

## « Ceci tuera cela » ? Dynamique des changements dans l'industrie du livre

Christian Longhi et Sylvie Rochhia

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rei/5761>  
DOI : 10.4000/rei.5761  
ISSN : 1773-0198

### Éditeur

De Boeck Supérieur

### Édition imprimée

Date de publication : 15 mars 2014  
Pagination : 121-154  
ISBN : 9782804187941  
ISSN : 0154-3229

### Référence électronique


Christian Longhi et Sylvie Rochhia, « « Ceci tuera cela » ? Dynamique des changements dans l'industrie du livre », *Revue d'économie industrielle* [En ligne], 145 | 1er trimestre 2014, mis en ligne le 15 mars 2016, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rei/5761> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rei.5761>


---

© Revue d'économie industrielle

# « CECI TUERA CELA » ? DYNAMIQUE DES CHANGEMENTS DANS L'INDUSTRIE DU LIVRE

Christian Longhi, Sylvie Rochhia  
Université Nice Sophia Antipolis GREDEG CNRS

 **Mots clefs :** Industrie du livre, système sectoriel d'innovation et de production, e-books, Technologies de l'Information et de la Communication, Internet

 **Keywords:** Book Industry, Sectoral System of Innovation and Production, e-books, Information and Communication Technologies, Internet

## 1. INTRODUCTION

Après des siècles d'apparente immobilité, l'industrie du livre semble entrée dans une période de profondes mutations. Avec des discours récurrents sur la fin prochaine du livre, le paradoxe d'une industrie privée de son produit (Dacos, Mounier, 2010 ; Loebbecke, 2010) ; ces débats font apparaître – particulièrement en France – des oppositions farouches aux changements, tant pour la forme traditionnelle du livre que pour sa commercialisation par les libraires. Ces mutations s'inscrivent dans les réorganisations profondes des marchés et des industries consécutives à l'émergence des technologies de l'information et de la communication, à la généralisation des accès Internet haut débit à quasiment toute la population via les technologies mobiles, comme dans la révolution des usages accompagnée par les consommateurs. Les supports papier ont quasiment disparu

dans la photographie. La musique se dématérialise et ne se « consomme » plus comme dans le passé. La presse connaît d'importants bouleversements. Pourtant, au-delà des discours alarmistes, le livre semble résister aux changements. La production annuelle d'ouvrages est en progression constante<sup>1</sup>, les « rentrées » littéraires s'accompagnent d'un nombre extravagant de nouveautés, dont très peu seront finalement lues<sup>2</sup>. Ce phénomène d'hyper-offre a changé d'échelle avec l'Internet ; le volume des offres disponibles ne fera que croître, par le haut avec les nouveautés, et par le bas avec la numérisation des ouvrages existants. La dématérialisation entraîne la fin des problèmes de limitation physique dus au stockage, les œuvres sont désormais toujours disponibles. Au regard des statistiques (Lacroix, 2013)<sup>3</sup>, la crise du livre pourrait apparaître comme un sujet attrayant de polémiques. Ce serait oublier que les encyclopédies, qui sont à la base même de la naissance et du développement de l'industrie, ont quasiment disparu du marché de l'édition, et ont depuis 2001 pris la forme de Wikipédia. L'encyclopédie avant la musique, avant la photographie ; elle a inauguré la forme moderne de l'organisation industrielle, ce renversement où ce sont les consommateurs, ici les lecteurs, qui orientent ou participent à la production.

Le livre, vecteur de la création intellectuelle, fondement de la civilisation moderne, semble ne pas avoir connu d'innovation fondamentale depuis Gutenberg, jusqu'à l'arrivée du numérique et des mutations qu'il entraîne, tant dans les contenus que dans les contenant. L'industrie du livre qui relève désormais des industries culturelles et créatives se caractérise néanmoins par un renouvellement important et une différenciation de ses outputs. Mais le processus de création porte essentiellement sur le contenu littéraire alors même que la forme du contenant est restée quasiment la même depuis Gutenberg.

---

1 En 2012, la production en titres et la production en exemplaires ont augmenté de 6,2 et 1,7 % respectivement (SNE, 2013).

2 L'industrie fonctionne selon un principe de best-sellers, une loi des 80/20, on dit même parfois 95/5, qui concentre les ventes sur quelques ouvrages.

3 Les statistiques du SNE (2013) ou de l'Observatoire de l'Économie du livre (2013) vont dans le même sens : la production de titres a augmenté en 2012 et les ventes et le chiffre d'affaires, en baisse, ont bien résisté dans un contexte de crise économique.

Au-delà des réorganisations internes à l'industrie et des innovations dans les processus de production, les changements qui font question arrivent avec le développement du livre électronique, ou numérique, ou e-book (Lebert, 2009). Mais qu'appelle-t-on précisément un livre numérique ? Si « un livre est l'instrument de la diffusion d'un discours au public » (Kant, 1785), depuis le codex il est identifié à un contenant associé à un contenu unique<sup>4</sup>, et l'industrie du livre est en charge de l'ensemble des étapes nécessaires à cette association. Le livre numérique a d'abord été considéré comme un « livre homothétique », la numérisation à l'identique d'un ouvrage existant, mais de fait cette numérisation a rapidement cassé le modèle contenu-contenant.

Cette dissociation contenant-contenu est-elle l'innovation radicale à même de bouleverser l'industrie du livre ? Le livre subira-t-il le même sort que Gutenberg a fait connaître aux formes précédentes d'écriture, comme l'a considéré Victor Hugo dans *Notre-Dame de Paris*.

« Depuis l'origine des choses jusqu'au quinzième siècle, l'architecture est le grand livre de l'humanité, l'expression principale de l'homme à ses divers états de développement soit comme force, soit comme intelligence.

Ainsi, jusqu'à Gutenberg, l'architecture est l'écriture principale, l'écriture universelle. Ce livre granitique commencé par l'Orient, continué par l'Antiquité grecque et romaine, le Moyen Âge en a écrit la dernière page.

Au quinzième siècle tout change.

La pensée humaine découvre un moyen de se perpétuer non seulement plus durable et plus résistant que l'architecture, mais encore plus simple et plus facile. Aux lettres de pierre d'Orphée vont succéder les lettres de plomb de Gutenberg.

---

4 « Un livre est l'instrument de la diffusion d'un discours au public, non pas simplement des pensées [...]. L'auteur et le propriétaire de l'exemplaire peuvent dire chacun avec le même droit du même livre : c'est mon livre !, mais en deux sens différents. Le premier prend le livre en tant qu'écrit ou discours, le second simplement en tant que l'instrument muet de la diffusion du discours jusqu'à lui ou jusqu'au public, c'est-à-dire en tant qu'exemplaire » (Kant, 1785, cité par Jamain, 2013).

### **Le livre va tuer l'édifice.**

L'invention de l'imprimerie est le plus grand événement de l'histoire. C'est la révolution mère. C'est le mode d'expression de l'humanité qui se renouvelle totalement, c'est la pensée humaine qui dépouille une forme et en revêt une autre. »

(Victor Hugo, 1831, Livre Cinquième, Chapitre II « Ceci tuera cela », p. 247)

Le numérique est-il aussi une « révolution mère », l'aube d'une forme nouvelle de la pensée humaine ? L'article ne prétend pas trancher ce questionnement. Il cherche à comprendre la nature et l'ampleur des mutations qui affectent l'industrie du livre et montre que ce sont les contenus, et non pas seulement les contenants, qui sont au cœur des dynamiques de changements. Ces dernières sont suffisamment importantes pour être d'ores et déjà attestées d'un point de vue comptable dans les nomenclatures d'activités. L'Édition faisait partie de l'Industrie manufacturière dans la NAF 1993, elle relève aujourd'hui de la section J Information et Communication dans la NAF révision 2 de 2008. Jadis autonome, l'Édition est désormais inscrite dans une section qui intègre les activités TIC et les activités de contenus.

La compréhension des évolutions ne peut cependant s'arrêter à la simple étude des produits et aux évolutions comptables. L'Internet n'est pas un média qui vient s'installer à côté des médias existants. Il a la capacité de les absorber et de les transformer en profondeur, tant en termes de produits, d'organisation que de marchés (Missika, 2012). Les différentes étapes de la dématérialisation qui accompagnent ce processus se traduisent par l'entrée de nouveaux acteurs et de nouvelles technologies, l'émergence de nouvelles interactions, la recomposition de l'ensemble des activités. L'intégration des activités liées à la création de produits d'information et culturels et des activités liées à la production des outils de diffusion de ces produits a ainsi donné naissance à un nouveau système productif. Le concept de système, régulièrement mobilisé pour caractériser l'édition (Mollier, 2005) ou l'industrie des contenus (Pratt, 1997, 2004) semble en effet s'imposer pour traiter les nombreuses dimensions qui sous-tendent leurs activités, l'évolution de leurs frontières et leur dynamique organisationnelle. Dans cette perspective, l'article privilégiera le concept de « système sectoriel d'innovation et de production » (SSIP) développé par

Malerba (2002, 2006), puis Tether et Metcalfe (2004) dans le domaine des services.

Un SSIP est défini par Malerba (2002) comme un ensemble de produits existants ou nouveaux destiné à des usages spécifiques et un ensemble d'agents opérant des interactions de marché et hors marché pour la création, la production et la vente de ces produits. Les agents composant les SSIP sont des individus ou des organisations à différents niveaux d'agrégation, caractérisés par des processus d'apprentissage, des compétences, des structures organisationnelles, des croyances, des objectifs et des comportements spécifiques. Fondamentalement, tout système sectoriel se caractérise par un ensemble d'attributs qui évoluent dans le temps, et spécifient les composants et modes d'interactions du système. Ces attributs sont les bases de connaissances et les technologies, les organisations, les institutions et la demande. C'est au cours de la coévolution de ces attributs que les systèmes sectoriels, leurs frontières et leurs dynamiques d'interactions se transforment. Cette transformation est particulièrement profonde dans l'industrie du livre, ce qui permet d'illustrer des évolutions à l'œuvre dans d'autres industries ou activités. L'article montre ainsi qu'au-delà des enjeux culturels fondamentaux qu'elle sous-tend, l'industrie du livre est représentative des changements consécutifs à la convergence numérique, la disparition de relations verticales ordonnées entre des acteurs bien identifiés, d'attributions stables et prédéfinies, l'entrée de nouveaux acteurs et l'évolution continue de ses frontières. L'article est organisé selon l'analyse des attributs du système sectoriel, qu'il s'agisse des institutions (2), des technologies et bases de connaissances (3) ou des organisations et de la demande (4). La dernière partie (5) conclut.

## 2. INSTITUTIONS ET RECOMPOSITIONS DU SSIP

Le livre et l'édition connaissent aujourd'hui des bouleversements importants, comme l'ensemble des industries culturelles et créatives (ICC). Le développement et la diffusion des TIC ont des répercussions sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de la création à la production, en passant par la distribution et la consommation de biens et de services culturels (Commission européenne, 2006, 2010 ; Simon, de Pratto, 2012). De nouvelles activités et

de nouveaux produits sont apparus, reconnus comme essentiels au développement économique et à la cohésion sociale (Deroin, 2011), et entraînant un besoin de statistiques impossible à satisfaire jusqu'à une date récente (OCDE, 2007).

Les nomenclatures économiques mondiales ont en effet été renouvelées en 2008, avec la définition d'une nouvelle section « Information et Communication » qui représente de fait la société de l'information. Cette section couvre « la production et la distribution de produits d'information et de produits culturels, la fourniture de moyens de transmettre ou de distribuer ces produits ainsi que des données ou des activités concernant les technologies de l'information et de la communication et le traitement des données et autres activités de services de l'information » (Nations unies, 2009, p. 226). Elle a pour principales activités : (i) l'édition, laquelle comprend également l'édition de logiciels, la production de films cinématographiques et l'enregistrement sonore ; (ii) la programmation et la diffusion, la radiodiffusion et la production de programmes de télévision ; (iii) les télécommunications ; (iv) les technologies de l'information ; (v) les services d'information.

Cette révision, opérée aux niveaux français, européen et international, vise à unifier les nomenclatures. Ainsi, la nouvelle NAF 2008 est directement emboîtée sur la nouvelle nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne 2008 (NACE Rév. 2, 2008), qui elle-même s'appuie sur la Classification internationale type par industrie (CITI Rév. 4, 2008) (Deroin, 2011).

Mais si l'évolution des nomenclatures entérine les changements importants à l'œuvre dans l'édition, la classant désormais en NAF 5811Z, le commerce de livres se situe en NAF 4761Z, dans une autre section de la NAF. Les résultats comptables sont bien sûr importants pour appréhender l'activité économique, mais ils ne peuvent rendre compte de la dynamique industrielle, de l'évolution des marchés, de l'organisation de l'industrie, des interdépendances ou de l'émergence d'acteurs nouveaux. L'analyse en termes de SSIP proposée dans cet article entend répondre à ces différents questionnements, et identifier les changements majeurs à l'œuvre aujourd'hui dans l'industrie de l'édition. Au-delà des nomenclatures d'activités, l'ensemble des agents parties prenantes de la coordination des

activités liées à l'édition, sera considéré dans cette recherche, essentiellement exploratoire.

Les institutions sont essentielles pour comprendre la dynamique de tout système sectoriel ; l'évolution des lois, des règlements, des standards, des routines peut être nécessaire à l'émergence des changements dans l'industrie. Elles jouent aussi un rôle au niveau de l'organisation du système, comme l'illustre l'histoire de l'édition en France. Suite au décret du 5 février 1810, l'édition va en effet se détacher de l'imprimerie<sup>5</sup> et prendre le pas sur une logique de librairie jusque-là essentiellement guidée par la demande (Mollier, 2005).

Les différences entre les évolutions contemporaines de l'industrie du livre aux États-Unis et en France sont aussi significatives de l'importance des arrangements institutionnels. La France est une des économies où la part de marché du livre numérique reste faible (0,6 % en 2012). Aux États-Unis, cette part s'élève à 27 % et continue sa progression (+ 42 % en 2012) après des taux à trois chiffres ces dernières années (AAP, 2012). Au premier trimestre 2012, la vente de livres numériques a dépassé celle de livres papier reliés sur le marché américain. Cette croissance n'a pas empêché les ventes de livres papier d'augmenter (2,7 %), alors que sur le marché français, elles ont baissé de 2,1 %.

Pour expliquer ces différences dans les parts de marché<sup>6</sup> nationales du livre numérique, on a pu évoquer en France un attachement particulier au livre papier, voire à son odeur... Les ruptures technologiques récentes rappellent en fait que, loin d'être un acte passif, la consommation ne se réduit pas à une simple adoption. Des phénomènes de coévolution (technologies-marché/utilisateurs-institutions) sont observés, car les usagers doivent intégrer les technologies dans leurs pratiques, ce qui implique apprentissages et ajustements dans leurs comportements. La dynamique des systèmes sectoriels passe ainsi par un processus d'adaptation mutuelle et de feed-back entre technologies, contenus et usages. Et l'intérêt d'une analyse en termes de systèmes consiste précisément à placer la coévolution de la

---

5 Le décret impose un brevet spécifique pour exercer les métiers de libraire imprimeur et de libraire éditeur.

6 Les États-Unis mais aussi le Japon, la Corée, le Royaume-Uni font figure de leaders au niveau du livre numérique.



technologie et de la société (Geels, 2004) au centre de toute réflexion sur le changement. D'ailleurs, comme le remarquent Chartron et Moreau (2011), la stratégie des nouveaux acteurs de l'édition, Amazon et surtout Apple, serait de peaufiner design et ergonomie pour établir un rapport particulier avec les consommateurs, un attachement jugé parfois irrationnel.

Les explications sont également à rechercher dans les prix et les barrières posées par certains acteurs, les règlements, les épaisseurs des catalogues ouverts, car d'importantes différences entre pays sont observées à ces niveaux.

Aux États-Unis, si le prix d'un livre numérique tend se rapprocher de celui de la version papier de base, il reste bien inférieur à celui de la version standard<sup>7</sup>. Alors qu'en France, les différences de prix entre versions papier et numérique sont plus faibles<sup>8</sup>. D'après l'institut GfK, le prix psychologique d'une version numérique serait de 7 € (pour une version papier de 18 €), autant dire que les conditions à la croissance du marché ne sont pas encore réalisées, les prix se situant en moyenne au-delà de ce seuil. Sachant que les prix sont fixés par les éditeurs – selon un contrat d'agence – et non par les distributeurs, qu'ils soient traditionnels ou pas, comme les sites web, App Store ou autres plates-formes, ces barrières à l'entrée pourraient perdurer encore quelque temps. Les conditions particulières – prix unique et taux de TVA réduit – dont a bénéficié le livre papier évoluent et vont remettre en question la réglementation du marché de l'édition, qui visait à défendre l'exception culturelle autant que les libraires indépendants face aux grandes surfaces et au commerce électronique. Le taux réduit de TVA (5,5 % depuis janvier 2013) est désormais appliqué aux livres numériques, ce qui devrait être une incitation forte à développer le marché français. Cette décision a d'ailleurs été attaquée par la Commission européenne qui considère que le livre numérique n'est pas un produit mais un service – téléchargement d'un produit numérique – qui, en tant que tel, ne peut bénéficier d'un taux réduit. Assimiler le livre numérique à un service constitue pourtant une aberration : « Faut-il ne rien comprendre à l'évolution des activités industrielles pour considérer que le livre numé-

---

7 Amazon propose par exemple le roman *Angels and Demons* à 18.72 \$ en version reliée, à 11.40 \$ en version Kindle, et à 10.88 \$ en poche. Consulté en novembre 2013.

8 Parmi les meilleures ventes à la FNAC, *La Forêt des Mânes* est à 21.76 € en version papier et 20.50 € en numérique. Consulté en novembre 2013.

rique relève d'une activité de service ! Il requiert une chaîne d'activités, création, fabrication, production de métadonnées, stockage, distribution, qui en font pleinement un bien, sa forme ultime fût-elle numérique » (Benhamou, 2012a).

Dans sa version numérique, le livre se présente en effet comme un fichier qui, quel que soit son format<sup>9</sup>, peut prendre la forme d'une disquette, d'un CD-rom, d'une clef usb, ou circuler sur l'Internet, pour être lu grâce à un logiciel sur écran via un ordinateur, un smartphone, ou tout autre appareil dédié. Ce fichier est dénommé *livre* par référence au livre papier, au « livre imprimé conventionnel » (Vassiliou, Rowley, 2008), ce qui s'avère aujourd'hui assez réducteur. Cette appellation était pourtant justifiée au moment de l'émergence du livre électronique.

Le livre électronique est apparu suite à la volonté des institutions de numériser tous les classiques et les ouvrages libres de droit de la littérature. Le processus démarre sur une grande échelle dès 1971 avec le projet Gutenberg lancé par Michael Hart à l'Université de l'Illinois aux États-Unis. Ce projet, fondé sur l'utilisation de textes en ACSII, format texte universel qui rend les fichiers utilisables sur toutes les machines, garantit un accès à tous. Pour maintenir ce libre accès, les institutions ont su s'adapter aux évolutions de format et à leur diversité. Aujourd'hui, 44 137<sup>10</sup> e-books sont ainsi disponibles sur Gutenberg et 100 000 via des plates-formes partenaires. Cette initiative a ensuite été suivie par de nombreuses bibliothèques nationales, mais surtout par Google qui, en 2004, projetait de numériser tous les ouvrages existants pour créer une bibliothèque universelle donnant un libre accès à la connaissance<sup>11</sup>. Différentes évolutions législatives sont également en cours comme la « loi sur l'exploitation numérique des livres indisponibles du XX<sup>e</sup> siècle » de 2012, qui vise à offrir une version numérique à partir des collections du dépôt légal conservées à la Bibliothèque nationale de France. Dans le même esprit, des accords existent entre, par exemple, Hachette et Google pour la numérisation des œuvres indisponibles, pour assurer de nouveaux revenus à l'éditeur comme aux auteurs.

9 txt, html, pdf, ePub, AZW (format du Kindle, la liseuse Amazon).

10 Consulté le 21 novembre 2013.

11 Google a été contraint d'abandonner ce projet de libre accès (Benhamou, 2011).

Aussi importantes soient-elles, ces initiatives ne se sont pas traduites par des bouleversements industriels importants pour l'édition. Les premières réorganisations commencent avec l'apparition des librairies en ligne, qui concurrencent les librairies « traditionnelles », et les e-books, qui concurrencent les p-books<sup>12</sup> sur les marchés. La distribution a en effet connu des évolutions importantes dans tous les pays et le livre ne fait pas exception à l'évolution du commerce, avec l'émergence de grandes surfaces, spécialisées ou non, puis de la distribution en ligne. Le tableau 1 synthétise les résultats.

**Tableau 1. Les lieux d'achat du livre en 2012**

Répartition des achats de livres neufs en valeur (livres imprimés neufs, hors livres scolaires, encyclopédies et fascicules)

Librairies (tous réseaux confondus)	23 %
– librairies (grandes librairies et librairies spécialisées) et librairies de grands magasins	19 %
– maisons de presse, librairies-papeteries, kiosques de gares, aéroports	4 %
Grandes surfaces culturelles spécialisées	23 %
Grandes surfaces culturelles non spécialisées (espaces culturels)	19 %
Ventes par internet (tous réseaux confondus)	17 %
VPC, courtage et clubs (hors internet)	14 %
Autres (soldeurs, écoles, marchés...)	4 %

Source : Baromètre multi-clients. Achats de livres. INS-Sofres pour MCC-SLL/OEL. Panel de 3 000 personnes de 15 ans et plus. Résultats 2012 provisoires.

La part des libraires recule régulièrement ; elle était de 33 % en 1994 et ne représente plus que 23 % du marché en 2012. La FNAC et Direct Group, mais aussi Leclerc (Espaces culturels), Carrefour, Auchan, les grandes surfaces non spécialisées, comptent parmi les leaders du marché. Après cette première vague de concurrents, qui proposaient essentiellement les best-sellers, les librairies affrontent aujourd'hui les librairies en ligne, et les catalogues quasi exhaustifs des ouvrages qu'elles mettent à disposition, avec un confort d'achat important (LeMotif, 2012). Si les libraires, et notamment les libraires indépendants, connaissent des difficultés importantes, l'industrie a globalement des résultats satisfaisants (tableau 2).

<sup>12</sup> p-book : physical book.

**Tableau 2.** Principaux indicateurs de l'édition

	2011	2012	Var. %
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	2 804	2 771	-1.2%
dont ventes de livres	2 669	2 339	-1.1%
dont cessions de droits	135	133	-1.6%
Ventes d'exemplaires (milliers)	450 579	440 901	-2.1%
Production en titres (unités)	81 268	86 395	6.2%
dont nouveautés	41 902	44 678	6.6%
dont réimpressions	39 366	41 616	5.7%
Production en exemplaires (milliers)	620 062	630 913	1.7%
dont nouveautés	379 483	387 389	2.1%
dont réimpressions	240 579	243 524	1.2%
Tirage moyen nouveautés	9 056	8 671	-4.3%
Tirage moyen réimpressions	6 111	5 852	-4.2%
Tirage moyen global	7 630	7 311	-4.2%

Source : Repères statistiques France 2013 données 2012

Les évolutions majeures relatives aux e-books dans l'édition ont commencé avec la création de marchés et de produits spécifiques, sans commune mesure avec la numérisation des bibliothèques des premières initiatives. Le livre numérique est aussi un objet industriel dédié à la lecture et ne renvoie plus seulement à la lecture sur un écran quelconque. Cette évolution a été entérinée par les institutions françaises<sup>13</sup>. Comme dans sa version classique, le livre numérique reste portable, mais le sens de ce terme s'est élargi avec le développement des technologies mobiles. Les institutions sont également présentes dans l'émergence d'une organisation industrielle nouvelle. L'adoption de standards ou de normes éditoriales peut en effet s'avérer être un frein important à l'une des caractéristiques du livre

13 Cf. (i) la note « Avis et Communications » publiée le 4 avril 2012 dans le Journal officiel de la République Française ; (ii) les travaux de la Commission Générale de Terminologie et de Néologie qui retient désormais les termes de liseuse et de livre numérique : la liseuse (e-book) est un « appareil portable doté d'un écran et destiné au stockage et à la lecture des livres numériques ou des périodiques. On trouve aussi le terme « livre électronique » ; le livre numérique (e-book) est un « ouvrage édité et diffusé sous forme numérique, destiné à être lu sur un écran ».

numérique, celle qui permet sa portabilité vers d'autres applications<sup>14</sup>. Des formats compatibles existent, le Pdf bien sûr, et le format ePub<sup>15</sup>, qui est le format international spécifique au livre numérique (Loebbecke, 2010), sur lequel tous les acteurs auraient pu se rejoindre, mais qui n'a pas été facilement adopté. De nombreuses initiatives et projets visant à modifier les règles sont en cours. Par exemple, MO3T (Modèle Ouvert 3 Tiers) propose de passer d'une logique de vente de contenus à une logique de vente de droits, le droit d'accéder à n'importe quel moment et depuis n'importe quel terminal à un livre dont on détiendrait le droit numérique, ce qui sous-entend bien sûr que les standards sont devenus publics, ce qui est loin d'être acquis.

L'industrie du livre avec une multitude d'autres entrent donc dans une phase de recomposition importante dont on ne connaît pas encore l'issue. Le e-book associe, mais aussi et surtout, paradoxalement dissocie contenant et contenu, et devient un substitut du papier. Alors que le livre papier est un contenant dont le contenu est définitivement figé, la liseuse est le contenant de milliers de contenus possibles, et un contenu particulier peut être associé à plusieurs contenants ; on peut commencer à lire un livre numérique acheté dans un format particulier sur une liseuse, le continuer plus tard sur un smartphone, sans perdre la page où l'on s'est arrêté, et le finir sur une tablette. Cette dissociation contenant-contenu est l'innovation radicale à même de bouleverser l'industrie, fondement d'une redéfinition possible du livre.

### 3. TECHNOLOGIES ET ÉVOLUTION DES FRONTIÈRES DE L'INDUSTRIE

L'édition, l'une des plus « vieilles » industries connues, s'est caractérisée par une apparente immobilité, longtemps autonome par rapport aux autres activités, et apparemment étanche aux changements. De fait, elle est le résultat de deux innovations radicales qui ont scellé sa forme et son

---

14 Amazon a lancé un brevet autorisant le développement d'un marché d'occasion, permettant aux consommateurs d'échanger des e-books via Kindle ou apps Kindle vers IOS ou Android. Ce marché d'occasion devrait être source de revenus importants.

15 International Digital Publishing Forum, <http://idpf.org/>

organisation industrielle jusqu'à très récemment. La première date du I<sup>er</sup> siècle, avec l'apparition du *codex*, qui a remplacé le *volumen*, rouleau exigeant une lecture continue. Le *codex*, formé de pages reliées entre elles et organisé en chapitres ou parties, a imposé la forme du livre manuscrit toujours utilisé aujourd'hui. La seconde innovation radicale, l'imprimerie, date du XV<sup>e</sup> siècle et est due à Gutenberg. C'est, comme le soulignait Victor Hugo dans *Notre-Dame de Paris* (1831), la « révolution mère », qui va bouleverser la civilisation, et faire du livre le vecteur de la culture et de la connaissance, de tous les changements et des autres révolutions. Une troisième innovation radicale est peut-être en cours ; elle renvoie au numérique et à la dématérialisation.

L'apparition de nouveaux supports et usages dans l'édition est consécutive à l'entrée d'acteurs issus d'autres activités, les TIC ou le e-commerce. De nouvelles compétences sont ainsi intégrées dans une industrie qui, bien qu'orientée vers la création, n'avait ni la capacité ni les ressources pour organiser et maintenir une activité d'innovation industrielle radicale. Dans sa taxonomie des modèles sectoriels d'innovation, Castellacci (2008) considère en effet que les activités d'édition et d'imprimerie se caractérisent par un contenu technologique plus faible et par une aptitude limitée à développer en interne de nouveaux produits ou processus. La stratégie dominante repose donc sur l'achat de machines, d'équipements et autres connaissances externes produites par les fournisseurs. Ainsi, les changements introduits dans l'industrie se sont d'abord focalisés sur l'offre sans vraiment modifier l'organisation de ses compétences. Mais depuis une dizaine d'années, de nouveaux changements ou sauts technologiques sont au centre de l'évolution des compétences fondamentales de cette industrie.

Les technologies et bases de connaissances de ce qui est aujourd'hui l'industrie de l'édition au sens de SSIP, ont considérablement évolué, la dynamique étant essentiellement le fait de nouveaux entrants qui ont recomposé l'organisation de l'industrie et des marchés, transférant progressivement vers l'aval – la distribution – le pouvoir au détriment des éditeurs. Ce paragraphe présente les différentes étapes, les « sauts » technologiques, en préalable à l'analyse de l'organisation de l'industrie, c'est-à-dire les évolutions en chacun des maillons de la chaîne éditoriale avant de considérer les interactions entre ces différents maillons.

Les TIC et l'Internet sont au cœur de ces évolutions, de l'amélioration du processus de production existant jusqu'à la dématérialisation de l'ensemble des produits et processus et la recomposition de l'ensemble du système.

Les premières évolutions portent essentiellement sur les technologies de production. On passe ainsi de la composition à la photocomposition – informatisation des processus, des rotatives aux expéditions pilotées par ordinateur, selon une logique « *supplier-dominated* » (Castellacci, 2008). L'édition ne fait pas exception au processus général de recherche de baisse des coûts et d'efficacité dans la production à l'œuvre dans tous les secteurs de l'économie. L'accroissement des volumes, évoqué précédemment, témoigne d'un abaissement du seuil de rentabilité autorisé par l'introduction du numérique dans la production, ce qui encourage les éditeurs à multiplier les lancements pour espérer un best-seller (Moati, 2011). L'offre sélective laisse la place à une offre de masse, ou hyper-offre (Benghozi, 2010, 2011). Ce dynamisme éditorial stimule la demande sans pour autant modifier les rapports entre acteurs ni même leurs compétences fondamentales. Guidés par la diminution des coûts de production, les TIC vont également faciliter la délocalisation de la production. Selon Benhamou *et al.* (2008), 60 % de la production commercialisée en France serait imprimée à l'étranger. L'exception culturelle vaut pour les contenus, mais les contenants ne font eux pas exception aux processus de globalisation à l'œuvre dans toutes les industries aujourd'hui.

Les secondes évolutions concernent les technologies de distribution, et notamment la vente en ligne qui a directement impacté les librairies, et principalement les libraires indépendants. Le livre n'a pas échappé au développement du e-commerce, bien au contraire. Avec le tourisme, les produits culturels sont sans doute ceux qui ont le plus contribué au développement des ventes en ligne et transformé les usages. L'industrie a dû s'adapter à l'arrivée de nouveaux entrants qui ont bouleversé les schémas de distribution existants et les politiques de prix. Loin de se cantonner à la traditionnelle offre éditoriale, ces nouveaux acteurs proposent de nouveaux services d'intermédiation et de valorisation des interactions sociales. Amazon, fondé en 1994, va ainsi donner la possibilité aux usagers de comparer les produits, d'échanger des évaluations, des suggestions, un ensemble de services qui ont structuré le commerce en ligne et ont été adoptés par l'ensemble de ses acteurs (Griffin *et al.*, 2013). Ce sont les

libraires indépendants qui ont finalement le plus souffert de cette évolution des technologies de distribution. N'ayant pas les mêmes facilités de stockage que les sites en ligne, ils ne peuvent satisfaire immédiatement toutes les demandes<sup>16</sup>. Soutenus par les institutions, les libraires ont tenté de réagir en essayant de combiner les avantages de la commande en ligne et du contact<sup>17</sup>. Toutefois, la taille et la qualité de service d'Amazon<sup>18</sup>, ou encore la notoriété de la FNAC, ne facilitent pas la croissance de ces initiatives, souvent locales<sup>19</sup>. Au-delà du problème de visibilité s'ajoute également un manque de compétences dans le e-commerce. Mais aujourd'hui, les libraires ne sont plus les seuls acteurs à être confrontés à un problème de compétences. À la distribution en ligne, s'ajoutent le développement de l'e-book et le téléchargement de fichiers numériques, impliquant pour les éditeurs l'acquisition de nouvelles connaissances et la mise en place de nouvelles stratégies suite au dédoublement des catalogues (catalogue papier et catalogue en ligne).

Les dernières évolutions portent ainsi sur le couple contenu-contenant, le livre numérique au sens où nous l'avons défini précédemment. Si la numérisation des contenus commence dès 1971 avec le projet Gutenberg, l'évolution des usages a longtemps été freinée par la contrainte du

---

16 Amazon offre le plus important catalogue du marché ; avec 800 000 références en langue anglaise, et 400 000 en langue française, c'est un des premiers libraires de France. Amazon est par exemple le premier vendeur des livres de la collection « La Pléiade » de Gallimard, qu'une librairie ne peut contenir en stock (Hurard, Meyer-Lereculeur, 2012).

17 Par exemple l'expérience 1001.libraires.fr, aujourd'hui avortée, était un site créé par la profession des libraires et soutenu par des fonds publics (Hurard, Meyer-Lereculeur, 2012), où les commandes pouvaient être faites en ligne et où, via géolocalisation, le système donnait l'adresse du libraire où aller retirer sa commande. Ou Lalibrairie.com, qui permet de réserver des livres dans un réseau de libraires sur tout le territoire, qui est peu visible. Ou Chapitre.com, propriété de Actissia, deuxième distributeur en France, qui associait un site Internet et un réseau de libraires et qui était né sur le Minitel, qui connaît de graves problèmes. Si le réseau de librairies Chapitre est mis à la vente, le site Internet n'est pas concerné par la cessation d'activité. Ces échecs montrent la difficulté des modèles tentant d'associer librairies et l'Internet.

18 Désigné pour la seconde année consécutive en 2013 site préféré des Français dans le classement d'OC&C Strategy Consultants.

19 Des réseaux se développent dans de nombreuses villes : Librest (Est de Paris), [www.librairesanice.fr](http://www.librairesanice.fr)...



micro-ordinateur et le format texte des contenus, peu compatibles avec le plaisir de la lecture. C'est avec le développement des technologies mobiles et l'autorisation d'usages compatibles avec des pratiques ancrées dans la société, c'est-à-dire un livre contenant-contenu<sup>20</sup>, que le livre numérique en tant que produit va peu à peu s'imposer sur le marché. Si la technologie de l'encre électronique s'avère essentielle dans cette transition, les compétences managériales se sont également révélées décisives.

Ainsi, Amazon a su créer un marché grâce à une stratégie offensive et des innovations importantes tant sur les contenus (catalogues importants, prises de notes...) que sur les contenants (encre électronique, haute résolution, liseuse Kindle...). En choisissant de fournir ses livres électroniques sur une liseuse, Kindle, vendue sur son site, l'entreprise est rapidement devenue le leader mondial et son impact sur le marché américain a été colossal. Pour autant, le Kindle n'est pas un appareil électronique comme un autre : (i) il a été créé et fabriqué en 2007 par Amazon pour asseoir sa stratégie de conquête de l'industrie du livre ; (ii) les e-books vendus par Amazon sont au format Kindle et ne pouvaient à l'origine être lus qu'à travers ce contenant (Griffin *et al.*, 2013 ; Rao, 2011). Si de nouvelles liseuses<sup>21</sup> sont venues concurrencer le Kindle, tant pour les contenants que pour les contenus, en 2012, Amazon détenait toujours 62 % du marché des liseuses aux États-Unis<sup>22</sup>.

Le dernier développement relatif aux contenants concerne les tablettes qui, deux ans seulement après leur lancement, ont déjà pris le pas sur les liseuses, bouleversant considérablement les usages de l'Internet et de nombreuses activités médias. En 2011, Apple a lancé l'iPad, qui a été à l'Internet ce que l'iPod avait été à la musique<sup>23</sup>. Comme le montre la figure 1, les tablettes ont pris le pas sur les liseuses ; leur marché a connu une croissance exponentielle, nourrie par l'entrée de tous les leaders du marché,

20 Il faut rappeler que la recherche de nouveaux contenants n'est pas nouvelle et qu'elle a été marquée par de nombreux essais infructueux en termes d'usage et de confort de lecture (voir le projet Cybook lancé en 1998 en France).

21 Sony, Kobo, Nook (de Barnes & Nobles), Bookein (issue du précurseur Cybook).

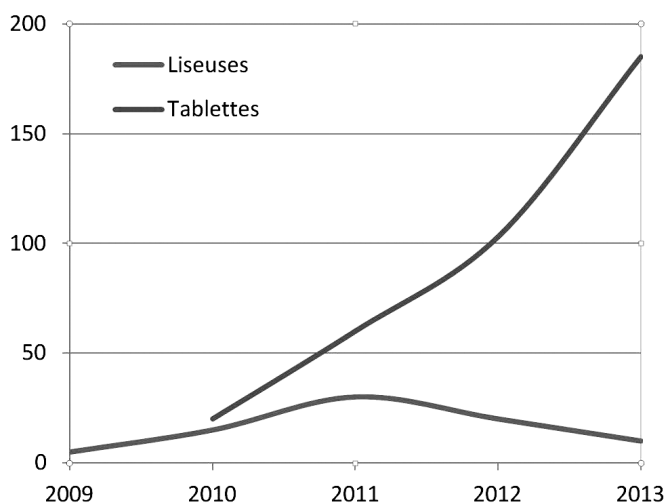
22 The Pew Research Center's Internet & American Life Project Tracking Survey, réalisée du 20 janvier au 19 février 2012. Nook détenait 22 %.

23 L'iPad représente 61 % du marché américain des tablettes selon la même enquête The Pew Research Center's Internet & American Life Project Tracking Survey.

Samsung, Sony, Microsoft, Google, mais aussi Amazon. L'avenir du livre numérique est au cœur de la concurrence que se livrent ces groupes.

Les liseuses et les tablettes ont des usages différents. La liseuse est dédiée à la lecture, elle offre un confort important et incarne de ce point de vue ce qu'on a appelé le livre homothétique. Les tablettes sont multi-usages, leur écran couleur n'offre pas le même confort de lecture, mais au-delà du livre, elles offrent un accès à la presse, aux jeux, à la musique, aux vidéos, aux photos... et à toutes les applications développées pour les smartphones, et à l'Internet en mobilité. Les liseuses ont des prix très inférieurs et des autonomies très importantes, mais le monotâche peut difficilement concurrencer le multitâche, et globalement leur marché aurait tendance à s'effondrer (figure 1)<sup>24</sup>.

**Figure 1.** Ventes mondiales de tablettes et de liseuses.



Quelque 140 millions de tablettes ont été vendues dans le monde et selon l'institut GfK, seulement 10 % du temps d'utilisation serait consacré à la lecture. Au-delà de la fiabilité des estimations des usages, la taille de ce marché représente un immense débouché pour les contenus numériques.

<sup>24</sup> Cependant, cette tendance à la baisse est due au poids des États-Unis ; en France, 300 000 liseuses se sont vendues en 2012, 500 000 se vendront en 2013, pour 3,6 millions de tablettes en 2012, et 5 millions en 2013 (Institut GfK).

Mais les tablettes sont aussi le nœud d'une nouvelle concurrence, celle que se livrent Amazon, Apple et Google (les AAG), auxquels il va falloir ajouter Microsoft, et qui s'articule sur le *nuage*. Les contenus sont des éléments importants de cette concurrence, les e-books sont stockés dans le *nuage*, et sont utilisables sur plusieurs appareils, on peut arrêter la lecture sur une tablette et la continuer ailleurs. La taille de l'offre potentielle d'applications et de contenus est une clef de la concurrence que se livrent les acteurs, comme établi depuis de nombreuses années avec les standards.

Avec le développement de systèmes interconnectés par les TIC, la conception de produits et services liés aux contenus s'avère ainsi plus complexe. Suite aux contraintes d'interopérabilité et aux exigences des institutions, les interdépendances entre systèmes tendent à s'accroître. Cela signifie que les caractéristiques opérationnelles des plates-formes doivent de plus en plus se définir les unes par rapport aux autres, et que les connaissances en systèmes d'information et en TIC sont devenues cruciales pour le management de toutes les activités de contenus. En permettant aux contenus de s'affranchir des contenants, la numérisation a encore accéléré l'entrée de l'industrie dans une économie de l'abondance. La numérisation a en effet démultiplié les possibilités d'offres et de diffusion des contenus. Les plates-formes d'agrégation de contenus revêtent aujourd'hui une importance considérable, tout comme les outils de référencement permettant aux usagers de focaliser leur attention dans la masse des contenus disponibles (Benghozi, 2010, 2011).

Face à l'apparition des bouquets numériques et au développement du *nuage*, l'éditeur doit acquérir de nouvelles connaissances pour tenter de conserver une certaine maîtrise dans la coordination du processus éditorial. L'éditeur se voit ainsi contraint d'axer ses compétences non plus sur la maîtrise en profondeur des connaissances nécessaires au processus éditorial, mais sur la maîtrise de leur étendue<sup>25</sup> (Wang, von Tunzelmann,

---

25 L'« étendue » des connaissances fait référence au nombre de champs technologiques dans lesquels l'éditeur est actif. La « profondeur » renvoie à la maîtrise de deux dimensions majeures :

- les différentes étapes impliquées dans le processus de développement d'un processus éditorial ;
- la connaissance liée à la combinaison des étapes du processus et la connaissance concernant chaque étape de ce processus.

2000). L'étendue des connaissances constitue donc un nouvel enjeu pour les acteurs de cette industrie. Il semble que les compétences technologiques et organisationnelles nécessaires pour contrôler et intégrer le travail d'édition numérique se soient rapidement développées au sein des grands groupes. Le dernier paragraphe montre qu'elles sont aussi à l'origine d'une redéfinition des rôles des acteurs, que ce soit au niveau de la diffusion/distribution<sup>26</sup> ou de l'édition.

## 4. VERS UNE TRANSFORMATION DES FORMES D'INTERACTIONS

Les technologies, bases de connaissances, mais aussi l'organisation de l'industrie de l'édition ont connu une stabilité qui a traversé des siècles, avant d'être entraînées dans une dynamique de changements profonds qui est allée en s'accéléralant. Les deux années qui viennent de suivre la naissance de l'iPad en 2011 comptent sans doute plus que des dizaines d'autres.

Historiquement, pour Mollier (2005) sur lequel nous nous appuyons dans ce rappel, l'édition apparaît à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et au début du XIX<sup>e</sup> siècle. Jusqu'en 1775, il est préférable de parler de libraire, métier qui obéit essentiellement à une logique de demande. À cette époque, Charles Joseph Panckoucke obtient le droit de commercialiser l'*Encyclopédie* et introduit deux changements majeurs, ce qui va transformer le métier en un métier d'éditeur.

Le premier changement consiste à intégrer dans le métier une logique d'offre. « Panckoucke réfléchit donc au moyen d'inventer de nouveaux lecteurs pour l'*Encyclopédie*. Il joue d'abord sur le format du livre : en essayant de réduire les formats pour abaisser les coûts de fabrication. Il joue également sur l'impression des volumes en les faisant imprimer à l'étranger, à des tarifs très inférieurs aux coûts de fabrication en France. Enfin, il joue sur la qualité du papier » (Mollier, 2005), c'est-à-dire sur tous les postes des coûts de fabrication, et divise par quatre le prix de l'*Encyclopédie*.

---

26 La diffusion renvoie à la commercialisation du produit éditorial (livre, revue...) auprès des abonnés, libraires et autres. La distribution a trait au traitement physique et administratif des commandes.

Le second changement consiste à élargir le champ des compétences du libraire de sorte qu'il puisse intervenir dans le processus de production du manuscrit. L'éditeur n'est plus simplement un intermédiaire qui transmet un manuscrit d'auteur à l'imprimeur, il s'implique dans le processus et participe à la création éditoriale<sup>27</sup>. La sélection de manuscrits et l'élaboration de contenus deviennent les compétences centrales du métier d'éditeur. L'auteur n'est plus simplement un offreur de contenus, il travaille désormais avec l'éditeur pour la fourniture du contenu. Cette collaboration étroite qui se noue entre auteur et éditeur est un des éléments fondamentaux de la valeur d'une maison d'édition<sup>28</sup>.

Pourtant, avec l'édition numérique, le rôle de l'éditeur est en train d'évoluer, voire même de perdre de son importance (Carreiro, 2010 ; Godine, 2011). Comme on l'a vu, c'est avec l'introduction des TIC que l'édition connaît des ruptures importantes<sup>29</sup>, que ce soit au niveau de la distribution des contenus (i), de l'offre des contenus (ii) et récemment du contenu en lui-même (iii). Les TIC et l'Internet ont contribué à déstructurer la chaîne verticale des relations qui organisaient l'industrie du livre.

La chaîne traditionnelle associait auteur, éditeur, distributeur, diffuseur et libraire, dans une organisation où la coordination des activités était fortement sous le contrôle des éditeurs, particulièrement en France où le degré d'intégration est particulièrement élevé (Loncle et al., 2012 ; Benhamou, Guillon, 2010). « Je méditerai, tu m'éditeras », la célèbre dédicace de Louise de Vilmorin à son éditeur Gallimard traduit la relation particulière qui associait l'auteur à son éditeur depuis la naissance de l'industrie évoquée précédemment. « Je m'éditerai, tu méditeras » pourrait être

---

27 Mollier (2005) rappelle ainsi qu'après avoir commercialisé l'*Encyclopédie* de Diderot et d'Alembert, Panckoucke va concevoir une autre *Encyclopédie* : l'*Encyclopédie méthodique*.

28 Comme le rappelle Benhamou, l'autre élément fondamental de la valeur d'une maison d'édition est le portefeuille de droits qu'elle détient et valorise.

29 Dans les années 1980, l'édition connaît également une transformation de ses structures industrielles avec le développement des entreprises d'édition et l'accélération du processus de concentration. En France, par exemple, de nouvelles entreprises jusqu'alors plutôt spécialisées dans d'autres domaines comme la défense (Matra), les médias (Havas), les réseaux de distribution (Compagnie générale des eaux) entrent dans le secteur. Ces changements d'organisation industrielle auxquels vont s'ajouter les TIC ne vont pas entraîner de refonte du système de production et de diffusion jusqu'à la fin des années 1990 (Bouquillion, 2005).

la dédicace caractéristique de l'économie future de l'Internet, celle d'une relation directe de l'auteur au lecteur qui court-circuite l'ensemble de la chaîne, et ne se préoccupe plus des éditeurs.

De nombreux sites dédiés à l'auto-édition offrent désormais une grande panoplie de services selon un modèle Freemium, mais les prestations offertes sont essentiellement techniques. L'émergence de ces nouvelles opportunités d'édition pour les auteurs laisse donc en suspens la question de la fourniture du service éditorial<sup>30</sup> (Bounie *et al.*, 2012). Ces sites sont le plus souvent le fait de nouveaux entrants, qui sont immédiatement des entreprises globales, et bien évidemment multilingues, des pure-players venus bouleverser les arrangements existants. Il en est ainsi de Lulu, un des leaders de ce marché, ou Smashword, YouScribe, JePublie, pubet.com, Book on Demand (Benhamou, 2012b), mais surtout aussi Amazon. Le centre de gravité du système, quelle que soit la fonction analysée, est tiré vers l'aval de la chaîne.

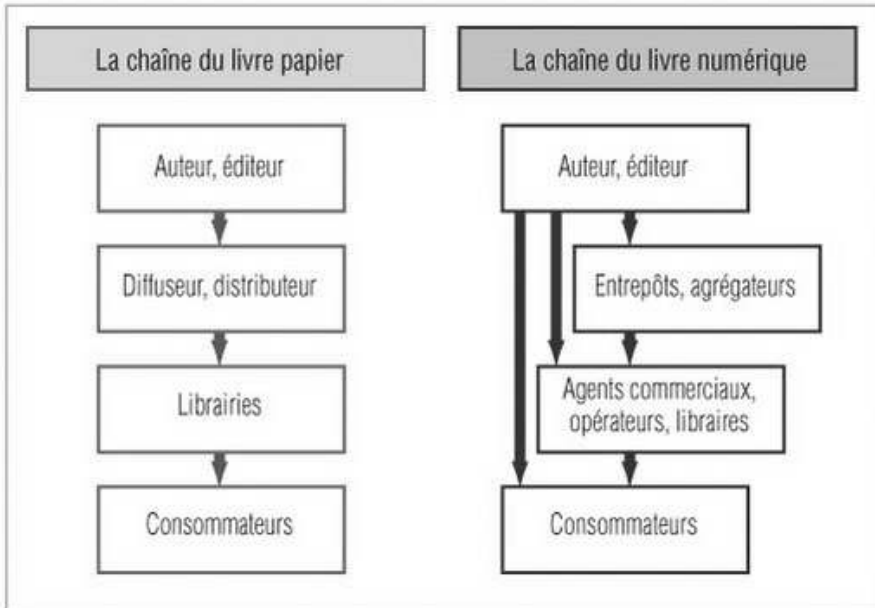
Indépendamment de ce lien direct auteur-lecteur, quasiment tous les autres réarrangements sont *a priori* possibles et coexistent aujourd'hui, donnant naissance à différentes formes de coordination industrielle. Le volet complètement dématérialisé ne représente en 2012 que 0,6 % du marché en France, mais c'est bien cette part qui guide les stratégies de réorganisation.

La numérisation a également poussé les firmes installées à explorer de nouvelles chaînes de distribution et de nouveaux modèles d'affaire. La production de masse basée sur une seule chaîne de distribution a ainsi évolué pour s'appuyer sur divers canaux de distribution (Gordon *et al.*, 2008). En créant de nouveaux supports de lecture, les innovations technologiques ont donc modifié les processus de production et de diffusion des contenus. Les supports électroniques permettent de s'affranchir du papier et, ce faisant, simplifient les étapes de diffusion. La chaîne éditoriale traditionnelle est plus courte, plus rapide, ce qui se traduit par une baisse des coûts. Tout comme les éditeurs, les auteurs peuvent court-circuiter certains maillons de la chaîne et atteindre le lecteur en évitant des intermédiaires. La figure 2 illustre la nature des changements dans les relations avec le développement du numérique et la remise en cause des positions installées dans l'industrie.

---

<sup>30</sup> Selon la Federation of European Publishers (FEP, 2006), les compétences critiques des éditeurs englobent l'édition, la production, les ventes et le marketing, la réalisation et la distribution, le financement.

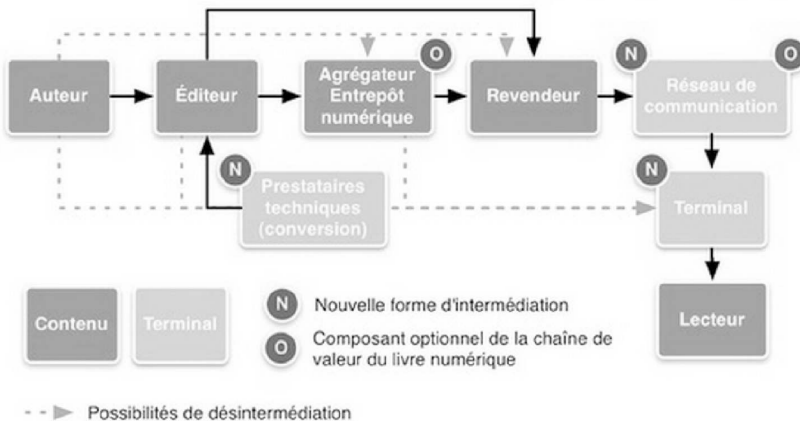
**Figure 2.** Les chaînes du livre papier et numérique



Source : DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2010

Mais ces changements vont aussi permettre à de nouveaux acteurs, que ce soit du côté de la diffusion ou du côté de la fabrication de nouveaux contenants, d'intégrer le système éditorial. La figure 3, due à Champourlier (2011), illustre quant à elle les nouvelles formes d'intermédiation comme les possibilités de désintermédiation qui coïncident avec le numérique.

**Figure 3.** La chaîne de valeur du livre numérique



Romain Champourlier © 2011 - www.rchampourlier.com

Source : Champourlier, 2011, d'après Idate, 2010.

Comme le montre le développement du livre numérique, la plupart des nouveaux acteurs viennent de l'industrie des TIC et n'ont que peu de liens avec le monde de l'édition. Car ce qui est nouveau dans le e-book, c'est qu'il offre un « produit exploitable par une machine » et non plus seulement un « produit lisible par l'homme » (Coyle, 2001). Cette nouvelle approche de l'offre éditoriale élargit considérablement la possibilité de découvrir le contenu (O'Leary, 2011). Il y a donc remise en cause de la vision selon laquelle les formats numériques ne seraient que secondaires ou dérivés. La notion de production, qui traditionnellement était centrée autour de l'imprimerie, s'élargit pour inclure la production de services, de software et d'activités basées sur le web. S'il est toujours possible de parler d'édition/impression de biens (livres, revues), il est désormais impossible d'ignorer l'offre de services basés sur les TIC.

La concentration semble être le mot clef pour caractériser l'édition et les dynamiques contemporaines sont de nature à accélérer le processus. Cela est vrai à tous les niveaux de l'activité, des auteurs aux lecteurs. Le livre reste une économie de superstars, avec quelques auteurs qui représentent une part très importante des ventes (Benghozi, 2008 ; Benghozi, Benhamou, 2008). Mais cela est aussi vrai des lecteurs ; ainsi, près de 50 % des achats de livres sont le fait de 15 % des lecteurs ; ces lecteurs sont évidemment stratégiques pour l'industrie : qu'ils adoptent le livre numérique et la moitié de l'industrie traditionnelle s'effondre<sup>31</sup> (Gaillard, 2010).

Entre ces deux extrêmes de la chaîne, la situation est comparable. On l'a vu pour la distribution, avec une part importante pour quelques grandes surfaces, spécialisées ou non (LeMotif, 2012). Quant aux éditeurs, ils constituent un oligopole à frange concurrentielle : 5 % représentent quasiment 60 % du chiffre d'affaires total, 42,6 % ne représentent que 1,3 % du chiffre d'affaires (Benhamou *et al.*, 2008 ; Benhamou, Guillon, 2010). Ou encore,

31 Un sondage récent indique que la vente de livres numériques est aussi très concentrée sur les sites des grands opérateurs d'Internet : 41 % des lecteurs de livres numériques déclarent avoir fait leur achat chez Amazon, Apple ou Google Books, tandis que 28 % achètent leurs livres numériques sur les sites des grandes surfaces (Fnac, Virgin, Cultura) et 18 % seulement sur des sites de libraires (principalement les grandes librairies comme le Furet du Nord, La Procure, Chapitre, Relay, Dialogue), ce dernier pourcentage étant en baisse par rapport à la précédente vague de la même enquête réalisée début 2012 (12 Enquête Opinionway : Baromètre SOFIA/SNE/SGDL sur les usages du livre numérique – 2<sup>e</sup> vague, septembre 2012).



les premiers éditeurs représentent la moitié des ventes, le dixième n'en représente déjà plus que moins de 1 % (Moreau, Peltier, 2011).

En France, le degré d'intégration du livre papier était très élevé, et les éditeurs ont développé leurs propres circuits de distribution, alors que ces fonctions sont généralement indépendantes dans les autres pays (Loncle *et al.*, 2012). C'est sur cette fonction que les changements ont été les plus rapides, et les éditeurs français ont développé seuls ou en association leurs plates-formes numériques pour préserver cette source de revenus (Loncle *et al.*, 2012). Ainsi, Hachette a racheté Numilog, L'Harmattan a développé l'Harmathèque, Eden distribue La Martinière, Le Seuil, Flammarion, Gallimard, Decitre a lancé en 2012 le projet d'une plate-forme *open source*, The Ebook Alternative (Loncle *et al.*, 2012). Comme le remarque Benhamou (2012b), cette structure fragmentée est viable, mais multiplie les coûts de transaction et affaiblit une offre déjà limitée par les réticences des éditeurs vis-à-vis du numérique. Une évolution importante a eu lieu fin 2013, Hachette a cédé Numilog à son créateur, Denis Zwirn, pour lui permettre de se développer au-delà de son catalogue et d'adopter des stratégies de croissance autonomes et propres à cette activité nouvelle. Cela marque peut-être une nouvelle étape dans le développement du numérique en France. Il est vrai que son marché peut difficilement échapper au processus de globalisation et aux modèles qui se mettent en place partout.

Les États-Unis constituent le terrain où ces modèles ont émergé, et où les changements ont été les plus drastiques. Amazon a rapidement acquis une position de leader sur le marché du livre, à travers le e-commerce, puis surtout le livre numérique, où, comme on l'a vu, les processus d'innovation mis en place ont créé un nouveau marché dans tous les sens du terme, nouveaux produits, nouvelles interactions entre les acteurs, nouveaux modes de fixation des prix. L'entreprise a eu une politique agressive, privilégiant le niveau d'activité au profit ; elle a vendu délibérément à perte dans le e-commerce, imposé le prix de 9.99 \$ comme référence pour les nouveautés, et forcé les éditeurs à suivre. Amazon leur rétrocède 70 % si le prix des ouvrages se situe entre 2.99 et 9.99, mais 35 % si le prix est supérieur à 9.99 \$ (Rao, 2011).

Amazon a d'abord forcé la recomposition de la distribution, très concentrée dans les grandes surfaces non spécialisées (Target, Wal-Mart) et

spécialisées. Les librairies sont des groupes importants aux États-Unis ; Borders par exemple, un des groupes leaders avec plus de 500 librairies et 20 000 employés, n'a pas su gérer le passage au numérique, et a été liquidé en 2011. Un de ses concurrents directs, Barnes & Noble, s'est aligné sur la stratégie d'Amazon dans la vente en ligne, en complément de ses librairies<sup>32</sup>, et a développé sa propre liseuse, Nook, laquelle a pris une part importante du marché ; l'entreprise a ainsi précédé la stratégie de la FNAC en France, qui a adopté la liseuse Kobo (du groupe japonais Rakuten) pour tenter de préserver ses parts de marché. En développant ses propres tablettes, Barnes & Noble a suivi la stratégie d'Amazon face à Apple, mais n'a pas réussi à faire face<sup>33</sup> à la concurrence sévère imposée par ce qu'il est convenu d'appeler aujourd'hui les AAG (Apple, Amazon, Google). Cela a aussi correspondu à l'entrée progressive de Microsoft sur ce marché. En avril 2012, Microsoft est en effet entré à hauteur de 17 % environ dans le capital de Nook Media<sup>34</sup>. La stratégie de Microsoft est claire : protéger une proie de ses concurrents potentiels, les AAG, comme elle l'avait fait il y a quelques années pour protéger Facebook. Pour autant, les tablettes Nook, bien construites et abordables, n'ont pu résister à la concurrence, l'écueil ne se situant pas dans le matériel, mais dans la diversité des applications associées. C'est le symétrique du problème auquel se heurte Microsoft avec sa propre tablette Surface. Il a ainsi été question pour Microsoft de finalement acquérir complètement Nook Media pour 1 milliard de dollars (Osborn, 2013), ce qui lui permettrait de rendre disponible le catalogue de Barnes & Noble sous Windows 8, et de concurrencer les AAG. Son acquisition récente de Nokia est de ce point de vue complémentaire<sup>35</sup>.

Les éditeurs ont aussi dû faire face à l'hégémonie grandissante d'Amazon, qui leur a confisqué la capacité de fixer les prix. Amazon, qui a rapidement eu une position de leader sur l'aval, a été tenté de prendre des positions sur l'amont, en essayant d'attirer les auteurs et d'entrer sur le segment de l'édition. Bien que ne maîtrisant pas les compétences clés de la production éditoriale, l'entreprise pourrait, par le biais d'une intégration verticale, réussir à capter une plus grande part de la valeur ajoutée (Bounie et

32 Et leurs 2 000 points de vente.

33 Barnes & Noble a commencé à connaître des pertes et à montrer des signes de faiblesse, malgré ses 7 millions d'utilisateurs.

34 Pearson, le n° 1 mondial de l'édition a aussi investi dans Nook.

35 Google a, quant à lui, acquis Motorola Mobility et ses quelque 17 000 brevets.

al., 2012). Cette marche pendant un temps sans obstacle vers le contrôle de l'ensemble de la chaîne a néanmoins connu quelques revers. Les éditeurs d'abord, Macmillan en particulier qui menaçait de retirer tout son catalogue du site d'Amazon si ce dernier n'adoptait pas un système d'agence pour la fixation des prix, laissant à l'éditeur le soin de fixer le niveau ; Amazon a d'abord réagi en retirant tout Macmillan de son catalogue, puis est revenu sur sa décision (Rao, 2011). Mais le revers le plus important est indirect, et correspond au lancement par Apple de l'iPad, qualifié de « Jesustablet » par certains éditeurs<sup>36</sup>. Puis, par l'entrée de Google sur le marché du livre numérique. En ce qui concerne le livre, Apple et Google ont des stratégies qui diffèrent de celle d'Amazon ; une application vient enrichir l'AppStore pour Apple, ce qui contribue à enrichir les flux pour Google. Le modèle d'agence privilégié par ces deux entreprises s'est imposé sur le marché, et si le livre n'est pas au cœur de leur métier, le nombre de tablettes vendues et le poids du moteur de recherche font que leur impact sur l'industrie du livre a été considérable. Cependant, suite à une enquête menée dans le cadre de la loi antitrust, et au procès *United States vs. Apple Inc.* qui a suivi, Apple et les éditeurs Hachette, Harper Collins, Penguin Group, Simon & Schuster et Macmillan, ont été condamnés mi-2013 pour entente illicite. L'accord entre Apple et ces éditeurs – un modèle d'agence selon lequel les éditeurs fixent le prix et Apple reçoit 30 % de commissions –, assorti d'une clause préférentielle, a été jugé illégal, constituant une entrave à la libre concurrence. Le prix de livres, qui était passé de 9.99 \$ à 12.99 ou 14.99 redevient libre, et Amazon reprend sa domination sur le marché. Apple n'a pas reconnu la décision et tente désormais de mettre la position d'Amazon en cause. L'organisation du marché des e-books est loin d'être stabilisée, la concurrence que se livrent les entreprises via leurs liseuses et tablettes étant déterminante.

---

36 Kindle n'a pu jouer pour le livre le rôle de l'iPod pour la musique, comme le souhaitait sans doute Amazon. Amazon a bien sûr réagi à l'entrée d'Apple sur son terrain avec sa propre tablette, le Kindle Fire, imposant une guerre des prix à Apple. Amazon est aussi entré dans la musique avec un service, AutoRip, qui offre la version MP3 gratuite pour tous les disques (CD, vinyle) achetés depuis 2000 sur son Cloud Player. La capacité du Cloud Player pour ce service est illimitée et donc gratuite, et offre une qualité proche de celle d'un CD. Amazon développe d'ailleurs désormais aux États-Unis un modèle symétrique pour le livre, Matchbox, selon lequel tout acheteur d'un livre papier se verrait offrir une version numérique, au format Kindle bien sûr.

La multiplicité de l'offre concurrentielle de contenus pose bien évidemment des problèmes d'interopérabilité pour les contenus et la « guerre des standards » (Katz, Shapiro, 1986) est un élément important du processus concurrentiel à l'œuvre. La concurrence s'effectue désormais sur le *nuage*, via l'écosystème (Gabszewicz, Sonnac 2010) qui l'accompagne : applications multiples, contenus riches, accessibles partout et sans ruptures grâce aux tablettes, liseuses, smartphones, micro-ordinateurs. L'enjeu pour les entreprises est de garder les consommateurs, à travers une offre de contenus homogène, et des formats propriétaires pour les contenus. Le livre numérique est un élément important dans ce processus concurrentiel articulé par les leaders mondiaux de l'économie de l'Internet, qui le dépasse largement, mais dont son futur dépend finalement. La dynamique résulte désormais de la combinaison des TIC et des ICC dans un système sectoriel qui rassemble des éléments interdépendants, et dont les AAG et Microsoft dessinent les contours et les enjeux fondamentaux.

La demande est enfin un attribut fondamental qui sous-tend la dynamique industrielle et l'évolution du système sectoriel, d'autant qu'avec le numérique les usages sont à l'origine de nombreuses innovations ou changements. Comme l'a montré la figure 2, ce rôle n'est pas souvent pris en compte ; la chaîne du livre traditionnel et celle du livre numérique semblent déboucher sur le même consommateur. En fait, avec le passage d'une chaîne à l'autre, il ne s'agit plus forcément du même consommateur ni de la même demande, le lecteur-consommateur est devenu un acteur actif de l'industrie, un « consom'acteur »<sup>37</sup>, directement impliqué bien au-delà de ses simples choix, bien sûr importants pour la dynamique de l'industrie. Ces choix ne se limitent plus au livre, aux achats au sens des succès de librairies (contenus), ils renvoient aussi aux contenus et aux modes de lecture. Le « livre » est fondamentalement aussi un bien d'expérience, les critiques détenaient jadis un quasi-monopole sur les avis, les conseils, relayés par les libraires et la présentation de l'offre, en particulier pour les nouveautés. Les avis et conseils sont désormais aussi le fait des lecteurs eux-mêmes ; le développement des réseaux sociaux a surdimensionné les processus de « contagion » possibles. Mais au-delà des « amis » et autres « suiveurs », ou des conseils habituels postés sur les sites commerciaux, Amazon et autres, des sites dédiés au conseil ont été développés, Babelio,

37 Ce terme est né dans les études sur l'industrie du tourisme, où l'Internet a eu des effets comparables sur le système (cf. Longhi, 2009).

Library Thing, Goodreads, Anobii, RedLemonade (Benhamou, 2012b), et les lecteurs ont pris le pas sur la critique.

Les modes de recherche des ouvrages ont aussi beaucoup évolué, avec l'usage de mots clefs, la possibilité d'effectuer des recherches en plein texte, le « Look inside » d'Amazon ou de Google Booksearch. Ces modes de recherche autorisent la découverte d'ouvrages « introuvables » dans les circuits traditionnels de la distribution, et changent les modes de consommation. Une conséquence bien connue de l'Internet est ce qu'il est convenu d'appeler la « longue traîne » (Anderson, 2006), une concentration et un renforcement du poids des best-sellers en parallèle avec le développement d'une queue de distribution très importante. Le poids des super-best-sellers et des superstars tend à se renforcer sur l'Internet par rapport aux autres circuits (Moreau, Peltier, 2011), mais l'agrégation short-sellers entraîne des niveaux de recettes équivalents aux best-sellers. Dans l'industrie du livre, Brynjolfsson et al. (2003) ont établi que les revenus des livres rares contenus dans la longue traîne comptaient pour 40 % des revenus d'Amazon, ce que seul le catalogue offert par le site permet d'envisager (Benhamou et al., 2013). Les e-commerce, et plus encore les e-books, réduisent les coûts de recherche et les coûts de transactions, autorisent un rôle accru pour les petits éditeurs, mais l'organisation industrielle et la capacité de gérer des catalogues « quasi exhaustifs » de la création littéraire présente et passée sont des clefs de la concurrence. En France par exemple, le choix Amazon vs Alapage du début du e-commerce ne s'est pas effectué par les best-sellers mais bien via la longue traîne, la capacité relative des acteurs à gérer cette hyper-offre potentielle.

Ainsi, la dynamique économique et innovatrice semble de plus en plus dépendante de l'aval et de la distribution des contenus. Le livre papier, un contenu strictement associé à un contenant, a fait place avec le livre numérique à une multiplicité de contenus associés de façon dynamique à une multiplicité de contenants, très loin du livre homothétique qui est pourtant encore la forme essentielle du marché. La révolution intellectuelle qui va avec cette révolution technologique est sans doute encore à venir.

## 5. CONCLUSIONS

L'industrie de l'édition est entrée dans une phase de profonde réorganisation, sous-tendue par l'émergence de nouveaux marchés, de nouveaux acteurs, porteurs de bases de connaissance et de technologies nouvelles, qui ont considérablement modifié ses frontières.

La maîtrise du processus de coordination des activités se déplaçant vers l'aval du système, le rôle des éditeurs, de la création, qui structurait la filière papier, est remis en cause et doit se réinventer. L'industrie est aussi impliquée dans un processus d'intégration mondiale dont les enjeux la dépassent, processus dominé par les AAG et Microsoft, les leaders mondiaux de l'économie de l'Internet. Le « cloud computing » devient le nœud du processus concurrentiel, et passe par la constitution d'écosystèmes associant appareils, applications et contenus.

L'ensemble des éléments du système sectoriel qui organisait la production des livres papier existe toujours, mais leur rôle a changé avec l'arrivée de nouveaux acteurs et avec la recomposition des interactions à l'intérieur du système. Ces interactions, qui étaient figées verticalement depuis des siècles, ont pris une multiplicité de formes concurrentes, avec souvent des « pure players » du net. Même si en France le livre numérique représente moins de 1 % de l'activité, il dicte la réorganisation de l'ensemble du système sectoriel d'innovation et de production. L'industrie a évolué de façon très rapide avec en 2007 l'apparition des liseuses, en 2011 celle des tablettes, et en 2013 celle du « cloud computing ». Des sites donnant un accès illimité aux livres se développent selon le même modèle d'affaire que celui de Deezer or Spotify. Ainsi YouBoox propose d'accéder à un catalogue d'ouvrages de 6 000 titres et Yoster vient d'être lancé aux États-Unis en annonçant un accord avec soixante éditeurs et un catalogue de 100 000 livres. L'analyse des « tendances lourdes et des tensions dans le domaine de la culture et des médias » (Chartron, Moreau, 2011) reflète un glissement de la valeur économique des objets culturels vers l'accès au contenu culturel et vers les appareils permettant la lecture de ces contenus (liseuses, tablettes ou smartphones).

Au total, cet article montre que les menaces sur le livre papier méritent d'être reconsidérées. En effet, il n'est pas certain que le livre numérique,

largement encore aujourd'hui livre homothétique, soit le véritable concurrent du papier, car il renvoie à des capacités de création littéraire similaires. Les enjeux concurrentiels ne sont peut-être plus entre papier et numérique, mais *entre les contenus* – quelle que soit leur forme – et les autres applications présentes sur les tablettes ou dans le *nuage*. Le livre est de fait entré dans l'industrie des contenus, dans tous les sens du terme, il n'est plus extérieur ou indépendant des autres médias, mais concurrent direct, et engagé dans des processus concurrentiels globaux se situant au niveau des ICC, et impliquant les leaders de l'industrie numérique.

L'essentiel des changements porte aujourd'hui sur les contenants. Des nouveautés intégrant texte, musique, vidéos commentées, apparaissent, pour des livres d'histoires, des ouvrages sur l'art. Mais les innovations ont surtout transféré le nœud de la coordination des activités et des enjeux concurrentiels vers l'aval, la distribution, les liseuses, les tablettes et les applications résidentes du *nuage*... Malgré les controverses sur la disparition du papier, le livre numérique est encore dans une phase d'émergence et les nouvelles façons d'écrire restent à inventer.

Cet article consacré à l'édition a mis en évidence que les enjeux fondamentaux se situent au niveau de la concurrence entre les multinationales qui régissent les usages de l'Internet, et les évolutions des comportements beaucoup plus qu'au niveau des acteurs traditionnels eux-mêmes. La naissance et la crise de l'industrie de l'édition coïncident avec la rencontre d'innovations technologiques et de marchés (de Gutenberg à Panckoucke, puis de l'Internet à Wikipédia), sa re-naissance coïncidera avec le livre numérique à venir.

## RÉFÉRENCES

- AAP (2012), "AAP Stats and Reports – Industry Reports, Association of American Publishers", <http://www.publishers.org>.
- ANDERSON C. (2006), *The Long Tail*, Hyperion Press, New York.
- BENGHOZI P.-J. (2008), « Effet longue traîne ou effet podium : une analyse empirique des ventes de produits culturels en France », PREG Working Paper, mars.
- BENGHOZI P.-J. (2010), « Pourquoi parler de nouveaux modèles d'affaires ? La révolution numérique : nouveaux usages, nouveaux modèles, nouvelles régulations ? », *Les Cahiers de l'ARCEP*, avril-juin.

- BENGHOZI P.-J. (2011), « L'économie de la culture à l'heure d'internet : le deuxième choc », *Esprit*, juillet, Dossier « Acteurs des nouvelles technologies et économie des contenus culturels ».
- BENGHOZI P.-J., BENHAMOU F. (2008), « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? » *DEPS, Culture Prospective*, n° 1.
- BENHAMOU F. (2011), « Google et les éditeurs », *Esprit*, mai, pp. 157-159.
- BENHAMOU F. (2012a), « Bien ou service, faut-il choisir ? », *Le blog de Françoise Benhamou*, [www.livreshebdo.fr/weblog/francoise-benhamou/](http://www.livreshebdo.fr/weblog/francoise-benhamou/)
- BENHAMOU F. (2012b), « Le livre et son double. Réflexions sur le livre numérique », *Le Débat*, 170, n° 3, août, pp. 90-102.
- BENHAMOU F., GUILLON O. (2010), « Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique », *Culture Prospective*, n° 1, <http://www.culture.gouv.fr/nav/index-stat.html>.
- BENHAMOU F., MOUREAU N., PELTIER S. (2008), « Éléments sur la filière livre », *Livres Hebdo*, n° 748, 3 octobre.
- BENHAMOU F., PELTIER S., TOURÉ M. (2013), "Who benefits from the long tail: evidence from the French book market", mimeo.
- BOUNIE D., EANG B., SIRBU M., WAELEBROECK P. (2012), "Superstars and Outsiders in Online Markets: An Empirical Analysis of Electronic Books". Working Paper 12-TS-01, April 19, Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1967426>.
- BOUQUILLION P. (2005), « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication, Entre "coups" financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, 131, n° 3, pp. 111-144.
- BRYNJOLFSSON E., HU Y. J., SMITH M. D. (2003), "Consumer surplus in the digital economy estimating the value of increased product variety at online booksellers", *Management Science*, 49(11), 1580-1596.
- CARREIRO E. (2010), "Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies are Changing the Face of the Publishing Industry", *Publishing Research Quarterly*, 26, 219-235.
- CASTELLACCI F. (2008), "Technological paradigms, regimes and trajectories: Manufacturing and service industries in a new taxonomy of sectoral patterns of innovation", *Research Policy*, 37, 978-994.
- CHAMPOURLIER R. (2011), « Schéma des acteurs de la chaîne du livre numérique ». Disponible sur : <http://old.rchampourlier.com/livre-numerique/quelques-acteurs-de-la-chaîne-du-livre-numerique-209>.
- CHARTRON G., MOREAU F. (2011), « Tendances lourdes et tensions pour les filières du document numérique », Colloque CIDE 14, Le « Document » à l'ère de la différenciation numérique, 14<sup>e</sup> colloque international sur le document électronique, 7-8 décembre 2011, INPT, Rabat, Maroc.
- COMMISSION EUROPÉENNE (2010), *Livre vert : Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives*, COM 183/3.
- COYLE K. (2001), "Stakeholders and Standards in the E-book Ecology.Or, it's the Economics, Stupid!", *Library HiTech*, 19, 4, 314-324.
- DACOS M., MOUNIER P. (2010), *L'édition électronique*, La Découverte, Paris.
- DEPS (2010), Ministère de la Culture et de la communication, <http://www.culture.gouv.fr/deps>.



- DEROIN V. (2011), « Conceptualisation statistique du champ de la culture. Culture, méthodes, politiques publiques et régulation 2011-3 », Département des études, de la prospective et des statistiques, <http://www.culture.gouv.fr/deps>.
- EUROPEAN COMMISSION (2006), "Study on the economic and technical evolution of the scientific publication markets in Europe", DG-Research, European Commission.
- EUROSTAT (2008), « NACE Rév. 2. Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne. Methodologies and Working papers". Communautés européennes.
- FEP (2006), *The Whole World is Here. Books in the Digital Age*.
- GABSZEWICZ J., SONNAC N. (2010), *L'industrie des médias à l'ère numérique*. La Découverte, Paris.
- GAILLARD Y. (2010), « La politique du livre face au défi du numérique », Rapport d'Information du Sénat n° 338, février, Paris.
- GEELS F. (2004), "From sectoral systems of innovation to socio-technical systems. Insights about dynamics and change from sociology and institutional theory", *Research Policy*, 33, 897-920.
- GODINE D. (2011), "The Role and Future of the Traditional Book Publisher", *Publishing Research Quarterly*, vol. 27, n° 4, 332.
- GORDON L., KUNG D., DYCK H. (2008), "Strategic use of E-Commerce in the Transformation of the Publishing Industry", *Communications of the IIMA (International Information Management Association)*, Vol. 8, Issue 4, 65-78.
- GRIFFIN R., LEE J., LEWIS R., RUSSELL A. (2013), "Amazon: A creativity profile", *MGT* 450, April 26.
- HUGO V. (1831), *Notre-Dame de Paris*, <http://www.gutenberg.org/ebooks/19657>.
- HURARD F., MEYER-LERECULEUR (2012), *La librairie indépendante et les enjeux du commerce électronique*, Ministère de la Culture et de la Communication, n° 2012-44-2, novembre.
- INSTITUT GFK (2012), « Bilan du marché du livre », Communiqués de presse, <http://www.gfk.com/fr>.
- JAMAIN M. (2013), « Questions de livre ! », *Inondation*, © Pascal Lafay/BnF, BnF, Paris, <http://classes.bnf.fr/rendezvous/pdf/questions.pdf>.
- KANT, E. (1785), « De l'illégitimité de la reproduction des livres », cité dans M. Jamain (2013), « Questions de livre ! », *Inondation*, © Pascal Lafay/BnF, BnF, Paris, <http://classes.bnf.fr/rendezvous/pdf/questions.pdf>.
- KATZ M. L., SHAPIRO C. (1986), "Technology adoption in the presence of network externalities", *Journal of Political Economy*, 94 (4), 822-841.
- LACROIX C. (2013), *Mini-chiffres clés édition 2013*. Statistiques de la culture, Ministère de la Culture et de la Communication, Département des Études, de la Prospective et des Statistiques (DEPS).
- LE MOTIF (2012), « Études et données. Chiffres clés du livre », <http://www.lemotif.fr/fr/etudes-et-donnees/chiffres-cles>.
- LEBERT M. (2009), *Une courte histoire de l'e-book*, NEF, Université de Toronto.
- LOEBBECKE C. (2010), "The Emergence of eBooks: Just Another Media Industry Joining the Converging Digital World? An Explorative Study on User Preferences and Industry Structure Changes", 38th Research Conference on Communication,

- Information and Internet Policy (Telecommunications Policy Research Conference), Washington, DC, USA, October.
- LONCLE T., SAUNERON S., VIELLIARD F., WINOCK J. (2012), « Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique. Les auteurs et les éditeurs », Notes d'analyse 270, Centre d'Analyse Stratégique, mars.
- LONGHI C. (2009), "Internet and organization of the industry in tourism: a focus on the distribution of travel and tourism services", *Int. J. Leisure and Tourism Marketing*, vol. 1, n° 2, 131-151.
- MALERBA F. (2002), "Sectoral systems of innovation and production", *Research Policy*, 31, 247-264.
- MALERBA F. (2006), "Innovation, Industrial Dynamics and Industry Evolution: Progress and the Research Agendas". *Revue de l'OFCE*, 5, n° 97 bis, 21-46.
- MISSIKA J.-L. (2012), « Mutations numériques et cognitives 2. De Gutenberg à Twitter », *ParisTechReview*, March 23.
- MOATI PH. (2011), « Le marché du livre à l'heure de la numérisation », *Analyse sectorielle*, 8 février.
- MOLLIER J.-Y. (2005), « Naissance, développement et mutations de l'édition de l'Encyclopédie de Diderot à Internet ». *Imageson.org*, 25 avril 2005. Consulté le 31 octobre 2012 sur : <http://www.imageson.org/document571.html>.
- MOREAU F., PELTIER S. (2011), « La diversité culturelle dans l'industrie du livre en France (2003-2007) », *Deps, Culture études*, n° 4, juin.
- NATIONS UNIES (2009), « Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI) Révision 4 ». Département des affaires économiques et sociales. ST/ESA/STA/SER.M/4/Rev. 4.
- O'LEARY B. (2011), "Context First: A Unified Field Theory of Publishing". *Publishing Research Quarterly*, 27, 211-219.
- OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE DU LIVRE (2013), « Économie du Livre. Le secteur du livre : chiffres clés 2011-2012 ». Direction générale des médias et des industries culturelles, mars, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Disciplines-et-secteurs/Livre-et-lecture/>
- OCDE (2007), « Économie de l'information. Définitions sectorielles fondées sur la classification type par industrie (CITI 4) ». Groupe de travail sur les indicateurs pour la société de l'information. DSTI/ICCP/IIS(2006)2/FINAL.
- OSBORN C. (2013), "Microsoft seeks purchase of Nook Media LLC: report", May 9, ZDNet <http://www.zdnet.com>.
- PELTIER S. MOREAU F. (2012), "Internet and the 'Long Tail vs. Superstar effect' debate", *Applied Economics Letters*, 19(8): 711-715.
- PRATT A. C. (1997), "The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91". *Environment and Planning, A*, 29 (11) 1953-1974.
- PRATT A. C. (2004), Mapping the cultural industries: regionalization, the example of south-east England, in D. Power & A. J. Scott (Eds.), *Cultural Industries and the Production of Culture*, Routledge, London, pp. 19-36.
- RAO V. (2011), "Why Amazon is the best strategic player in tech", *Forbes Zoom*, December 14.
- SIMON J. P., DE PRATTO G. (2012), "Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Publishing Industry". JRC Technical Reports, European Commission.

SNE (2013), *Tendances de l'activité éditoriale*, Paris, SNE.

TETHER B. S., METCALFE J. S. (2004), Services and systems of innovation, in F. Malerba (Ed.), *Sectoral Systems of Innovation: Concepts, Issues and Analyses of Six Major Sectors in Europe*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 287-323.

VASSILIOU M., ROWLEY J. (2008), "Progressing the definition of e-book", *Library Hi Tech*, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 26, No. 3, pp. 355-368.

WANG Q., VON TUNZELMANN N. (2000), "Complexity and the functions of the firm", *Research Policy*, 29, 805-818.