dans ce domaine, dont les compétences vis-à-vis de la gestion d’objets numériques, des données et des liens associés, sont vastes. Notons que cette compétence – c’est un point essentiel pour moi – n’existe pas, ou peu, chez les acteurs traditionnels de la chaîne du livre (les auteurs, les éditeurs ou les libraires qui ne s’occupent que des livres papier).

Le passage du livre papier au livre numérique n’est pas un processus évident, car il remet quantité de choses en question, en particulier un rapport charnel très fort avec l’objet livre papier, du moins pour les gros lecteurs de notre époque. Il questionne également ce qu’est l’acte même de lire (j’y reviendrai plus loin). Toutefois, je crois cette évolution inévitable ; je soupçonne aussi qu’elle sera rapide, pour de nombreuses raisons, valables aussi bien pour le lecteur que pour les vendeurs ou les créateurs :

- D’abord et avant tout, c’est une technologie facile...
- C’est une technologie démocratique et égalitaire, idéologiquement neutre (elle n’est au service d’aucune « idée de la littérature »), même si, comme pour l’ipod, ce sont d’abord les geeks et les fashion victims qui ont joué avec et contribué à la rendre un minimum glamour.
- C’est une technologie en phase avec la manière dont les civilisations occidentales font évoluer leurs valeurs – la vitesse et l’immédiateté, le fait de transporter son univers avec soi, la multiplicité des liens dynamiques autour des objets intellectuels, etc.
- C’est un gain financier pour l’utilisateur, si le système joue le jeu. Comme toute fabrication dématérialisée – voir la musique, les films, les jeux, qui sont de plus en plus diffusés par transferts numériques –, le prix de vente est décorrélé du prix de fabrication de chaque unité. La fabrication du premier élément a un coût (il faut écrire le livre), mais il n’y a pas de gains de fabrication notables si on vend un million de copies d’un même livre par rapport à cent. L’économie des petites séries confidentielles n’est plus si différente de celle des best-sellers.
- C’est une augmentation de la richesse potentielle de tous. Il ne peut pas y avoir des millions de livres papiers par personne alors que l’on peut parfaitement imaginer un téraoctet de données par personne.
- C’est une mise à disposition de tous de la masse énorme des livres et documents du domaine public.
- C’est une technologie qui facilite l’interactivité avec le client direct – le lecteur – ce qui est la façon de fonctionner des acteurs de l’économie numérique. Un lecteur qui accède à un livre numérique via une liseuse fournit des données au système global, souvent sans s’en rendre compte. Il contribue à améliorer – et enrichir – celui-ci.
- C’est une technologie qui met sur pied d’égalité l’ensemble des livres numériques – elle ne part pas du principe que certains genres sont mineurs, voire mauvais ou dangereux. Une librairie numérique ne fronçe jamais le nez en disant « désolé, je ne

vends pas ça ». De ce côté-là, il est intéressant de constater que la SF, le Fantastique ou la Fantasy, littératures traditionnellement méprisées par les garants de l'orthodoxie littéraire, sont parmi les premiers bénéficiaires de l'apparition de l'offre numérique. Ce n'est pas la seule raison (le fait que les lecteurs de SF aient souvent un profil de geek en est une autre), mais je suis sûr que ça joue un rôle

- C'est une technologie qui permet une infinie souplesse de l'offre pour chaque lecteur. Chacun peut lire littéralement ce qu'il veut, à tout moment.
- C'est une technologie qui peut croître violemment sans saturer le marché. Si un lecteur accède à une librairie en ligne qui lui offre un million, dix millions, un milliard de titres, la seule différence sera un léger ralentissement dans la réponse des fonctions de recherche – et un nombre nettement plus élevé de suggestions. Pour nous, les auteurs, ça signifie qu'on peut recommencer à publier – ce qui ne veut pas dire qu'on sera acheté, ou lu. Mais au moins, le système ne nous bloquera plus pour des raisons de limitation de ressources disponibles.
- C'est une technologie qui a des aspects pratiques – le livre est lourd (les cartables de nos enfants en savent quelque chose), il prend de la place... Dans le domaine scolaire, il présente des tas d'avantages. Et si une génération commence à lire sur liseuse à l'école, elle continuera...
- C'est une technologie qui permet l'échantillonnage, le picorage – récupérer facilement et gratuitement les premières pages d'un livre, pour l'essayer. Les gens qui téléchargent de la musique le savent bien : on télécharge beaucoup de choses qu'on efface après une première écoute. Pour le livre, le même phénomène se produira.
- Le même livre électronique peut évoluer au cours du temps – correction des coquilles, ajout de différents éléments (critiques, paratexte, etc.). On peut parfaitement imaginer une notion de mise à jour associée à l'idée d'ebook. Certaines plates-formes le font déjà.
- Enfin, cette technologie autorise de nombreuses évolutions de l'idée même de livre, en permettant l'hybridation avec de la musique, des films, en favorisant l'intertextualité, etc.

Certaines de ces raisons bénéficient aux lecteurs. D'autres permettent à de nouveaux acteurs d'apparaître. D'autres encore promettent, à plus ou moins brève échéance, la mort ou la réinvention de pans entiers de l'économie du livre. Mais il faut se dire que la masse d'avantages pour le plus grand nombre est telle que la mutation est désormais inexorable.

Soyons brutal : une librairie en ligne type Amazon offre des millions de volumes numériques, des fonctions de recherche et de tri, et, autant que je sache, elle traite chaque livre sur un pied d'égalité, ce qui est un point essentiel... Elle ne fait pas a priori la promotion du livre de Dupond par opposition à Durand sur la page d'accueil, ce sont les ventes et les liens spécifiques à celui qui s'est connecté qui décident du contenu de cette page. Même s'il existe des promotions chez Amazon, la logique commerciale qui sous-tend le business model est celle de la longue traîne. Un livre numérique se vendra sur le long terme, il pourra être oublié durant de longues périodes puis redevenir temporairement d'actualité – par exemple si son auteur publie un autre livre, ou si un autre auteur s'en recommande ou le revendique comme une influence, ou si un lien se fait entre lui et d'autres textes.

Une librairie comme Amazon permet également aux lecteurs qui le souhaitent de laisser un billet ou une critique associée à un livre ; elle indique le rang des ventes, renvoie éventuellement sur des liens externes fournissant des informations relatives au livre, elle associe chaque ouvrage à d'autres ouvrages similaires (suivant des algorithmes propriétaires de mieux en mieux fichus), etc. Elle constitue l'embryon de ce que pourrait être un jour la

grande librairie mondiale, en particulier du point de vue de l'interface.

D'une certaine façon, nous y sommes déjà. Et ça fait envie.

2. CE QUI CHANGE, OU PEUT CHANGER

2.1. L'IDÉE MÊME D'UN LIVRE EST EN TRAIN DE CHANGER

La manière dont on écrivait il y a ne serait-ce qu'un demi-siècle est devenue en partie démodée pour les nouvelles générations de lecteurs dont l'appréhension de l'imaginaire s'est formée en partie au contact de la télévision, des jeux vidéos, des clips, etc. Les approches narratives évoluent d'une façon extrêmement rapide. La façon dont on lit (former une représentation dans son esprit à partir de mots, avec tout ce que cela implique de contribution de son propre imaginaire, quand on est lecteur – le sensorium joue un rôle essentiel – et une immersion (on se plonge dans un livre)) devient pour beaucoup de gens une simple forme d'extraction d'informations, ou la découverte d'un enfillement de péripéties, avec une fréquence quasi imposée de coups de théâtre pour relancer l'attention qui menace à tout moment de s'échapper vers autre chose.

Parfois, et, je le constate, de plus en plus fréquemment, le livre s'appuie sur une espèce de banque de clichés partagés par le plus grand nombre. Le terme cliché n'est pas à prendre de façon péjorative, c'est un terme commode pour caractériser quelque chose dont notre environnement culturel – cinéma, télé, jeux vidéos, etc. – fournit une représentation standard largement adoptée. Beaucoup de best-sellers ont été écrits ainsi – citons l'exemple de Mary Higgins Clarke dont chaque personnage, chaque décor, semble sorti d'une représentation des Sims et n'est caractérisé que par quelques mots-clés (le marin est buriné et fume la pipe, le héros est brun, bien découpé et étrangement attirant, le pompiste est souriant, avec des muscles qui gonflent sa salopette, etc.). De tels livres peuvent aisément muter vers des formes hybrides incluant des images, des représentations animées, des sons, etc., de façon quasi automatique (avec des outils numériques adaptés), car ils sont assez pauvres en contenu induisant une représentation mentale spécifique chez le lecteur, et ils sont également pauvres en ambiguïtés et en questionnements. Ce sont des scénarios de jeux de rôle livrés avec leurs figurines et leur carte de jeu.

Ce qui m'amène à la remarque suivante : je vois divers projets, tirés des laboratoires et présentés sur des outils numériques de lecture, permettant d'enrichir, de lier, de structurer de façon plus souple et modelable par le lecteur, un texte. Attention, nous parlons là de la dimension informationnelle d'un texte, pas de sa composante « littéraire » (à défaut d'autres mots), son style, sa finesse psychologique, les messages qu'il véhicule, son humanisme, etc. Mais cela peut s'appliquer au livre d'aventure – génération de cartes automatiques, etc. – aux romans dont les personnages peuvent « s'animer » au-dessus de la page, aux livres dont on peut choisir d'être le héros, aux ouvrages universitaires qui s'enrichissent au contact des bases de données du net...

Tout cela permet de jouer, tout en nous éloignant de l'idée qu'on s'est longtemps fait de la littérature. Savoir s'il faut le regretter ou non est un autre débat. C'est là, c'est fun, et ça sera bientôt possible pour le plus grand nombre. Apprenons à vivre avec.

2.2. LE RÔLE ACTIF DU LECTEUR

À de rares exceptions près, la réaction du lecteur à un livre ne parvient pas à l'auteur ou l'éditeur du livre. En revanche, quand on écoute de la musique sur sa bibliothèque iTunes et qu'on « note » un morceau avec des étoiles, l'information est collectée et commence à être exploitée.

Les liseuses sont parfaitement capables de transmettre des tas d'informations sur la façon

dont un livre électronique a été lu. Ça va de la notation explicite par le lecteur (avec des étoiles, par exemple) à des choses plus subtiles, qui peuvent être prélevées sans nécessairement que l'utilisateur le sache : ce livre a été lu plus ou moins rapidement que les autres, le lecteur s'est arrêté à tel endroit, le lecteur a commandé le suivant tout de suite après avoir lu celui-là, etc. Encore une fois, les outils de data mining actuels permettent d'exploiter de façon riche de telles données. Et les conditions techniques nécessaires pour leur collecte existent déjà.

L'important est que le « retour des lecteurs » sera nettement mieux capté, puis exploité, et de façon plus riche, par les systèmes automatiques que ne manqueront pas de mettre en place les grands acteurs commerciaux du domaine. Ceux-ci maîtrisent cette technologie depuis longtemps et ont en partie bâti leur modèle économique dessus.

Cette technologie, les éditeurs et les libraires ne la possèdent pas, ils seront difficilement prescripteurs sur Internet – et auront du mal à se faire rémunérer pour ce rôle. Ce qui les met dans une position difficile face au nouveau marché du livre électronique. En effet, l'enjeu à dix ans ne sera pas d'être capable de fournir un livre en ligne au lecteur qui sait déjà ce qu'il veut... Ça, tout le monde saura le faire. Les gagnants à ce jeu seront ceux qui sauront orienter directement le lecteur hésitant vers le petit nombre de livres susceptibles de lui plaire, compte tenu de son profil, de ce qu'il aura déjà lu (et que le système connaîtra), etc. Et pour cela, il faudra maîtriser un certain nombre de techniques d'exploitation de données qui ne font pas partie de l'arsenal de la chaîne du livre traditionnelle.

De plus, le data mining et l'exploitation d'informations issues des acheteurs/lecteurs fonctionnent mieux quand il y a beaucoup d'informations disponibles – il y a un seuil critique en dessous duquel on se contente de stagner, ou d'occuper un marché de niche qui n'évoluera guère. À l'heure actuelle, les grands acteurs comme Google, Amazon et Apple bénéficient d'un avantage énorme dans ce domaine. D'autres tentent de s'accrocher, à un moindre niveau – par exemple des chaînes de librairies généralistes comme Barnes & Nobles aux USA. Au Canada francophone, il semble que les acteurs du livre (éditeurs et auteurs) se soient mis d'accord sur une plate-forme de vente unique pour le livre numérique.

En France, nous en sommes loin.

Dans ce contexte, imposer un prix unique du livre numérique est un contre-sens. Face aux acteurs poids lourds, la seule façon pour des stratégies alternatives de publication d'exister (l'équivalent des éditeurs indépendants en musique) c'est de tirer les prix de leurs ouvrages vers le bas. Ceci afin de permettre à des auteurs nouveaux, hors normes, à l'écart des courants, d'atteindre le seuil de vente minimal qui leur permettra d'exister, et de fidéliser un lectorat. Cela demandera du temps, et le temps, dans l'univers numérique, c'est peut-être ce qui coûte le plus cher.

Qu'on le veuille ou non, les acteurs du domaine vont devoir acquérir de nouvelles compétences. Ou mourir, et laisser la place à d'autres acteurs mieux armés pour l'économie numérique. Quant aux lecteurs, leurs « droits imprescriptibles » (au sens de Pennac) vont devenir de plus en plus d'actualité.

2.3. LES AVANTAGES POUR LES ACTEURS LOCAUX

Produire un livre à partir d'un manuscrit déjà écrit dans sa langue est relativement peu onéreux, même si l'éditing a un coût qu'il ne faut pas négliger. Le traduire, par contre, coûte cher (en l'absence d'outils de traduction automatique suffisamment performants – on en est très loin, surtout pour la traduction littéraire qui est avant tout une adaptation pour un lectorat différent). Le surcoût entraîné par une traduction – en particulier depuis une langue peu courante pour laquelle les traducteurs sont rares – se traduira par un surcoût important du livre électronique traduit par rapport au livre écrit directement dans la langue locale.

D'ici très peu de temps, en l'absence de mécanismes de support à la traduction – il en

existe, mais ils sont marginaux face à l'énorme quantité de textes produits – les mécanismes économiques entraînant une traduction deviendront différents de ceux que nous connaissons. Il est possible que, au lieu d'une situation où l'éditeur local prend le risque de traduire l'auteur étranger pour le mettre à disposition de son public, ce soit l'auteur lui-même, ou son agent, qui investisse dans des traductions vers les langues principales pour mettre son ouvrage à la disposition du plus grand nombre. Cela s'accompagnera sans doute d'un accroissement du nombre de lecteurs qui liront dans une autre langue que la leur, en particulier en anglais.

Notons que ce phénomène ne se produit pas pour la musique, et qu'il a un effet nettement moins marqué pour la bande dessinée ou le manga.

2.4. QUELQUES CHANGEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Outre les changements évidents (dans la manière de lire, de transporter ou d'acheter un livre) quand on passe au numérique, il y en a deux que je voudrais souligner :

1. Actuellement, les clients des éditeurs sont les libraires. Même si les lecteurs sont les utilisateurs finaux du produit « livre papier », l'éditeur ne les voit pas ; il gère directement par l'intermédiaire de son diffuseur/distributeur des librairies, de tailles très diverses, dont une centaine à peine génèrent plus de la moitié de leur chiffre de vente. Avec le numérique, on va passer au stade où les clients seront directement les lecteurs. Or, gérer quelques centaines de clients est une chose, en gérer plusieurs millions en est une autre. Surtout quand le numérique permet aux millions de clients en question de s'exprimer sur l'achat qu'ils viennent de faire. Les grandes plates-formes de vente auront une idée précise, détaillée, des envies des lecteurs, quasiment au jour le jour. Combien de temps leur faudra-t-il pour devenir prescriptrices, c'est-à-dire pour susciter l'apparition de livres dont le profil correspond *a priori* aux attentes exprimées par leurs acheteurs ? Sachant que la publication électronique peut être très rapide (un ebook peut être en vente quelques jours à peine après que l'auteur a écrit le mot FIN).
2. Un livre électronique ne se prête pas, il ne s'emprunte pas... Soit il se donne (il se copie à l'identique), soit il reste bloqué chez son premier acheteur pour des raisons de protection anticopie... Il n'existe pas non plus de livres électroniques d'occasion.

Ces deux points semblent n'avoir aucun rapport entre eux. Ils soulignent néanmoins à quel point nos habitudes (celles des acheteurs comme des vendeurs) vont devoir changer.

3. CE QUI NOUS MENACE, OU QUI PEUT MAL TOURNER

3.1. CE QUI MENACE LE SYSTÈME EN TANT QUE TEL

On peut déjà faire une liste rapide, et sûrement incomplète, de ce qui peut bloquer le système, localement ou globalement, car on en a déjà vu des exemples :

- Des lois contraignantes – mais il n'est pas sûr que l'on puisse les appliquer. Par contre, une restructuration globale des règles du droit d'auteur et du copyright, dans le cas d'un accord mondial sur le commerce électronique, constituerait un sérieux obstacle à la librairie mondiale que j'appelle de mes vœux. Or, des discussions sont en cours. On peut donc s'inquiéter...
- La censure – devenue extrêmement simple grâce aux outils de data mining. Avec les machines et les algorithmes actuels, on peut analyser un contenu en une fraction de seconde et décider de le bloquer. C'est réalisable à l'échelle d'un pays, et il faut

s'attendre à ce que ça se produise. Apple a déjà bloqué un certain nombre d'applications pour iPhone sous le prétexte qu'elles contenaient trop de sexe. Idem pour certains magazines...

- Des accords financiers pour favoriser tel ou tel livre, ou bien des accords sur les prix entre les grands acteurs du marché. En théorie, le système ne fonctionne harmonieusement que si « tous les livres sont égaux devant le lecteur ». Si on commence à jouer avec les pages d'accueil, ou avec des outils de traitement de données qui orienteraient l'achat du consommateur dans des directions prédéterminées, on fausse le jeu. Reste à savoir si de tels accords sont réellement efficaces sur le long terme.
- Les DRM, et tout ce qui consiste à rendre plus difficile et contraignant l'acte de télécharger un livre pour le lire. La lecture est un acte répandu chez plein de gens qui n'ont pas l'habitude de l'ordinateur et pour qui les procédures de téléchargement de livres avec DRM sont effrayantes de complexité. Comme ces DRM sont rarement de vrais obstacles pour les pirates, qui mettent en général un point d'honneur à débloquer les livres protégés avant de les mettre en libre diffusion, on peut s'interroger sur leur intérêt.
- L'absence d'accès aux textes du domaine public... A priori, c'est un danger qui a été éliminé. Beaucoup de choses sont déjà numérisées et de plus en plus le seront dans les années qui viennent. Internet est en train de devenir l'équivalent de la grande bibliothèque d'Alexandrie du XXI^e siècle, la moisissure sur les papyrus en moins. Il faut néanmoins continuer cet effort et s'efforcer d'harmoniser les contributions des différents acteurs.

La galaxie Internet, en tant que lieu d'échange et de rencontre numérique, a mangé son pain blanc. Pendant longtemps, la seule économie adaptée à ce qu'il est a été celle de la gratuité. À présent, l'enjeu financier qu'il représente et les potentialités commerciales qu'il concrétise font que, de plus en plus, les machines, les protocoles et les échanges seront verrouillés, contrôlés, voire bloqués. Ou, du moins, qu'on essaiera.

3.2. CE QUI PEUT PERVERTIR LE SYSTÈME

La caractéristique principale de ce système (la librairie internet) est qu'il est a priori relativement égalitaire, ouvert à tous, et simple d'accès. C'est un avantage énorme. C'est également sa plus grande faiblesse, et probablement ce qui le menace le plus.

3.2.1. Tout le monde est-il écrivain ?

Le fait que tout le monde puisse mettre ses écrits en téléchargement électronique sur le net ne veut pas nécessairement dire qu'il est souhaitable que tout le monde le fasse... Ou, plus exactement, cela veut dire qu'il faudra, à un moment ou à un autre, mais très vite, établir des procédures permettant au lecteur de s'y retrouver. Et, au moins, faire le tri entre l'auto-édition pure et le texte ayant été édité par d'autres, qu'ils soient éditeurs, agents, collectifs de fans, ou simplement relecteurs critiques.

Parce que l'enjeu est énorme... Pour un texte publié, 100 autres sont refusés, et, pour la très grande majorité d'entre eux, avec raison. Si ces textes non édités sont mis sur le net sans pouvoir être différenciés des livres édités, le lecteur se dégoûtera de la lecture en quelques essais. Pour avoir lu, enfin essayé, des brouettes entières de manuscrits incroyablement mauvais – des non-livres – je sais à quel point il est facile de se dégoûter de l'acte même de lire, quand les mots éparpillés sur la page ne racontent rien.

On peut certes imaginer que ce sont les lecteurs eux-mêmes qui feront le tri... Je n'y crois pas, et je pense même que c'est une illusion dangereuse. Un non-livre est comme un morceau

de nourriture avariée. Mordre dedans, c'est se dégoûter de manger pour quelque temps.

À mon humble avis, le rôle éditorial de l'éditeur a encore de beaux jours devant lui. Un bon éditeur est une marque à lui tout seul. Le réflexe de « si c'est Machin qui l'a publié, ça mérite au moins un coup d'œil » est parfaitement logique. C'est là qu'il y a de l'argent à faire, peut-être, dans ce travail de sélection et d'accouchement du texte vers une forme achevée : un livre.

Je vois plusieurs initiatives dans ce domaine, de la part de collectifs d'éditeurs ou de relecteurs qui, en plus, font un travail pédagogique autour du livre. Je citerai en particulier Cocyclics (www.cocyclics.org/), qui a créé un espace numérique bouillonnant d'activité, au service des écrivains qui acceptent de lire et de critiquer les autres, en échange de la même chose sur leurs propres textes.

Un livre, répétons-le encore une fois, n'existera pas seul. Ou, du moins, n'apparaîtra pas dans la lumière sans un minimum de volonté de paraître. Des auteurs armés de talents marketing et dotés de la capacité et du temps de faire du buzz autour de leurs œuvres occuperont-ils la place d'autres auteurs plus timides, moins doués pour la lumière et les feux de la rampe ? C'est déjà le cas, me direz-vous. Dites-vous simplement que l'économie numérique amplifiera ce phénomène à un point que l'on a du mal à imaginer.

3.2.2. Le piratage nous coulera-t-il ?

Le piratage, ou l'art de récupérer pour rien quelque chose qui devrait être payant...

Première remarque, un brin iconoclaste : le piratage a des avantages, ne serait-ce que parce qu'il permet d'échantillonner gratuitement beaucoup de choses avant de se décider. Il donne aussi envie d'essayer des choses inhabituelles. Et il ne faut surtout pas croire que les gens qui copient illégalement des œuvres pour les essayer les auraient achetées. La perte est réelle, mais elle est très loin d'être aussi élevée que les projections apocalyptiques annoncées par certains politiciens.

Par contre, bien évidemment, le piratage devient néfaste lorsqu'il se substitue en majorité à la démarche d'achat. À ce moment-là, l'argent ne rentre plus et le système s'effondre.

Deuxième remarque, également iconoclaste : la seule façon efficace de lutter contre le piratage est en adaptant le prix des objets numériques que l'on vend à ce que le marché peut et veut payer, pas en tentant d'empêcher physiquement le piratage. Un prix prohibitif, ou ressenti comme exagéré, donne envie de pirater à beaucoup de gens, comme cela a été le cas dans la musique et le cinéma. Une fois que le pli est pris, il ne disparaît jamais. De plus, des objets numériques trop chers entraînent l'apparition de pirates professionnels dotés de gros moyens de copie et de diffusion. Ils sont néfastes pour tous les autres.

Face à ce risque, le choix des protections contre la copie est illusoire – techniquement – et dangereux – par la complexité d'usage inacceptable que cela entraîne.

Essayons d'être un brin créatif, et cherchons d'autres voies. Je peux en donner deux, tout bêtes : l'ex-libris électronique et le bibliothécaire personnalisé.

3.2.2.1. L'EX-LIBRIS ÉLECTRONIQUE

Un ex-libris, c'est une marque ajoutée par le propriétaire du livre sur son ouvrage. C'est une image, un tampon, quelque chose qui dit « ce livre appartient à ... ». Si j'achète un livre dans une librairie électronique dans laquelle j'ai un compte, rien n'empêche ladite librairie d'insérer un ex-libris qui m'est personnel (et que j'aurai contribué à créer) sur le livre, en page de garde. Le livre est parfaitement copiable, non protégé. Mais l'ex-libris est inamovible, ou du moins difficile à enlever. Si un copain me fait une copie de son bouquin, je peux le lire. Mais accepterai-je de le garder, de l'offrir à quelqu'un, s'il porte un autre nom que le mien ? Le fait que l'objet-livre soit personnalisé devrait encourager des gens à l'acheter.

De la même façon, on peut se demander s'il existe d'autres façons de personnaliser un

livre, de lui donner une importance particulière pour son possesseur, d'en faire un objet unique... Peut-on choisir sa couverture ? C'est quoi, une dédicace sur une liseuse ? Est-ce que l'auteur, au moyen d'un stylet numérique, peut rajouter quelque chose, donner une clé qui libèrerait un bonus du livre (essayons d'imaginer ce que cela peut être ?). Pour une bande dessinée, ou un livre illustré, on peut imaginer de rajouter une ou plusieurs images supplémentaires dans une édition limitée, ou dédicacée. Les technologies existent, reste à les intégrer dans une démarche. Faisons de chaque ouvrage un objet unique, précieux.

3.2.2.2. LE BIBLIOTHÉCAIRE PERSONNEL

Les bibliothécaires personnels, ou les assistants à la lecture, sont une idée qui prolonge le concept de liseuse vue comme une bibliothèque personnelle. Le lecteur remplit sa liseuse de livres qu'il choisit. Mais au bout d'un certain temps, la liseuse elle-même, grâce à un programme intégré, commence à télécharger des extraits gratuits de romans susceptibles de plaire à son propriétaire, et lui offre la possibilité de commander facilement en ligne la suite (en fait le livre complet) si le lecteur arrive presque au bout de l'extrait qu'il est en train de lire. Là, on ajoute une valeur qui est celle de la commodité – la lecture ne s'interrompt pas et le système coopère pour la rendre confortable. Bien sûr, le lecteur peut toujours lâcher sa liseuse, se connecter via son ordinateur sur des sites pirates et chercher à se procurer via un téléchargement le livre qui l'a intéressé, si celui-ci est disponible. Mais cela veut dire une attente – on peut arriver au bout de l'échantillon gratuit alors qu'on est dans le métro, loin de son ordinateur, et que le texte que l'on cherche n'a pas encore été rendu disponible par des pirates.

De cette façon, c'est le système qui garde trace de ce que l'on a déjà et qui, éventuellement, le complète avec des éléments périphériques – chaque livre préexistant agissant comme un attracteur. Le concept peut se décliner aisément sous la forme d'une interface ludique, adaptée à différents âges, avec des aspects audio (« je vais vous parler des livres qui pourraient vous intéresser, ou vous en lire un extrait ») ou sous forme de revue critique personnalisée.

Et, bien sûr, la possibilité d'essayer gratuitement des textes proposés par le système n'entraîne aucune obligation d'achat. Le but est simplement de donner envie...

Des idées comme celle-là, on peut en trouver. Le numérique permet d'implémenter des tas de choses. Réfléchissons en termes de valeur ajoutée pour celui qui achète, au lieu d'essayer de le considérer comme un criminel en puissance et de le lui faire payer. Vous n'en avez pas marre, vous, des DVD du commerce où il faut attendre dix minutes que les avertissements anti piratages soient passés pour commencer enfin à visionner le film. Et ce, à chaque nouveau visionnage ?

3.2.3. Le marketing numérique est-il adapté à nos besoins ?

Les méthodes de marketing numériques peuvent être particulièrement agressives, mais elles présentent une caractéristique commune : vu l'abondance des données disponibles, à la fois sur le livre (qui est lui-même un immense jeu de données, affiné et qualifiable automatiquement suivant des milliers de critères) et sur le lecteur, via ses habitudes d'achat et de lecture, on peut faire des choses extrêmement ciblées et fines. Et ce, sans diminuer l'aspect « recherche par curiosité » du lecteur, voire en la favorisant. Le système ne fonctionnera bien que s'il réhabilite la curiosité vis-à-vis des livres qu'on n'aurait pas nécessairement lus en temps normal.

Toutefois, pour que le système fonctionne bien, il faudra s'accorder sur diverses façons de qualifier le contenu d'un livre, et les standardiser. C'est un chantier intéressant à ouvrir, essayons de faire le tour des questions.

Trois remarques préliminaires :

- Il y a des aspects moraux et éthiques évidents associés à l'idée de marketing, en particulier dans le cas du marketing numérique qui peut facilement échapper à tout contrôle (les spams en sont des formes particulièrement nuisibles et résistantes). Il est également évident que le marketing numérique est une affaire de moyens et de compétences. Il y a ceux qui savent et ceux qui ne savent pas, ceux qui ont les moyens et les autres, ceux qui seront créatifs, au risque de déranger, et ceux qui emploieront les recettes soi-disant éprouvées, au risque de faire bâiller. Cela n'a rien à voir avec la qualité du livre lui-même, bien sûr, mais on peut au moins s'efforcer de bien caractériser l'œuvre que l'on promeut, car c'est quand même par là que tout commence.
- Le marketing peut se faire seul dans son coin, ou de façon croisée (le cross-marketing) avec d'autres auteurs, de façon plus ou moins coopérative. Une dizaine d'auteurs s'engageant à se critiquer les uns les autres sur tous les supports accessibles peuvent démultiplier les effets de leur campagne marketing. L'efficacité vient du regroupement – par genre, par éditeur, par affinités électives – et on peut mutualiser certains moyens.
- Enfin, le marketing numérique, surtout s'il est effectué de façon quasi automatique, peut ne jamais s'arrêter... Un ebook est toujours disponible, donc on peut toujours relancer une campagne d'information autour de lui sous n'importe quel prétexte – sortie d'un autre livre du même auteur, période de l'année propice à ce genre de lecture, passage de l'auteur dans un festival, etc. La seule limitation – essentielle – sera la quantité de marketing que le système sera capable d'absorber.

Même si on décide de ne pas agir activement pour la promotion de ses livres, en laissant faire le système, il faut quand même fournir les éléments prescripteurs qui vont aider chaque œuvre à trouver son public.

3.2.3.1. LES ÉLÉMENTS PRESCRIPTEURS DU LIVRE LUI-MÊME

Qu'est-ce qui caractérise un livre, qui le rend désirable pour une personne donnée, et qui permet justement à cette personne d'entendre parler du livre (quand le système le lui prescrit) ou d'aller le trouver lui-même ? Cette question est au centre de la démarche numérique. Il s'agit, sans tricher sur le contenu, de se rendre visible. Plusieurs éléments à considérer :

LES MOTS-CLÉS ET LE RÉSUMÉ

C'est grâce à eux que l'on va vous trouver, vous référencer, et vous catégoriser. Il existe un certain nombre d'outils (Cordial, de Synapse développement, est un bon exemple) pouvant extraire en quelques secondes les mots-clés d'un texte – qu'il faut ensuite trier et améliorer, mais une partie du travail est faite. Idem pour un résumé, pour une indexation par genres, sous-genres, catégories, etc. Cela n'est pas nouveau et commence à être bien géré. Cela dit, peut-on aller plus loin ?

Réfléchissons en termes de micro-public... Un roman de science-fiction se passant dans le milieu des plongeurs sous-marins est classifié à la rubrique science-fiction. Introduire la rubrique-clé « Plongée sous-marine » est une bonne idée, car le livre peut intéresser des gens qui n'aiment pas a priori la science-fiction, mais qui s'intéressent à l'avenir de la plongée. Reste à savoir si la plongée sous-marine est anecdotique ou centrale dans le livre (sur une échelle graduée), et idem pour tous les éléments saillants du livre – s'agit-il d'un livre d'action (avec là aussi, une mesure graduée), d'une romance, d'un livre classé PG13... Est-il opposé à l'idée de plongée sous-marine à des fins industrielles ? Dit-il du bien/du mal des ... aux choix : Litvaniens, adeptes du triolisme, témoins de Jéhovah, supporters de football, etc. Est-il de gauche ou de droite, sans opinion, extrémiste ou modéré ? Bref, risque-t-il de me

déranger, ou au contraire de me conforter dans mes opinions ?

Le problème est également philosophique et pose une question de société. Si le système est capable de prédire les livres qui sont susceptibles de me plaire, on peut utiliser le même procédé pour me détourner des livres « qui ne sont pas bons pour moi ». Ceux qui risquent de me déranger ; de me choquer ; voire de me faire réfléchir d'une façon non conforme à ce que le système lui-même souhaite. Et cette protection – cette censure – peut venir d'un désir personnel. On n'a pas toujours envie d'être surpris.

Rendre le système interopérable, communicant, le doter d'une intelligence embryonnaire, c'est aussi le rendre étouffant. Les lecteurs libres se rebelleront-ils ? Trouveront-ils d'autres voies d'exploration de la bibliothèque numérique mondiale ? Nous verrons bien.

LES EXTRAITS, ANNONCES ET AUTRES TEASERS

Un livre peut être essayé. Goûté. Pas seulement feuilleté rapidement dans une librairie, mais testé sur une cinquantaine de pages, via un téléchargement gratuit. C'est sans doute la façon la plus honnête et évidente d'attirer le lecteur. Encore faut-il penser à mettre en téléchargement gratuit un extrait significatif du texte.

Cet extrait peut être mis en avance – y compris sous la forme d'un feuilleton, avec des extraits de plus en plus longs – et associé à des éléments de teaser, à des images, à une interview audio ou vidéo de l'auteur, etc. Et, bien entendu, c'est l'occasion de mettre en place les mots-clés et les métadonnées associées au texte, pour en mesurer la validité (il y a des outils pour ça, qui permettent de qualifier les retours que l'on aura des lecteurs).

LES RECOMMANDATIONS, LES BLURBS, LE PARATEXTE, LES LIENS PRÉEXISTANTS

Avant même d'être officiellement mis en ligne, un livre électronique, comme un livre ordinaire, peut avoir été lu et critiqué par des blogs spécialisés, par des sites, etc. Les liens vers ces critiques – ou vers des critiques des ouvrages précédents du même auteur, ou de la même série – vont aider le livre à renforcer sa présence. De la même façon, une préface de Stephen King (au hasard) fait vendre, car la référence Stephen King apparaît en association avec le livre. Il en va de même pour un simple blurb (une phrase d'accroche, genre « Le livre de Machin m'a tenu éveillée toute la nuit », signée Paris Hilton ou Mère Thérèse). Bien sûr, quand on est un auteur inconnu mettant en ligne son premier livre, il est difficile de multiplier les liens autour de son texte et on risque de ne jamais être découvert. D'où l'importance, encore une fois, de soigner ses mots-clés.

Enfin, chaque livre est également prescripteur d'autres livres, soit parce qu'il les cite explicitement (dans le livre lui-même il peut y avoir une liste du genre « l'auteur recommande tel ou tel bouquin ») soit parce qu'il est associé à eux dans des critiques. Et rien n'empêche de rajouter un extrait du livre précédent, ou suivant, du même auteur à la fin de celui en cours.

LES LISTES DE DIFFUSION, LES BLOGS D'AUTOPROMOTION ET AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX

Les pages de réseaux sociaux type Facebook, les listes de diffusion, etc., sont des endroits où on peut « présenter » un livre à ceux qui aiment a priori ça, ou qui sont fans de l'auteur. Dans l'économie du numérique, quelques dizaines de ventes peuvent relancer l'intérêt pour un ouvrage.

Quant au blog d'autopromotion, avec images, films, making-of, interviews et autres messages de fans, personne ne peut vous empêcher de le faire, pas vrai ?

Notons que les blogs, les pages Facebook, etc., ont également des mots-clés...

3.2.3.2. LES ÉLÉMENTS PRESCRIPTEURS DU SYSTÈME

Une fois le livre électronique indexé, il peut commencer sa vie d'objet numérique dans l'écosystème internet. Une fois là, le « système », c'est-à-dire l'ensemble des moyens permettant de le faire connaître, de le diffuser et de le vendre, et également l'ensemble des lecteurs qui l'auront essayé, va le prescrire ou le déconseiller, l'évaluer, le classer, le ranger dans des cases, etc.

Cela se fera automatiquement, et les outils de promotion du système sont à la disposition de tous, du moins en théorie. Par exemple :

- Les pages d'accueil des librairies en ligne type Amazon. Un nouveau livre apparaît en principe automatiquement dans la page des nouveautés, mais il n'y reste pas longtemps. Il est automatiquement lié aux livres du même auteur, et associé aux rubriques des genres qu'il aura lui-même défini (un polar ira dans la rubrique « policiers », si le mot-clé figure bien dans ses métadonnées). Ensuite, les pages d'accueil peuvent continuer à mentionner le livre, mais à condition d'y associer un événement promotionnel, ou autre. Là, il faut prévoir une stratégie adaptée, ça se prépare et se négocie.

- Les listes. Il en existe des tas, dont :
 - Meilleures ventes
 - Meilleures ventes du genre
 - Les incontournables, ou supposé tels
 - Les livres ayant reçu tel ou tel prix littéraire
 - Les préférés de tel prescripteur

Figurer dans une liste de ce genre est en général utile, au moins pour la visibilité de l'ouvrage concerné. Par contre, c'est le système lui-même qui les génère et qui les gère – toujours en principe.

- Les blogs de lecteurs, qui prolifèrent, sont facilement accessibles (il existe même une version de blogroulette, sélecteur aléatoire de blogs, qui ne donne accès qu'aux blogs littéraires). Leur qualité est « variable ». Certains, qui sont jugés éminemment prescripteurs, sont parfois liés à des librairies en ligne avec lesquelles ils ont des accords... Il peut se révéler intéressant de leur offrir un service de presse personnalisé, s'ils l'acceptent.

Le système est conçu *a priori* pour favoriser la mise en relation des objets et des acheteurs potentiels. Il travaille donc pour vous. Par contre, c'est à vous de lui donner les moyens de faire le meilleur travail possible, en lui fournissant les données dont il a besoin, en enrichissant vos liens, etc. Y compris dans l'objet livre numérique lui-même.

C'est un gros travail, pas toujours facile, et ça demande du temps quand on veut réactiver le système en rajoutant des liens autour de ses livres. Certains auteurs choisiront de s'y lancer et y passeront du temps, d'autres le sous-traiteront, d'autres encore se contenteront d'espérer que le système le fera pour eux.

4. GÉRER LA TRANSITION

Nous sommes en train de vivre la période instable de bouillonnement et d'agitation qui marque la transition entre un paradigme et un autre. Cette période est à la fois excitante et cruelle, elle créera des opportunités, mais détruira un certain nombre d'acteurs.

Je ne prétends pas que les livres numériques vont se substituer au papier dans les mois qui viennent, ni qu'ils finiront par les remplacer totalement. Je crois, par contre, trois choses :

- La part d'activité commerciale dévolue au numérique va croître très rapidement ; elle constituera très vite une source essentielle de revenus pour les acteurs de la

chaîne du livre qui sauront s'y adapter, tout en entraînant un rééquilibrage de ces revenus entre les acteurs. Si vous ne me croyez pas, regardez la façon dont la photographie numérique a bouleversé en dix ans le métier de photographe de village. On prend de plus en plus de photos, on les partage de plus en plus facilement – et 80% des photographes de village n'existent plus.

- L'idée même de livre, l'acte même de lire, auront profondément évolué d'ici dix ans. Le processus s'accélénera dès que les livres électroniques auront pénétré dans les salles de classe.
- Un auteur va pouvoir développer et mettre en ligne ses propres valeurs : s'il estime qu'un livre doit être gratuit, il peut le mettre en téléchargement libre. S'il pense qu'on doit pouvoir le copier, idem. S'il revendique d'être lu plutôt que d'être riche (rares sont les auteurs qui vivent de leurs revenus littéraires, rappelons-le), il fixera le prix d'achat de ses œuvres en conséquence, sans se soucier d'un éventuel prix de revient. Pendant un temps, des livres chers coexisteront avec des ouvrages vendus deux ou trois euros, voire gratuits.

D'ici que la situation soit stabilisée, nous aurons des décisions à prendre et nous devons bâtir les bonnes pratiques associées à ce nouveau moyen de diffuser des livres.

4.1. LA SITUATION DE TRANSITION ACTUELLE

Aujourd'hui, nous avons :

- Une mise en ligne gratuite d'une masse effarante de textes du domaine public
- Un nombre important d'ouvrages dont les auteurs, encore vivants, ont récupéré les droits et vis-à-vis desquels ils peuvent se transformer en éditeur. Cette situation ne durera pas, mais elle permet d'expérimenter un certain nombre de modèles et d'approches. Et surtout, elle empêche les éditeurs de se crisper avec succès sur leurs positions acquises. Lorsqu'un auteur professionnel peut faire lui-même le travail de mise en téléchargement de son livre, en touchant plus de 60% des droits (voir l'article <http://blog.tcrouzet.com/2010/10/04/texte-vers-epub/> pour savoir comment faire), il n'acceptera peut-être pas de céder ses droits numériques en échange d'une misère.

Ce filon – en particulier les livres d'auteurs vivants qui sont déjà édités et prêts à être mis en ligne – représente le levier qui fera évoluer un certain nombre de situations bloquées. C'est pour cela que nous nous efforçons d'aider les auteurs à mettre en ligne eux-mêmes le plus possible de leurs livres disponibles. C'est en créant des précédents conformes à nos souhaits que nous ferons bouger les choses, pas en signant des pétitions.

4.2. FAUT-IL SE DÉBARRASSER DES ÉDITEURS ?

La tentation de tout faire soi-même est extrêmement présente dans les débats qui font rage en ce moment sur internet. Beaucoup d'auteurs déjà publiés sont mécontents, pour diverses raisons, de l'attitude de leur éditeur vis-à-vis des livres numériques, ainsi que des conditions financières qui leur sont offertes. Ceux dont les manuscrits sont refusés sont ravis de se débarrasser d'un obstacle insurmontable.

Toutefois, à mon humble avis, en se débarrassant de l'éditeur, on jette le bébé avec l'eau du bain et on court le risque de détruire le système. En effet, certaines fonctions de la structure éditoriale sont indispensables aux auteurs, ne serait-ce que pour aider à les distinguer de la masse énorme des non-auteurs (je vais sans doute me faire des amis, mais il ne faut pas se voiler la face : tout le monde n'est pas auteur, et un livre écrit par un non-auteur est en général un douloureux pensum).

À l'heure actuelle, ce qu'on appelle une maison d'édition effectue plusieurs tâches

distinctes :

1. La fonction d'édition proprement dite, c'est-à-dire la sélection des manuscrits jugés valables, et l'accouchement éditorial (retravaillage du texte avec l'auteur jusqu'à l'aboutissement final)
2. La fonction de conception du livre (mise en page, editing, couverture)
3. La fonction d'investissement (acheter les droits d'un livre, investir dans une traduction)
4. La fonction de promotion, avec en particulier
 - a. Attaché de presse (fabriquer et diffuser le paratexte)
 - b. Agent publicitaire
 - c. Traductions, droits dérivés, etc.
5. La fonction de commercialisation (fabrication, diffusion, contact librairie, etc.). C'est là qu'interviennent les imprimeurs, distributeurs, diffuseurs, libraires, etc.

La crise récente des éditeurs français est motivé par la crainte de voir leur source de revenus principale (fonction de commercialisation) supprimée. C'est ce qui va se produire un jour ou l'autre, ne nous leurrions pas. L'argent ne rentrera plus via un réseau de librairies physiques alimentées par des camions et des palettes de livres. Il viendra des librairies en ligne.

S'il n'y avait que cette fonction de commercialisation chez les éditeurs, on pourrait envisager sans états d'âme de se passer d'eux. Seulement voilà : les autres fonctions sont utiles aux auteurs, à des degrés divers. Quant à la première, elle est indispensable si on veut de « vrais » livres (qui ne naissent pas tels quels, en général, mais demandent un véritable travail d'édition qui est loin d'être à la portée de n'importe qui – c'est un métier, et les bons accoucheurs de textes sont rares).

Donc, admettons que l'on ait besoin de gens compétents pour choisir les livres, les accoucher, les mettre en page (préparer un ebook de base est simple, mais on va vite passer à des choses plus élaborées, à mon avis), les promouvoir, en gérer les droits, etc. Comment les rémunérer ? Et comment mesurer leur valeur ajoutée ?

Aux USA, un agent littéraire s'occupe assez souvent de la fonction 1 et d'une partie des fonctions 2 à 4. Un certain nombre d'agents ont donc, fort logiquement, fait le saut vers le numérique et mis en ligne eux-mêmes les ouvrages de leurs poulains, sans passer par la case éditeur. Ils le pouvaient parce qu'il s'agissait d'auteurs déjà connus, auxquels le public était susceptible de s'intéresser sans publicité particulière. Et, du coup, l'auteur a touché 50% sur les ventes (Amazon 30% et l'agent 20%).

Les éditeurs, dépossédés de leur matière première, sont devenus furieux et on les comprend. En même temps, en France, beaucoup de grands éditeurs veulent acheter les droits numériques des ouvrages qu'ils publient, à vie, en échange de quelques pour cent sur le prix de vente (moins de 10% – allez je vous fais 12% ce coup-ci parce que votre dernier a dépassé les cent mille exemplaires, mais il ne faut surtout pas le dire à vos collègues). Résumons : 70% pour l'auteur s'il se met lui-même sur Amazon en auto-édition, 50% s'il passe par un agent qui s'occupe de tout ou presque, et pas loin de 10% s'il signe chez son éditeur papier...

Ceci explique la grogne des auteurs, d'autant plus que les informations sur la situation du livre numérique, sur les usages dans différents pays (au Canada, la situation est très différente de celle de la France et les pourcentages pour les auteurs dépassent couramment 25%), sont disponibles partout et que nous nous échangeons entre nous beaucoup plus d'informations que les éditeurs ne semblent le croire. Donc, la question n'est pas « va-t-on accepter la proposition de nos éditeurs » ? Elle est plutôt « que pouvons-nous leur proposer, et en échange de quoi ».

Pour l'instant, je ne vois que des situations bloquées de part et d'autre. Dans la situation de transition que nous vivons, les auteurs ont sans doute intérêt à mettre eux-mêmes sur Internet

une partie de leurs livres déjà publiés sous forme papier, via des plates-formes spécialisées, des librairies en ligne, ou leurs propres sites web. Ensuite, quand le public aura pris l'habitude de trouver des livres numériques à des prix raisonnables, ou quand le piratage sera devenu si gênant qu'il mettra en péril la survie du système, nous recommencerons à discuter. Espérons simplement qu'il ne sera pas trop tard – surtout pour eux, car il naît des écrivains tous les jours, alors que les éditeurs sans marché ne survivent pas longtemps.

Sur le point précis de la rémunération des auteurs dans l'environnement numérique, et sur la répartition par métiers du livre, on peut consulter l'article de Thierry Crouzet, disponible sur son blog :

<http://blog.tcrouzet.com/2010/04/14/ce-que-les-auteurs-gagneront/>

5. CAMARADES ÉCRIVAINS, ENCORE UN EFFORT !

Je reprends ici pour mémoire quelques éléments déjà mentionnés dans les sections précédentes.

5.1. RÉINVENTONS LE LIVRE

D'abord, apprenons à apprivoiser ce nouveau médium qu'est la lecture sur écran de liseuse. Réfléchissons aux gestes de la lecture, à ce que l'on aimerait trouver autour du texte. Rêvons un peu... Nous sommes aussi, et peut-être avant tout, des lecteurs. Nous avons des envies que les livres numériques nous permettront peut-être de réaliser.

Et puis, il n'est pas interdit de se lancer dans des expérimentations plus ou moins folles : on connaît les livres multimédia, mais on peut imaginer des livres évolutifs, reconfigurables, à plusieurs itinéraires. Des livres piégés, des aventures, des lieux de rencontre entre lecteurs branchés sur le même ouvrage. La matière textuelle elle-même peut se transformer, se compléter d'un espace où l'auteur lui-même peut se glisser, afin de parler de ce qu'il a voulu faire – si ça intéresse quelqu'un.

Et finalement, songeons que les technologies hypertextes, la 3D, les immersions dans des réalités augmentées ou appauvries, ont changé notre façon de lire, d'appréhender des données, d'imaginer, de bâtir, de se noyer... Ceux qui nous suivront écriront peut-être des livres impossibles à lire pour nous.

5.2. GÉRONNS AVEC SOIN NOS MÉTADONNÉES

Dans l'univers numérique, un livre a besoin d'une enveloppe d'informations, d'une interface, pour exister et surtout pour qu'on le trouve. Comme le rappellent Mathias Daval et Rémi Douine, dans leur document « Le référencement des livres sur les moteurs de recherche » visible sur l'excellent site du Motif (<http://www.lemotif.fr/>) « un acteur de l'Internet qui souhaite être visible auprès des internautes se doit d'être visible sur l'ensemble des requêtes qu'un internaute peut réaliser afin de le trouver ».

De la même façon qu'un libraire ou un bibliothécaire range un livre dans un rayon particulier et le catégorise, les systèmes de traitement de l'information des libraires en ligne vont avoir besoin de métadonnées permettant de le caractériser et de le classer.

Certaines sont évidentes (nom de l'auteur, titre...), d'autres se constituent dynamiquement au fur et à mesure (total des ventes, liens avec une bibliographie antérieure, etc.). D'autres encore, les plus importantes peut-être, doivent être fournies au système. Et c'est aussi là que nous devons réfléchir aux façons de jouer notre rôle de prescripteur. Ne pas se contenter d'être trouvé, mais donner envie qu'on nous cherche.

Apprivoisons les outils qui peuvent nous aider. Dialoguons avec ceux qui nous ont trouvés, ou avec ceux qui nous cherchent encore. Jetons sur nos ouvrages un regard lucide – choisir

ses métadonnées, c'est en quelque sorte décider à qui nous allons offrir notre livre.

5.3. OFFRONS DES BONUS.

Le cinéma, les jeux vidéo, la musique, etc., ont très vite implanté le principe du bonus pour leurs produits. Voir les pistes audio supplémentaires de certains CDs, les courts-métrages additionnels des DVDs, les scènes coupées. Sans oublier les aspects « club », fréquents en musique. L'achat d'un CD musical fournit un numéro d'activation permettant de se connecter sur le site de l'artiste, où l'on peut télécharger des tas de choses plus ou moins dispensables (versions alternatives ou publiques des chansons, photos dédiées à imprimer soi-même, voire clip vidéo où l'artiste vous regarde droit dans les yeux pour vous remercier d'être un(e) fan). N'empêche, ça marche, et certains bonus valent vraiment la peine.

Ça peut être quoi, les bonus d'un livre ? Du texte en plus (scènes coupées, nouvelles se passant dans l'univers du livre, fin alternative, péripéties supplémentaires) ? Des illustrations ? La voix de l'auteur lisant un extrait de son texte ? Des bandes-annonces des livres précédents ou à venir ? La possibilité de voter pour son personnage préféré en recevant une dédicace personnalisée ?

Toutes ces idées, parfaitement évidentes, sont possibles immédiatement. Elles sont néanmoins limitées, et on peut se demander quel est l'intérêt de rajouter des scènes coupées – si elles sont intéressantes, elles devraient figurer dans le livre, non ? Ou alors, ce sont des repentirs, comme chez les peintres, et on obtient des livres fantômes.

Pouvons-nous aller plus loin ? Peut-on offrir plusieurs parcours de lecture pour un même livre, comme c'est déjà le cas pour Marelle de Cortazar ? Offre-t-on au lecteur un rôle plus actif, décisionnaire, voire créatif ? Est-ce qu'on envisage de le plonger dans le livre, comme personnage ? Est-ce qu'on réinvente « le livre dont vous êtes le héros », en introduisant dans votre liseuse un profil type personnage des Sims qui va vous faire rentrer dans l'histoire ?

Le livre que nous connaissons, constitué de phrases inamovibles tatouées à l'encre indélébile sur du papier, est susceptible de s'hybrider, de se déformer au contact des envies des lecteurs, mais aussi des capacités des liseuses électroniques (dont certaines sont des ordinateurs avant d'être des liseuses). La crainte que j'ai, c'est que la richesse et la variété des bonus associés à un ouvrage deviennent en partie déterminante pour le lecteur, et qu'un livre dont les bonus sont « pauvres » soit perçu comme de plus mauvaise qualité qu'un livre pour lequel on a investi de l'argent, du temps et des compétences pour le packager de façon « riche ». Ce qu'un auteur seul ne pourra pas nécessairement faire.

5.4. RÉINVENTONS UN NOUVEAU PARTENARIAT AVEC DES ÉDITEURS, OU DES AGENTS

Pour l'instant, la publication électronique remet l'auteur au centre du processus. Autant, pour les livres papiers, une structure commerciale et professionnelle lourde était nécessaire pour fabriquer, distribuer et vendre les ouvrages, autant pour les livres numériques simples (qui se contentent de passer en numérique le livre papier, sans enrichissements particuliers) ça peut se faire de chez soi, ou via une coopérative d'auteurs dotée de deux ou trois permanents.

Ça, c'est la situation pour l'instant, et elle ne durera pas car le marché va évoluer à la fois sur le plan de l'offre (quand il y aura des dizaines de milliers de livres supplémentaires par mois dans le monde, il y aura des remises en cause drastiques du modèle économique et des outils employés, en particulier pour le référencement), de la nature de l'offre (quand des formes hybrides de livre apparaîtront et qu'elles trouveront leur public) et de la demande (quand le public voudra lire différemment, moins cher, partout, sur des supports variés, etc.).

Très vite, nous les auteurs aurons besoin de fonctions supplémentaires fournies par des prestataires de service extérieurs, dont certains, mais pas tous, pourront être des éditeurs :

- Aide au référencement – il y aura sans doute des accords commerciaux entre les grands acteurs du domaine qui achèteront des mots-clés aux outils comme Google. Mais même sans en arriver là, un référencement efficace et fin ne s'improvise pas.
- Enrichissement du livre par des bonus.
- Gestion d'un site personnel d'auteur doté éventuellement de fonctions de commercialisation.

Ces partenaires, il faudra les rémunérer. Comment ? Accepteront-ils d'être payés au pourcentage, en fonction des ventes hypothétiques des ouvrages qu'ils auront enrichis ? Ou, plus probablement, demanderont-ils un paiement ferme ? Faudra-t-il disposer d'une certaine somme d'avance pour publier son livre numérique dans de bonnes conditions ?

Si l'auteur ne veut ou ne peut pas le faire, il aura intérêt à se tourner vers des partenaires susceptibles de miser sur lui, de prendre divers risques financiers, pouvant aller jusqu'à l'investissement lourd d'une traduction ou d'une adaptation, en espérant se rémunérer sur les ventes futures via un pourcentage à négocier. De tels partenaires existent, ils s'appellent éditeurs ou agents.

Rien n'a changé, alors ? Eh bien si. D'abord, parce que les prérogatives d'un éditeur ne sont plus nécessairement celles que l'on connaît aujourd'hui. En particulier, il n'est plus « chef de produit », ni chef d'orchestre (ce rôle revient à l'auteur lui-même, si celui-ci est suffisamment connu, ou à son agent). Ensuite, les indispensables fonctions éditoriales peuvent être distribuées à plusieurs partenaires différents – un éditeur qui accouche le manuscrit (cette étape, je le rappelle, est cruciale) et qui s'occupe de fournir un fichier prêt à être transformé en livre électronique, éventuellement en l'enrichissant de bonus divers en partenariat avec l'auteur, un metteur en page qui se chargera de le mettre sur les sites de vente, un responsable de la promotion pour l'aspect marketing (sachant que beaucoup de gros vendeurs sont devenus des « marques », et qu'ils développent une stratégie en conséquence), sans oublier un agent pour la gestion des droits dérivés...

On peut bien sûr imaginer de regrouper toutes ces fonctions sous un même toit – ce que font beaucoup d'éditeurs actuels –, mais ce n'est pas nécessairement la solution la plus efficace, sachant que la promotion dans l'univers numérique est différente de celle qui existe pour les livres papiers, que la transformation en livre numérique enrichie de bonus est un nouveau métier, et que la gestion des flux financiers sera différente...

Sur ce dernier point, il est tout à fait possible, voire probable, qu'on passe d'une solution où l'auteur est rémunéré avant la parution de son livre par une avance – dont une partie est généralement versée à la signature du contrat – à une solution où l'auteur sera payé au fur et à mesure des ventes, sachant que la situation sera très différente de celle du livre papier, pour trois raisons :

- Le délai entre la fin de l'écriture d'un livre et sa publication peut être très rapide – quelques semaines s'il n'y a pas de gros editing à faire. L'édition électronique offre une possibilité d'immédiateté très pratique d'un point de vue commercial – l'argent peut rentrer assez vite – même si elle pose divers problèmes par ailleurs. En particulier, le délai de repentir d'un auteur vis-à-vis de son œuvre est considérablement réduit.
- Un auteur peut parfaitement suivre ses relevés de vente mensuels sur les plus grosses plates-formes de vente, qui payent en principe sur une base mensuelle, et obtenir un paiement nettement plus régulier de ses droits. En particulier, l'absence de retours (un livre numérique acheté l'est définitivement, semble-t-il, même s'il peut être remplacé en cas de numérisation défectueuse sur certaines plates-formes) permet des calculs simplifiés de la part qui revient à chacun des acteurs.
- Des approches de type « coopérative d'auteurs » qui mutualisent des ressources externes et gèrent une chaîne de sous-traitants deviennent viables. Un certain

nombre d'auteurs confirmés, parfois regroupés par domaine d'activité, envisagent déjà cette solution.

J'ai le sentiment qu'il y a place pour de nouveaux métiers, de nouveaux partenariats, autour du livre numérique. Et je pense que les agents joueront bientôt en France un rôle de chef d'orchestre. À nous auteurs de réfléchir aux différentes formes de partenariat qui en découleront.

6. CONCLUSION

Durant les trois semaines nécessaires à l'écriture de ce texte, un certain nombre de choses ont évolué. L'offre numérique de la grande librairie américaine Barnes & Nobles a commencé à saturer, entraînant des blocages lors de l'ajout de nouveaux livres ; des articles sur beaucoup de sujets abordés ici ont été publiés un peu partout, de même que des pétitions ; certains auteurs de best-sellers qui avaient clamé haut et fort que « le numérique, il ne passera pas par moi ! » ont changé d'avis ; la foire aux livres de Francfort a été un creuset d'agitation ; des agents américains ont mis directement des livres en téléchargement sans passer par la case éditeur ; l'offre pirate d'ouvrages commerciaux a explosé...

Ce texte est donc déjà démodé. J'en suis conscient. J'espère néanmoins qu'il continuera à vivre, surtout s'il provoque des réactions. Ou des envies.

7. LIENS UTILES

Le blog de Thierry Crouzet : <http://blog.tcrouzet.com/>

Le Motif : www.lemotif.fr/

Le Syndicat National de l'Édition : www.sne.fr/

8. DU MÊME AUTEUR :

Autoportrait	Denoël	1986
Le jeu des sabliers	Fleuve Noir Anticipation	1987
Étoiles Mortes	J'ai lu	2000
Voleurs de Silence	Fleuve Noir Anticipation	1992
Roll Over, Amundsen	Fleuve Noir Anticipation	1993
La guerre des Cercles	Fleuve Noir Anticipation	1995
Étoiles Mourantes (avec Ayerdhal)	J'ai lu Millénaires	1999
La station de l'Agnelle	Éditions l'Atalante	2000
Dix jours sans voir la mer	Éditions l'Atalante	2000
Déchiffrer la trame	Éditions l'Atalante	2001
Les nageurs de sable	Éditions l'Atalante	2003
Le temps en s'évaporant	Éditions l'Atalante	2005
Séparations	Éditions l'Atalante	2007

Visitez le site de l'auteur à :

<http://www.dunyach.fr>