



Le médiateur du livre

AVIS

**La conformité des offres d'abonnement avec accès illimité
à la loi du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique**

Laurence Engel, médiatrice du livre
René Phalippou, délégué auprès du médiateur du livre

9 février 2015

Sommaire

Synthèse.....	I
Introduction.....	1
1. Les services de lecture numérique par abonnement constituent-ils une révolution ?.....	3
1.1 Un développement précoce en France.....	3
La préexistence d'une offre de prêt à l'émergence des offres d'abonnement commercial.....	3
L'apparition progressive de services d'abonnement grand public.....	4
L'expérimentation de nouveaux modèles techniques et commerciaux.....	5
1.2 La perception des abonnements par les acteurs du livre.....	9
Des perspectives de développement pour le marché du livre numérique.....	9
Des risques de perte irréversible de valeur.....	10
2. Les offres d'abonnement sont-elles conformes à la loi de 2011 ?.....	13
2.1 La loi de 2011 s'applique-t-elle aux offres d'abonnement ?.....	13
Les dispositions législatives et réglementaires.....	14
L'intention du législateur.....	14
2.2 De quelle façon la loi de 2011 s'applique-t-elle aux offres d'abonnement ?.....	15
De quelle façon s'applique l'obligation de fixation du prix par l'éditeur ?.....	16
Quels modèles d'abonnement sont conformes à la loi ?.....	16
3. Faut-il modifier la loi de 2011 ?.....	19
3.1 La perception des mécanismes de régulation par les acteurs du livre.....	20
Les risques de la dérégulation.....	20
L'auto-régulation, mécanisme nécessaire mais insuffisant.....	21
3.2 Les mécanismes alternatifs évoqués par les acteurs du livre.....	22
La régulation par le prix.....	22
La régulation par les cycles de vie.....	22
La régulation par la segmentation de l'offre.....	22
3.3 L'abonnement est-il la condition du développement du marché numérique ?.....	23
Les freins à l'essor du marché du livre numérique en France et le risque du piratage.....	23
Dynamiser l'offre légale.....	24
Annexe 1 : lettre de saisine.....	28
Annexe 2 : liste des personnes auditionnées.....	29
Annexe 3 : aperçu des services de lecture numérique par abonnement proposés à l'étranger.....	32
Annexe 4 : bibliographie sélective.....	35

Synthèse

À la suite du lancement par Amazon de son offre d'abonnement Kindle Unlimited, dans un secteur d'activité déjà occupé par quelques opérateurs français, un débat a émergé relatif à la légalité de ces offres au regard de la loi de 2011 sur le prix du livre numérique. La ministre de la culture et de la communication, Fleur Pellerin, a fait part le 22 décembre 2014 de son intention de saisir le médiateur du livre de cette question, pour avis.

LE CONTEXTE DE LA DEMANDE D'AVIS

Cette interrogation juridique s'inscrit dans un double contexte, technique et stratégique. Sur le plan technique, le phénomène déterminant est le développement du *streaming*, comme mode d'accès privilégié – ou en tout cas croissant – aux œuvres de l'esprit et aux produits culturels susceptibles d'être diffusés de manière dématérialisée. Avec un codicille commercial : le lien qui est fait, peut-être trop systématiquement, entre *streaming* et « consommation illimitée » dans le cadre contractuel d'un abonnement. Dans le débat actuel, c'est le codicille qui occupe le terrain : on met en avant l'abonnement, modèle dominant présenté parfois comme inéluctable.

Second élément de contexte, stratégique et institutionnel : celui de la régulation du secteur du livre. La France se caractérise par un volontarisme politique en matière de régulation des marchés de biens culturels, particulièrement fort et consensuel dans le secteur du livre. La révolution numérique, comme la révolution de l'imprimerie le fut, est un formidable accélérateur d'accès à la culture. Mais il perturbe aussi les outils de régulation mis en place, s'agissant du livre, en 1981, date de la première loi sur le prix fixe. **Les formules d'abonnement viennent questionner la pertinence d'une régulation transposée à l'ère numérique.** L'État a fait le choix de croire en la possibilité de cette transposition.

C'est donc dans ce contexte que le travail de médiation a été engagé le 5 janvier dernier. Le cadre de cette intervention n'est pas celui d'un règlement de différend entre deux parties, mais, comme la loi le prévoit et comme les acteurs de la filière du livre en ont exprimé le souhait, celui d'une consultation permettant à ces acteurs de participer à une réflexion sur un point précis d'application du cadre juridique.

LA MÉTHODE DE LA CONSULTATION

Compte tenu de la forte attente exprimée par les professionnels, cette consultation a été conçue pour être à la fois brève – un mois – et large – près d'une quarantaine d'auditions ont été organisées.

L'objectif a bien sûr été de répondre à la question de droit soulevée. Mais les échanges ne se sont pas limités à l'interprétation qu'il convient de donner à la loi : les personnes auditionnées ont été amenées à s'exprimer sur leur perception du marché de l'abonnement, en termes de soutenabilité économique et d'adéquation aux usages nouveaux. Échanges libres qui ont permis de revenir sur quelques idées relatives au retard supposé ou réel du marché français du livre numérique ; aux conséquences pour le livre des nouveaux comportements de consommation observés dans d'autres secteurs, comportements dorénavant davantage tournés vers l'usage que vers la propriété ; aux avantages attendus pour le lecteur, pour l'auteur, pour

l'éditeur de la formule de l'abonnement. Éviter de reproduire mécaniquement des affirmations exprimées de manière parfois un peu rapide, éviter de plaquer sur le secteur du livre des raisonnements trop généraux, pour se concentrer sur les enjeux les plus importants : telle est la démarche qui a été choisie.

LA RÉPONSE À TROIS QUESTIONS

Ce rappel méthodologique posé, le présent avis, en prenant appui sur ces échanges, sur un certain nombre d'études, et bien sûr sur la lecture des textes juridiques, répond à trois grandes questions.

Celle en premier lieu des contours et des formes des offres d'abonnement en France, afin de s'interroger sur leur caractère véritablement « révolutionnaire », pour reprendre la présentation qui a pu en être faite dans la presse.

Le marché français de l'offre d'abonnement s'est développé, sans retard, selon des modalités très diverses, dès le début des années 2000. Mais sans entraîner la dynamique du marché du livre numérique qui en était attendue par certains de ses promoteurs, en tout cas sans aboutir à un développement comparable à celui constaté dans d'autres pays. Les deux phénomènes ne paraissent donc pas pouvoir être liés mécaniquement. De même, on peut difficilement qualifier ces offres de révolutionnaires alors que la pratique de l'accès à une offre de lecture, contrairement à ce qui s'est passé dans le secteur de la musique, préexiste au numérique et au développement des offres d'abonnement : elle s'incarne dans cette politique ancienne qu'est la lecture publique. La révolution est donc moins celle, commerciale, de l'abonnement, que celle, technique et comportementale, du *streaming*. Et **il n'est en tout cas pas justifié de rabattre la question du *streaming* et celle du livre numérique sur la seule modalité commerciale de vente que constitue l'abonnement.**

La deuxième question, centrale, est bien sûr celle de la légalité de ces offres : la loi de 2011 sur le prix du livre numérique s'applique-t-elle aux offres d'abonnement, et si oui, ces offres la respectent-elles ?

L'analyse des textes – la loi et le décret – comme les enseignements tirés des débats parlementaires qui les ont précédés conduisent à considérer que **la loi de 2011 couvre bien les abonnements**. On insistera notamment sur le fait que le prix de vente qui doit être fixé par l'éditeur s'applique aux « offres » et non aux « livres » ; et que la loi fait référence à tout type d'offres, toutes formes de modalités d'accès, dont les offres groupées et l'accès en *streaming*. Il faut toutefois être très clair et éviter les raccourcis trompeurs : **ni l'abonnement dans son principe, ni évidemment le *streaming* ne sont interdits par la loi**. Celle-ci, pour en ramener les dispositions à son principe, vise à confier à l'éditeur la fixation du prix de vente public, quelles que soient les modalités commerciales choisies pour donner accès à une œuvre. C'est ce principe de régulation, robuste, qui permet de préserver l'équilibre du marché, que le législateur a entendu préserver dans le numérique, en privilégiant une rédaction large et relativement simple. Il s'ensuit que **tous les abonnements ne sont pas envisageables ; mais beaucoup le sont**, qui doivent permettre de répondre aux attentes du consommateur numérique, notamment en termes de simplicité d'accès, d'accompagnement dans la recherche de livres, de garanties qu'apporte le principe du forfait.

Ces développements débouchent sur une troisième grande question : la loi est-elle un frein à l'innovation dans le secteur du livre numérique ? Symétriquement, le développement des offres d'abonnement est-il la condition du développement du marché du livre numérique ? Et les réponses à ces questions justifient-elles d'envisager de modifier la loi sur le prix du livre numérique ?

L'examen du marché, de la multiplication des formules commerciales, et symétriquement des comportements de consommation conduisent à répondre par la négative à ces trois questions. La consommation dans le secteur du livre n'est pas massive, voire boulimique comme dans la musique, ne serait-ce que parce que l'activité de lecture est exclusive de tout autre : l'offre illimitée ne présente donc pas le même intérêt pour le consommateur. En revanche, une multitude de services peuvent être apportés aux lecteurs et susceptibles de les attirer vers la lecture, services qui peuvent faire l'objet d'un abonnement. Vitalité des communautés de lecteurs, prescription, butinage, mais aussi, du côté des éditeurs et des auteurs, liens plus intenses et meilleure connaissance des lecteurs, possibilité de travailler les fonds éditoriaux, recherche de seconds marchés, opérations commerciales ponctuelles... Les possibilités offertes par le numérique, dans une logique de services, sont multiples, pour ne pas dire « illimitées ».

Par ailleurs, d'autres modalités de régulation ne semblent pas mieux adaptées à l'ère numérique ou au cadre juridique que ne l'est le principe du prix unique : chronologie des médias, prix planchers, minimum garanti, dispositifs de segmentation du marché... **Il n'est pas de système plus simple ni plus souple que celui, efficace, qui consiste à laisser la main à l'éditeur pour fixer le prix du livre.** Dès lors que le principe de la régulation est admis par la quasi-totalité des acteurs de la filière comme indispensable pour préserver les équilibres et la vitalité du secteur, **modifier la loi pour renoncer à son application sur un segment du marché n'est pas pertinent car cela reviendrait à renoncer à la régulation elle-même.**

La loi de 2011 s'applique aux offres d'abonnement. Toute offre doit donc respecter le principe de régulation qui prévaut dans le secteur du livre : le prix est fixé par l'éditeur. Plusieurs formules sont envisageables, qui permettent, en se mettant en conformité avec le droit, de répondre aux attentes des lecteurs en termes de souplesse d'accès, de prescription, de forfaitisation de la dépense.

CONCLUSIONS

De ces réponses, on peut tirer quelques conclusions ou recommandations.

D'une part, il est souhaitable de maintenir l'objectif de préservation d'un environnement de régulation, garant de la diversité de la création et de l'équilibre économique de la filière, à commencer par le maintien d'une rémunération juste et équitable des auteurs.

D'autre part, il faut appeler avec force que marché régulé ne veut pas dire marché administré et que régulation ne veut pas dire stérilisation. **Dans le livre comme dans toutes les industries culturelles, les choix sont d'abord ceux des acteurs de la filière.** Le régulateur n'est pas là pour attacher à son mât un Ulysse attiré par des sirènes mais pour aider à préserver un équilibre entre acteurs économiques qui prennent, en responsabilité et librement,

leurs décisions. Il leur revient d'explorer tous les champs du possible pour répondre aux attentes de lecteurs qui sont aussi des consommateurs, sensibles au prix, à la souplesse d'accès, aux services qui existent sur internet et qui peuvent être tentés sinon par le piratage.

Enfin, le cadre de régulation qui existe dans le secteur du livre, assez souple pour être robuste, permet les échanges et les accords sans prétendre figer les comportements dans des figures juridiques trop subtiles. Il se révèle, en définitive, adapté à un univers numérique, donc mouvant, dans lequel il serait vain de prétendre légiférer au rythme où évoluent les usages.

Le cadre de régulation qui prévaut en France pour le secteur du livre, à la fois souple et robuste, est la garantie d'un marché équilibré et d'une offre diverse. Dans un environnement dynamique, il ne constitue pas un frein à l'innovation et doit être préservé.

Laurence ENGEL

Introduction

Le présent avis fait suite à une saisine de la ministre de la Culture et de la Communication qui a souhaité que soit clarifiée, au regard du cadre juridique français, la situation des offres d'abonnement avec accès illimité qui se développent dans le secteur du livre numérique.

La loi du 17 mars 2014 relative à la consommation prévoit que le médiateur du livre, dont l'activité en matière de conciliation de litiges porte notamment sur l'application de la législation sur le prix du livre, « *peut formuler des préconisations afin de faire évoluer les dispositions normatives relevant de son champ de compétences* ». C'est dans ce cadre qu'intervient la présente saisine.

La loi du 26 mai 2011, qui vise à réguler le marché du livre numérique au moyen d'un système de prix public fixé par l'éditeur, est-elle applicable aux services de lecture numérique accessibles sur abonnement ? Le cas échéant, ces modèles de commercialisation sont-ils conformes ou peuvent-ils être mis en conformité avec les dispositions de la loi ?

Cette question juridique à double fond recèle des implications qui excèdent le seul terrain du droit. Sur ce seul terrain, néanmoins, il importe d'apporter une réponse rapide et claire. L'ensemble de la filière du livre a en effet exprimé ses attentes en ce sens. En premier lieu, parce qu'en dépend la préservation – ou la fragilisation – d'un mécanisme qui vise à imposer, dans l'univers numérique, un cadre équivalent à celui qui a permis, depuis 1981 et la loi Lang, le développement du marché du livre imprimé dans un respect des équilibres de la filière et de la diversité de l'offre. Consacrer la possibilité d'un flottement, d'une imprécision des contours de la norme aurait pour conséquence directe, aussi bien symbolique que pratique, d'affaiblir l'ensemble du dispositif, quels que soient les modes de commercialisation concernés.

En second lieu, les opérateurs ont tous besoin d'un environnement juridique clair et stable pour développer leurs projets. Laisser s'installer un doute quant à la légalité de certaines offres dont le modèle est perçu, notamment par de nouveaux entrants sur le marché, comme une opportunité de dynamiser la filière, risque d'avoir un effet dissuasif sur le développement d'offres novatrices. Le modèle de l'abonnement, dans son principe même, suppose pour prospérer de s'adresser au plus large public. Les investissements nécessaires à l'élaboration de ces offres sont importants et toute forme d'incertitude juridique en pareil contexte conduit de fait à éliminer les jeunes entreprises de taille modeste qui peineront à lever des fonds et à obtenir l'accord d'éditeurs, tandis que les acteurs établis et disposant de moyens leur permettant de supporter seuls les risques induits par l'absence de clarification juridique, verront leur position confortée. Il s'agit donc d'apporter dans cet avis une réponse claire et précise à la question juridique soulevée.

Mais l'analyse ne peut se limiter à ce seul aspect. Parce que les acteurs de la filière ne manqueront pas de solliciter les pouvoirs publics quant à d'éventuelles pistes d'amélioration du cadre de régulation. Parce qu'il est important de ne pas isoler la question des abonnements de celle des autres possibilités d'innovation commerciale. Parce que l'ensemble de ces interrogations ne prennent sens qu'au regard d'une part des enjeux économiques et de la capacité à assurer le financement d'une création diversifiée, et d'autre part, des usages et des pratiques de lectures en voie de profond renouvellement.

C'est donc en rappelant ce contexte économique (du côté de l'offre) et en prenant appui sur l'analyse des usages (du côté des lecteurs-consommateurs) que les questions de droit ont été explorées dans le cadre des auditions organisées¹ et qu'une réponse y est apportée dans le présent avis.

¹ Dans le cadre de la présente consultation, trente-sept auditions au total ont été organisées. La liste des personnes entendues figure en annexe 2.

1. Les services de lecture numérique par abonnement constituent-ils une révolution ?

L'arrivée récente d'acteurs internationaux sur le marché français de la lecture numérique par abonnement a été interprétée comme le signal d'une conversion – à caractère irréversible – du secteur du livre à une dynamique entamée dans le courant de la décennie précédente dans le domaine de la musique puis de l'audiovisuel. **Une telle perception occulte toutefois le fait qu'il s'agit d'une offre qui introduit certes des pratiques nouvelles mais qui plonge ses racines dans un terreau déjà ancien.**

1.1 Un développement précoce en France

La commercialisation des premières offres grand public proposant d'accéder à un catalogue de livres numériques de manière illimitée, moyennant un abonnement mensuel, date de la fin des années 2000. Le développement de ces services – relativement précoce en France – s'est accompagné d'un renforcement de l'offre publique de prêt.

- **La préexistence d'une offre de prêt à l'émergence des offres d'abonnement commercial**

Il convient en effet de garder à l'esprit que la logique d'accès qui sous-tend les modèles d'abonnement, associée aux usages nés du développement du numérique, n'était pas tout à fait étrangère aux habitudes antérieures, notamment dans le secteur du livre. **L'enracinement historique de la lecture publique et le dynamisme des bibliothèques sont là pour témoigner de la prospérité du modèle du prêt en matière de lecture.** Le marché lui-même propose de longue date des mécanismes d'abonnements, outre les différentes formes de bibliothèques privées, à travers les clubs de livres qui rencontrent depuis plusieurs décennies un très fort succès. **Le prêt numérique en bibliothèque, resté jusqu'à présent en retrait en France² par rapport au développement observé à l'étranger et notamment aux États-Unis³, est de surcroît appelé à se développer dans les prochains mois** suite à la signature d'un protocole de douze recommandations par la ministre de la Culture et de la

² L'*Enquête sur les acquisitions de ressources numériques*, menée en 2013 par le Service du livre et de la lecture (DGMIC) du ministère de la Culture et de la Communication et confiée à la société TMO régions, indique que seuls 23 % des bibliothèques proposent des ressources numériques (p.3) [[lien](#)]. La synthèse nationale des données d'activité 2012 de l'Observatoire de la lecture publique du ministère (SLL/DGMIC) précise que « *le budget total d'acquisition pour les ressources numériques dans les bibliothèques desservant au moins 10 000 habitants et proposant des ressources numériques a été de 16 000 euros en 2012, soit 7 % de leur budget total d'acquisitions* » (p.39), sachant que les livres numériques ne représentent que 9 % de l'offre numérique des bibliothèques (p.40) [[lien](#)].

³ L'*Étude sur l'offre commerciale de livres numériques à destination des bibliothèques de lecture publique* réalisée par la société IDATE pour le ministère de la Culture et de la Communication montrait qu'en 2011 seules 4 % des bibliothèques publiques françaises dites de niveau 1 proposaient des livres numériques alors que 16 % des bibliothèques allemandes avaient franchi le pas du prêt numérique, mais surtout les trois quarts des bibliothèques anglaises et américaines ainsi que la totalité des établissements suédois [[lien](#)]. Selon le *Library Journal*, la société américaine Overdrive, qui fournit en livres numériques les bibliothèques publiques et scolaires de nombreux pays, dont les États-Unis, a enregistré, en 2014, 105 millions de prêts et 401 millions de visites [[lien](#)].

Communication et les représentants des organisations professionnelles et des collectivités territoriales. Le projet PNB (Prêt Numérique en Bibliothèque), dispositif interprofessionnel mené par la société Dilicom qui apporte une solution technique à la mise en œuvre de ces recommandations, a récemment étoffé son catalogue à la faveur de nouveaux partenariats avec des distributeurs de livres numériques.

- **L'apparition progressive de services d'abonnement grand public**

Les premiers services commerciaux d'abonnement dans l'univers du numérique ont pris la forme de licences d'utilisation destinées à un usage collectif en milieu professionnel ou universitaire. La société française Cyberlibris propose ainsi depuis 2001 aux universités des accès par *streaming*, sous forme d'abonnements à des bouquets de ressources documentaires. L'édition professionnelle, notamment juridique, fiscale ou réglementaire, s'est également tournée très tôt vers des solutions globales adressées à leur clientèle. Le groupe Lefebvre-Sarrut, qui comprend les Éditions Dalloz et les Éditions Législatives, a ainsi basculé progressivement du papier vers l'électronique en s'appuyant sur un modèle économique largement fondé sur l'abonnement.

Les premières formules destinées aux particuliers apparaissent quant à elles à la fin des années 2000. Elles sont donc contemporaines de l'émergence des plates-formes de *streaming* musical⁴. Si ces dernières sont souvent présentées comme antérieures, c'est principalement en raison du fait qu'elles ont eu un impact plus marquant. Elles sont en effet parvenues à imposer, dans leur secteur, le modèle de l'abonnement comme un nouveau paradigme de commercialisation des biens culturels à l'ère numérique, même si la viabilité du modèle, pour l'ensemble de la filière, demeure encore l'objet de débats et d'interrogations.

En matière d'abonnement grand public, l'éditeur français Publie.net a été pionnier en lançant en 2009 une offre permettant un accès illimité – en ligne ou, moyennant un supplément, par téléchargement – à l'ensemble de son catalogue. En 2011, la société Cyberlibris élargit son offre au cercle familial. Aux États-Unis, la société Oyster propose, à partir de septembre 2012, le premier service d'abonnement à une librairie numérique suivie, peu après, par Scribd, une plate-forme d'échange de documents en ligne, créée en 2007, qui intègre à son offre un catalogue de livres sous droits accessible sur abonnement. Plusieurs services sont lancés en Europe la même année tels que Skoobe en Allemagne ou encore 24Symbols en Espagne⁵.

Parmi les principaux acteurs français sur ce marché, il faut évoquer la société YouBoox, qui a lancé en octobre 2012 un service de lecture numérique comprenant un accès gratuit financé par la publicité puis, peu après, un accès payant sous forme d'abonnement. La plate-forme rassemblerait aujourd'hui 200 000 inscrits dont plus de 10 000 payants. De même, la société YouScribe, lancée en 2011, propose depuis 2014, au côté de son offre gratuite et de son activité de vente à l'unité, un abonnement permettant l'accès en ligne à un catalogue d'ouvrages. Son objectif est d'atteindre les 150 000 abonnés à la fin 2018. Iznéo, plate-forme détenue par neuf éditeurs de bandes dessinées, a mis en place dès 2011 des bouquets pour les bibliothèques publiques et a créé en 2014 une formule d'abonnement pour les particuliers qui est venue compléter son offre de vente et de location à l'unité. Une offre jeunesse existe, Storyplayr, une bibliothèque numérique destinée aux 3-8 ans et comprenant plusieurs centaines d'albums accessibles sur abonnement. Des applications étrangères pour téléphones

⁴ Le suédois *Spotify* lance son service fin 2008 et le français *Deezer* fin 2009.

⁵ Un aperçu des services existants à l'étranger est présenté en annexe 3.

et tablettes sont également disponibles en France telles que Farfaria, comprenant plus de 900 livres électroniques.

La maison d'édition Seuil propose, depuis la fin 2014, un service d'abonnement, dans le cadre de sa collection Points Seuil, offrant un accès à une sélection de textes courts prévus pour être lus en situation de mobilité (transports en commun, temps d'attente de la vie quotidienne). L'abonnement offre un accès limité en temps de lecture (10h par semaine). La société Amazon a lancé en France son service d'abonnement Kindle Unlimited en décembre 2014, après l'avoir inauguré, en juillet de la même année, aux États-Unis. De nouveaux services sont en cours d'élaboration, tels que ceux proposés par Pirpl, MoonDog ou BookPie, développés pour l'essentiel par des start-up adossées à des opérateurs des télécommunications.

Au total, la situation française, en matière d'offres d'abonnement tout public, est à l'image de ce qui peut être observé par ailleurs en Europe ou aux États-Unis. Les services, même les plus anciens, sont relativement récents. L'absence relative de recul ne permet pas de constater la pertinence économique du modèle ni l'impact qu'il peut avoir sur la filière. Une étude spécifique pourrait permettre de dégager, au-delà des positions tranchées des partisans et des détracteurs de ces offres, des éléments d'analyse objectifs.

Les offres d'abonnement à des services de lecture numérique grand public se sont développées récemment

- **L'expérimentation de nouveaux modèles techniques et commerciaux**

Les modèles, aussi bien techniques que commerciaux, adoptés par ces différents acteurs sont en tout cas encore très largement expérimentaux et il importe d'en établir une typologie pour mieux appréhender les enjeux.

Les modalités techniques d'accès

Ces formules d'abonnement, comme plus largement l'ensemble des offres de location proposant un accès à durée limitée plutôt qu'une acquisition pérenne, sont étroitement liées à la technique du *streaming*.⁶ Il existe néanmoins des services proposant le téléchargement de fichiers chrono-dégradables. Autre technique, notamment employée dans l'offre d'Amazon : les abonnés sont autorisés à télécharger sur leurs terminaux de lecture un nombre pré-défini de livres numériques ; accéder à un ouvrage supplémentaire exige d'en supprimer un au préalable.

Les grilles tarifaires

Sur le modèle des plates-formes de *streaming* musical, certaines offres d'abonnement proposent conjointement **un accès gratuit, dont les fonctionnalités sont limitées ou**

⁶ Les fichiers demeurant sur les serveurs du diffuseur, la consultation des documents exige des usagers qu'ils restent connectés au réseau, de façon plus ou moins continue en fonction des solutions employées. Ces services ont donc accompagné le développement des réseaux de télécommunication et la diffusion des terminaux permettant l'accès en mobilité (*smartphones*, tablettes). À cet égard, le développement d'offres telles que *Read and Go* par le groupe Orange illustre la convergence entre le déploiement de ces services et les stratégies de diversification des opérateurs de télécommunication qui souhaitent associer, dans leur proposition commerciale, accès au réseau et accès à des biens culturels.

associées à de la publicité, et un accès payant proposant un service non dégradé, selon la logique des modèles *freemium*.

L'ensemble des offres payantes sont proposées selon une tarification mensuelle même s'il est parfois également possible d'opter pour une facturation à l'année, sur le modèle de la presse. En fonction de l'importance des catalogues, des usages autorisés et des segments éditoriaux concernés, les tarifs s'échelonnent **entre 4,99 euros et 9,99 euros par mois**. Les services les moins segmentés, proposant de la littérature générale et des essais dans le cadre d'un accès illimité, se situent plutôt dans la fourchette haute, ce qui correspond au prix moyen d'un livre numérique. Les offres de littérature jeunesse, par exemple, s'établissent à un niveau inférieur.

Le caractère limité ou illimité de l'offre

Parmi les différentes formules d'abonnement, une ligne de fracture sépare les offres illimitées des offres limitées. Ce qui peut être qualifié d'« illimité »⁷ dans le cadre de ces offres, c'est le nombre d'accès dont peuvent bénéficier les abonnés. Parmi les services existants ou en cours d'élaboration, les **deux modèles coexistent** : soit l'acquittement de l'abonnement autorise l'utilisateur à **accéder sans limite** à tous les titres du catalogue, soit il lui permet de bénéficier d'**un nombre limité d'ouvrages**, quelle que soit l'unité retenue pour déterminer cette limite (nombre de livre, temps de lecture ou encore système de points renvoyant à une cotation de chaque ouvrage ou document). Dans tous les cas, les usagers ne sont plus en mesure d'accéder aux livres du catalogue, même s'ils les ont téléchargés sur leurs terminaux de lecture, dès lors qu'ils résilient leur abonnement.

La rémunération des détenteurs de droits

À l'occasion des entretiens qui ont été conduits dans le cadre de la présente consultation, les opérateurs proposant des offres d'abonnement ont indiqué qu'ils renaient à ce stade trois systèmes de rémunération des détenteurs de droits. Certaines sociétés peuvent souscrire à plusieurs modèles, ce qui est le cas, par exemple, de la société YouScribe qui propose les trois modalités à ses fournisseurs.

1/ La répartition des revenus générés au prorata du nombre de consultations

Une fraction du chiffre d'affaires (de 40 % à 60 %) est redistribuée aux détenteurs de droits en fonction du nombre effectif de pages lues de chaque livre ; la rémunération est due à la première page lue et sera due à chaque fois que la page sera relue.⁸ C'est là le mode de rémunération notamment proposé par la société YouBoox.

2/ L'attribution d'une somme forfaitaire par consultation

Le diffuseur accorde aux détenteurs des droits une rémunération forfaitaire correspondant à une fraction du prix public HT de vente du livre (de l'ordre de 60 % à

⁷ Une précision est en effet à apporter quant à l'emploi du terme « illimité ». Celui-ci ne porte pas sur le volume du catalogue qui, *de facto*, sera toujours matériellement limité, en dépit de ce que peut suggérer la communication faite autour de ces offres. Même l'idée d'exhaustivité, pourtant centrale dans les offres globales du secteur numérique, est à relativiser compte tenu du mode de constitution des catalogues (choix de segments éditoriaux ; caractère partiel des accords avec les éditeurs).

⁸ La rétribution des détenteurs des droits n'est donc pas établie seulement en fonction de la consommation effective mais selon un mode de répartition qui combine deux autres facteurs : d'une part, le nombre total d'abonnés (qui détermine le chiffre d'affaires) et d'autre part, le nombre de livres consultés au sein du catalogue (qui détermine le nombre de bénéficiaires). Le montant reversé à l'éditeur, d'un mois à l'autre, pour une même page lue ne sera donc pas fixe ; le prix acquitté par le revendeur devient fluctuant.

70 %) dès lors qu'un utilisateur a lu une certaine proportion du livre (de l'ordre de 10 % à 30 %). Il s'agit du modèle de rémunération adopté par Amazon ou encore Oyster.

3/ L'achat préalable de licences

Le diffuseur acquiert une licence auprès de l'éditeur ou d'un intermédiaire, au prix fixé par l'éditeur pour chaque livre ou groupe de livres. La rémunération est forfaitaire et calculée en fonction du nombre de prêts autorisés ou, s'il est illimité, en fonction du nombre de personnes autorisées à en profiter (nombre d'abonnés ou population desservie). Les barèmes de prix peuvent alors être calqués sur ceux proposés aux bibliothèques publiques ou privées, c'est-à-dire aux organismes qui exercent une activité de prêt de livres⁹.

À travers ces différents modèles de rémunération, les relations commerciales entre éditeurs et détaillants se trouvent profondément redéfinies. C'est le cas, bien sûr, en termes de prix, mais au-delà émergent de nouvelles questions stratégiques.

La remontée des données d'usage est au cœur de la réflexion. Selon les contrats, les diffuseurs peuvent choisir de donner librement accès aux éditeurs à ces données, de les leur vendre ou encore de les conserver pour leur usage propre. La relation numérique avec le lecteur offre en effet des possibilités totalement nouvelles dans la connaissance de l'usager. La révolution se situe peut-être davantage encore dans la faculté de collecte et de traitement de ces données que dans la modification des usages.

Les catégories d'acteurs

Trois types d'acteurs sont amenés à développer ce type de services. En premier lieu, **les éditeurs eux-mêmes**¹⁰. Qu'ils les commercialisent directement ou par l'intermédiaire de détaillants, les éditeurs trouvent à travers ces formules d'abonnements de nouveaux modes de valorisation de leurs catalogues et une possibilité, inédite pour eux, de connaître les pratiques de leurs lecteurs par la collecte de données d'usage. En deuxième lieu, des **diffuseurs ad hoc**. Ces structures, créées spécifiquement pour développer un service de lecture numérique par abonnement dans le sillage des plates-formes de *streaming* musical, cherchent à capter de nouveaux marchés et à accompagner les usages des *digital natives*. Elles pourront notamment souhaiter développer des partenariats avec un opérateur de télécommunication. Enfin, **des détaillants déjà présents sur le marché de la vente de livres numériques, voire de livres imprimés**, qui souhaitent proposer à leur clientèle tout le spectre des modes d'accès possibles au livre, qu'ils soient gratuits ou payants, pérennes ou temporaires, à l'acte ou groupés.

Les perceptions du marché

Les entreprises qui développent des services accessibles sur abonnement s'inscrivent soit dans une perspective de substitution du marché de l'accès au marché de l'acquisition soit dans une stratégie de développement d'un nouveau marché, complémentaire de celui existant. À cet égard, l'exemple du *streaming* musical montre que la situation peut

⁹ Le prêt de livres, au sens de l'article 32 de la directive 2006/115 du 12 décembre 2006 relative au droit de location et de prêt, est une activité à caractère non commercial. Elle est distincte de l'activité de location de livres exercée, quant à elle, dans un but lucratif.

¹⁰ Les maisons les plus sensibilisées au développement du livre numérique, qu'il s'agisse ou non de *pure players*, ont été les premières à s'y engager. Mais des acteurs au fonctionnement plus traditionnel n'ont pas tardé à s'y intéresser également, certains d'entre eux décidant d'expérimenter des offres.

évoluer de façon significativement différente selon les pays.¹¹ Dans le premier cas, l'abonnement est perçu comme un modèle de consommation qui devrait s'imposer comme dominant au terme d'un processus, déjà à l'œuvre, de redéfinition en profondeur des habitudes de lecture comme d'écriture. Dans le second cas, l'idée est davantage de créer une offre qui soit en phase avec les usages propres au numérique, de manière à favoriser ou à accompagner l'émergence de nouvelles pratiques de lecture.

La composition des catalogues

Les catalogues sont extrêmement diversifiés, de nature et de volume très variés en fonction de la clientèle ciblée mais également des accords que les plates-formes sont parvenues à établir avec les éditeurs. Des tendances sont néanmoins perceptibles, illustrant les principales stratégies à l'œuvre et la façon dont les formules d'abonnement accompagnent les différents cycles et rythmes de vie commerciale du livre.

On observe tout d'abord que **ce mode de commercialisation renvoie à une forme non contraignante de chronologie des médias : lui sont le plus souvent réservés les ouvrages qui ont déjà connu un temps d'exploitation significatif, au même titre que le livre de poche dans l'univers du livre imprimé.** Les éditeurs s'autorégulent et décident de ne verser au catalogue des offres d'abonnement que ce qui est en fin de parcours commercial classique. Cela n'exclut pas la possibilité d'inclure des nouveautés mais alors de manière très ponctuelle, éventuellement temporaire, dans le cadre de stratégies promotionnelles précises.

L'abonnement constitue également un mode de sélection et de valorisation au sein de l'importante production auto-éditée qu'autorise le numérique. La possibilité d'accéder sans risque financier pour le lecteur à une profusion de titres, associée aux fonctionnalités de mise en réseau incluses dans les terminaux associés à ces offres, facilite le travail de sélection et de prescription qui peut alors s'opérer au sein de la communauté de lecteurs formée par les abonnés à un même service.

Enfin, certains segments éditoriaux se prêtent beaucoup plus spontanément à la logique de l'abonnement. Il en va ainsi des productions qui fonctionnent sous forme de séries (bandes dessinées ; jeunesse) ou qui induisent une lecture intensive, sur un mode de flux continu (roman sentimental). Les formats courts sont également susceptibles de s'adapter aux modes de diffusion et de consommation privilégiés par les formules d'abonnement, qu'il s'agisse de nouvelles ou de feuillets.

Les services de lecture numérique par abonnement sont trop récents, en France comme à l'étranger, pour que l'on puisse disposer d'un recul permettant d'apprécier la pertinence des différents modèles techniques et commerciaux, encore en phase d'expérimentation, adoptés par les opérateurs du marché.

¹¹ Selon David El Sayegh, secrétaire général de la Sacem, « on trouve des pays à forte dominante de téléchargement comme les États-Unis, le Royaume-Uni, le Japon, l'Allemagne qui sont les gros marchés du numérique. Vous avez des pays qui se sont totalement orientés vers le streaming ; ce sont surtout les pays scandinaves où 80 % du marché - et pas uniquement le marché numérique - est généré par le streaming, et il y a la France qui a un marché du numérique à hauteur de 30 %, mais dont la moitié du marché relève du streaming. » « Dialogue David El Sayegh / Geoffroy Pelletier. (Exemples et contre-exemples de la rémunération des auteurs dans la musique) », 10^e Forum de la SGDL. La rémunération des auteurs, 22 octobre 2014 [[lien](#)].

1.2 La perception des abonnements par les acteurs du livre

Les attentes du lectorat en matière d'abonnement illimité demeurent difficiles à établir. L'*Etude des perceptions et usages du livre numérique* menée par l'institut Ipsos à la demande de la Hadopi et du Groupement pour le développement de la lecture numérique (GLN) indique que 57 % de l'échantillon consulté trouvent très intéressante (20%) ou plutôt intéressante (37%) la possibilité de souscrire à un abonnement mensuel pour accéder de manière illimitée à une offre de livres numériques¹².

Il convient néanmoins de préciser que, parmi les lecteurs intéressés par ce type de formule sont sur-représentés les forts lecteurs de livres numériques, les grands acheteurs de livres numériques et les lecteurs qui privilégient l'acquisition de livres de manière illicite. Il est indiqué, enfin, que « *les attentes de nouvelles offres sont faibles en dehors de la possibilité d'associer le livre imprimé et le livre numérique lors de l'achat d'un titre* »¹³.

Les attentes en matière d'offres d'abonnement apparaissent d'autant moins fortes que la part de la population à avoir adopté le support numérique pour la lecture reste faible¹⁴. Le potentiel de ce marché apparaît donc à ce stade particulièrement limité d'autant qu'une offre publique de prêt de livres est préexistante et qu'elle entame sa conversion au numérique.

Néanmoins certains acteurs, à commencer par ceux qui se sont engagés dans le développement de tels services, perçoivent dans les formules d'abonnement un levier possible pour favoriser le développement du marché du livre numérique. Les autres, tout en percevant la nécessité de rechercher des modes d'accès à la lecture conformes aux attentes des (nouveaux) lecteurs, mettent surtout en avant les risques associés aux formules d'abonnement.

- **Des perspectives de développement pour le marché du livre numérique**

Pour les acteurs qui développent ou contribuent à ces services, l'abonnement est perçu comme le prolongement naturel de ce mouvement de redéfinition des usages qui a imposé les plates-formes de *streaming* dans le paysage de la diffusion musicale. Ce modèle de commercialisation correspond au renouvellement des modes de consommation qui caractérise, parmi d'autres facteurs, cet **âge de l'accès** théorisé par Jeremy Rifkin¹⁵. Contemporaine de l'émergence de l'économie numérique, cette évolution des mentalités conduit à privilégier l'accès plutôt que la propriété, les services plutôt que les biens ou encore les réseaux plutôt que les marchés. Le mouvement se vérifie dans nos habitudes de consommation bien au-delà du champ culturel, qu'il s'agisse de biens matériels ou immatériels.

Il est à relever toutefois que, dans le secteur du livre, le modèle commercial de l'abonnement recouvre deux conceptions distinctes, possiblement complémentaires.

¹² Synthèse quali-quantitative de l'étude, p. 52 [[lien](#)].

¹³ Rapport qualitatif de l'étude, p. 55 [[lien](#)].

¹⁴ L'étude Hadopi/GLN rapporte ainsi que seulement 11 % de la population déclare utiliser le support numérique pour ses lectures [[lien](#)] tandis que la vague 4 du *Baromètre des usages du livre numérique*, réalisée en mars 2014 à la demande de la Sofia, du SNE et de la SGDL par l'institut OpinionWay, indique que 15% des Français de 15 ans et plus ont déjà lu un livre numérique et que 7% envisagent de le faire [[lien](#)].

¹⁵ Rifkin, J, *L'âge de l'accès : la vérité sur la nouvelle économie*, Paris, La Découverte, 2000.

Une première approche fait de l'abonnement un vecteur de développement de nouveaux marchés, en autorisant des modes, jusqu'alors inédits, d'exploitation des catalogues (l'offre groupée comme seconde vie possible au terme d'un premier cycle de vie commerciale ou comme débouché adapté à l'abondante production auto-éditée) mais également d'éditorialisation de l'offre (une réponse totalement intégrée au besoin de prescription que renforcent la profusion et la dispersion des biens culturels dans l'univers numérique). Dès lors, la possibilité d'accéder à un plus large catalogue pour un coût maîtrisé, dans un contexte qui favorise les découvertes fortuites, serait de nature à **intensifier les pratiques de lecture d'un public déjà largement familier du livre**. Une étude de Nielsen Book fait ainsi valoir que les abonnés à des services de lecture numérique continuent à dépenser davantage que la moyenne en achats de livres numériques et qu'ils seraient prêts à s'acquitter d'un montant mensuel d'abonnement supérieur pour voir l'offre dont ils disposent s'étoffer.¹⁶

Une seconde conception, non exclusive de la première, fait valoir que ce mode de commercialisation est en phase avec les usages numériques : il s'adresse à des générations ou des segments de la population plus familiers des écrans que de l'écrit, accoutumés à des offres qui se plient à leur exigence de mobilité et de butinage, ayant développé une conception des biens culturels qui relève davantage du flux que de l'œuvre comme unité close. L'abonnement est d'ailleurs totalement intégré à leurs habitudes et répond à leur exigence d'accès à la fois le plus large et le plus facile possible à la culture. La lecture se ferait ainsi une place parmi les loisirs connectés, **laissant espérer le recrutement de nouveaux lecteurs** mais également la conversion au payant d'actuels lecteurs qui privilégient l'offre illicite.

Dans la musique, les plates-formes de *streaming* se sont imposées suite à la diffusion massive des **pratiques de piratage**. Intervenir en ce sens dans le secteur du livre, alors que celui-ci ne se trouve que marginalement touché par les réseaux de partage illicites, permettrait **d'entraver la possible mise en place d'une mécanique du même ordre que ce qu'a pu connaître l'industrie musicale**.

Pour les détenteurs de droits, l'abonnement constituerait donc une perspective de croissance immédiate des revenus générés par l'exploitation de leurs livres. Au-delà et dans une conception plus dynamique de l'évolution du marché, il leur permettrait d'expérimenter de nouveaux modes d'exploitation de leurs fonds, avec la possibilité de verser aux catalogues des abonnements chaque titre de manière temporaire à différents moments de son cycle de vie commerciale. Enfin, l'exploitation des données d'usage permettrait aux éditeurs de disposer d'une connaissance de leur lectorat que les modes de diffusion traditionnels ne leur ont jamais permis d'acquérir.

Par cette remontée d'information de l'aval à l'amont de la filière, la révolution des usages en viendrait à rétro-agir sur la création elle-même : les spécificités de la lecture numérique induiraient des modes enrichis d'écriture, privilégiant le procès à l'œuvre achevée, des conceptions renouvelées de l'écrit, fluides ou réticulaires, et des liens renforcés entre auteurs et lecteurs.

- **Des risques de perte irréversible de valeur**

Des réserves sont néanmoins exprimées par de nombreux acteurs de la filière face à ces perspectives. **Le principal risque invoqué tient à la crainte de voir la perception du prix du livre se diluer et s'imposer à terme une déperdition de valeur.**

¹⁶ Offender N., « New Data from Nielsen Book Shows Kindle Unlimited Subscribers Spend More on Books », *The Digital Reader*, 27 janvier 2015 [[lien](#)].

En premier lieu est pointé un **risque de transfert, les actuels acheteurs de livres imprimés ou numériques se reportant massivement sur des offres d'abonnement dans des conditions financières moins favorables pour les détenteurs de droits**. L'adoption, même à titre expérimental, de ces modèles causerait des pertes irréversibles dans la mesure où il ne serait plus possible par la suite, dans l'éventualité d'un échec de ces offres, de revenir à des modes de commercialisation plus favorables à une rémunération effective de la création.

C'est ainsi la viabilité même de ces formules d'abonnement qui est mise en cause. Les modèles de rémunération fondés sur une rétribution fixe imposent aux diffuseurs de se comporter en actuaires et de parier sur le fait que le volume global de consommation effective des abonnés atteindra statistiquement un niveau moyen proportionné au coût de **l'abonnement**. Dès lors, celui-ci **n'est rentable pour l'offreur que dans la mesure où le consommateur lit peu**. L'objectif du service ne pourra que tendre dans ces conditions à limiter les pratiques de lecture de ses abonnés sauf à accepter de vendre à perte.

Les modes de rémunération variables, quant à eux, fondés sur le chiffre d'affaires des plates-formes, consistent en définitive à répartir les risques – mais également les possibilités de gains – entre éditeurs et diffuseurs. La rémunération de l'éditeur dans ce cas est dépendante de facteurs autres que l'exploitation effective des livres de son catalogue dans la mesure où interviennent également le nombre total de livres consultés au sein de l'offre et le nombre total d'abonnés. De ce fait, les éventuels transferts qui pourraient s'opérer entre vente et abonnement risqueraient de ne pas trouver de compensation financière et de constituer une perte sèche pour les détenteurs de droits. Au-delà de ce risque, la décorrélation de la rémunération et de la consommation effective implique soit que l'éditeur répercute ces écarts de rémunération sur l'auteur, soit qu'il les absorbe. **La fragilité des garanties apportées en termes de financement de la création est pointée à la lumière du recul que permettent de prendre les premières offres développées à l'étranger**. Il est notamment fait référence à la chute des revenus des auteurs qui ont participé à l'expérimentation de modèles de ce type aux États-Unis et qui ont récemment fait valoir leur déception dans la presse¹⁷.

Le niveau de tarification appliqué suscite également des critiques. Celui-ci s'aligne sur les grilles pratiquées dans la musique et l'audiovisuel alors que les tarifs de vente unitaire sont pourtant distincts dans chaque secteur. Par ailleurs, le montant de l'abonnement est équivalent au prix moyen d'un livre numérique¹⁸. Dès lors, le service ne devient financièrement intéressant pour l'utilisateur qu'à condition de lire au moins deux livres par mois (à moins de pouvoir accéder au sein de l'offre proposée à des nouveautés dont le niveau de tarification se situe dans le haut de la fourchette), ce qui le place de fait parmi les forts lecteurs (plus de vingt livres par an). Le simple fait de pouvoir butiner au sein du catalogue, à défaut de lire les ouvrages dans leur intégralité, ne peut justifier le coût du service pour un lecteur moyen, d'autant que les systèmes de mise à disposition d'extraits se multiplient sur les plates-formes de diffusion de livres numériques.

Plus largement, certains acteurs perçoivent dans les formules d'abonnement qui émergent dans le livre **une transposition artificielle d'une solution conçue pour la musique alors que le secteur pâtissait de sa conversion tardive au numérique et d'un piratage massif**. L'état du marché du livre est tout autre : l'édition s'est préparée au passage du numérique même si le développement du marché tarde en France en comparaison avec les pays anglo-

¹⁷ Streitfeld D., « Amazon Offers All-You-Can-Eat Books. Authors Turn Up Noses », *New-York Times*, 27 décembre 2014. [[lien](#)]

¹⁸ Selon le SNE, le prix moyen d'un livre imprimé est de 11 euros et le prix des livres numériques est en moyenne inférieur de 30 % au prix des livres imprimés en grand format [[lien](#)].

saxons ; le piratage n'a pas encore installé l'idée que le livre se doit d'être accessible gratuitement.

Face à ces risques, l'enseignement à tirer des secteurs de la musique et de l'audiovisuel serait plutôt de tâcher de développer des propositions en phase avec les spécificités de la pratique de lecture. **D'un point de vue strictement matériel, la lecture n'est pas comparable avec l'écoute musicale : il s'agit d'une activité plus gourmande en temps et en attention, peu compatible avec les pratiques « multi-tâches » que favorisent les écrans connectés.** Il y aurait donc une inadéquation du modèle à l'idiosyncrasie du livre.

Les particularismes du livre sont d'ailleurs pointés aussi bien par les défenseurs que par les détracteurs des formules d'abonnement. Les uns et les autres s'accordent en effet à considérer que les spécificités conjuguées du livre et des pratiques de lecture exigent de réserver ces modes de commercialisation à des approches segmentées et de ne les appliquer qu'à une partie de la production éditoriale.

Les partisans des offres d'abonnement les présentent comme l'expression, dans le secteur du livre, d'un basculement irréversible dans un âge de l'accès, propre à l'économie numérique. Pour eux, l'abonnement peut être un adjuvant à la pratique de lecture, un levier pour le développement de nouveaux marchés et un moyen de lutter contre le développement du piratage.

Les détracteurs de ce modèle doutent du bien-fondé de chacun de ces arguments en faisant valoir que l'abonnement, dont la viabilité économique n'est pas avérée, est inadapté au livre et à la pratique de lecture et qu'il présente donc un très fort risque de perte de valeur pour la filière, ce qui affecterait inéluctablement à terme la rémunération de la création.

2. Les offres d'abonnement sont-elles conformes à la loi de 2011 ?

La loi du 26 mai 2011 – dans la continuité de la loi Lang de 1981 – introduit dans le commerce des livres numériques un système de prix imposé comparable à celui qui prévaut dans le commerce des livres physiques.

L'objectif de la loi, selon les termes du rapporteur à l'Assemblée nationale, est « de permettre aux éditeurs de maîtriser la fixation du prix du fichier numérique, afin d'éviter que les distributeurs numériques ne leur imposent leurs prix, dans une course au moins-disant culturel et à la captation de la marge à leur profit, ce qui tuerait la rémunération de la création ».¹⁹

Ce mécanisme contraint l'éditeur à fixer un prix de vente au public pour chacune des offres de livres numériques, unitaires ou groupées, qu'il commercialise (article 2). Le prix fixé par l'éditeur s'impose à toute personne, qu'il s'agisse d'un tiers ou de l'éditeur lui-même, qui propose ces offres à un acheteur (article 3).

La loi s'applique au livre homothétique, c'est-à-dire, selon les termes de l'article 1^{er} de la loi, au livre qui est « à la fois commercialisé sous sa forme numérique et publié sous forme imprimée ou [qui] est, par son contenu et sa composition, susceptible d'être imprimé ».

Le deuxième alinéa de l'article 2 de la loi, précisé par l'article 2 du décret d'application du 10 novembre 2011, prévoit que le prix fixé par l'éditeur peut varier en fonction du contenu de l'offre (un ou plusieurs livres, possibilités de fonctions associées), de ses modalités d'accès (conditions de mise à disposition) et des usages autorisés (durée de mise à disposition, usage privé ou collectif, etc.). La loi a ainsi créé un régime de prix « dynamique »²⁰.

Le prix défini par l'éditeur doit être porté à la connaissance du public (article 1^{er} de la loi). La description de chaque offre et le prix ou le barème (en cas d'usage collectif) fixé par l'éditeur doit figurer dans une base de données accessible à tous les détaillants (article 3 du décret).

Dans le cadre des offres d'abonnements, le prix acquitté par l'abonné n'est fixé par l'éditeur que dans l'hypothèse où le service est directement développé par ce dernier. S'interroger sur la conformité de ces modèles commerciaux à la loi de 2011, implique de répondre à un questionnement en deux temps : **en premier lieu, les abonnements à des services de lecture numérique relèvent-ils du champ d'application de la loi ? Et si tel est le cas, quelles formes d'abonnement sont possibles dans le cadre de la loi ?**

2.1 La loi de 2011 s'applique-t-elle aux offres d'abonnement ?

La première question touche au champ d'application de la loi relative au prix du livre numérique. L'obligation de fixation par l'éditeur du prix acquitté par l'utilisateur final est définie à l'article 2. Or le premier alinéa de cet article évoque une **notion de « prix de vente »**. La même formulation, incluant le terme de « vente », est employé à l'article 3 de la loi. **Faut-il dès lors considérer que cette obligation ne pèse que sur les transactions portant sur l'acquisition d'un ou de plusieurs livres et qu'elle ne s'applique pas aux modes de commercialisation ne prévoyant qu'un accès temporaire ?**

¹⁹ Rapport n° 3318 enregistré le 6 avril 2011 [[lien](#)].

²⁰ Perona M. et Pouyet J., *Le prix unique du livre à l'heure du numérique*, Paris, Ed Rue d'Ulm, 2010.

- **Les dispositions législatives et réglementaires**

Les opérateurs qui proposent ce type de formules font ainsi valoir que leurs offres constituent des services de location et qu'il ne peut leur être imposé une règle prévue pour des opérations de vente. Dès lors, il leur serait possible de fixer librement le montant de l'abonnement mensuel dont les usagers doivent s'acquitter.

Cependant, si l'on s'en tient au seul objectif de la loi, à savoir garantir à l'éditeur la maîtrise sur le prix de vente au public des livres numériques, **admettre que les offres d'abonnement échappent à son champ d'application reviendrait à retenir une lecture à rebours de l'objectif poursuivi par le législateur.**

Par ailleurs, il convient de relever que la notion de prix de vente évoquée au premier alinéa de l'article 2 se rapporte à « toute offre unitaire ou groupée de livres ». La notion d'offre n'étant pas définie de manière restrictive, puisqu'il n'est pas précisé qu'il doit s'agir de toute offre de *vente* unitaire ou groupée, **la notion de prix de vente doit s'entendre comme le prix acquitté pour accéder à toute offre de livres, qu'il s'agisse d'une offre unitaire ou groupée, d'une offre d'acquisition ou d'une offre de location.** En d'autres termes, si le texte fait bien référence à un prix de vente, il n'exclut pas pour autant les offres de location dans la mesure où ces dernières impliquent la vente d'un contrat d'abonnement.

Un second élément conforte cette lecture dans la rédaction de la loi.

Le troisième alinéa de **l'article 2 de la loi établit ainsi une exception au bénéfice des licences d'utilisation** qui cumulent deux caractéristiques :

- qu'elles associent aux livres numériques des contenus d'une autre nature et des fonctionnalités ;
- qu'elles soient destinées à un usage collectif et proposées dans un but professionnel, de recherche ou d'enseignement supérieur.

L'exclusion de ces licences d'utilisation du champ d'application de la loi permet d'établir *a contrario* que toute autre forme de licence d'utilisation relève du champ de l'obligation fixée à l'alinéa premier de cet article.

Il n'y a donc pas de distinction à effectuer, dans l'application du système de prix imposé, entre accès pérenne et accès temporaire dans la mesure où le législateur a considéré qu'il était nécessaire de préciser que certaines formes d'abonnement ne relèvent pas de la loi.

Cette interprétation est confortée par l'alinéa 2 de l'article 2 de la loi qui prévoit que le prix peut différer en fonction du contenu de l'offre et de ses modalités d'accès ou d'usage. Le décret d'application précise cette disposition dans son article 2 et mentionne différents exemples parmi lesquels figurent les modes d'accès sous forme de diffusion en flux (*streaming*) ainsi que des modes d'accès sous forme d'usage collectif et des variations possibles en termes de durée de mise à disposition du livre numérique. **La notion d'accès temporaire sous forme de *streaming* ou de téléchargement, dans le cadre d'éventuels usages collectifs, est donc bien prévue par la loi et explicitement évoquée par le décret,** ce qui signifie que les offres de location de livres, à l'acte ou sous forme d'abonnement, en dépit des caractéristiques qui les distinguent des offres de vente, relèvent bien du champ d'application de la loi et doivent respecter le principe du prix public fixé par l'éditeur.

- **L'intention du législateur**

Enfin, il convient de faire état de **l'intention du législateur qui a été clairement exprimée à l'occasion des débats qui ont accompagné l'adoption du texte.**

Le rapport au Sénat n°695 enregistré le 8 septembre 2010²¹ évoque ainsi, en page 9, **les dispositions que comprenait la proposition de loi et qui intégrait à son champ d'application « la pratique des offres groupées de livres numériques, de type location ou abonnement ».** Si les travaux parlementaires ont conduit à supprimer cette disposition, ce n'était en aucune façon pour exclure ces offres du champ d'application de la loi mais au contraire pour les intégrer à l'article 2, de portée générale, et afin de ne pas les distinguer des autres modèles de commercialisation.

Le rapport de la sénatrice Mélot enregistré le 20 octobre 2010²² précise ainsi que la « *régulation des offres groupées* » relève du mécanisme de droit commun et que c'est précisément pour cette raison que « *la commission du Sénat a supprimé cette disposition de l'article 3, tout en visant parallèlement ce type d'offres groupées à l'article 2 afin qu'elles entrent bien dans le champ d'application de la loi et se voient donc attribuer un prix par l'éditeur* ».

Les dispositions spécifiques aux abonnements ont notamment été supprimées en raison des contraintes supplémentaires qu'elles introduisaient, sous forme d'un système de chronologie des médias qui prévoyait d'imposer un délai, défini par décret, suite à la parution d'un livre avant de pouvoir l'inclure à une offre d'abonnement. Cette disposition aurait pu priver les bibliothèques publiques de la possibilité d'offrir à leurs abonnés des nouveautés.²³

Il résulte de ces différents éléments que la loi du 26 mai 2011 s'applique bien aux offres de location de livres et en particulier aux services de lecture numérique par abonnement. **Dès lors, les offres d'abonnement dont le prix n'est pas fixé par l'éditeur ou dont le prix fixé par l'éditeur n'est pas porté à la connaissance de l'ensemble des détaillants ainsi que des usagers, contreviennent aux dispositions législatives.**

Les dispositions législatives et réglementaires comme l'intention explicite du législateur conduisent à affirmer que la loi de 2011 s'applique aux abonnements. Il s'ensuit que les offres d'abonnement dont le prix n'est pas fixé par l'éditeur contreviennent aux dispositions législatives et devront, le cas échéant, être mises en conformité avec la loi.

2.2 De quelle façon la loi de 2011 s'applique-t-elle aux offres d'abonnement ?

La loi du 26 mai 2011 n'interdit donc pas les offres d'abonnement. L'arsenal des dispositions réglementaires d'application de la loi est même de nature, par le régime de prix dynamique qu'il autorise, à permettre son application aux opérateurs privés proposant des offres groupées. **Mais les services d'abonnement, comme toute autre forme de commercialisation de livres numériques, doivent respecter les dispositions législatives relatives au prix du livre numérique.**

²¹ <http://www.senat.fr/leg/ppl09-695.pdf>

²² http://www.senat.fr/rap/110-050/110-050_mono.html#toc80

²³ Les licences d'utilisation accordées aux bibliothèques publiques relèvent bien de la loi du 26 mai 2011. Un amendement a été proposé, lors de la discussion du texte au Sénat à l'occasion de la séance du 29 mars 2011, afin d'ajouter les licences à destination des bibliothèques publiques et des centres de documentation à l'exception définie à l'alinéa 3 de l'article 2, mais cet amendement a été retiré par son auteur, suite à l'argumentation avancée par le ministre de la Culture et de la Communication justifiant l'application du mécanisme de prix unique à cette catégorie d'établissements.

- **De quelle façon s'applique l'obligation de fixation du prix par l'éditeur ?**

Les services de lecture numérique par abonnement doivent se conformer à la triple obligation définie par la loi en matière de fixation de prix :

- l'éditeur doit conserver la maîtrise du prix ou du barème de prix acquitté par l'acheteur ;
- le prix ou le barème de prix fixé par l'éditeur doit figurer dans une base de données accessible à tous les détaillants ;
- enfin, le prix ou le barème de prix fixé par l'éditeur doit être porté à la connaissance du public.

Il convient de préciser en premier lieu que la loi du 26 mai 2011 comprend une double limitation de son champ d'application. Son article 2 précise en effet que l'obligation de fixer le prix de vente au public ne s'impose qu'aux personnes établies en France qui éditent un livre numérique dans le but de sa diffusion commerciale ; l'article 3 prévoit quant à lui que le prix de vente fixé par l'éditeur ne s'impose qu'aux personnes proposant des livres numériques aux acheteurs situés en France. **Dès lors, les offres d'abonnements proposant des livres issus de catalogues d'éditeurs étrangers ne sont pas concernées par la loi et n'ont pas à appliquer le système de prix imposé. De même, le prix des abonnements commercialisés auprès de clients situés hors du territoire national peut être fixé librement par le diffuseur.**

Par ailleurs, **l'obligation de fixation du prix par l'éditeur porte sur le prix de vente au public et non sur le prix de vente au diffuseur. Cela signifie donc que les conditions de rémunération de l'éditeur ne sont pas liées au prix public que ce dernier aura fixé** : elles relèvent du domaine contractuel et de la liberté de négociation commerciale entre éditeur et diffuseur. Les différents modèles de rémunération présentés en première partie sont donc conformes à la loi relative au prix du livre numérique.

- **Quels modèles d'abonnement sont conformes à la loi ?**

Il ne s'agit pas, dans le cadre du présent avis, de se substituer à l'initiative des opérateurs en matière de développement commercial. Mais il apparaît nécessaire, avant d'aborder, dans une troisième partie, l'opportunité d'éventuelles modifications législatives affectant les mécanismes actuels de régulation, de **recenser au préalable les formes d'abonnements, existantes ou susceptibles d'être créées, qui se trouvent en conformité avec la loi du 26 mai 2011** afin d'apprécier les possibilités de développement dont disposent, en l'état du cadre juridique, les acteurs de la filière.

1/ Les abonnements à un catalogue composé de livres provenant d'un seul éditeur

Les offres donnant accès à un catalogue issu d'un seul éditeur sont conformes aux dispositions législatives à la condition que l'éditeur en fixe le prix, qu'elles soient directement commercialisées par ce dernier ou qu'elles soient commercialisées par un opérateur tiers.

Cette possibilité peut sembler restreinte et présenter un faible potentiel commercial dans la mesure où l'offre se limite alors aux titres d'un seul éditeur. Cependant, **compte tenu des spécificités de la politique commerciale qui peut sous-tendre le modèle des abonnements, attachée à répondre aux usages nés du développement du numérique et à des formes de sociabilités en réseau, cette éventualité n'est pas dépourvue d'intérêt pour les maisons d'édition ou les collections dotées d'une identité forte et bénéficiant de communautés de**

lecteurs fidèles. La production de genre notamment – romance, science-fiction, *fantasy*... – se prête particulièrement à ce type d’usages, auxquels peuvent être associées de nombreuses fonctionnalités de type participatif.

Par ailleurs, des opérateurs désireux de constituer une offre plus variée peuvent obtenir de différents éditeurs **une cession de droits limitée à ce type d’exploitation, afin de proposer l’équivalent d’une édition de seconde gamme**, commercialisable par exemple sous forme d’abonnement ou de location à l’unité. L’ordonnance du 12 novembre 2014 modifiant les dispositions du code de la propriété intellectuelle relatives au contrat d’édition organise les conditions de la cession par l’auteur des droits d’exploitation numérique du livre et les comptes qui doivent lui être rendus dans ce cadre.

Un tel mécanisme se rapprocherait à la fois de celui des éditions de poche et du modèle des clubs de livres dans le livre imprimé. Contrairement à la loi de 2011, la loi Lang de 1981 prévoit, dans son article 4, l’éventualité de modes de commercialisation distincts des circuits de vente classiques : la « *diffusion par courtage, abonnement ou par correspondance* ». Cette mention, qui concerne notamment les clubs de livres, introduit une forme de chronologie des médias en autorisant à fixer, pour ces modes de diffusion, au terme d’un délai de neuf mois après la parution de l’ouvrage, un prix public éditeur distinct du prix public initial. L’absence de disposition de cet ordre dans la loi de 2011, notamment suite aux modifications apportées à l’article 3 lors des travaux parlementaires, ne doit pas conduire à fermer cette éventualité en matière de livre numérique dans la mesure où l’article 2 de la loi, précisé par l’article 2 du décret d’application, prévoit que le prix fixé par l’éditeur peut varier en fonction du contenu, des modalités d’accès et des modalités d’usages. Un éditeur qui propose un livre dans le cadre d’une offre de *streaming* accessible sur abonnement n’est donc pas tenu, par exemple, par le prix fixé pour l’exploitation sous forme de vente unitaire par téléchargement.

2/ Les abonnements à un catalogue composé de livres provenant de plusieurs éditeurs

Le développement d’offres proposant l’accès à un catalogue composé de livres issus de plusieurs maisons d’édition est également possible dans le cadre de la loi mais suppose une élaboration plus minutieuse afin de se conformer à l’obligation de fixation du prix par l’éditeur. Plusieurs modèles peuvent être imaginés.

En premier lieu, **les offres d’abonnement permettant d’accéder à un nombre prédéfini d’ouvrages** sont conformes à la loi dès lors que le prix acquitté par l’usager correspond à la somme des prix de location unitaire fixés par l’éditeur de chaque livre ou bouquet de livres composant l’offre. Ce type de formules, également **proche dans son esprit des clubs de livres**, peut fonctionner **par exemple à la façon d’un « chèque livre » ou sur le mode d’un système à points dans lequel l’abonnement mensuel permet au lecteur de provisionner un compte et d’emprunter un nombre d’ouvrages correspondant au crédit dont il dispose**. Chaque livre se voit affecter une cotation associée à un prix comme c’est le cas, par exemple, pour la tarification des ouvrages de certaines éditions de poche.

Les services de lecture numérique par abonnement proposant **un accès illimité à un catalogue de livres provenant de différents éditeurs** sont susceptibles de soulever des difficultés au regard des principes régissant l’interdiction des ententes sur les prix. En effet, puisqu’il revient à l’éditeur de fixer le prix de l’abonnement, une telle éventualité obligerait des concurrents à fixer en commun le prix de vente d’un service, ce qui est illicite. La prohibition des ententes ne s’applique toutefois pas s’agissant de sociétés appartenant au

même groupe²⁴. Dans ces conditions, un prix d'abonnement commun pourrait être fixé pour un abonnement proposant un catalogue de livres issus de **différents éditeurs d'un même groupe**.

Par ailleurs, rien n'empêche les acteurs du marché de mettre en place une offre dont le prix de l'abonnement correspondrait à la somme des prix de vente au public de chaque offre établis par chaque éditeur, à condition que la ventilation précise des coûts unitaires soit portée à la connaissance du public. Deux formules commerciales peuvent ainsi être proposées, distinctement ou de manière combinée : d'une part, **une offre « menu », à prix fixe sous forme de bouquet déjà constitué par l'opérateur** ; d'autre part, **une offre « à la carte », à coût variable dans laquelle l'utilisateur choisit les catalogues auquel il souhaite s'abonner**. Ce système se rapproche du fonctionnement des abonnements aux chaînes de télévision, au sein desquels il est possible de souscrire à un bouquet pré-défini ou d'en composer un à partir de bouquets distincts ou de chaînes unitaires proposées en option. Un tel mécanisme permet à l'opérateur de facturer à l'abonné le prix fixé par l'éditeur pour chaque offre de livres composant son bouquet et de l'informer du montant de ce prix.

Cette description technique des possibilités offertes par la loi du 26 mai 2011 fait évidemment abstraction des efforts et des effets de présentation marketing que ne manqueraient pas de produire les opérateurs. Elle ne vise qu'à montrer leur diversité et leur capacité à répondre aux attentes des lecteurs, en termes de simplification de l'accès aux œuvres (interface technique, prescription, feuilletage ...) et d'anticipation du budget engagé (paiement forfaitaire).

Cependant, peut-on considérer que cette faculté d'innovation laissée aux acteurs est suffisante pour dynamiser le marché du livre numérique ou convient-il plutôt de modifier les dispositions législatives et les mécanismes de régulation afin de permettre aux opérateurs de bénéficier de capacités d'expérimentation accrues ?

La loi de 2011 n'interdit pas l'abonnement mais elle en conditionne les modalités

Sans être exhaustif et en laissant à l'initiative des opérateurs la responsabilité d'imaginer des offres légales répondant aux attentes des lecteurs, on peut évoquer quelques formules envisageables, témoins de la diversité des possibilités offertes par le cadre légal : abonnement à un catalogue de livres provenant d'un même éditeur accompagné des services propres au numérique (feuilletage, sociabilité en réseau, prescription...), abonnement à un catalogue constitué à partir de la cession de droits limitée à ce type d'exploitation (équivalent d'une édition de seconde gamme de type livre de poche ou club de livres), abonnement à un nombre prédéfini d'ouvrages, abonnement à un « compte livres » (sur le mode des chèques livre ou d'un système de points), abonnement à un bouquet d'offres éditeur (au menu ou à la carte)...

²⁴ À condition que ces sociétés n'aient pas d'autonomie et soient détenues à plus de 75 % par la société mère.

3. Faut-il modifier la loi de 2011 ?

Cette question est étroitement liée à celle du déploiement de nouvelles offres commerciales et, plus largement, de l'essor du marché du livre numérique qui apparaît ralenti ou limité en France.

En effet, selon le baromètre GFK²⁵, si le marché a doublé de taille entre 2012 et 2013, sa croissance en nombre de téléchargements payants n'a cru que de 45 % en 2014. Il représente **1,6 % du marché global en valeur et 2,4 % en volume**, sachant qu'en nombre de titres l'offre numérique est quatre fois moindre que celle du livre imprimé.

Les conditions, en termes de pratiques de lecture²⁶ et de taux d'équipement, semblent pourtant réunies pour que le marché numérique prospère en France à hauteur de ce qui peut être observé notamment dans les pays anglo-saxons²⁷. Si la proportion de lecteurs a baissé en France depuis le tournant des années 1990, tendance particulièrement sensible parmi les forts lecteurs, cette diminution n'a fait que réduire l'écart qui existait avec les États-Unis²⁸. Quant au taux d'équipement des ménages français, celui-ci peut être considéré comme significatif si l'on prend en compte l'ensemble des terminaux permettant la lecture numérique (*smartphones*, tablettes et liseuses)²⁹.

La question de la dynamique du livre numérique, de la capacité des acteurs de la filière à répondre aux attentes (supposées ou réelles) des lecteurs, est de fait importante. Mais ne peut-elle se résoudre que dans l'abandon du système de régulation par le prix ?

Une modification de la loi de 2011 ne trouverait de justification que dans l'hypothèse où, d'une part, il serait établi que des mécanismes de régulations alternatifs peuvent être avantageusement substitués aux cadres existants et, d'autre part, que l'essor du marché numérique est conditionné par une ouverture, plus large encore que ne le permet déjà la

²⁵ Hugueny H., « Numérique. Croissance sous contrôle », *Livres Hebdo* n°1028, 6 février 2015, p. 28-29.

²⁶ Selon la synthèse établie en mars 2014 par l'observatoire de l'économie du livre (DGMIC/SLL) du ministère de la Culture et de la Communication indique, : « 69 % des Français de 15 ans et plus ont lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois, 22 ont lu de 1 à 4 livres, 28 % ont lu de 5 à 19 livres et 18% ont lu 20 livres et plus (source : Ipsos MediaCT pour Livres Hebdo, « Les nouveaux lecteurs : état des lieux et évolution des pratiques de lecture depuis 2011 », mars 2014, enquête en face à face auprès d'un échantillon de 1.000 personnes de 15 ans et plus) ». [[lien](#)]

²⁷ Dans son *Rapport d'activité 2014*, le SNE indique que : « aux États-Unis, les ventes de livres numériques représentent en 2013 27% du CA dit « trade » contre 20% en 2012 (*The Association of American Publishers*). En Angleterre, le numérique représente en valeur 15% du marché du livre contre 12% en 2012 (*The Publishers Association*) » (p. 76) [[lien](#)].

²⁸ « La tendance générale en matière de lecture de livres est la même en France et aux États-Unis : la proportion de lecteurs a baissé depuis le tournant des années 1990 dans les deux pays. La baisse a été plus significative encore en France pour les forts lecteurs : la proportion de personnes ayant lu vingt livres ou plus dans l'année a diminué d'un tiers en une vingtaine d'années, ce qui tend à réduire l'écart avec les États-Unis où la lecture de livres occupait une place nettement moindre dans le paysage des pratiques culturelles à la fin des années 1980. ». Christin A. et Donnat O., « Pratiques culturelles en France et aux États-Unis. Éléments de comparaison 1981-2008 », *Culture Etudes*, 2014-1, p. 5 [[lien](#)]

²⁹ Le SNE fait ainsi valoir, en se fondant sur le baromètre GFK, que les Français se sont massivement équipés, en 2013, en appareils permettant la lecture numérique, qu'ils soient ou non lecteurs de livres numériques : 18% de la population disposait de tablettes début 2014 et près de 50 % de la population était équipée de smartphones. L'équipement de liseuses en revanche, terminal plus propice à une pratique intensive de lecture, ne touche que 850 000 Français, soit moins de 2 % de la population (*Rapport d'activité 2014*, p. 73).

loi, des possibilités de développement des formules d'abonnement. Ce sont les questions abordées dans cette partie.

3.1 La perception des mécanismes de régulation par les acteurs du livre

Le système de prix imposé n'est que très marginalement contesté dans l'univers du livre imprimé, à la différence du livre numérique où il peut arriver que deux critiques soient formulées à son égard : il est avancé, d'une part, que la régulation par le prix peut constituer un frein à l'innovation et, d'autre part, que la combinaison des deux systèmes de régulation confère à l'éditeur un poids trop important, ce dernier pouvant ainsi privilégier l'un des deux marchés au détriment de l'autre.

- **Les risques de la dérégulation**

Néanmoins, une grande partie de la filière demeure attachée au système de prix imposé, considérant qu'il a fait ses preuves par le passé et qu'il ne se présente pas d'autres possibilités pour permettre aux acteurs d'exercer leurs responsabilités. Ainsi, **la majorité des personnes interrogées dans le cadre de la présente consultation a affirmé qu'il était nécessaire de garantir, sous une forme ou une autre, la régulation des offres d'abonnement.**

La logique même de ces modes de commercialisation, en l'absence de régulation extérieure, contient un risque économique fort pour la filière, ainsi que l'avancent nombre d'acteurs auditionnés, dans la mesure où **elle renforce le poids, déjà important, des diffuseurs et des opérateurs de télécommunication dans les industries culturelles.** Le système ne peut que conforter les phénomènes de concentration qui se manifestent déjà et qui permettent, selon une logique *winner-takes-all*, à un faible nombre d'acteurs de dominer le marché et à un nombre toujours plus réduit d'œuvres de polariser des parts toujours plus importantes des revenus du secteur. Le mécanisme de l'abonnement, du fait de la profusion à laquelle il donne accès, implique en contrepartie la mise en place de dispositifs de prescription. Or ces derniers, fondés, en fonction des algorithmes ou des politiques d'éditorialisation, sur les usages des pairs ou sur les choix du diffuseur, ont tendance à mettre en avant un nombre réduit d'œuvres et à contribuer à renforcer ces phénomènes de concentration. On évoque alors une « best-sellerisation » du système éditorial.

Les conséquences d'une dérégulation seraient donc immédiates tant pour les acteurs de la filière que pour les lecteurs. Pour les éditeurs, le risque serait de se trouver dans une relation de dépendance vis-à-vis de diffuseurs qui profiteraient de leur position pour imposer des politiques tarifaires agressives et dangereuses relevant de stratégies de captation des données d'usage ou d'accaparement de marchés et de logiques de développement utilisant le livre comme simple produit d'appel.

C'est toute la logique de la loi de 1981 et ses effets bénéfiques bien documentés qui seraient remis en cause. Surtout, **la diversité éditoriale serait *in fine* affectée.** La régulation par le prix vise en effet à empêcher une surenchère dans la concurrence tarifaire qui affecterait la rétribution des détenteurs de droits au point de compromettre le maintien de toute activité rémunératrice pour l'amont de la chaîne. Dans le secteur musical, les revenus générés par les

offres de *streaming* sont réduits pour les créateurs³⁰. **L'enjeu du financement de la création est central.**

La combinaison de ces différents effets pourrait par ailleurs dissuader les opérateurs de poursuivre l'exploitation des livres à rendement faible ou tardif. Les conséquences seraient donc exactement inverses aux objectifs poursuivis dans la mise en place des abonnements, parmi lesquels figure prioritairement la possibilité d'offrir de nouveaux modes de commercialisation aux ouvrages qui peinent à se maintenir ou même à trouver leur place dans les circuits de vente existants.

- **L'auto-régulation, mécanisme nécessaire mais insuffisant**

Les opérateurs des services d'abonnement rappellent tous que ce mode de commercialisation ne doit être employé ou ne présente un intérêt commercial positif que dans le cadre de stratégies ciblées : exploitation de fonds de catalogue, valorisation de segments spécifiques ou encore opérations ponctuelles de promotion. L'offre d'abonnement est largement présentée comme un outil de dynamisation commerciale qui doit être employé avec discernement et mesure. Les acteurs les plus opposés à ce modèle, notamment parmi les éditeurs, concèdent eux-mêmes pouvoir envisager la possibilité, à moyen terme, de développer, de façon ponctuelle, des offres strictement délimitées.

Un consensus existe donc au sein de la filière sur la nécessité d'encadrer ces initiatives et d'apporter des garanties en matière de financement de la création, de transparence des flux financiers, et d'équilibre des rapports entre les différents maillons de la chaîne : auteurs, éditeurs et diffuseurs. Il est à noter que les éditeurs qui ont accepté de verser une partie de leurs catalogues à une offre d'abonnement restent peu nombreux, surtout parmi les plus importants.

Il faut en conclure tout d'abord que la régulation du secteur, particulièrement en ce qui concerne l'usage qui peut être fait de ces modes de commercialisation novateurs mais présentant de forts risques, repose principalement sur **la responsabilité des acteurs**. Les mécanismes d'encadrement ne doivent pas avoir pour effet d'inciter la filière à attendre de la puissance publique qu'elle se substitue aux professionnels pour organiser le secteur et veiller au développement équilibré de nouveaux marchés. **L'immobilisme dans un univers dématérialisé est particulièrement dangereux et invite à des comportements de contournement destructeurs.**

Cette auto-régulation ne peut toutefois se suffire à elle-même : encore faut-il que les acteurs soient placés en situation de pouvoir l'exercer. À cet égard, les formes d'auto-régulation que les diffuseurs ou certains éditeurs souhaitent favoriser à l'éventualité d'une norme extérieure et contraignante, apparaissent insuffisantes pour garantir l'équilibre du secteur.

Un mécanisme externe et des dispositions contraignantes sont nécessaires, en renfort de ce que les acteurs de la filière pourront mettre en œuvre par eux-mêmes.

³⁰ Ces services de *streaming* « pèsent et deviennent donc un enjeu pour les créateurs. Il y a un plébiscite du consommateur, et très nombreuses sont les œuvres utilisées, mais malheureusement – je parle surtout pour les offres financées par la publicité –, c'est très peu d'argent généré pour les créateurs. », conclut David El Sayegh, secrétaire général de la Sacem, lors son intervention au 10^e Forum de la SGDL (citée en 1^{ère} partie).

La filière est, à juste titre, attachée au principe de la régulation du marché du livre. Les offres d'abonnement elles-mêmes renvoient, aujourd'hui, à une logique de segmentation du marché dont l'éditeur est présenté comme le garant (pour le choix des livres inclus dans les offres, nouveautés ou fonds de catalogue, choix des genres...). La régulation apporte précisément la garantie de cette maîtrise, au bénéfice de l'équilibre économique de l'ensemble de la filière, de la rémunération juste et équitable des auteurs et de la préservation d'une diversité éditoriale.

3.2 Les mécanismes alternatifs évoqués par les acteurs du livre

Le développement des offres d'abonnement et les réflexions stratégiques et commerciales qui l'accompagnent conduisent les acteurs qui souhaitent voir se développer des modes nouveaux de commercialisation à identifier des modèles alternatifs de régulation.

- **La régulation par le prix**

Une première hypothèse consisterait à **imposer un tarif plancher** afin de veiller à ce que les diffuseurs ne sacrifient pas à leurs stratégies le montant global des produits générés, qui constitue l'assiette de rémunération des détenteurs de droits. Ce mécanisme soulèverait des difficultés aussi bien du point de vue pratique (comment définir pour chaque type d'offre le montant plancher acceptable ?) que dans son principe même puisqu'il consisterait à substituer au système de prix régulé un système de prix administré non conforme avec le cadre juridique.

Une autre possibilité impliquerait de **fixer un niveau minimal de rétribution de l'éditeur par le diffuseur, ou encore de l'auteur**, soit en valeur absolue (un prix fixe par livre) soit en valeur relative (un taux minimum). Ce type de solution a été adopté dans le secteur du cinéma lors de la diffusion des cartes d'abonnement illimité avec l'établissement d'un montant minimal reversé par l'exploitant aux producteurs pour chaque entrée.

- **La régulation par les cycles de vie**

L'autre grand modèle de régulation alternatif porte sur les cycles de vie du livre. **Inspiré des mécanismes de chronologie des médias qui prévalent dans le secteur audiovisuel, ce type d'initiative permettrait de veiller à ce que les formules d'abonnement ne cannibalisent pas les marchés de la vente ou même de la location unitaire.**

Cette hypothèse figurait dans la proposition de loi relative au prix du livre numérique mais en a été retiré suite aux échanges avec les acteurs de la filière qui ont considéré qu'il serait difficile d'établir une fenêtre d'exploitation commune pour tous les types de livres, tant la production éditoriale est diversifiée et tant chaque segment de l'édition connaît des cycles propres de vie commerciale.

Néanmoins, ce type de mécanisme a été fortement défendu à l'occasion de plusieurs auditions, notamment par des opérateurs proposant des services d'abonnement mais également par des détaillants qui ne proposent pas et ne prévoient pas dans l'immédiat de proposer ce type d'offres.

- **La régulation par la segmentation de l'offre**

Enfin, lors des auditions, diverses hypothèses de segmentation réglementée de l'offre ont également été évoquées, **selon des modalités proches des dispositifs anti-concentration**.

Il a ainsi notamment été proposé d'instaurer **une séparation des activités de vente et de location** afin d'éviter les déséquilibres dans les rapports entre professionnels, notamment entre éditeurs et diffuseurs. Dans un tel schéma, le *streaming* serait réservé à la location et le téléchargement à l'achat, les deux activités étant prises en charge par des opérateurs distincts.

Il a également été suggéré d'imposer aux éditeurs de proposer leurs offres à l'ensemble des revendeurs afin de garantir le maintien d'une diversité des circuits de diffusion.

Des garanties sont également attendues, notamment par les auteurs, en matière de **transparence des accords financiers** et de l'usage qui est fait des œuvres dans l'univers numérique en général et dans le cadre des abonnements en particulier.

Des propositions ont été faites en matière de collecte et de mise à disposition des données d'usage, avec la possibilité de **contraindre les diffuseurs à communiquer aux détenteurs de droits l'ensemble de ces informations**.

Ces différentes modalités de régulation sont plus interventionnistes que le système de prix imposé et plus complexes à mettre en œuvre que la régulation par le prix. Leurs possibles effets directs ou indirects, bénéfiques ou défavorables au secteur, resteraient par ailleurs à apprécier. Le mécanisme de régulation risquerait en particulier de se trouver fragilisé au regard du droit communautaire et du droit de la concurrence.

La modification du cadre de régulation existant – que ce soit par l'adoption d'un mécanisme alternatif ou en s'appuyant sur des formes d'auto-régulation non contraignantes pour les opérateurs – soulève donc de nombreuses difficultés. Cette éventualité **ne peut être envisagée qu'avec précaution, d'autant qu'il n'est pas établi d'une part, que l'abonnement est la condition unique et suffisante de l'essor du marché du livre numérique et d'autre part, que les formules d'abonnement conformes à la législation sur le prix du livre ne sauraient satisfaire les attentes des lecteurs.**

Les hypothèses d'autorégulation ou de modalités alternatives de régulation – chronologie des médias, prix plancher, minimum garanti... – n'apportent pas les mêmes garanties et sont surtout plus complexes et plus interventionnistes que le système actuel.

3.3 L'abonnement est-il la condition du développement du marché numérique ?

Le faible essor du marché français du livre numérique a longtemps été imputé à l'offre, considérée comme trop réduite et insuffisamment attractive pour favoriser un développement des pratiques. L'offre de livres numériques s'est cependant étoffée depuis lors de façon substantielle : le SNE fait état pour 2013 de 200 000 livres numériques publiés par des éditeurs français et d'environ 330 000 livres numériques en langue française. 21% des titres publiés en France sont également disponibles en format numérique.³¹ Le faible essor du marché du livre numérique en France tient donc à d'autres causes qu'à une insuffisance de l'offre.

³¹ <http://www.sne.fr/loffre-de-livre-numerique-en-france-en-2013/>

- **Les freins à l'essor du marché du livre numérique en France et le risque du piratage**

Les acteurs de la filière apparaissent partager une même analyse des facteurs qui peuvent bloquer le développement du marché du livre numérique en France. **Les deux freins les plus fréquemment évoqués sont, d'une part, le niveau de tarification et, d'autre part, la difficulté d'accès induite par les solutions techniques adoptées.**

Selon le SNE, le prix moyen d'un livre numérique en France est inférieur de 30 % au prix du livre imprimé en grand format, alors que la différence de prix aux États-Unis est au moins de 40 %. Cela signifie donc que les nouveautés sont commercialisées à un prix très supérieur au seuil psychologique d'achat estimé à 10 euros, évoqué aussi bien par l'*Étude des perceptions et usages du livre numérique* (Hadopi/GLN) que par le *Baromètre des usages du livre numérique* (Sofia/SNE/SGDL), cités précédemment. À titre de comparaison, le prix moyen d'une édition de poche se situe entre 6 et 7 euros.

D'ailleurs, le *Baromètre* Sofia/SNE/SGDL indique que parmi les facteurs que les usagers identifient comme susceptibles de les amener à développer une pratique de lecture numérique, figure en première place l'existence de grilles tarifaires plus abordables. Un effort a déjà été engagé sur la tarification par les éditeurs mais l'abonnement est présenté comme une solution susceptible de donner au marché une impulsion décisive.

L'autre frein principal identifié est la difficulté d'accès ou d'utilisation. Sont notamment mis en cause, outre l'existence de formats propriétaires non interopérables qui empêchent de circuler aisément d'un terminal ou d'un environnement à un autre, l'existence de modes de protection qui exigent du lecteur qu'il se plie à des opérations parfois complexes ou qu'il demeure dans un système totalement fermé. Les mécanismes de protection de type DRM (*Digital Rights Management*), outre le poids qu'ils représentent dans les coûts de production des livres numériques, empêchent certains usages qu'affectionnent les lecteurs comme la possibilité de prêter des ouvrages au sein du cercle familial ou amical.

Ces facteurs de blocage risquent de favoriser le développement du piratage. La perception de ce phénomène est assez divergente parmi les acteurs. Certains considèrent qu'une étape décisive a été franchie à l'automne 2014 qui augure d'une massification de la pratique comparable à celle connue dans les secteurs de l'audiovisuel et de la musique³². L'étude conduite par la Hadopi et le GLN fait notamment valoir que « 34% des lecteurs déclarent avoir recours à des moyens illicites pour se procurer leurs livres numériques souvent ou de temps en temps . Les motifs invoqués pour cet accès illicite sont notamment le prix, la perception d'une offre parfois limitée et le poids des habitudes ». Tandis que « le partage de livres numériques entre lecteurs est une pratique assez répandue puisqu'ils sont 46% à déclarer en fournir à d'autres personnes »³³. D'autres pensent que le phénomène du piratage demeurera résiduel – de même que le livre ne se convertira jamais complètement au numérique – et qu'il serait donc inconsideré d'appliquer au secteur des recettes conçues dans un contexte où le piratage était avéré et massif.

En tout état de cause, nul ne s'oppose à l'idée qu'il est nécessaire de favoriser le dynamisme de l'offre légale, afin de juguler tout risque de développement des circuits de diffusion illicites et dans un souci de renforcement global de la filière.

³² Belot L., « Livres piratés : l'âge de raison », *Le Monde des Livres*, 21 janvier 2015.

³³ <http://www.hadopi.fr/actualites/actualites/etude-des-perceptions-et-usages-du-livre-numerique>

- **Dynamiser l'offre légale**

À cet égard, le modèle de **l'abonnement peut être présenté comme un levier** de développement du marché numérique en raison de ses trois principaux atouts que sont **la maîtrise de la dépense pour l'utilisateur, la profusion de l'offre et la facilité d'accès**.

Ces qualités doivent toutefois être relativisées. En termes de coût, l'offre pour l'utilisateur n'est intéressante qu'à condition de pratiquer la lecture de manière intensive, ce qui ne correspond pas aux usages les plus fréquents. La profusion de l'offre quant à elle demeure toujours limitée, d'autant qu'elle peut être artificiellement alimentée. Les exemples étrangers montrent que des offres significatives en nombre mais pauvres qualitativement ne rencontrent pas leur public. Enfin, la facilité d'accès à l'offre ne tient pas tant aux spécificités du modèle de l'abonnement qu'aux outils d'accompagnement que permet le numérique.

Par ailleurs, chacune de ces qualités peut induire des effets négatifs. La simplicité d'utilisation est souvent conditionnée par la mise en place d'environnements fermés afin de combiner l'exigence de fluidité de l'expérience pour l'utilisateur et le renforcement des systèmes de protection rendu nécessaire par le principe d'accès temporaire. Le paiement forfaitaire peut favoriser quant à lui un comportement de repli sur un seul canal de diffusion³⁴. En somme, ce sont les usages qui perdent en dynamisme dans le cadre de ces offres, ce qui n'est pas forcément favorable à l'essor du marché ou à la diversité culturelle.

L'abonnement ne doit donc pas être considéré comme la seule forme de réponse envisageable au piratage ou à la lenteur de développement du marché, ni même forcément comme la plus efficace si l'on considère les risques que ce modèle peut faire peser, en dehors de toute régulation, sur le financement de la création. Il convient de noter à cet égard que le développement du marché numérique dans les pays anglo-saxons s'est fait avant même que n'apparaissent des formules d'abonnement ; ces dernières ne sont donc pas la condition du développement du marché. De même dans les secteurs de la musique et de la vidéo, la consommation de biens culturels en *streaming* s'est développée préalablement à l'apparition de formules d'abonnement.

L'innovation ne se situe donc pas seulement ni même forcément en premier lieu du côté de l'abonnement. **La question du prix trop élevé et des mesures de protection trop contraignantes peut être abordée et traitée en dehors de la question de l'abonnement.** Il reste aux acteurs de la filière à adopter une attitude dynamique et non conservatrice en la matière.

Les possibilités ouvertes en termes de gestion de l'offre aussi bien que de stratégies promotionnelles se trouvent considérablement renforcées dans l'univers du numérique. De nouvelles techniques de valorisation des catalogues sont rendues possibles, conférant une résonance nouvelle à l'activité de médiation développée de longue date en librairie et en bibliothèque. Les diffuseurs sont ainsi en capacité aujourd'hui de constituer des sélections ciblées fondées sur les goûts des usagers tout en stimulant leur curiosité. Il est également

³⁴ L'enseignement tiré de la mise en place des cartes d'abonnement illimité dans les multiplexes montre que les usagers peuvent avoir tendance à se cantonner à un seul réseau d'exploitants et à se priver de l'offre présente dans les autres circuits de distribution, dès lors qu'ils souscrivent à un abonnement. Si les premières études effectuées auprès d'abonnés à des services de lecture numérique semblent indiquer une tendance différente, ces données, encore très partielles, restent à être confirmées dans la mesure où les premiers expérimentateurs de ces offres ne sont probablement pas représentatifs de l'ensemble du lectorat (cf. Offender N., *op. cit.*).

possible de proposer aux lecteurs des fonctionnalités de feuilletage au sein des catalogues qui ne nécessitent pas forcément d'adopter un modèle d'abonnement.

Les possibilités d'innovation sont nombreuses, qu'il s'agisse des formes d'abonnement autorisées par la loi de 2011 ou de l'ensemble des initiatives associées à l'évolution des usages qui ne sont pas dépendantes de la mise en place d'abonnements³⁵.

Il apparaît donc inopportun de modifier les dispositions législatives relatives au prix du livre numérique dans la mesure où le développement du marché et l'expérimentation ne sont pas bloqués par le système actuel de régulation par le prix. Une dérégulation ou un changement de dispositif présenterait des risques bien supérieurs, pour l'équilibre de la filière, aux difficultés, somme toute surmontables, que pourront rencontrer les opérateurs proposant des services d'abonnement pour se mettre en conformité avec la loi.

Dans l'éventualité où cette proposition serait retenue par la ministre de la Culture et de la Communication et qu'il ne serait pas envisagé de procéder à une modification législative, il reviendrait en effet aux acteurs concernés de veiller à adopter un modèle qui ne contrevienne pas aux dispositions de loi du 26 mai 2011. À cet effet, une procédure de conciliation devrait être mise en œuvre, en application de l'article 144 de la loi du 17 mars 2014 relative à la consommation, afin d'accompagner les opérateurs dans leur démarche de mise en conformité.

L'abonnement n'apparaît pas être la condition du développement du marché du numérique, relativement faible en France. Si les freins à cet essor – notamment le niveau de tarification du livre numérique et les modalités trop contraignantes de protection – risquent de favoriser le piratage, l'abonnement n'apporte de réponses que très relatives.

Dès lors, compte tenu de l'importance de la régulation pour assurer un développement équilibré de la filière du livre et du caractère insatisfaisant des solutions alternatives, il n'est pas justifié de renoncer au système de régulation par le prix. Le médiateur ne préconise donc pas de modifier la législation. Il revient aux acteurs de la filière de développer, de manière dynamique, des offres légales.

Laurence ENGEL

³⁵ Pour les usagers, « le paiement est associé non pas aux contenus eux-mêmes mais aux services rendus par les plates-formes ». Il y aurait donc une disposition à payer pour des abonnements proposant des services jugés intéressants, « y compris de manière assez paradoxale pour se procurer des contenus en toute illégalité ». Cf. Farchy, J. et Jutant C. *Qui a peur du marché de l'occasion numérique ? La seconde vie des biens culturels*. Paris, Presses des Mines, 2015, p. 91.

*Liberté Egalité Fraternité
République Française*

Ministère de la Culture et de la Communication

La Ministre

Madame Laurence ENGEL
Médiateur du livre
Cour des comptes
13, rue Cambon
75001 PARIS

Paris, le **24 DEC. 2014**

Nos réf. : INST/126/MGI

Madame le Médiateur, *Chère Laurence,*

Le développement du numérique a donné naissance à des offres commerciales inédites dans le secteur culturel. Il s'agit en particulier des offres proposant à travers un abonnement l'accès illimité à un catalogue d'œuvres, qui sont devenues dans une période récente un modèle concurrent à l'achat unitaire. Ce phénomène a pris une ampleur particulière dans le secteur de la musique et de l'audiovisuel.

Le lancement récent de telles offres en France dans le secteur du livre est source d'interrogation de la part des acteurs du secteur – éditeurs, libraires et auteurs.

Dans le cadre des offres telles qu'elles sont proposées actuellement, l'utilisateur final verse mensuellement à l'opérateur une somme forfaitaire, en contrepartie de laquelle il obtient l'accès intégral à un très large catalogue de livres, panachant les collections de multiples éditeurs ainsi que des titres auto-édités.

Je m'interroge cependant sur la licéité de cette offre groupée d'abonnement au regard de la loi n° 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique.

L'article 2 de la loi prévoit en effet qu'il revient à l'éditeur de fixer le prix de chacune des offres de livres numériques qu'il commercialise, qu'il s'agisse d'offre à l'unité ou d'offre groupée. Le décret n° 2011-1499 du 10 novembre 2011 pris en application de cette loi précise en outre que l'éditeur doit faire connaître ces prix à l'ensemble des détaillants proposant des offres de livres numériques.

Je vous saisis afin de clarifier, au regard de la législation relative au prix du livre numérique, le statut de ces offres d'abonnement dont le prix est défini non pas par l'éditeur mais par le revendeur.

.../...

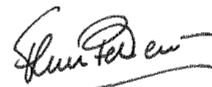
3, rue de Valois, 75033 Paris Cedex 01 France - Téléphone : 01 40 15 80 00

Annexe 1 : lettre de saisine

Je vous remercie de me communiquer les conclusions de votre analyse et vos recommandations sur l'articulation entre les ventes par abonnement avec le cadre juridique en vigueur pour le 6 février 2015.

Je vous prie d'agréer, Madame le Médiateur, l'expression de ma considération distinguée.

Amitiés,



Fleur PELLERIN

Annexe 2 : liste des personnes auditionnées

Actissia

Jorg Hagen (PDG)

Amazon France

Marie-Pierre Sangouard (directrice Kindle France)

Cédric Florentin (directeur juridique France)

Faustine Pasquier-Cléray (juriste)

Véronique Corduant (affaires publiques)

Chapitre.com

Didier Ballot (directeur)

Nicolas Faroux (directeur des opérations)

Conseil national du numérique

Benoit Thieulin (Président)

Nathalie Bloch-Pujo (Membre)

Laurence Le Ny (Membre)

Jan Krewer (Rapporteur SG)

Cyberlibris

Eric Briys (co-fondateur)

Dilicom

Véronique Backert (directrice)

E-Dantes

Arnaud Levasseur (directeur commercial)

Editis

Alain Kouck (PDG)

Isabelle Ramond-Bailly (directrice juridique)

Eyrolles

Marie Pic-Pâris Allavena (directrice générale)

Fédération européenne des éditeurs

Pierre Dutilleul (président)

Feedbooks

Hadrien Gardeur (co-fondateur)

Fnac

Coralie Piton (directrice du livre)

Yohann Petiot (responsable des affaires publiques)

Groupement pour le développement de la lecture numérique

Bertrand de La Bourdonnaye (président)

Antoine Garnier (secrétaire général)

Hachette

Arnaud Nourry (PDG)
Laure Darcos (directrice affaires publiques)

La Découverte

François Gèze (fondateur)

La Martinière

Hervé de La Martinière (PDG)
Patrick Gambache (directeur de Points)

Leslibraires.fr

Thomas Le Bras (chef de projet)

Madrigall

Antoine Gallimard (PDG)
Alban Cerisier (secrétaire général)

Média Participations

Claude de Saint-Vincent (directeur général)

Ministère de la culture et de la communication

Direction générale des médias et des industries culturelles

Laurence Franceschini (directeur général)
Nicolas Georges (directeur du livre et de la lecture)
Rémi Gimazane (chef du département de l'économie du livre)
Mattias Guyomar (conseil)

Sécrétariat général

Jean-Philippe Mochon (chef du service des affaires juridiques et internationales)
Estelle Airault (Chef du bureau des affaires européennes)

MoonDog

Stéphane Valcauda (directeur de la technologie)

Numilog

Denis Zwirn (PDG)

Pirpl

Laurent Le Toriellec (président)

SmartNovel

Jean-Charles Fitoussi (co-fondateur)
Véronique Girard (co-fondateur)

Société civile des auteurs multimédia

Hervé Rony (directeur)
Marie-Christine Leclerc-Senova (directrice des affaires juridiques)

Société des gens de lettres

Marie Sellier (présidente)
Geoffroy Pelletier (directeur)
Valérie Barthez (responsable juridique)

Société française des intérêts des auteurs de l'écrit

Christian Roblin (directeur)

Florence-Marie Piriou (secrétaire générale)

Syndicat de la librairie française

Matthieu de Montchalin (président)

Guillaume Husson (directeur général)

Syndicat des distributeurs de loisirs culturels

Jean-Luc Treutenaere (président)

Syndicat national de l'édition

Vincent Montagne (président)

Christine de Mazières (directrice générale)

TEA - The Ebook Alternative

Nicolas Pastorino (vice-président)

Tite- Live / Epagine

François Boujard (directeur Tite-Live)

Stéphane Michalon (directeur Epagine)

YouBoox

Hélène Mérillon (présidente)

Fabien Sauleman (directeur général)

Thaima Samman, Cabinet Samman

YouScribe

Juan Pirlot de Corbion (PDG)

Experts

Josée-Anne Bénazeraf, JBLM Avocat

Joëlle Farchy, Université Paris 1

Françoise Benhamou, Université Paris 13

Henri Verdier, Etalab

Annexe 3 : aperçu des services de lecture numérique par abonnement proposés à l'étranger

Cet inventaire, dépourvu de tout caractère d'exhaustivité, vise à rendre compte de la diffusion internationale des différentes offres en cours de développement et de la grande diversité des services proposés.

Allemagne	24Symbols, Amazon Kindle Unlimited, Skoobe
Belgique	Amazon Kindle Unlimited, Iznéo, Yieha
Danemark	Mofibo, Storytel
Espagne	24Symbols, Nubico, Skoobe
États-Unis	Oyster, Scribd, Amazon Kindle Unlimited
Italie	24Symbols, MediaLibraryOnLine, Rete Indaco
Norvège	Mofibo, Storytel
Pays-Bas	24Symbols, Boekenwolk, Elly's Choice, Yindo
Pologne	Czytelnia
Portugal	Multinova Livreros, Leia Com Prazer (offres limitées)
Royaume-Uni	24Symbols, Amazon Kindle Unlimited, Mills and Boon
Russie	Bookmate
Suède	Storytel

24Symbols

<https://www.24symbols.com/>

A été créé en Espagne en 2011 et s'est développé depuis dans de nombreux pays. Son catalogue comprend 200 000 titres en 10 langues. Deux formules d'abonnement sont proposées : un accès par *streaming* gratuit avec publicité et un accès par téléchargement payant sans publicité. La plate-forme dispose de fonctions de réseau social.

Amazon Kindle Unlimited

<http://www.amazon.com>

Le service de lecture numérique par abonnement proposé Amazon, suite à une première expérience dans le cadre de l'offre Amazon Premium, a été lancé en juillet 2014 aux États-Unis. Il a été étendu dans de nombreux pays au second semestre 2014. Il propose 700 000 titres dont 20 000 en français pour un abonnement mensuel de 9,99 \$ ou 9,99 €.

Boekenwolk

<http://www.boekenwolk.nl/>

Il s'agit d'un service consacré à la littérature jeunesse et proposé aux Pays-Bas. Le barème de prix de l'abonnement débute à 5,90 € par mois.

Bookmate

<https://bookmate.com/>

Le site russe propose un catalogue de 500 000 titres en 9 langues. Il indique avoir 2 millions d'utilisateurs dans les pays russophones. Les éditeurs ont accès sans restriction aux données d'usage.

Czytelnia

<http://www.legimi.com/play/>

Le service polonais a été développé par Legimi en partenariat avec Play l'opérateur de télécommunication national. Il propose un catalogue de 3 000 titres.

Elly's Choice

<http://www.ellyschoice.nl/>

L'offre, proposée aux Pays-Bas depuis 2014, propose une sélection mensuelle de 10 livres numériques pour un tarif de 2,99 € par mois avec engagement annuel.

Izneo

<http://www.izneo.com/>

Il s'agit d'une plate-forme française détenue par plusieurs éditeurs et consacrée à la bande dessinée. Elle propose de la vente, de la location à l'unité et une formule d'abonnement pour 9,90 € par mois.

Mills and Boon

<http://www.millsandboon.co.uk/>

L'éditeur anglais spécialisé dans la littérature sentimentale propose un service d'abonnement sur le mode d'un club de livres avec engagement à acheter. Le lecteur peut souscrire à un ou plusieurs bouquets thématiques.

Mofibo

<https://mofibo.com/>

A été créé en 2013 au Danemark. Son catalogue comprend 20 000 titres en anglais et langues scandinaves ainsi que de la musique et des films.

Nubico

<http://www.nubico.es/>

Service espagnol créé en 2013. L'abonnement mensuel, au tarif de 8,99€, permet d'accéder à 5 titres simultanément. Certains titres exigent un supplément.

Oyster

<https://www.oysterbooks.com/>

Le service a été créé aux États-Unis en 2012. Il propose un catalogue de 500 000 livres issus et bénéficie d'accords avec plus de 1 500 éditeurs, dont HarperCollins et Simon & Schuster, parmi les plus importants. L'abonnement mensuel coûte 9,99\$. Le site a bénéficié de levée de fonds très conséquentes pour son développement.

Scribd

<https://www.scribd.com/>

Spécialisé dans le partage de documents en ligne, le site a été créé aux États-Unis en 2007. Le service d'abonnement à un catalogue de livres sous droits a été lancé en 2013. Il propose l'accès à 400 000 ouvrages pour un abonnement mensuel de 8,99 \$. Le site fait état de 80 millions de lecteurs dans une centaine de pays, dont la France.

Skoobe

<https://www.skoobe.de/>

Le service a été ouvert en Allemagne début 2012 et est en cours de lancement en Espagne. Son catalogue regroupe environ 80 000 titres. Les tarifs vont de 9.99€/mois à 19.99€/mois.

Storytel

<http://www.storytel.se/>

La plate-forme suédoise, spécialisée dans le livre audio, a notamment établi un partenariat avec Volvo afin de proposer en option un accès au service sur certains modèles de la marque.

Yieha

<http://www.yieha.be/>

Il s'agit d'un projet belge de plate-forme consacrée à la bande dessinée. Son ouverture est prévue en 2015.

Yindo

<http://www.yindo.nl/>

La plate-forme, développée aux Pays-Bas, propose un abonnement avec accès limité à un catalogue de livres audio. Le tarif annuel est débute à 49,95 €.

Annexe 4 : bibliographie sélective

Benhamou F., *Le livre à l'heure du numérique. Papier, écrans, vers un nouveau vagabondage*. Paris, Seuil, 2014.

Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (Credoc), *Le développement des forfaits illimités, quel impact sur la perception des prix*, étude de R. Berger, F. Lehuédé, R. Picard et M. Roustan, Cahier de recherche N°251, décembre 2008.

Farchy, J. et Jutant C. *Qui a peur du marché de l'occasion numérique ? La seconde vie des biens culturels*. Paris, Presses des Mines, 2015

Hadopi/Groupe pour le développement de la lecture numérique (GLN), *Etude des perceptions et usages du livre numérique*, réalisée par l'institut Ipsos, octobre 2014.

Ministère de la culture et de la communication (DGMIC/SLL), *Enquête 2013-2014 sur les acquisitions de ressources numériques*, réalisée par la société TMO Régions, avril 2014.

Ministère de la culture et de la communication (DGMIC/SLL), *Étude sur l'offre commerciale de livres numériques à destination des bibliothèques de lecture publique*, réalisée par la société IDATE, mars 2013.

Ministère de la culture et de la communication (SG/DEPS), « Pratiques culturelles en France et aux États-Unis. Éléments de comparaison 1981-2008 », étude réalisée par Angèle Christin et Olivier Donnat, *Culture Etudes*, avril 2014

Mission Culture-Acte 2 « Acte II de l'exception culturelle ». Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, rapport à la ministre de la Culture et de la Communication établi par Pierre Lescure, mai 2013.

MOTif, Pratiques de lecture et d'achat de livres numériques, étude réalisée par Dominique Boullier et Maxime Crépel, février 2013

Musique en ligne et partage de la valeur. État des lieux, voies de négociation et rôles de la loi, rapport à la ministre de la Culture et de la Communication établi par Christian Phéline, novembre 2013.

Perona M. et Pouyet J., *Le prix unique du livre à l'heure du numérique*, Paris, Ed Rue d'Ulm, 2010.

Pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques (Pipame), *Etude sur la location de biens et services innovants : nouvelles offres, nouveaux opérateurs, nouveaux modèles économiques ?*, janvier 2013.

Rifkin, J, *L'âge de l'accès : la vérité sur la nouvelle économie*, Paris, La Découverte, 2000.

Sofia/SNE/SGDL, *Baromètre des usages du livre numérique*, Vague 4, réalisé par l'institut OpinionWay, mars 2014

Syndicat national de l'édition, *L'édition en perspective 2014, rapport d'activité du SNE*, juin 2014.