



Vers l'Europe numérique. Les enjeux de l'édition électronique multimédia

Lise Vieira



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2338>
DOI : 10.4000/communicationorganisation.2338
ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2000
ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Lise Vieira, « Vers l'Europe numérique. Les enjeux de l'édition électronique multimédia », *Communication et organisation* [En ligne], 17 | 2000, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2338> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2338

Ce document a été généré automatiquement le 2 mai 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Vers l'Europe numérique. Les enjeux de l'édition électronique multimédia

Lise Vieira

- 1 L'avènement du numérique dans nos civilisations occidentales se situe dans la dynamique de la construction d'une Europe où se côtoient des sphères d'influence composites, voire contradictoires. La nécessité d'une élaboration identitaire à visée unifiante se heurte quotidiennement à la pluralité culturelle et linguistique des pays membres. Si fusion, uniformisation, globalisation, sont autant de concepts récurrents qui vont à l'encontre de l'individualité profonde qui caractérise chacune de nos nations, il est cependant indispensable qu'émerge une unité permettant à l'Europe d'établir une stabilité suffisante qui la situe en tant que partenaire crédible au plan des échanges internationaux.
- 2 Cette nécessité est particulièrement cruciale en ce qui concerne la conception et la diffusion de produits d'information sur les réseaux et en particulier sur Internet. Face à l'hégémonie anglo-saxonne et spécialement américaine, l'Europe qui, ainsi que les résultats électoraux¹ en témoignent, cherche visiblement ses repères, l'obligation d'assurer solidement la fondation de son assise culturelle, l'information étant désormais un enjeu économique et stratégique considérable au plan mondial.
- 3 Dans cette problématique, l'édition multimédia représente un atout de premier ordre pour la pluralité des cultures au sein d'une logique spécifique aux tendances du développement économique international. L'information s'érige désormais en matière première d'importance prépondérante pour les nations. Depuis quelques décennies, nous assistons à une mondialisation croissante des structures et à une dématérialisation progressive des processus de distribution et de diffusion. Ces phénomènes s'intensifient avec la numérisation des données, le développement d'Internet et l'essor de l'édition électronique, notamment dans ses productions les plus novatrices.

Les processus d'internationalisation de l'édition imprimée :

- 4 Les difficultés de la production européenne en matière d'édition électronique² trouvent leur origine dans la situation que connaît l'édition imprimée depuis plusieurs décennies : surproduction de titres, hyperconcentration géographique et économique des principaux opérateurs, apparition des grands trusts internationaux (Reed Elsevier, Bertelsman, Havas), disparité des dispositions concernant le droit d'auteur, autant d'éléments qui constituent une situation complexe défavorisant le développement européen de ce secteur d'activité.
- 5 L'inflation qui semble avoir saisi l'édition dans son ensemble correspond à ce phénomène d'hyperconcentration qui s'est manifesté dès 1960 sous les assauts conjugués de la double révolution audiovisuelle et informatique. Ce n'est pas la première fois dans nos sociétés occidentales que des technologies innovantes sont venues contraindre une activité plus ancienne à une nécessaire évolution. Le bien-fondé de cette nouvelle organisation sous forme de trusts financiers n'est pas forcément à remettre en cause, puisqu'il s'agissait à l'origine d'harmoniser les productions afin de réduire la concurrence, de normaliser la fabrication et de mettre au point des projets internationaux. Cependant d'autres intérêts plus vénaux se sont fait jour, faisant triompher la loi du profit et la force des plus puissants au détriment des petites structures. L'émergence des grands groupes s'explique par la priorité donnée à la notion d'enjeu économique. Chaque maison d'édition lance sur le marché un nombre important de produits différents. Cette multiplicité des titres rend très malaisée une planification de la commercialisation et de surcroît, la rentabilité est loin d'être atteinte pour chacun d'entre eux. C'est ce qui explique l'apparition de groupes d'édition qui se sont constitués par rassemblement de plusieurs entreprises, afin de minorer les risques financiers.
- 6 Le phénomène de concentration, récurrent au niveau mondial, n'a pas épargné l'Europe. Bertelsmann et Reed Elsevier pour citer les deux plus importants groupes européens sont des concurrents redoutables pour des entreprises de rang national si elles ne se décident pas à entrer dans des stratégies d'alliance. Les entreprises d'édition ne pouvant plus se limiter à l'aire étroite de leur langue d'origine doivent pour rester rentables devenir internationales, voire multinationales et se lancer résolument dans la coproduction³ et dans la coédition⁴. Malheureusement, ces diverses opérations destinées à abaisser les prix de production et à accroître la diffusion, se font trop souvent au détriment de la qualité. En outre, à l'image de ce que l'on peut observer dans d'autres secteurs économiques, des sociétés d'outre-Atlantique s'intéressent de plus en plus aux marchés français. Time-Life a pris une partie du capital de Robert Laffont, tandis qu'Opera Mundi également d'origine américaine s'associe avec ce même éditeur pour des coéditions.
- 7 L'édition française n'a pas échappé à la tendance : sur les quelque 500 maisons d'édition recensées par le SNE (Syndicat National de l'Édition) 15 d'entre elles réalisent la moitié du chiffre d'affaires de la profession, à l'autre extrême, 120 entreprises en réalisent 1 %. Havas Publications Éditions (27,5 % du CA) et Hachette (17,1 % du CA) sont les deux groupes dominants en France et publient la plupart des titres.

La réitération du modèle

- 8 L'histoire nous permet de constater que les événements se reproduisent de façon cyclique. Cependant en y regardant de près, on s'aperçoit que cette réitération ne se produit pas au même niveau, mais selon un mouvement de spirale ascendante. Ainsi, dans l'édition électronique, on retrouve des éléments propres à l'édition imprimée, mais l'échelle est autre et les implications ne sont pas les mêmes. Le jeu continue, mais avec une nouvelle donne et de nouveaux joueurs.
- 9 Nous retiendrons le cas de l'entreprise d'édition Reed Elsevier en raison de sa situation dominante sur le marché européen et de sa politique d'hyperconcentration. Issue de la fusion entre la maison britannique Reed et l'entreprise néerlandaise Elsevier, ses activités d'édition à l'échelle de la planète ont entraîné une forte augmentation de son chiffre d'affaires. Elsevier Science, leader mondial des éditeurs de publications scientifiques, techniques et médicales et a ouvert des bureaux à Amsterdam, Lausanne, Londres, New York, Oxford, Rio de Janeiro, Shannon, Singapour et Tokyo.
- 10 Le développement de l'édition électronique chez Elsevier⁵ a pris son essor en 1994, avec la mise au point de EMBASE, grande base de données biomédicale. Le projet TULIP (The University Licensing Program) a été sa réalisation la plus marquante concernant le développement des stratégies de diffusion de l'édition électronique dans les milieux universitaires. Créé à l'instigation des éditeurs Elsevier et Pergamon en collaboration avec plusieurs universités TULIP a fonctionné de 1991 à 1995. Il diffusait les fichiers électroniques de 43 journaux scientifiques, ainsi que des données bibliographiques aux 9 principales universités des USA⁶. Ces revues ont été proposées en ligne aux usagers des bibliothèques universitaires concernées. Les éditeurs Wiley et Chapman and Hall sont à l'origine de trois autres projets similaires : Tilburgh University Experience, MSME (Modeling and simulation in Material Science and engineering) et CAJUN (CD Rom Acrobat Journals Using Networks). Le programme EES (Elsevier Electronic Subscriptions) lancé en 1995 puis Science Direct mis en place en 1997 ont poursuivi en les élargissant les objectifs du projet TULIP qui en a été une sorte de préfiguration.
- 11 Le groupe anglo-néerlandais poursuit inlassablement sa politique expansionniste en augmentant le nombre de sociétés qui lui sont affiliées. Paul Vleck, vice président du groupe, confirme qu'il poursuit l'objectif de développement de la production numérique : la part des médias électroniques doit représenter plus de la moitié de son activité d'ici l'an 2 000. À l'automne 1997, la firme a annoncé son intention de fusionner avec Wolters Kluwer, éditeur néerlandais⁷ également, s'intéressant aux mêmes domaines et bien implanté dans 25 pays, particulièrement en Europe. Ces deux sociétés dominent dans le domaine de l'information professionnelle. Nigel Stapleton, coprésident de la société Reed Elsevier, présentait le projet moins comme une fusion dont l'objectif principal serait la réduction des coûts que d'une stratégie d'alliance face à de gros opérateurs de l'électronique. Cette tactique d'association est en effet selon lui encore plus importante dans le monde de l'électronique que dans celui du papier.

« Nous traitons maintenant avec de plus gros partenaires – des sociétés comme Microsoft et AT & T – que lorsque nous traitions seulement avec des imprimeurs. Votre taille doit être importante si vous voulez que Microsoft vous écoute. »⁸
- 12 Ceci ne laisse aucun doute quant aux intentions de ces gros opérateurs, il s'agit bien là d'un véritable combat de géants où prédominent volonté de puissance et attirance pour le

lucre. Cependant le propos ne manque pas non plus de réalisme face aux nécessités qui gouvernent la scène économique internationale. La situation est telle qu'il faut « vaincre ou périr ». Reste à se demander ce que deviennent les préoccupations d'ordre plus « philosophique », telles le devenir de la diffusion des idées et des cultures. Ces valeurs sont-elles encore de mise si la centralisation qui ira de pair avec une situation monopolistique s'accroît encore, menaçant gravement la pluralité et par là même la liberté d'expression ?

- 13 C'est assurément ce type de réflexion qui a entraîné la Commission européenne à émettre des « doutes sérieux » sur cette fusion. Aucun autre éditeur au monde ne pourrait en effet se mesurer avec cette nouvelle société ni sur le plan financier, ni sur celui des produits, ni en ce qui concerne la répartition des services dans l'aire géographique. Après une enquête approfondie, Bruxelles a finalement décidé de ne pas autoriser cette association.

Les politiques européennes en matière d'édition

- 14 La Commission Européenne témoigne depuis plusieurs années de l'intérêt qu'elle porte à l'édition, notamment en termes de stratégie culturelle et économique. Cette attention s'est concrétisée par un certain nombre d'études, dont le rapport Bangemann⁹ sur la Société de l'Information, ainsi que Développements stratégiques de l'édition européenne à l'horizon de l'An 2000. Le challenge multimédia de l'Europe. Cette étude¹⁰ est intégrée au programme Info 2 000 qui se donne pour objectif global de favoriser le passage de l'écrit à l'écran. Ses points principaux visent la montée en puissance d'une industrie européenne multimédia de contenu, le développement professionnel social et culturel des citoyens de l'Europe, l'échange de connaissances entre utilisateurs, fournisseurs de produits multimédia et infrastructures cognitives.
- 15 Dès l'entrée, l'ampleur de l'enjeu est énoncée :
- « À mesure que nous évoluons vers une Société de l'Information, la Commission Européenne, a souligné l'importance que revêt le développement d'une industrie de contenus puissante, basée sur la tradition historique de l'édition en Europe ».
- 16 Nous retiendrons ici parmi les différentes thèses et perspectives avancées, celles qui nous paraissent les plus importantes quant au rôle émergent de l'édition électronique et de ses professionnels dans la construction de la Société de l'information. Les industries du contenu et en particulier l'édition sont garantes de la qualité des objets publiés. L'éditeur, détenteur d'un savoir faire hérité d'une longue tradition électronique peut agir comme un pionnier en la matière et contribuer à réduire la surcharge générée par la surproduction informationnelle. Celle-ci entraîne en outre une désorientation des usagers qui attendent des prestations personnalisées correspondant à une philosophie de services qui porterait davantage l'attention sur le client que sur la production. D'autre part, il est souhaitable que soient publiés en plus grand nombre des formats à valeur ajoutée¹¹ prenant en compte les capacités techniques et conceptuelles du multimédia.
- 17 Négliger les atouts de l'édition électronique coûterait très cher. Les éditeurs doivent prendre conscience que bien que cette activité rencontre des difficultés en matière de rentabilité, elle est nécessaire pour assurer la survie et le succès à long terme de leurs entreprises. Une attitude sceptique les amenant à différer leur engagement serait économiquement dangereuse, accroîtrait les coûts d'entrée et amoindrirait la clientèle potentielle.

- 18 Ainsi que nous l'avons constaté, les éditeurs sont confrontés sur le marché de l'électronique à des concurrents puissants acteurs de différents secteurs d'activité : services en ligne, fabricants de matériel informatique et de logiciels, opérateurs de télécommunications, de câbles et de satellites, agences de publicité et banques. Une action commune serait à élaborer, notamment dans les PME, afin de conserver l'autonomie entrepreneuriale. Les libraires, les organismes publics de diffusion, les opérateurs de télécommunication et les organismes de service public seraient les partenaires des éditeurs dans cette perspective.
- 19 Les recommandations portent essentiellement sur l'utilisation des compétences spécifiques des éditeurs, susceptibles de faire évoluer leur entreprise. Leur connaissance des communautés et la qualité de leur marque peuvent être utilisées comme levier stratégique. Devenant fournisseurs de service, ils auront à concevoir des produits offrant des avantages significatifs par rapport à la télévision et à la presse traditionnelle. Plus spécifiquement, les éditeurs économiques et les STM (Scientifiques, Techniques et Médicaux) devront rapidement acquérir des compétences pour répondre aux besoins.
- 20 La gestion de bases de données de profils clients, la fourniture de services d'intermédiation, l'animation de forums d'experts sont les fonctions à exploiter qui paraissent le mieux correspondre au segment des utilisateurs qui représentent le potentiel de croissance économique le plus élevé. Ceci doit pouvoir s'envisager dans un esprit d'entente avec d'autres éditeurs du domaine et en externalisant les fonctions telles que les aspects techniques et la facturation.
- 21 Sur le plan politique, les gouvernements nationaux doivent favoriser l'édition électronique par le biais d'une législation adaptée. Ceci amènera la Commission Européenne à coordonner les changements de réglementation afin de faciliter la mise en place d'un « réseau média » de qualité.

La dialectique de l'innovation : changement ou résistance ?

- 22 Les logiques de l'innovation¹² ont été largement développées dans plusieurs projets et publications des communautés européennes notamment le Livre Vert sur l'innovation¹³. Le terme innovation comporte une certaine ambiguïté puisqu'il désigne à la fois un processus et son résultat. Dans sa première acception on s'intéresse aux conditions de conception et de production. Différentes étapes y conduisent et s'articulent entre elles : créativité, marketing, recherche et développement, conception, production et distribution. Loin d'être un processus linéaire et séquentiel, le processus d'innovation est un système d'interactions entre différentes fonctions et différents acteurs dont l'expérience et le savoir-faire se renforcent mutuellement et se combinent. Ceci explique l'importance de plus en plus grande donnée dans les entreprises aux mécanismes d'interactions internes : collaboration entre les différentes unités, association et participation des salariés à l'innovation organisationnelle. Ces fonctions sont assurées par des systèmes Intranet. Les réseaux de type Extranet qui associent l'entreprise à son environnement ont un rôle tout aussi important et permettant d'optimiser la relation avec les utilisateurs, le traitement de la demande, l'anticipation des besoins du marché et de la société. Cela est à prendre en compte au moins au même titre que la maîtrise des technologies.

- 23 Le second sens du mot, l'innovation résultat, s'attache au produit, procédé ou service nouveau. Il faut alors distinguer l'innovation radicale ou de rupture et l'innovation progressive qui modifie par améliorations successives, les produits, procédés ou services. L'entreprise innovante s'identifie à sa capacité à élaborer des stratégies, d'anticipation, à intégrer l'apport technologique, le goût et la maîtrise du risque et l'aptitude à une coopération interne et externe. Ainsi se détermine l'implication dans le changement. La recherche, le développement et l'utilisation des nouvelles technologies sont des éléments clés de l'innovation, mais « pour les incorporer, l'entreprise doit faire des efforts d'organisation en adaptant ses méthodes de production, de gestion et de distribution. Les ressources humaines sont ainsi l'essentiel »¹⁴. L'innovation n'est pas seulement un mécanisme économique ou un processus technique, mais est avant tout un phénomène social puisqu'à travers elle, les individus et les sociétés expriment leur créativité, leurs besoins et désirs. Elle consiste en effet à « produire, assimiler et exploiter avec succès la nouveauté dans les domaines économique et social »¹⁵.
- 24 Au lieu de considérer le progrès comme un facteur déterminant de l'évolution économique et sociale, comme ce fut le cas au siècle dernier, nos contemporains le ressentent souvent comme une menace, en particulier en ce qui concerne les volants scientifique et technologique. Cette peur qui n'est pas sans rappeler celle qui se manifesta à l'aube de la Renaissance, peut s'expliquer par la montée du sentiment d'insécurité propre au passage de millénaire. La montée de la violence et des intégrismes intensifiée par une médiatisation outrancière n'y est pas étrangère. La diffusion de la connaissance peut en partie pallier ces excès et contribuer à juguler ce climat irrationnel. En la matière, le rôle que peuvent jouer les industries culturelles et notamment l'édition électronique peut être particulièrement déterminant à condition qu'elles intègrent dans leurs logiques d'évolution deux notions fondamentalement liées à l'idée d'innovation : la coopération et le multiculturalisme.

Une coopération interprofessionnelle

- 25 Seule une alliance des différents acteurs ou même la recombinaison de leurs rôles respectifs initiera un développement qui est devenu nécessaire voire vital. Steven Harnad souligne nettement cette nécessité :
- « Les éditeurs eux aussi auraient intérêt à s'adapter à l'inéluctable évolution, au lieu de la différer à tout prix. Ils peuvent la retarder un moment, mais le prix à payer sera la disparition totale de leur rôle ».¹⁶
- 26 Si Elsevier est le plus gros producteur mondial d'information scientifique et technique, il n'est pas le seul à développer ce type de stratégies d'alliance. S'agit-il donc d'une tactique d'imitation consistant pour les outsiders à suivre le chemin des plus gros, se doutant bien qu'ils possèdent la bonne recette, ou bien pouvons-nous penser que le raisonnement est globalement plus évolué et que cela correspond à une attitude mûrement réfléchie par rapport à la situation conjoncturelle et à la dynamique d'évolution ? Nous nous trouverions alors face à une véritable politique d'innovation de ces entreprises, coïncidant en outre avec les dispositions annoncées par les communautés européennes.
- 27 Plutôt qu'un combat de Titans à l'issue improbable, cette recombinaison du secteur éditorial qui s'annonce, montre que se mettent en place les prémisses de jeux d'acteurs ou de partenariats multiformes, susceptibles de s'adapter avec souplesse à la complexité de la conjoncture, ce qui est loin d'être antinomique soulignons-le, avec le concept de profit

économique. Cet effet de stratégies composites où chacun mesure les risques et les enjeux se manifeste dans des opérations récentes dont les plus significatives relèvent de tactiques d'alliance entre papier et électronique.

Papier et électronique : des stratégies croisées

- 28 Les politiques de coopération entre papier et multimédia¹⁷ qui se dessinent actuellement, peuvent être illustrées par les accords financiers qui ont été conclus dans le groupe Bertelsmann et par les stratégies éditoriales en matière d'encyclopédies et par la montée en puissance de la production de jeux et du secteur éducatif. Cet important groupe allemand pratique une politique de concentration en tous points similaire à celle d'Elsevier. Sa dimension est internationale puisqu'il a été récemment le partenaire de Vivendi¹⁸ pour la reprise d'America On Line France. Bertelsmann s'est imposé en langue allemande, anglaise et espagnole. Il figure parmi les leaders mondiaux de l'édition¹⁹ et vient de racheter le secteur livre de Random House le premier éditeur de littérature générale des USA. Cette décision paraît étonnante alors qu'on dit le livre en perte de vitesse, mais il s'agit du plus grand fonds d'auteurs américains du moment. Cette stratégie en fait, consiste à s'assurer la maîtrise de contenus prestigieux.
- 29 Avec désormais 40 % du marché américain, le groupe est à même de bâtir un projet de dimension mondiale qui situe le livre au centre d'un dispositif²⁰ ingénieux. C'est la première étape indispensable à la mise en place d'une chaîne d'industrie de l'imaginaire. Cette première phase est en effet essentielle, car elle permet la réalisation de tous les produits dérivés comme le cinéma, la télévision, les réalisations vidéo, les CD Rom. Bertelsmann est également très actif dans ces secteurs et envisage leur développement en s'assurant la maîtrise des contenus.
- 30 Le même raisonnement pouvant s'étendre également à la production numérique sur réseau, on voit bien que les éditeurs possèdent là un atout majeur qu'il leur faudra préserver avec vigilance. Détenteurs des contenus, ils doivent soit le rester et s'adjoindre les services de spécialistes en graphisme et en informatique pour envisager la création de productions innovantes et exploitant pleinement les ressources du multimédia, soit accepter des partenariats qui constituent des alliances véritables et non des conflits stériles avec à terme leur disparition pure et simple. C'est là encore le plus souvent le paramètre financier qui décide de la solution à adopter.

Vers une coopération internationale : l'exemple des encyclopédies

- 31 Non seulement les nouveaux médias tissent des dispositifs d'alliance avec la production imprimée, mais celle-ci est encore très bien implantée et occupe même une position prépondérante dans le secteur des encyclopédies. Même si les supports électroniques ont connu une explosion récente, le papier domine toujours économiquement²¹. Cela peut s'interpréter comme le signe d'un secteur d'activité qui n'a pas encore sauté le pas pour s'investir pleinement dans la production électronique. Mais on peut également le comprendre comme une tactique de conquête du marché qui tient compte des potentiels de la clientèle. Le mouvement est amplement amorcé dans la plupart des pays.

- 32 Aujourd'hui, Hachette-Grolier interactive et le Groupe de la Cité, principaux acteurs du monde éditorial français intensifient leur position sur ce créneau, mais l'arrivée de l'encyclopédie Encarta²² de Microsoft en langue française a fortement brouillé les cartes sur le plan concurrentiel. Cette dernière²³ arrivée en 1996 sur le marché français, continue en effet à dominer et face à ce succès, les uns après les autres, nos éditeurs lancent leur encyclopédie généraliste, avec le projet de reprendre l'avantage sur Microsoft²⁴. Hachette a investi le marché en mars 1998 avec l'Encyclopédie Hachette multimédia vendue au même prix²⁵ et qui se pose donc en concurrent direct d'Encarta. Une nouvelle édition de ce CD Rom est sortie à la rentrée 1999.
- 33 Havas Interactive, le département de l'édition multimédia d'Havas comporte une centaine de titres multimédia dont plusieurs appartiennent au secteur des références²⁶, mais l'événement de l'automne 1999 a été la publication de l'encyclopédie Découvertes. Disponible en 5 CD Rom ou un DVD Rom, avec un accès à Internet pour les mises à jour et des liens vers d'autres sites, cette grande encyclopédie généraliste propose des images en 3D et des animations pour marquer l'aspect ludique. Elle a été réalisée à partir de l'encyclopédie papier en 20 volumes de Gallimard-Larousse. Cette nouvelle piste du ludo-éducatif qui s'amorce est la conséquence des résultats défavorables des CD Rom culturels au plan des ventes. Seuls quelques titres sont bien vendus, mais globalement ils ne sont pas rentables. « C'est par le jeu, allié à la référence, que l'on va trouver la nouvelle manière d'apprendre ». Cette dynamique qui se construit dans le domaine des encyclopédies montre que les éditeurs sont conscients des enjeux que représentent les supports électroniques pour le développement de leur activité et qu'il y a obligation de trouver de nouveaux arguments pour convaincre la clientèle. Ce pronostic est également attesté par le bilan du MILIA²⁷ selon lequel le champ de l'éducatif est avec celui des jeux un de ceux qui sont les plus prometteurs en matière de débouchés et de rentabilité.
- 34 Pour cette réalisation, Havas s'est appuyé sur des partenariats techniques avec IBM et Bertelsmann. Publiée en 17 langues dont le français, l'anglais, l'allemand, l'italien, l'espagnol et affiche une vocation internationale puisqu'elle sera diffusée dans 35 pays. Cela confirme bien que le marché européen est en train de s'organiser sur la base d'une coopération internationale qui s'appuie sur une analyse économique réaliste. Agnès Touraine présidente d'Havas Interactive déclare en effet que les ventes françaises seules ne permettraient pas de rentabiliser les produits, d'autant que les prix de vente continuent à baisser²⁸.

Les voies du multiculturalisme

- 35 Cette nouvelle conception du savoir à l'échelle mondiale soulève le risque de nivellement culturel que peut entraîner la configuration d'Internet. S'il est couramment évoqué et fait l'objet de polémiques dans les colonnes d'organes de presse plus ou moins spécialisées, il ne faut pour autant pas éluder cet écueil potentiel. Les documents numériques sont en effet actuellement produits par les pays « développés » qui ont ainsi tendance, en raison d'une supériorité technique et financière à diffuser leur type de culture et leur langue. Cela relève au demeurant d'une logique globale d'internationalisation des marchés.
- « Le multiculturalisme a été interprété comme la logique culturelle spécifique de la structure économique du capitalisme actuel, dans sa phase de mondialisation et de dématérialisation »²⁹.

36 Ce processus manifeste une nette propension à favoriser la production intellectuelle et scientifique de pays qui sont déjà économiquement et symboliquement dominants, particulièrement les États-Unis³⁰ qui influencent international de l'édition et des nouveaux médias (MILIA) organisé depuis 1996 à l'initiative de la France est un lieu de rencontre privilégié. Son succès atteste que le marché mondial du multimédia commence à se développer de façon notable en outre la construction des identités culturelles et sociales à l'extérieur de leurs frontières. Marc Guillaume³¹, soulignait ce risque à propos d'Internet :

« La technique... engendre des traces informatiques menaçantes pour les libertés individuelles, des représentations virtuelles permettant toutes sortes de manipulations et une mondialisation des réseaux propre à dissoudre les territoires et les identités locales et nationales ».

37 Cette hégémonie culturelle s'est jusqu'ici essentiellement exercée par le biais de la télévision, moyen de communication de masse qui génère des comportements de type passif alors que l'utilisation du réseau demande une forte implication de la part de l'internaute. L'attitude active de l'utilisateur fait du réseau à la fois un catalyseur du lien social et un outil de la pluralité des approches et des cultures. Si les données que véhicule le réseau se trouvent réunies dans un même ensemble potentiellement accessible à l'univers entier, les voies pour y parvenir sont multiples. Chaque utilisateur à son propre cheminement, il navigue à sa façon au sein d'éléments divers avec la plus grande liberté, il dégage des sens nouveaux en créant des liens inédits entre des éléments disparates, ce qui est le propre d'une démarche individuelle. Ce concept eut sa préfiguration dans la notion de culture mosaïque dégageée par Abraham Moles. Dans une approche typiquement systémique, la dimension de culture composite y domine ainsi que la prise en considération de l'environnement de la communication.

« L'expression « culture mosaïque » évoque l'idée d'une mosaïque de connaissances disparates plaquées sur le cerveau humain et sans rapport rationnel les unes avec les autres. La culture issue de l'âge technologique ne provient plus essentiellement d'un effort de connaissances articulées, mais d'un apport permanent du milieu extérieur se présentant à nous sous de multiples aspects »³².

38 Nous nous trouvons placés devant une situation paradoxale : on ne peut nier qu'Internet est un outil puissant et que l'internationalisation qui résulte de son immense expansion entraîne l'utilisation majoritaire de la langue anglaise pour des raisons évidentes de facilitation des échanges et donc d'efficacité.

39 Les risques de nivellement linguistiques et culturels ne sont donc pas négligeables. Sans ignorer cette indispensable notion de rendement, l'attitude « consommatrice » qui veut tout obtenir le plus vite possible, qui encourage l'immédiateté et la montée de l'insignifiance, nous appelle à la réflexion. L'accélération temporelle et l'absence de recul qui va de pair ne sont pas forcément à ériger en vertus premières, d'autant que la structure hypermédiatique du réseau favorise une richesse et une multiplicité d'approches de l'information jamais atteintes à ce jour. Dans cette logique, le maintien de la diversité européenne apparaît comme une nécessité vitale qui permettra à la fois de résister à l'arasement culturel et d'atteindre une visibilité significative au plan mondial.

40 Moyens puissants d'échanges, se jouant des frontières, les réseaux peuvent être considérés comme instrument du multiculturalisme qui est étroitement lié au maintien du multilinguisme. Il est de la responsabilité des pouvoirs politiques de mettre au point des orientations claires et concertées afin de favoriser une continuité dans les diversités

culturelles qui sont le garant du statut de l'Europe comme interlocuteur des autres grandes puissances. Notre continent a bâti son évolution sur des pluralités qui ont engendré rivalités et conflits mais le franchissement de ces obstacles a permis une synergie nouvelle. Cet équilibre repose sur des réalités multiples qui font toute la richesse du potentiel européen et construisent son identité.

« En posant à la modernité la question de la différence, le multiculturalisme dépasse la spécificité de chaque contexte national et lance à toutes les sociétés contemporaines un formidable défi de civilisation »³³.

- 41 Animées d'une vitalité foisonnante, les formes modernes que prend aujourd'hui la diffusion des contenus nous confrontent à notre devenir. Serons-nous assez lucides pour relever ce pari d'ordre éminemment symbolique ?

BIBLIOGRAPHIE

Développements stratégiques de l'édition européenne à l'horizon de l'An 2000. Le challenge multimédia de l'Europe. Commission Européenne DG XIII/E, 1996.

FLICHY Patrice, *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales : vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, Éditions de la Découverte, 1995, p. 251.

GUILLAUME Marc, *Vers un mode de vie « citoyen » ? Entre utopies et réalités*, Congrès IDT, juin 1998.

HARNAD Stevan, *How to Fast-Forward Serials to the Inevitable and the Optimal for Scholars and Scientists*, Actes du colloque ENSSIB/SFSIC. Une nouvelle donne pour les revues scientifiques ? 19 au 22 novembre 1997. [http : cogsi. soton. ac. uk : Harnad/harnad97.1earned. serials](http://cogsi.soton.ac.uk/Harnad/harnad97.1earned.serials)

JAMESON Frederic, *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, New-York, Verso, 1990.

Les Nouvelles opportunités des éditeurs sur le marché des services de l'information, *Consulting Trust*, 1993.

LEVY Pierre, *Cyberculture : rapport au Conseil de l'Europe dans le cadre du projet Nouvelles technologies, coopération culturelle et communication*, Paris, Éditions du Conseil de l'Europe, 1997, 313 p.

LIVRE Vert sur l'innovation. *Commission européenne*. Luxembourg, 1995.

MOLES Abraham, *La Communication et les mass médias*, Paris, Marabout, 1973. p 212-213.

PAQUEL Norbert, *L'Explosion du multimédia et des réseaux : choix et connaissance des outils*, Paris, Éditions d'Organisation, 1995.

Rapport sur l'Europe et la société de l'information planétaire. Rapport du groupe Bangemann au Conseil européen. *Bulletin de l'Union européenne, supplément 2/94*. Luxembourg, 1994.

SEMPRINI Andréa, *Le Multiculturalisme*, Paris, PUF, 1997, 127p.

STAAL Gert H, *Electronic scientific publishers and the Internet : remote or local solutions ? An example of both types*, Congrès IDT, 3-5 juin 1997.

VIEIRA Lise, *De l'imprimé au numérique. L'édition électronique, enjeux et stratégies pour la diffusion de l'information*, Synthèse présentée en vue de l'habilitation à diriger les recherches, Université de Bordeaux III-Michel De Montaigne, janvier 1999. 325 p.

WOLTON Dominique, *Internet, et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Flammarion, 1999.

NOTES

1. Elections au Parlement Européen du printemps 1999
2. Lise Vieira. *De l'imprimé au numérique. L'édition électronique, enjeux et stratégies pour la diffusion de l'information*. Synthèse présentée en vue de l'habilitation à diriger les recherches. Université de Bordeaux 3 – Michel De Montaigne, Janvier 1999. 325 p.
3. Association de plusieurs éditeurs pour concevoir et réaliser un ouvrage
4. Adaptation a posteriori d'un ouvrage dont les droits ont été acquis auprès d'un éditeur étranger.
5. Gert H Staal, *Electronic scientific publishers and and the Internet: remote or local solutions? An example of both types*, Congrès IDT, 3-5 Juin 1997
6. Carnegie Mellon University, Cornell University, Georgia Institute of Technology, Massachusetts Institute of Technology, University of California, University of Michigan, University of Tennessee, University of Washington et Virginia, Polytechnic Institute et State University.
7. <http://www.wkap.nl>
8. *Information Today*, vol. 14, Issue 10, nov. 1997.
9. *Rapport sur l'Europe et la société de l'information planétaire*. Rapport du groupe Bangemann au Conseil européen, *Bulletin de l'Union européenne*, supplément 2/94, Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes, 1994.
10. *Développements stratégiques de l'édition européenne à l'horizon de l'an 2000. Le challenge multimédia de l'Europe*. Commission Européenne DG XIII/E. Andersen Consulting, 1996.
11. Cette valeur ajoutée repose sur trois dimensions technologiques: la disponibilité, la transparence et l'interactivité.
12. Patrice Flichy, *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales: vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, Éditions de la Découverte, 1995, 251 p.
13. *Livre Vert sur l'innovation*, Commission européenne, 1995.
14. Patrice Flichy. op.cit. p. 2
15. *Livre Vert sur l'innovation*, Commission européenne, 1995, pp. 1
16. Stevan Hamad, *How to Fast-Forward Serials to the Inevitable and the Optimal for Scholars and Scientists*, texte traduit dans les actes du colloque ENSSIB/SFSIC, Une nouvelle donne pour les revues scientifiques ? 19/22 Novembre 1997. http://cogsi.soton.ac.uk:Hamad/harnad97.learned_serials
17. Clarisse Normand, « Vers une cohabitation du papier et du Multimédia ». *Livres Hebdo* n° 294, 22 Mai 1998, pp. 50.
18. Précédemment Générale des Eaux
19. Il réalise un CA de 24 Milliards de F. en France, outre 50% de France Loisirs et de la SGED (avec Havas), il contrôle les codes Rousseau.
20. *Livres Hebdo* n° 290, du 24 avril 1998.
21. Les chiffres d'affaires comparés des encyclopédies le confirment. CA encyclopédies papier : 2 Milliards de francs. CA encyclopédies Multimédia : 300 Millions. Clarisse Normand. Op Cit.
22. Un mois après sa publication, 8 000 exemplaires avaient déjà été vendus.

23. *Livres Hebdo* n° 294
24. Autre concurrent sérieux, *Mon Encyclopédie* de l'éditeur Allemand Data Backer vendrait un peu moins de 20 % du marché en volume, tandis que le solde se partagerait entre les éditeurs Français Hachette, Havas Interactive et Encyclopaedia Universalis.
25. 690 F
26. *Petit Larousse illustré, Petit Robert, Bibliorum.*
27. *Livres Hebdo* n° 280, du 13 Février 98, « Le Bilan du Milia. Moi jeux ». Le Marché
28. *Livres Hebdo* n° 294
29. Andréa Semprini, *Le Multiculturalisme*, Paris, PUF, 1997, p 88
30. Frédéric Jameson, *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, New-York, Verso, 1990.
31. Marc Guillaume, « Vers un mode de vie « citoyen » ? Entre utopies et réalités ». *Congrès IDT (Information, Documentation et Transfert des connaissances)*, Juin 1998.
32. Abraham Moles, *La Communication et les mass médias*, Paris, Marabout, 1973. p. 212-213.
33. Andréa Semprini, *Le Multiculturalisme*, Paris, PUF, 1997. p. 4
-

RÉSUMÉS

L'Europe, creuset de cultures composites est confrontée à la nécessité de son élaboration identitaire. La conception et la diffusion de produits multimédias est désormais un enjeu économique et stratégique majeur au plan mondial. L'édition électronique, soutenue par la politique Communautaire rencontre cependant des freins dans son expansion, car elle est confrontée à la concurrence des services en ligne et des fabricants de matériel et de logiciels. Face à la concentration des grands trusts internationaux, les entreprises d'édition hésitent à développer leur production numérique. Cependant, s'ils intègrent des logiques d'innovation, de coopération et de partenariat international, les éditeurs détenteurs d'une indéniable expertise en matière de production de contenus ont un rôle majeur à jouer dans l'élaboration d'une information à dimension multiculturelle.

Europe, the melting pot of composite cultures, is faced with the necessity of establishing a communal identity. From now on, the economic and strategic stakes on a world-wide scale are considerable in the creation and distribution of multimedia products. Electronic desktop publishing, while supported by European Community policies, encounters, however, notable resistance to its expansion as it confronts competition from on-line services and manufacturers of software and computer equipment.

Faced with the mergers of big international companies, publishing firms hesitate to develop e-books and computer-based products. However, if they would use innovations in software technology and seek participation in international partnerships, the publishers who have an undeniable expertise in terms of book production and content have a major role to play in developing multicultural information systems.

INDEX

Mots-clés : édition électronique, multimédia, innovation, stratégie, information, multiculturalisme

AUTEUR

LISE VIEIRA

Lise Vieira est maître de conférences à l'ISIC (Université Michel de Montaigne Bordeaux III) où elle est responsable de l'Option Métiers du Multimédia conception et développement. Membre du Cem-Gresic (Centre d'études des médias. Groupe de Recherche sur les Systèmes Informatisés de Communication), ses recherches actuelles portent sur l'édition électronique et les usages du multimédia. Habilitation à diriger les recherches soutenue en 1999 : *De l'imprimé au numérique. L'édition électronique, stratégies et enjeux pour la diffusion de l'information.*