

Idées

Les mutations de l'édition généraliste anglo-américaine

Professeur de sociologie à l'Université de Cambridge et co-fondateur de la maison d'édition Polity Press, John Thompson a consacré une vaste étude à l'édition généraliste dans le monde anglo-saxon, *Merchants of culture. The Publishing Business in the 21st Century* (*Marchands de culture. Le secteur de l'édition au XXI^e siècle*) mettant en valeur la double dimension commerciale et culturelle du secteur de l'édition. Le livre, résultat d'une enquête menée entre 2005 et 2010 en Angleterre et aux États-Unis, fournit une analyse extrêmement informée d'une profession qui a connu de profondes mutations ces dernières décennies. Il jette un éclairage sociologique bienvenu sur les pratiques de ce petit univers professionnel relativement peu connu, dont les logiques semblent indéchiffrables de l'extérieur. Il revient avec nous sur les modes de fonctionnement de l'édition grand-public anglo-américaine, et sur les menaces pesant sur le secteur éditorial dans son ensemble.

Comment un sociologue en vient-il à s'intéresser au monde de l'édition ?

Je travaille depuis le début des années 1980 sur la nature et le rôle des médias en tant qu'éléments constitutifs des sociétés

UN ENTRETIEN AVEC
JOHN B. THOMPSON
Propos recueillis par
Sophie Noël, sociologue,
membre associé
au CESSP-CSE (EHESS)

modernes. Afin de mieux comprendre la façon dont les industries des médias sont organisées et la nature des changements qui les affectent aujourd'hui, j'ai voulu étudier de manière empirique et comparative un secteur particulier. J'ai été frappé de réaliser que le plus ancien de ces médias – le secteur de l'édition – est celui qui est le moins étudié et le moins compris. Il y a bien sûr d'excellents universitaires qui travaillent sur l'histoire du livre, qui est une petite sous-discipline en soi, mais il y a très peu de travaux académiques de qualité sur l'édition aujourd'hui. Aussi ai-je décidé de m'y consacrer à partir de 2001. Je me suis limité au monde anglo-saxon, mais en adoptant une perspective comparative entre la Grande-Bretagne et les États-Unis parce que le secteur du livre s'est beaucoup internationalisé ces dernières décennies, et je voulais refléter cette dimension. J'ai commencé par m'intéresser à l'édition universitaire avec un premier livre, *Books in the digital age* (2005).

Je voulais voir si l'approche théorique développée dans ce livre pouvait être appliquée au monde de l'édition généraliste grand public, et j'ai commencé à travailler sur un nouveau projet de recherche, dont le résultat est *Merchants of culture*.

Comment avez-vous procédé pour conduire cette enquête ? Avez-vous rencontré des difficultés particulières ?

Pour les deux livres, je me suis appuyé principalement sur des entretiens semi-directifs avec différents acteurs du secteur. Au fil du temps, j'ai développé de nombreux contacts avec le monde de l'édition grand public et universitaire. Pour *Merchants of culture*, j'ai interviewé plus de 280 personnes, principalement à Londres et New York : des PDG de grands groupes, des responsables et des éditeurs à tous les niveaux des entreprises, mais aussi des agents littéraires, des scouts¹, des librairies, des auteurs... Je n'ai rencontré aucun problème particulier, à l'exception des grandes chaînes de librairies, où l'accès à l'information s'est avéré plus difficile, mais pas impossible.

Vous identifiez trois bouleversements majeurs ayant affecté l'édition généraliste anglo-saxonne au cours des dernières décennies. Pouvez-vous les expliquer ?

Le monde de l'édition anglo-américaine a effectivement connu trois grands changements depuis les années 1960. Le premier est le développement des grandes chaînes

de librairie. Au début du xx^e siècle, le commerce de détail en Grande-Bretagne et aux États-Unis se répartissait entre un grand nombre de petites librairies indépendantes et plusieurs points de vente non spécialisés comme les marchands de journaux et les supérettes. Les choses ont commencé à bouger dans les années 1960 avec l'apparition des centres commerciaux aux États-Unis, où se sont implantées des librairies comme B. Dalton et Waldenbooks, qui ont connu leur apogée dans les années 1970. Dans les années 1980, ces dernières ont été remplacées par les grandes chaînes de librairie comme Barnes & Noble aux États-Unis et Waterstone's en Grande-Bretagne. Leur arrivée a eu d'énormes conséquences pour le secteur du livre, dont la plus évidente est le déclin des librairies indépendantes qui, ne pouvant concurrencer les chaînes, ont mis la clé sous la porte par centaines. Mais la conséquence la plus fondamentale est ce que j'ai appelé « la révolution des premières éditions² ». En appliquant les techniques du *marketing* de masse aux livres en première édition, le potentiel de ventes de ces derniers s'est trouvé décuplé, inversant ainsi la relation traditionnelle entre édition de poche et édition reliée. Alors que dans les années 1950 et 60, les éditions de poche étaient le moteur financier de l'édition grand public, ce sont aujourd'hui les premières éditions.

La montée en puissance des agents littéraires est le second grand

1. Les « scouts » sont ici des personnes rémunérées par une maison d'édition pour la représenter à l'étranger et servir d'intermédiaire avec les éditeurs locaux.

2. Le terme « hardback revolution » employé par l'auteur se traduit littéralement par « révolution des livres reliés ». Le terme « hardback » se comprend néanmoins en opposition à « paperback » (livre de poche) : il s'agit de la première édition grand format et reliée d'un ouvrage, habituellement publiée avant l'édition poche (souple et petit format).

changement, dont nous avons du mal à percevoir l'ampleur en France...

C'est un phénomène spécifique au monde anglo-saxon : il existe des agents en France, en Allemagne et ailleurs, mais qui ne sont pas aussi nombreux ni aussi puissants. C'est un Écossais, A. P. Watt, qui est généralement considéré comme le premier agent littéraire professionnel. Il a commencé à représenter des auteurs à Londres vers 1870, et d'autres lui ont emboîté le pas peu après. Pendant un siècle, le rôle de l'agent s'est peu modifié. Mais dans les années 1980, une nouvelle génération d'agents a fait son apparition – les « super-agents ». Leur particularité était d'être des *outsiders*, des gens qui ne venaient pas du monde de l'édition et n'étaient pas attachés aux pratiques traditionnelles du métier. À leurs yeux, les agents traditionnels étaient trop proches des éditeurs, avec lesquels ils entretenaient des relations cordiales. Les super-agents ne se perçoivent pas comme des intermédiaires entre l'auteur et l'éditeur, mais comme des représentants des intérêts de leurs clients. Ils ont adopté une attitude plus combative, n'hésitant pas à se faire des ennemis. Le célèbre agent new-yorkais Andrew Wylie est le meilleur exemple de cette nouvelle race d'agents. Wylie ne vient pas du monde de l'édition, il est devenu agent directement après ses études. Il bénéficie d'une triste réputation dans le métier – on le surnomme le chacal – en raison de ses pratiques douteuses : il débauche les auteurs, ce qui est jugé méprisable dans le milieu et il demande des avances très élevées. Il est tout à la fois redouté, détesté et admiré, et il a beaucoup influencé la façon dont travaillent les agents. La troisième évolution tient à l'émergence des grands groupes d'édition.

Depuis les années 1960, un grand nombre de maisons d'édition indépendantes ont été rachetées et ont fusionné avec d'autres pour constituer de grands groupes, qui font eux-mêmes partie de conglomérats multimédia. Des noms de maisons célèbres comme Penguin ou Jonathan Cape en Grande-Bretagne, Knopf Farrar et Straus aux États-Unis appartiennent en fait à de grands groupes. On peut dire qu'aujourd'hui n'existent plus, des deux côtés de l'Atlantique, que quatre ou cinq grands groupes d'édition. Chacun de ces groupes possède plusieurs « marques » et représente une part importante des ventes globales. Les raisons de cette concentration croissante sont complexes. Tout d'abord, un grand nombre de maisons d'édition généralistes ont été créées au début du *xx*^e siècle par des éditeurs qui sont arrivés à l'âge de la retraite dans les années 1960 et ont commencé à se demander comment assurer l'avenir de leur maison, et leur avenir financier. Par ailleurs, certaines maisons d'édition à structure familiale rencontraient des difficultés financières et la vente ou la fusion apparaissait comme une solution. Du côté des grands groupes, les motivations stratégiques étaient diverses. On peut distinguer deux phases dans le mouvement de concentration. Pendant la première phase, en gros des années 1960 à 80, l'idée était de réaliser des synergies entre les contenus en ajoutant des maisons d'édition à leurs actifs, une idée qui a fait long feu. La seconde phase, qui a commencé dans les années 1980, est une phase de croissance motivée par la volonté des groupes de se développer à l'étranger. Pour des groupes comme Hachette en France et Bertelsmann en Allemagne, il y a aussi la volonté de s'implanter sur le marché de langue anglaise.

Je reviens sur le premier facteur de changement. La vente de détail a connu des bouleversements profonds, avec la forte progression des chaînes et des supermarchés, sans parler des sites de vente en ligne comme Amazon. Les libraires indépendants ont-ils encore un avenir dans les pays anglo-saxons ?

Oui, mais c'est difficile. Depuis les années 1980, d'innombrables petites librairies indépendantes ont dû fermer aux États-Unis et en Grande-Bretagne, et cela continue aujourd'hui. En Grande-Bretagne, la fin du *Net Book Agreement*³ en 1995 a rendu la situation encore plus délicate pour les indépendants : lorsque la concurrence se fait sur les prix, ce sont les plus gros détaillants qui l'emportent. On en est arrivé à la situation absurde où certains libraires indépendants ont acheté le dernier volume d'Harry Potter aux supermarchés, où ils pouvaient l'obtenir meilleur marché que chez leur diffuseur. Pour autant, tous les libraires indépendants n'ont pas disparu. Ceux qui ont survécu bénéficient souvent d'avantages économiques, comme le fait de posséder leur local, qui les protège de l'escalade des loyers, ou d'être implantés dans une zone protégée, d'où sont exclues les chaînes. Mais ils ont également déployé certaines stratégies spécifiques pour survivre. Ce sont tout d'abord des entreprises généralement bien gérées. Les marges sont très basses dans ce métier, et personne ne peut survivre sans une bonne gestion. Leur personnel est compétent et connaît les livres, ce qui est un avantage par rapport aux chaînes qui fonctionnent avec des acheteurs centralisés et un *turn-*

over important des vendeurs en magasin. Enfin, ils ont établi des relations solides avec leur clientèle et assurent souvent une forme d'animation culturelle dans leur quartier : groupes de lecture, rencontres avec des auteurs... Il y a de nombreux exemples de librairies indépendantes qui réussissent bien sur ces bases, que ce soit une petite chaîne comme Daunt Books à Londres, la librairie Tattered Covers à Denver ou McNally Jackson Books à New York.

Pour ce qui est de l'avenir, tout dépend de la façon dont les librairies s'adapteront aux mutations de la vente de détail. La faillite de Borders et les difficultés de Barnes & Noble aux États-Unis et de Waterstone's en Grande-Bretagne montrent que la période de domination des grandes chaînes de librairies est terminée. D'autres *superstores* risquent de fermer dans les deux pays, créant de nouvelles opportunités pour les indépendants. En même temps, ces derniers sont confrontés aux mêmes difficultés que les grandes chaînes, lesquelles vont sans doute encore s'intensifier. Je pense à la place croissante d'Amazon, à l'importance continue des supermarchés et des grossistes qui pratiquent des remises très importantes, et au basculement vers les livres électroniques. Ces changements sont lourds de menaces pour les équilibres financiers des librairies, qu'elles soient indépendantes ou qu'elles fassent partie d'une chaîne.

Vous insistez sur le fait qu'il ne faut pas considérer l'édition de manière monolithique, mais prendre en compte une multiplicité de sous-champs, chacun étant gouverné par une logique et des contraintes propres. Pouvez-vous revenir sur ce que vous entendez par la « logique du champ » ?

3. Le *Net Book Agreement* est un accord interprofessionnel qui instituait un système de prix fixes pour le livre depuis 1900 en Grande-Bretagne.

Lorsque j'ai commencé à étudier l'édition, il m'est rapidement apparu qu'il n'y avait pas un monde de l'édition mais plusieurs, et que chacun possédait ses caractéristiques propres. De l'extérieur, cela semble assez homogène, d'autant que de nombreuses maisons d'édition interviennent dans plusieurs de ces mondes à la fois, mais les façons de travailler et les modes d'organisation sont différents. Un exemple simple : les agents littéraires jouent un rôle central dans l'édition généraliste mais sont totalement absents de l'édition universitaire. Chacun de ces mondes doit par conséquent être compris selon sa propre logique. Dans le cas de l'édition généraliste anglo-américaine, les trois changements majeurs que j'ai décrits précédemment ont donné naissance à un champ qui possède une structure et une dynamique particulières, que j'appelle « la logique du champ ». Ces changements expliquent que le champ soit polarisé entre quatre ou cinq grands groupes, qui occupent une position dominante, et un nombre important de petites maisons d'édition indépendantes situées sur les marges, avec très peu d'entreprises de taille moyenne entre les deux. L'obsession pour les *big books*, les livres qui sont considérés comme des *best-sellers* potentiels par les réseaux de croyance collective, et qui suscitent des avances considérables, s'expliquent également de cette façon. Parler de « logique du champ » ne signifie pas que le champ est logique – une grande partie de ce qui s'y passe peut être considéré comme illogique, irrationnel et inefficace, voire même comme du gaspillage. C'est un concept analytique et explicatif, et non un concept normatif. Cela ne veut pas non plus dire que cette logique est une force de la nature rigide et impersonnelle qui détermine les actions des individus

et agit indépendamment de leur volonté. C'est une formule qui permet de décrire de manière synthétique les différents processus qui interagissent de manière définie et qui, pris ensemble, créent le contexte dans lequel les individus qui travaillent dans le secteur de l'édition généraliste anglo-saxonne – les éditeurs, les agents ou les libraires – font ce qu'ils font.

Dans un secteur obsédé par la nouveauté, où, comme vous l'écrivez, « les chiffres parlent plus que les mots », les nouveaux auteurs jouissent paradoxalement d'une position de force tandis que les auteurs ayant déjà publié rencontrent de grandes difficultés dans le cas de ventes jugées simplement « correctes », donc insuffisantes. Comment construire un fonds dans de telles conditions ?

Dans un monde dominé par les livres à gros potentiel et par les chiffres de vente, il semble logique que les grandes maisons d'édition se focalisent sur les auteurs qui réalisent de grosses ventes – des noms de marque comme Stephen King et John Grisham. Il semble tout aussi logique que les nouveaux auteurs aient, dans un tel contexte, du mal à se faire publier. Mais si l'on examine plus attentivement la façon dont fonctionne ce secteur, on s'aperçoit que l'auteur qui n'a jamais publié se trouve, ironiquement, dans une position favorable, tout simplement parce qu'il n'existe aucune données sur lui/elle, qu'aucun chiffre de ventes décevantes ne vient réduire les attentes et contraindre l'imagination. Il ou elle deviendra peut-être le nouveau Dan Brown, la nouvelle Patricia Cornwell. Il ou elle peut aussi disparaître sans laisser de traces. Du fait de la logique du champ, les auteurs qui sont dans la position la plus difficile

sont ceux qui ont publié quelques livres ayant remporté un succès modeste et qui essaient de construire une carrière. Les grands groupes sont prêts à prendre des risques avec de nouveaux auteurs qui doivent faire leurs preuves, mais veulent des ventes importantes et croissantes. Si ces dernières ne sont pas au rendez-vous, les prochains livres de l'auteur ne bénéficieront pas de soutien commercial et de *marketing*. Un cercle vicieux risque de se mettre en place, chaque nouveau livre se vendant moins bien que le précédent, jusqu'à ce que quelqu'un décide d'arrêter – l'éditeur, l'agent ou l'auteur lui-même.

Est-ce que cela veut dire pour autant que les éditeurs ne peuvent plus prendre le temps de construire un fonds ? Tout dépend de qui vous parlez. Dans les grands groupes, la pression financière sur les éditeurs est telle qu'ils sont probablement moins enclins à publier des auteurs dont les livres réussissent moins bien que prévu, ou tout au moins qu'ils ne paieront plus des avances aussi importantes que dans le passé pour ces livres. La logique du champ produit une sorte de vision à court terme dans les grands groupes, dont pâtit la carrière des auteurs. Mais dans un univers comme celui de l'édition, où le hasard joue un rôle important, ce type de vision à court terme a également ses risques. Après tout, Dan Brown était considéré comme un auteur sans grand intérêt jusqu'à ce qu'il signe avec Doubleday pour une avance modeste et ne surprenne le monde avec le *Da Vinci Code*. Cependant, tous les secteurs ne sont pas soumis à la même pression au niveau des ventes et de la rentabilité. Les indépendants de petite ou de moyenne taille peuvent se permettre une vision à plus long terme. Plusieurs de ces maisons continueront à publier des livres qui se vendent de manière modeste, et un

grand nombre d'auteurs migreront vers ces maisons, où ils trouveront un accueil favorable.

Justement, quelle est la place des petits éditeurs dans ce système ? Ont-ils encore un rôle à jouer ?

Dans le secteur de l'édition généraliste, les grands groupes sont indéniablement avantagés : ils bénéficient d'économies d'échelle et font jouer leur taille pour obtenir des conditions favorables de leurs fournisseurs, ce qui leur permet de réduire leurs coûts. Ils peuvent également s'appuyer sur la puissance financière de leurs maisons mères pour payer des avances importantes, ce qui leur permet d'attirer et de conserver les auteurs les plus vendeurs. Les petites maisons indépendantes ont d'autres avantages, elles bénéficient de ce que l'on peut appeler une « économie des faveurs ». Elles ont tendance à former un monde à part, un univers parallèle à l'univers des grands groupes, qui repose sur l'aide mutuelle et la collaboration. Ces petits éditeurs se donnent des conseils, se communiquent des contacts, partagent leurs expériences et leurs chiffres de ventes. Les graphistes tendent à pratiquer des tarifs spécifiques, voire à travailler gratuitement pour eux. Cela leur permet de maintenir leurs coûts au plus bas et de profiter du savoir accumulé par d'autres personnes partageant les mêmes objectifs. La passion et l'engagement qui les animent peuvent parfois attirer des auteurs qui ne sont pas à l'aise avec les grosses entreprises d'édition. De plus, la faiblesse de leurs frais généraux et de leurs ambitions financières peut également les inciter à miser sur de nouveaux auteurs et sur des formes d'écriture expérimentales, contrairement aux grands groupes. Ils peuvent

se permettre de prendre plus de risques dans la mesure où ils n'ont pas besoin de se demander si chacun de leur livre réalisera des objectifs financiers définis. Et certains de leurs titres rencontrent de fait un succès imprévu, comme *Histoire de Pi*⁴, publié par un petit éditeur écossais, Canongate, qui avait été refusé par de grands groupes.

Pour autant, je ne voudrais pas donner une image romantique du monde des petits éditeurs indépendants. La plupart ont une vie difficile et leur petite taille les rend très vulnérables. Ils sont souvent sous-capitalisés et ont des problèmes de trésorerie presque constants. Les banques hésitent à leur prêter de l'argent et ils doivent s'endetter pour payer leurs factures. Pour certains, la menace de faillite est constante.

Vous rappelez que les grands groupes ont aussi intérêt, pour des raisons de prestige, à publier des ouvrages de qualité. Mais n'est-ce pas une forme de mythe complaisamment entretenu alors que l'objectif principal est d'augmenter les marges et de réduire les coûts ?

C'est une critique classique contre les grands groupes que de dire qu'ils ne sont intéressés que par les *best-sellers* commerciaux. J'ai passé pas mal de temps dans ces entreprises, et je pense que c'est une erreur. C'est un mythe très répandu, mais sans fondement. De fait, tous les grands groupes ont des divisions ou des maisons d'édition spécialisées dans la littérature de qualité. Comment expliquer cela ? Tout d'abord pour des raisons symboliques, comme vous le dites. Le capital

symbolique est quelque chose d'essentiel pour ces entreprises, et il n'est pas pris à la légère. Publier de grands écrivains, qui gagnent de grands prix littéraires, donne du prestige aux entreprises et renforce leur valeur en tant qu'éditeurs. Pour les responsables des grands groupes, leur entreprise publie un large éventail de livres, des *best-sellers* commerciaux à la littérature de qualité, des autobiographies de célébrités aux essais sérieux. Mais publier des livres de qualité est également important sur le plan financier car ces livres se vendent très bien, si on sait les choisir. Ils ont également une espérance de vie plus longue que les livres commerciaux, ce qui signifie qu'ils contribuent à construire un fonds qui vient contrebalancer la dépendance des grands groupes envers les nouveautés. Leur volonté de publier des livres de qualité repose donc sur des considérations à la fois culturelles et économiques réelles, même si elle est constamment menacée.

À vous lire, l'impression dominante est malgré tout celle d'un jeu irrationnel dominé par les titres à rotation rapide, où une énergie croissante est consacrée à un nombre de titres de plus en plus réduit.

Vous avez raison, la situation est inquiétante. C'est un jeu en grande partie irrationnel dominé par une vision à court terme et les coûts humains – qu'il s'agisse des pressions subies par les personnes qui travaillent dans ce secteur ou des carrières des auteurs – sont considérables. On parle beaucoup dans la profession de « modèle cassé » et du besoin d'inventer de nouvelles façons de travailler. Le secteur fait face à des défis majeurs : la crise financière, qui a commencé en 2007-2008, à laquelle s'ajoute la percée

4. *Histoire de Pi*, (*Life of Pi*) est un roman de Yann Martel, publié en 2001, qui a valu à son auteur le Booker Prize.

récente des ventes de livres numériques et le déclin des ventes des nouveautés en grand format. Mais il est trop tôt pour savoir si la structure du secteur sera transformée de manière fondamentale dans les années à venir, ou s'il s'agira de changements à la marge.

Vous démontrez que la diversité se réduit dans les points de vente, même si la production est plus importante que jamais, ce qui est un autre paradoxe.

Que faut-il faire pour maintenir la diversité des ouvrages proposés, que ce soit sur Internet ou dans les librairies ?

L'essentiel selon moi est de maintenir un nombre important de librairies de fonds et de diversifier les processus menant à l'achat et au stockage des ouvrages. La montée des grandes chaînes et le déclin des librairies indépendantes a fait que les processus décisionnels sont maintenant concentrés dans les mains d'un petit nombre d'acheteurs centralisés. Le phénomène est surtout visible en Grande-Bretagne où la fin du *Net Book Agreement* dans les années 1990 a conduit à une guerre des remises avec les supermarchés. Je pense que l'avenir de l'édition repose soit sur une forme de loi sur le prix unique, soit sur une version du *Robinson Patman Act* américain : une loi anti-trust qui permet de maintenir une certaine égalité entre les librairies. Les éditeurs ont besoin des librairies, qui sont la vitrine de leurs livres. Les éditeurs comme le public ont tout à gagner d'un nombre important de librairies qui proposent un jugement indépendant sur les livres.

Quel regard portez-vous sur la situation française, qui semble à la fois proche du monde anglo-saxon, et très différente

du fait de la loi sur le prix unique des livres et des politiques publiques de subvention ?

La situation est très différente en France, en partie du fait des facteurs que vous évoquez, et aussi du fait que les agents littéraires ne jouent qu'un rôle mineur sur le marché du livre français. Une autre différence importante est que le marché français est relativement petit et presque exclusivement limité à la France. Le champ de l'édition française ne peut pas être globalisé, il est limité par les frontières territoriales, tandis que, du fait d'un long processus historique ayant fait de l'anglais la langue internationale, les éditeurs anglo-américains opèrent sur un marché global. C'est une des raisons pour lesquelles les maisons d'édition dominantes en France et en Allemagne ont cherché, ces vingt ou trente dernières années, à s'établir en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Ayant atteint les limites de leur expansion sur leurs marchés intérieurs, elles ont voulu accéder aux marchés offrant les perspectives de croissance les plus importantes. À titre d'exemple, le Royaume-Uni est aujourd'hui le second marché d'Hachette, les États-Unis le troisième. Pris ensemble, ces deux marchés représentent une part de bénéfices plus importante que le marché français.

Vous écrivez que le plus grand risque pour l'édition aujourd'hui est de connaître le même sort que l'industrie musicale où les contenus servent de produit d'appel pour l'achat de matériel. Les éditeurs perdraient le contrôle de la valeur des contenus proposés face aux firmes comme Amazon et Google.

La révolution numérique produit à la fois de nouvelles opportunités et des

risques énormes pour l'industrie du livre. Après des années de stagnation, les ventes de livres numériques décollent vraiment aux États-Unis depuis 2008, un peu moins en Grande-Bretagne et ailleurs. Mais il est évident qu'il n'y aura pas de retour en arrière à mesure que se développent des supports de lecture meilleur marché et que se mettent en place les infrastructures permettant une mise à disposition facile des contenus numériques. L'exemple de l'industrie musicale, qui a subi les effets conjugués du piratage et de la baisse des prix, nous montre que les conséquences pourraient être catastrophiques pour le secteur de l'édition également. L'avenir du secteur est désormais de plus en plus lié à la politique des grandes chaînes de distribution et d'entreprises comme Amazon, Apple et Google, dont les intérêts divergent de ceux des éditeurs. Les livres sont pour eux des biens commerciaux comme les autres, mais aussi des contenus qui servent de produit d'appel pour la vente de services et de matériel. Il y a bien sûr des opportunités pour les éditeurs, à condition qu'ils sachent protéger leurs intérêts et ceux de leurs auteurs. En travaillant avec ces entreprises, ils peuvent accéder à un lectorat beaucoup plus large, mais les dangers sont réels. Ils doivent par exemple lutter fermement contre le piratage et défendre le droit de la propriété intellectuelle. Ils doivent également ne pas se tromper sur la valeur des contenus qu'ils produisent, afin de ne pas les vendre en dessous de leur valeur. Quand Amazon a annoncé en 2007 qu'ils allaient vendre tous les titres figurant sur la liste des *best-sellers* du *New York Times* à 9.99 dollars sur le Kindle, ils faisaient la même chose qu'Apple proposant toutes les chansons à 99 centimes. Ils dévaluaient les contenus et créaient, dans

l'esprit des consommateurs, l'impression qu'un livre ne vaut pas plus que 9,99 dollars, et une chanson pas plus que 99 centimes. Plus cette impression se généralise, plus le risque de voir se produire une hémorragie de valeur s'accroît – une perte de valeur plus importante que les économies qui peuvent être réalisées en passant à un environnement numérique. Le fait que les éditeurs se soient regroupés contre Google et que les cinq plus gros éditeurs généralistes américains aient adopté un modèle de contrat de mandat (*agency model*) pour la vente de livres numériques montre bien que la profession est consciente de ces menaces. Mais ces questions sont loin d'être résolues. L'édition vit une période de grandes incertitudes et de grandes mutations et il est très difficile de dire comment évolueront les choses au cours des prochaines décennies. ■