

Diplôme de Conservateur territorial des
Bibliothèques

Mémoire d'étude / Décembre 2010

Les ressources numériques dans les médiathèques territoriales: état des lieux et lignes de fuites.

Julien Gusthiot

Sous la direction de Eric Pichard
Directeur-adjoint des bibliothèques municipales de Rennes.

Remerciements

Je tenais à remercier ici monsieur Eric Pichard, directeur de ce travail pour ses avis, son soutien et sa gentillesse de tous les instants. Merci à tous ceux qui m'ont consacré de leur temps, en particulier Olivier Pichon des Champs-libres, Xavier Gallaup de la BDP du Bas-Rhin, Anthony Regley des bibliothèques de l'agglomération troyenne, Christophe Vigneron à Montpellier et madame Hélène Beczkowski dans le Jura. Merci, bien entendu, à tous les prestataires fort réticents malgré mon insistance.

A l'ami Schutz pour ses neufs ingrédients, à Casey Hudson (see ya october, 11, 2011) et à ceux qui m'auront toléré pendant tout ce temps, admettant de bonne grâce que la sémantique vernaculaire n'est définitivement pas turing-complete.

Résumé : Les ressources numériques constituent un des enjeux centraux, à court terme, pour la lecture publique. Au travers d'une description des pratiques en cours et des offres de marché, cette étude s'essaiera à comprendre leurs spécificités et, au delà, visera à dresser les linéaments de leur appropriation future.

Descripteurs : Ressources numériques, lecture publique, internet.

Abstract :Digital resources are the next challenge for public libraries. Through librarians commitment and market constitution, this study will aim to encompass what makes them special and, beyond, the fundamental principles of their integration in library task processes.

Keywords :Public libraries, Digital resources, internet.

Droits d'auteurs

Droits d'auteur réservés.

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.
--

Sommaire

SIGLES ET ABRÉVIATIONS.....	7
INTRODUCTION.....	9
L'OFFRE, SA RÉCEPTION, LES BIBLIOTHÈQUES.....	11
Le secteur marchand.....	11
<i>Une grande diversité en fonction des types de contenu.....</i>	<i>12</i>
La musique.....	12
La vidéo.....	14
Le livre.....	15
La presse écrite.....	18
Le jeu vidéo.....	20
<i>Essai de synthèse du marché.....</i>	<i>21</i>
<i>L'offre aux bibliothèques: comparaison.....</i>	<i>22</i>
La musique.....	22
La vidéo.....	24
Le livre.....	25
La presse écrite.....	26
L'autoformation.....	27
Le jeu vidéo.....	27
<i>Quelques éléments de droit.....</i>	<i>28</i>
<i>Evaluation partielle.....</i>	<i>29</i>
BIBLIOTHÈQUE ET NUMÉRIQUE: QUEL DIALOGUE, QUELLE PLACE, QUELLE APPROPRIATION ?.....	33
<i>A l'origine.....</i>	<i>33</i>
<i>Maintenant.....</i>	<i>34</i>
<i>Un public ?.....</i>	<i>37</i>
<i>Quelques expériences innovantes.....</i>	<i>39</i>
Les flux thématiques du réseau Ouest-Provence.....	39
Les parcours publics du musée Mac Cord.....	40
Miss Média à Metz.....	40
Community Hub à Toronto.....	41
Les ebook à l'université du Texas.....	42
<i>Vers quelle intégration ?.....</i>	<i>43</i>
LIGNES DE FUITE.....	45
<i>Disposer des ressources.....</i>	<i>45</i>
<i>Intégrer les ressources numériques.....</i>	<i>49</i>
<i>Communiquer: se (re-)construire une identité.....</i>	<i>53</i>
<i>Vers un nouveau rapport à l'utilisateur.....</i>	<i>54</i>
<i>Quelle plus-value pour les bibliothèques ?.....</i>	<i>57</i>
<i>Quel rôle sur un territoire ?.....</i>	<i>58</i>
CONCLUSION.....	61
SOURCES.....	66
BIBLIOGRAPHIE.....	69
TABLE DES ANNEXES.....	71

Sigles et abréviations

DRM: Acronyme de Digital Rights Management. Désigne par extension les mesures de protection implémentées à un support ou un logiciel afin de le protéger contre les usages imprévus.

BDP: Bibliothèque départementale de prêt.

CGU: Acronyme de Conditions Générales d'Utilisation. Désigne les droits afférents aux contrats d'utilisation (généralement tacites) auxquels souscrit implicitement l'acquéreur d'un produit.

DADVSI: Sigle de la loi portant sur les Droits d'Auteurs et Droits Voisins dans la Société de l'Information. Transposition de la directive européenne 2001/29/CE, promulguée le 3 Aout 2006. Elle prévoit des amendes en cas de contournement des DRM. A la date présente, quatre décrets d'applications la concernant n'ont toujours pas été publiés.

HADOPI: Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des Droits sur Internet. L'acronyme est employé pour désigner la loi « création et internet », promulguée en juin 2009 et créant l'autorité administrative HADOPI. Elle prévoit un système de « riposte graduée » en cas d'infraction au droit d'auteur ou de défaut de sécurisation de la connexion internet.

VOD: Video On Demand. Offre commerciale permettant au spectateur de visionner les contenus de son choix moyennant un paiement à l'acte.

Catch-up TV: ou TV de rattrapage. Dispositif permettant de regarder, via internet, des émissions antérieurement diffusées.

PDF: Portable Document Format. Langage de description des pages développé par Adobe System autorisant le maintien de la mise en forme lors d'un passage de support.

Epub: Acronyme de publication électronique. Proposé par l'International Digital Publishing Forum, il s'agit d'un format de fichier ouvert conçu pour faciliter la mise en page. Il englobe le format open ebook.

DLC: Acronyme de Downloadable Content. Le plus souvent utilisé en rapport avec le jeu vidéo, il désigne les extensions de contenus payantes ou gratuites d'un logiciel donné.

CAREL: Consortium pour l'acquisition des ressources électroniques en ligne. Sous l'égide de la BPI, le service recense l'offre de ressources numériques à destination des bibliothèques.

ADAV: Acronyme de Ateliers de Diffusion Audiovisuel. L'ADAV est une association loi 1901 créée en 1985 fonctionnant comme centrale d'achat pour les réseaux publics culturels et éducatifs.

FAI: Fournisseur d'accès à internet. D'un point de vue juridique, les bibliothèques qui mettent des ordinateurs connectés à disposition de leur public sont considérées comme des FAI.

Nero: Logiciel permettant la gravure de CD.

M: Abréviation de million pour les unités monétaires.

UMMA: Univers musical des médiathèques alsacienne. Collectif de bibliothèques alsaciennes ayant répondu à l'appel projet innovant du Ministère de la Culture et de la Communication. Il en résulte un partenariat débuté courant 2010 avec le site de streaming musical *musicme*.

DOGMAZIC: Association de promotion de la musique éditée sous licence creative commons ou art libre. Elle propose des bornes d'écoute à la vente.

RSS: Désigne une famille de formats XML (langage employant des balises de spécification des contenus) utilisés pour la syndication (accessibilité d'une partie de site depuis un autre site) de contenus web. Un flux RSS est un fichier dont le contenu est mis à jour automatiquement en fonction de celles d'un site web. Lire un flux RSS suppose de disposer d'un agrégateur qui traduit le code en langage HTML.

Netvibes: Agrégateur de contenu internet. Sous la forme d'un bureau, il permet de réunir sur une seule page l'ensemble des fils RSS suivis.

Smartphones: Désigne la génération de téléphones mobiles aux fonctionnalités multimédias étendues.

Smartradio: Procédé de diffusion automatique de musique en fonction de thèmes prédéfinis et des goûts ou habitudes connus de l'internaute.

Flickr: Site de partage d'images.

LastFM: Site de streaming musical joignant un moteur statistique personnalisé et un dispositif de réseau social en plus des morceaux.

Introduction

«Prenez un chat, du cyanure et une particule radioactive, mettez le tout dans une boîte et attendez une heure»

Erwin schrödinger, à l'attention d'Albert Einstein

«Les ressources numériques sont l'enjeu de demain pour les bibliothèques» peut-on entendre régulièrement dans la bouche des professionnels. Force est de rappeler que ce futur proche prend ses fondations dans le maintenant. L'émergence de l'Internet en tant que centre global et ouvert de documentation, de ressources et de sociabilité induit la nécessité d'un positionnement nouveau et volontaire du monde des institutions culturelles. Un établissement physique, géré par une équipe définie et soutenu à l'aide un budget par définition contraint, ne peut et ne doit pas se placer dans une attitude de recul ou de concurrence sur le seul plan du document. Déterminer l'espace qui revient aux ressources numériques suppose de comprendre à la fois la teneur des usages en développement, les besoins actuels du public et la manière dont un bibliothécaire est susceptible d'y répondre, c'est-à-dire d'apporter une plus-value au contenu.

Ces interrogations ne sont pas absolument nouvelles, cependant l'importance certainement plus grande à l'avenir des ressources accessibles à distance et au gré de multiples canaux rend le questionnement aigu et urgent: la bibliothèque ne dispose plus d'une situation de rente monopolistique. C'est un fait avéré de la lecture publique que les usuels ne sont plus guère consultés. C'est un fait avéré que les discothèques subissent une baisse massive des taux de prêt, comparable à celle du commerce de la musique enregistrée. Qu'en sera-t-il des monographies lorsque *Google édition* trouvera son rythme de croisière ? La complémentarité, tant vantée depuis plusieurs années, de la consultation régulière du web et de l'emprunt en bibliothèque relève, bien probablement, du leurre confortable, rassurant. Faudra-t-il se replier sur la conservation et le patrimoine, se muséifier ?

Au delà du document, l'ère du numérique induit des habitudes et des attitudes qui entrent en tension avec le fonctionnement même d'un environnement administratif et institutionnel. La rapidité, l'immédiateté, l'abondance de l'accès à des contenus en quantités innombrables ne construit pas un contexte adéquat aux processus bibliothéconomiques classiques, ni à la pertinence des compétences traditionnelles. Lorsque l'amateur de musique, confortablement lové dans son canapé, se trouve à trois clics de plusieurs millions de titres en toute légalité, gratuitement et à trente minutes de sa médiathèque, qui comporte essentiellement des espaces publics d'écoute et met à sa disposition 300 000 œuvres seulement: vers quelle branche de l'alternative son choix basculera-t-il en toute bonne logique ? Lorsque l'on compare l'ergonomie d'un moteur de recherche sur internet et la rigidité, confinant à l'ésotérisme, d'une recherche paramétrée Z 39-50 ? Les ambitions d'encyclopédisme et d'universalité se voient malmenées, sinon battues en brèche, dans ce contexte. De même, la fonction de prescription du bibliothécaire se trouve émoussée dans un univers individualiste où chacun est susceptible de tracer ses chemins dans l'abondance, où le niveau de qualification croît de

pair avec l'autonomie des pratiques. Si l'accès aux contenus de toute nature peut se faire en escamotant les lieux de la lecture publique (puisque, contrairement aux musées, aux théâtres, leur offre de ressources n'est pas originale et unique), que doit offrir la bibliothèque pour être attractive voire incontournable ?

Une autre difficulté majeure venant se greffer aux précédentes tient au fait qu'un des éléments cruciaux des usages en matière de contenus numériques est l'accès à distance, l'accès indifférencié à n'importe quelle ressource depuis n'importe quel lieu. De sorte que les dimensions de proximité, de territoire, de population locale qui font le sens et l'essence de la lecture publique semblent s'effacer et perdre en pertinence. La limitation physique de l'exemplarité disparaît dans l'ordre numérique. En droit, un fichier est toujours accessible sans contrainte géographique ou horaire, il est toujours consultable, disponible, souvent gratuitement, sans autre condition que la possession d'un ordinateur ou d'un terminal dédié (et à l'exception, bien entendu, des questions de légalité). Aussi, l'idée même de mettre à disposition du public des ressources de cette sorte peut sembler en contradiction avec la vocation des équipements municipaux et départementaux.

Les obstacles à la mise en place d'une offre cohérente, attractive et efficiente en matière de ressources numériques sont nombreux. Néanmoins, l'enjeu est d'importance. Dans ce travail, nous centrerons notre regard sur les contenus courants, non exclusifs, susceptibles d'être disponibles en d'autres lieux qu'une bibliothèque: c'est-à-dire que la question du patrimoine, de sa valorisation et de sa diffusion à grande échelle par le truchement de la numérisation, est exclue du champ de notre réflexion. La raison présidant à ce choix tient au caractère unitaire (ou rare) de l'objet patrimonial. Cette originalité par essence le rend plus aisé d'abord en renvoyant la problématique à celle de la communication au sein du nouvel ordre médiatique fait d'essaimage, de disparité et non de concurrence entre les canaux de mise à disposition. Nous excluons également les interrogations attenantes à l'accessibilité des publics empêchés ou en situation de handicap, considérant d'une part que le problème est essentiellement de nature technique et que, d'autre part, un savoir-faire se développe dans la profession au travers d'institutions de références telle l'association Valentin Haüy. Aussi, l'objet de cette étude est-il le positionnement, actuel et possible, d'une médiathèque territoriale de lecture publique vis-à-vis du «grand public» (le public abstraction faite de ses différences, le plus grand nombre statistique) au niveau des contenus classiques (films, essais, romans, musique, jeux vidéos, presse...).

Afin de dresser le panorama le plus fidèle et le plus opératoire, la présente étude s'articulera en trois moments. Dans un premier temps, nous dresserons la synthèse de l'état du marché des ressources numériques par son versant commercial puis, en regard, l'offre qui est faite aux bibliothèques publiques, posant en exergue les questions liées au coût, à l'amplitude de contenu, au droit et aux modalités techniques. Dans un second temps, nous exposerons la teneur de l'attitude et de la stratégie des professionnels face à ses enjeux par le biais de compte-rendus d'expérience au sein de plusieurs établissements en pointe sur le sujet. Enfin, nous tenterons, sur la base de ces données factuelles, de dresser des lignes de fuite prospectives, pragmatiques dans la mesure du possible.

L'offre, sa réception, les bibliothèques

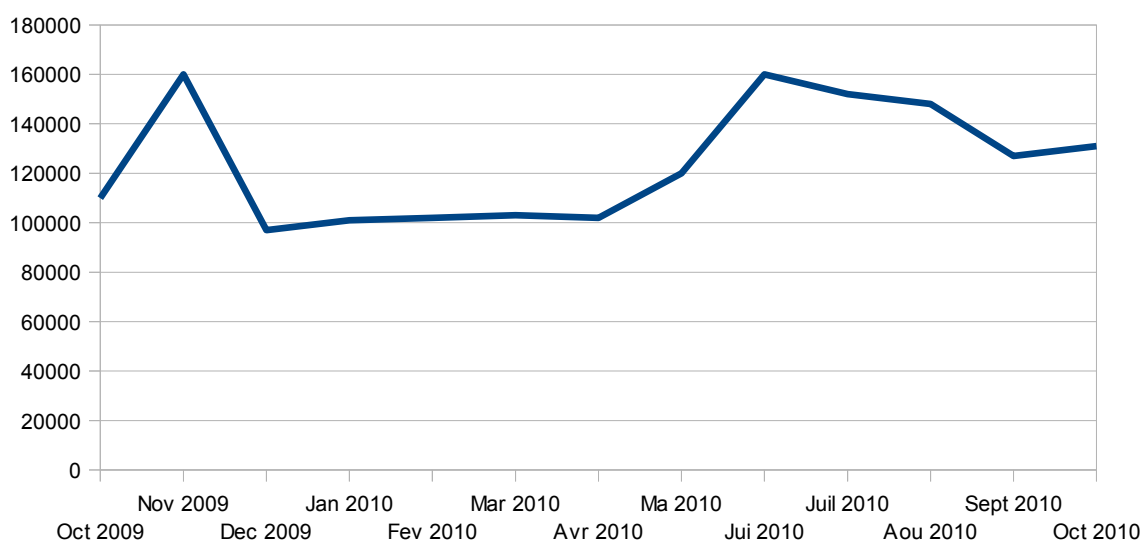
LE SECTEUR MARCHAND

«Pour réussir en technologie, la réalité doit prendre le pas sur les relation publiques car on ne peut pas berner la nature»

Richard Feynman

D'un point de vue strictement économique, le marché des contenus numériques peut être considéré comme naissant dans la plupart des domaines. Il n'existe guère, à ce jour, de modèle bien implanté et sûr, ainsi que la fermeture du site de *streaming* musical *jiwa* le montre à l'envi. Malgré un trafic important, un service populaire¹ tel que *Deezer* ne génère que 3600 dollars de revenus au quotidien², revenus à peine suffisants pour satisfaire aux termes des contrats passés avec les majors de l'industrie du disque³.

fréquentation du site deezer



La situation des contenus numériques, quant à leur appropriation par le public, est aujourd'hui teintée d'ambiguïté: la demande existe assurément pour certains domaines, lui répond une offre non dénuée de qualité et souvent peu onéreuse (pour la musique et la presse tout au moins), mais cette offre n'est pas rentable financièrement. De sorte qu'un interstice se profile dans lequel une offre publique, non contrainte par les impératifs de rendement monétaires, pourrait trouver son utilité et sa place.

¹Source: websurvey.

²Source: <http://www.findwebstats.com/deezer.com>

³Début février, le PDG de *Jiwa* avait dévoilé le détail des montants réclamés par chacune des majors pour avoir l'autorisation d'exploiter le catalogue. Si *Universal Music* se montrait le moins gourmand en réclamant 180 000 euros par an, tout comme *Warner Music* (100 000 euros par tranche de 18 mois), d'autres n'ont pas hésité à facturer à des prix très élevés : *EMI* réclamait 250 000 euros par an, tandis que *Sony* exigeait pas moins de 400 000 euros par an.

Au total, *Jiwa* devait donc verser systématiquement 930 000 euros, indépendamment de la fréquence d'écoute des catalogues et des différents morceaux. Un tel mécanisme pousse les plates-formes similaires à se lancer dans des levées de fonds pour financer leurs activités et tenir leurs engagements avec les ayants droit.

Source: <http://www.numerama.com/magazine/16394-jiwa-tue-par-les-majors-nkm-veut-un-remede-maj.html>

Une grande diversité en fonction des types de contenu.

Il existe une importante fragmentation de l'offre de services commerciaux. Selon que l'on considère la musique, la vidéo, le film ou le livre, la situation diffère profondément et les difficultés rencontrées ne sont pas de même nature, ni de même cause. C'est pourquoi, l'évaluation doit s'affiner afin de cerner cette disparité tout en rendant saillants les traits communs.

La musique

L'industrie du disque a été la première à franchir le pas du passage au numérique, de sorte que l'offre est aujourd'hui importante tant en matière de téléchargement (à la suite d'une rétroconversion rapide des catalogues) que d'écoute directe⁴. Après des années d'effondrement des ventes, le marché parvient à se stabiliser en valeur absolue grâce à la hausse conséquente du téléchargement légal et des abonnements aux sites de *streaming*⁵. Bien que les ventes sur support physique⁶ continuent de représenter plus de 80% des ventes totales (pour une valeur estimée à 340 millions d'euros en France durant les 9 premiers mois de l'année 2010), la dynamique est portée par les fichiers dématérialisés. Malgré l'émergence d'une culture de la gratuité sur internet et le développement des pratiques de «piratage»⁷ dont l'industrie du disque fut d'ailleurs la première et la plus éclatante victime⁸.

	Ensemble des français	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	De 35 à 49 ans	De 50 à 64 ans
Ont déjà téléchargé illégalement. <i>Dont:</i>	20	57	40	21	6
musique	18	57	38	19	4
films	13	42	25	13	3
Série TV	5	22	11	4	0
Jeux vidéos	4	21	5	2	0
N'ont jamais téléchargé illégalement	73	35	44	69	91

Les résultats d'une enquête *TNS-Sofres* de 2009⁹, bien que devant être interprétés avec prudence car déclaratifs, corroborent cette double idée d'une pratique générationnelle et d'une habitude adoptée de la gratuité, de la disponibilité. Il apparaît que la musique est bien le type de contenu le plus prisé dans le cadre du téléchargement illégal, ce à quoi renvoie en miroir le reproche couramment adressé à l'industrie de vendre les CD trop cher et de ne pas proposer de contenus enrichis. Un argumentaire structuré s'est

⁴Un site tel que *spotify* se targue de proposer plus de 10 millions de titres sur la base d'abonnements de 5 euros par mois.

⁵Voir annexe 6

⁶Leur baisse aura été amortie partiellement en raison de l'abandon des DRM entre 2007 et 2008.

⁷La musique est le type de contenu le plus piraté pour des raisons techniques surtout: il existe un format standard et le téléchargement réclame moins d'équipement et de temps (le butinage est donc possible).

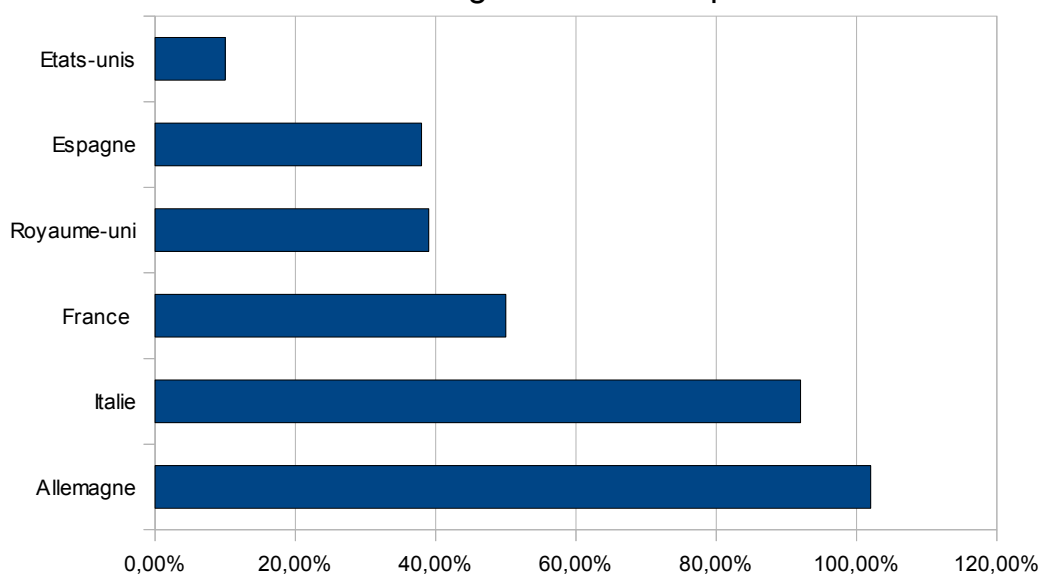
⁸Le terme même de «piratage» évoque spontanément le téléchargement illégal de musique.

⁹Source:http://www.tns-sofres.com/_assets/files/2009.03.08-telechargement-illegal.pdf

développé au fil des ans sur les forums spécialisés¹⁰, argumentaire témoignant de la mauvaise image des diffuseurs et distributeurs de musique et renforcé par la promulgation des lois DADVSI en 2006 et HADOPI cette année, vécues comme attentatoires aux libertés publiques.

Il convient de noter que ces reproches habituels ne s'appliquent pas au monde des discothèques de médiathèque alors que, pourtant, les prêts de musique enregistrée diminuent considérablement sur l'ensemble du territoire. Aussi, les racines véritables de cette désaffection doivent-elles se chercher en d'autres lieux: une modification des pratiques d'écoute liée à un nomadisme croissant avec pour corolaires un désir moindre de qualité sonore¹¹ (un phénomène identique se produit dans le microcosme du jeu vidéo) et un besoin de disponibilité plus grand (auquel les supports physiques ne répondent pas par nature). La forte hausse des téléchargements sur mobile en témoigne¹².

croissance du téléchargement de musique sur mobile



Du point de vue d'un bibliothécaire, les contenus musicaux constituent un milieu extrêmement concurrentiel et plus encore à présent que le marché numérique est en voie de structuration¹³. Si la plateforme *itunes* est le vecteur principal (et quasi unique, avec plus de 70 % du marché) du téléchargement légal de musique, le segment le plus dynamique est celui des abonnements aux services de *streaming* qui ont étendus leur rayonnement aux terminaux mobiles tout en commençant à proposer des possibilités d'appropriation pour le consommateur. L'offre physique des établissements de lecture publique ne peut déployer une ampleur de catalogue comparable et ne répond plus adéquatement aux besoins de portabilité et de disponibilité. Ainsi, une offre de musique dématérialisée apparaît nécessaire (pour répondre aux nouveaux usages) et impossible (car les prérequis en matière de quantité, d'ergonomie et de services semblent difficiles à réunir pour des motifs de budget et de temps disponible. Développer et actualiser une plateforme d'écoute sont des activités passablement chronophages demandant des compétences en informatique bien spécifiques).

¹⁰Pour exemple, les commentaires laissés sur numérama, ZD net, 01.net, la quadrature du net, etc...

¹¹Source: <http://www.stereophile.com/content/mp3-vs-aac-vs-flac-vs-cd-page-2>. Chaque mélomane sait pertinemment que le format standard MP3 est un désastre acoustique, même en 320 kbps.

¹²Source: rapport idate 2008

¹³D'après une étude prospective idate de 2008, le marché de la musique numérique devrait équivaloir en valeur absolue au marché physique en 2012.

La vidéo

Plus encore que la musique, le marché de la vidéo dématérialisée est balbutiant, ne représentant que 10 % du chiffre d'affaire total¹⁴. Néanmoins, l'offre est récente et économiquement dynamique tant en ce qui concerne la *catch-up TV* que la location et l'achat. Signalons que la pression financière est moins importante que dans le domaine de la musique: si les ventes connaissent une érosion tendancielle pendant les 5 dernières années, l'urgence d'une offre en ligne rentable est moindre ce qui explique en partie le retard pris dans ce secteur.

Cette croissance forte, typique des marchés naissants, prend son essor à partir de deux sources: l'amplitude augmentée des catalogues (début 2009, les services de VOD en France proposaient environ 5000 vidéos tous types confondus¹⁵ contre 50000 références disponibles à la vente sur support DVD et Blu-Ray) d'une part et la nouvelle chronologie des médias instaurée par la loi *création et internet* qui autorise l'exploitation des films 4 mois après leurs sorties en salle d'autre part (au lieu de 33 semaines auparavant). Il convient de noter que l'équilibre du marché devrait se modifier substantiellement à court terme puisque *Sony, Amazon, Apple* et *Google* ont signifié leur intention de mettre de nouvelles offres à disposition du public.

Chiffres d'affaire résultant des ventes de vidéogrammes (2009, France)¹⁶

	CA (M euros) ¹⁷	Part de marché	Évolution 12 mois
Films*	799,99	46,80%	6,70%
Hors film	546,45	40,70%	-7,20%
ND	43,36	6,30%	-8,30%
total	1389,81	100,00%	0,60%

*films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles.

D'après les documents de synthèse réalisés par le CNC¹⁸, si les pratiques sont éclectiques en matière de télévision de rattrapage, la VOD consacre la domination des films sur le segment et un appétit marqué de la nouveauté, indépendamment des profils socio-professionnels des usagers.

Autrement dit, le visionnage de films est un plaisir valorisé que l'on s'octroie (ce qui définit une ligne de démarcation nette avec les pratiques d'écoute musicale fortement orientées vers l'occupation quotidienne et peut également expliquer pourquoi un DVD n'est pas considéré comme onéreux par rapport à un CD alors que les prix sont proches en valeur absolue et que les coûts en ligne sont invariablement plus avantageux pour la musique) et ce, de manière fréquente mais non courante.

¹⁴Voir annexe 5. L'estimation pour 2010 évoque un chiffre d'affaire de 150 M euros.

¹⁵Le total a beaucoup augmenté depuis.

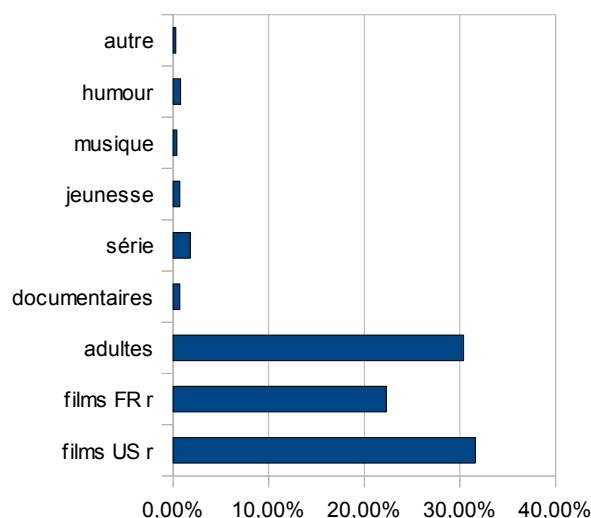
¹⁶Source: CNC

¹⁷Par convention, M désigne le million comme unité.

¹⁸Source:

http://www.cnc.fr/CNC_GALLERY_CONTENT/DOCUMENTS/publications/dossiers_et_bilan/313/dossier_313_marche_video.pdf

Types de contenus visionnés par VOD (2009, France)



Autre élément marquant des pratiques, la télévision est le support presque exclusif (environ 95 %) de visionnage. A ce jour, comparativement aux tendances observées dans le domaine musical, le fait de regarder un film ou un documentaire est encore perçu comme une pratique réclamant de l'implication en partie pour des raisons d'ordre technique: le nomadisme est malaisément praticable (la taille et la qualité des écrans portatifs fournit un obstacle d'importance), le téléchargement est long, les contenus sont moins souvent interopérables (les DRM sont encore la règle) et la location demeure onéreuse¹⁹. Toutefois, il semble raisonnable de considérer que les offres s'étoffant, les prix baissant et la personnalisation inhérente à ces procédés se calquant sur les évolutions sociologiques, la vidéo numérique est appelée à se développer mais en coexistence avec les supports physiques (à moyen terme au moins).

Ce que montre en toute netteté l'actuel paysage français de la VOD est l'importance de la base de contenu, la nouveauté technologique dans le domaine des loisirs culturels ne constitue pas un facteur d'attractivité suffisant²⁰.

Le livre

Le livre est un support à part sur le plan symbolique en plus d'être l'arlésienne des univers numériques. Le marché européen peut se considérer comme étant approximativement inexistant, la transition vers l'*ebook* n'est pas encore véritablement amorcée.

Cependant, un bref comparatif entre *numilog* et *amazon* peut en laisser entrevoir les causes. Le libraire américain propose un catalogue de plus de 360000 titres²¹ (dont de nombreux ouvrages récents et populaires), la tarification est volontairement agressive: moins de 10 dollars pour des nouveautés contre 26 en moyenne sur support papier. Par

¹⁹ Pour indication, un film récent coûte environ 5 euros pour 48 heures de disponibilité avec orange ou canal plus.

²⁰ A l'inverse, les difficultés d'ordre technique peuvent s'avérer un frein puissant à l'appropriation par le public (voir infra).

²¹ A la fin de l'année 2009. Voir annexe 3.

ailleurs, les facilités techniques sont manifestes pour les utilisateurs de l'*ereader kindle*²². La plus importante plateforme française, *numilog* du groupe hachette, propose 60000 références dont peu de nouveautés²³ (malgré une intégration progressive) à un prix équivalent à celui du papier.

Très manifestement, le marché français pâtit d'une offre non satisfaisante. Si la documentation scientifique, technique ou professionnelle est un milieu dans lequel la transition vers le numérique s'avère déjà largement consommée²⁴, il n'en va pas de même sur les segments plus généralistes. Dans l'ensemble, les éditeurs se montrent réticents envers ce passage²⁵, hantés par la destruction de valeur et tentés par l'homomorphisme papier-fichier.

Il en résulte un marché très fragmenté, difficilement lisible pour le consommateur tant les modalités de service proposées divergent. Par exemple, les formats de fichiers ne bénéficient pas à ce jour d'une standardisation suffisante (à l'exception du PDF ou de l'EPUB qui sont globalement inconfortables à l'usage), la tendance se tourne plutôt vers les modalités propriétaires ce qui ralentit l'implantation des *ereaders*. La question des droits est encore en gestation²⁶ et les DRM²⁷ trop nombreuses pour assurer la compatibilité et la pérennité du point de vue de l'utilisateur.

L'édition aux états-unis²⁸:

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
vente de livre	15863,5	16097,5	16546,3	17469,4	17421,2	17971,2	17496	17208
dont ebook	5,3	14,2	21,8	38,6	39,2	48,4	81,5	225,4

Ni le support, ni le format de référence ne sont encore clairement définis, de plus l'arrivée prochaine de *google édition* place le marché en état d'expectative²⁹: la chaîne du livre hésite encore quant à la forme qu'elle doit adopter (quelle place pour les libraires ? quel rôle pour les éditeurs ?).

Malgré une croissance forte, médiatiquement vantée, le livre numérique est fort loin d'avoir trouvé sa place: la part de marché qu'il couvre demeure anodine en comparaison avec celle du papier. Il faut également noter que les particularités nationales sont très fortes de sorte que broser un tableau mondial synthétique relève de la gageure. Par exemple, le marché japonais vit presque exclusivement des recettes dérivant des ventes de manga sur téléphone mobile, c'est aussi pourquoi il a démarré si rapidement et s'essouffle cette année en offrant peu de perspectives de croissance à court terme. A l'inverse, le marché américain s'étend sur tous les segments car les éditeurs historiques s'impliquent et les technologies de support sont mises au point sur le territoire: les perspectives sont donc plus encourageantes (l'universalité de l'anglais au niveau linguistique constituant un autre atout en vue de l'exportation).

²²Notons néanmoins que le modèle d'intégration verticale adopté par *amazon* comporte de nombreux risques pour tous les acteurs de la chaîne du livre: du consommateur héritant de fichiers propriétaires à l'éditeur qui se voit dicté les conditions commerciales.

²³Nous y reviendrons par l'entremise des retours d'expérience des bibliothécaires.

²⁴Sous une forme adoptée au détriment des usagers potentiels de l'information, c'est-à-dire une concentration très forte autour de quelques diffuseurs dictant leur prix et leurs conditions aux acheteurs sans réelle contrepartie.

²⁵Même si le récent accord passé entre *google* et *hachette* peut constituer un premier signe d'ouverture.

²⁶Les oeuvres orphelines, les co-productions sur internet type wiki, la méthode opt-out de google (problème de standardisation internationale)...la TVA (qui vient d'être abaissée à 5,5%), les couches de droit à rémunération ouvertes par la numérisation.

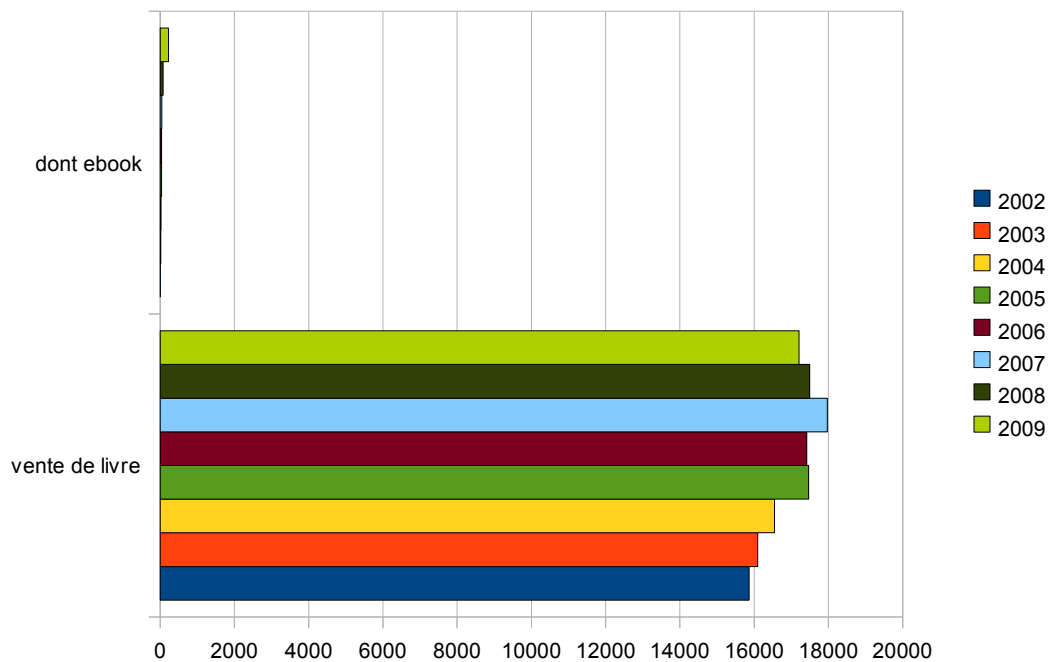
²⁷Les DRM limitent factuellement la reproductibilité des contenus et impliquent des configurations spécifiques de support (il est, par exemple, souvent impossible de transférer un fichier de son ordinateur vers son mobile, ou même vers un support physique.

Un certain nombre de droit du consommateur sont déniés dans l'opération.

²⁸Source: rapport idate.

²⁹La montée en puissance de *l'apple store* dans le domaine et la multiplication des offres de support, d'édition, de contenu, également.

chiffre d'affaire édition USA (en M euros)



Cependant, plusieurs constantes tendent à se dessiner. D'une part³⁰, les acheteurs de livre numérique ne sont généralement pas les mêmes que les acheteurs de livre papier. En l'état, l'*ebook* représente plus une extension de marché qu'une conversion du secteur. Par ailleurs, l'achat de fichier est lourdement corrélé à la détention d'un support de lecture adapté (ce dont rend compte le phénomène *amazon*: le *kindle* est un succès³¹ et les ventes de fichiers sont réputées avoir dépassé celles du papier). Actuellement, le type de lecture pratiqué sur ces supports nouveaux est surtout une lecture de parcours, d'ouvrages aisés d'abord ou de presse³².

Notons également que la question du support n'est pas anodine: la place des tablettes tactiles et de l'*ipad* en particulier³³ qui peut servir d'instrument de promotion et de démocratisation des contenus numériques tout en étant multimédia (ce vers quoi tend la nouvelle itération DX du *Kindle*). L'inconnue porte principalement sur la nature des formes adaptées de la lecture et les contenus qui y correspondent³⁴: l'*ebook* pour les *reader* dédiés et la presse ou la BD sur tablettes ?

Le jeu des pronostics autour de la question du livre numérique reste ouvert sur presque tous les plans techniques, juridiques, économiques. Au sein d'un écosystème en voie de redistribution, les éditeurs tentent de conserver leur poids au prix d'une inertie réelle de développement. Les usages de demain semblent encore partiellement indéchiffrables. En conséquence, le positionnement des médiathèques dans le champ du livre numérique paraît hasardeux pour l'heure mais avec cette remarque que le prix fournit le critère déterminant d'usage. Par suite, un service de mise à disposition gratuite (ou peu onéreuse) comme celui des bibliothèques peut bénéficier d'un créneau d'opportunité.

³⁰Essentiellement aux états-unis qui est un marché plus mûr qu'en Europe.

³¹Toutes choses égales par ailleurs. *Amazon* ne communique pas de chiffres précis de vente.

³²Voir infra.

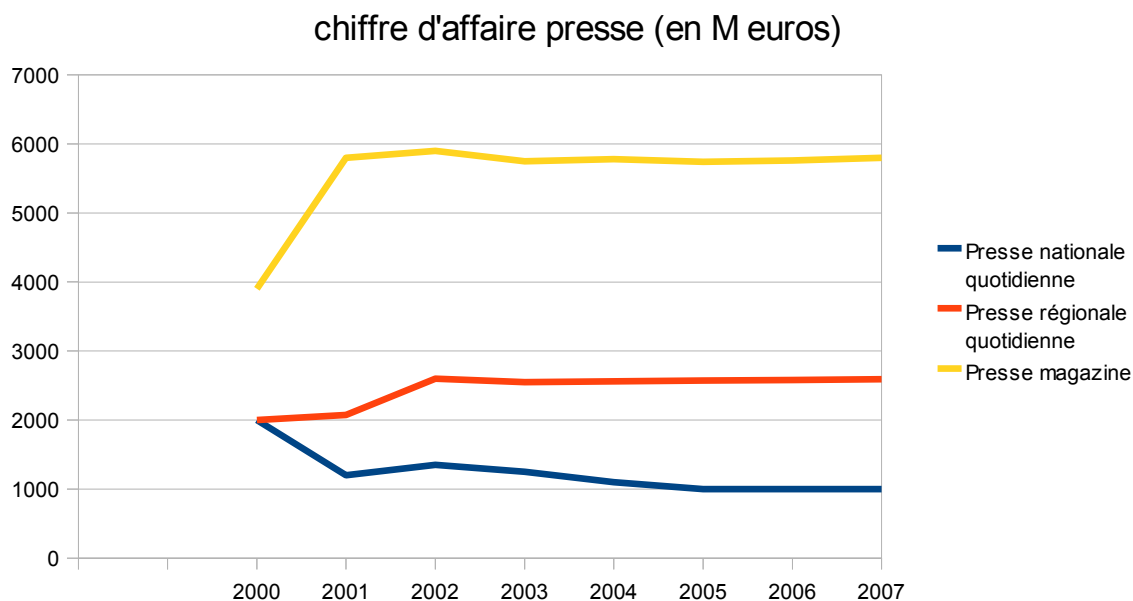
³³Partant, du modèle économique (agency model, plébiscité par les éditeurs littéraires par rapport à celui d'*amazon*) et technologique (un support propriétaire mais ouvert aux applications exogènes) d'*Apple* en son ensemble.

³⁴*Apple* se targue aujourd'hui de ce que le livre serait le contenu le plus porteur sur *ipad*. Cependant, les données manquent pour étayer cette assertion.

La presse écrite

La presse connaît de graves difficultés. Le modèle de la gratuité en ligne est en train de se renverser, nombreux sont les quotidiens généralistes à ne plus proposer en accès libre qu'un nombre restreint d'articles. La transposition de l'abonnement classique et de l'achat à la pièce d'archives s'est pourtant déjà révélé infructueux: par exemple, *l'irish times* a vu son audience en ligne chuter de près de 95% lorsqu'il a adopté un modèle tarifaire contraignant³⁵.

Economie de la presse française (support papier)³⁶



Sur le fond, internet bouleverse le fonctionnement traditionnel des médias en général, de la presse en particulier: l'instantané de l'information, la multiplication des canaux, la position fondamentale du moteur de recherche sont le lot commun de l'ère du numérique. La concurrence prend ainsi une forme éclatée entre les journaux gratuits, entre ceux qui maintiennent ou non une offre papier, entre les blogs d'informations tenus par des particuliers sinon des anonymes (les grands quotidiens généralistes emploient de nombreux blogs partenaires afin de diffuser une information sectorielle, formellement comparable à l'offre archétypique des magazines).

Le modèle des *pure player* entièrement gratuit peine à trouver son équilibre financier. Ainsi, *rue89* qui connaît un transit important (de l'ordre de 1,5 millions de visiteurs par mois) demeure dépendant des ressources publicitaires volatiles sur le web. L'objectif étant de créer une plateforme de don où l'utilisateur paierait à sa guise³⁷. Le site a déjà opéré deux levées de fond en 2009 et 2010 pour perdurer.

D'un autre côté, les journaux d'information généralistes semblent se tourner vers le *freemium*³⁸ à l'instar des sites de *streaming* musicaux avec une restriction de plus en plus forte du périmètre de gratuité. *Bild*, *Der spiegel*, *Le monde*, *Libération*, pour ne citer qu'eux emploient cette formule.

³⁵Source: rapport idate 2008.

³⁶Source: <http://www.csmpresse.fr/CSMP/-/La-presse-en-chiffres/chiffre-daffaires.html>

³⁷Ce modèle peu répandu en France existe de longue date dans les pays anglo-saxons.

³⁸Formule économique mixte avec des contenus gratuits d'une part et des services supplémentaires valorisables payants (accès aux archives, application smartphone ou tablette, page personnalisée, absence de publicité...)

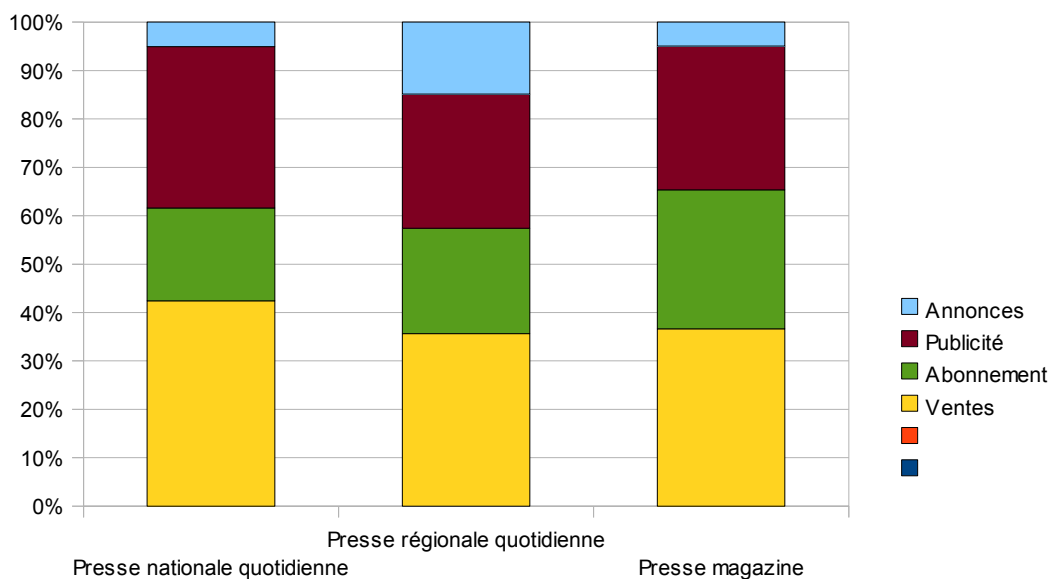
Une étude du *boston consulting group* portant sur un échantillon international jette un éclairage particulier sur les désirs des lecteurs: 54% se disent prêts à payer pour l'information mais à plusieurs conditions: l'information locale ou spécialisée (rare par définition), une diffusion en continu accessible sur tous les supports électroniques pour un prix d'environ 3 euros par mois³⁹. Le *Wall street journal*, par exemple, dont le site compte 11 millions de visiteurs uniques chaque mois en 2009, réunit les ingrédients de la réussite en proposant une information à valeur ajoutée, continue et nomade, doublée d'une analyse de qualité.

Internet modifie la structure des revenus de la presse en faisant disparaître la vente au numéro et interroge le modèle économique en laissant une part accrue aux ressources tirées de la publicité, donc à l'audience des sites, donc à leur référencement.

La problématique du moteur de recherche (c'est-à-dire celle de l'omniprésence de *google*) devient fondamentale en ce qui concerne les biens non-rivaux (au sens de Samuelson) au nombre desquels compte l'information d'actualité: le schéma économique bascule vers la question de l'attention. Il convient de noter ceci que de multiples types de contenus accèdent à l'abondance sur la toile, en conséquence de quoi la valorisation et le service deviennent centraux pour l'attractivité, partant pour la production de valeur ajoutée. Cet état de choses est mis au jour clairement par les difficultés actuelles que connaît la presse écrite mais doit interroger tout autant les professionnels des bibliothèques dont le positionnement classique de fournisseur de contenu rares, sectoriels ou onéreux dans le commerce est remis en cause.

Dans une certaine mesure, la bonne santé économique de la presse magazine en France confirme cet ordonnancement nouveau de la cartographie des médias d'information et de ses usages. Le magazine propose à son lectorat des thèmes définis et un ton spécifique résultants d'une démarche marketing, stratégie délicate d'application pour les quotidiens généralistes sauf à multiplier les suppléments et les journaux spécialisés⁴⁰.

structure des recette presse papier



³⁹Une autre étude menée par *Pew* indique que seul 1 américain sur 5 continuerait à fréquenter le site de son quotidien généraliste si celui-ci devenait payant.

⁴⁰On pensera, bien sûr, aux suppléments thématiques du monde.

Le jeu vidéo

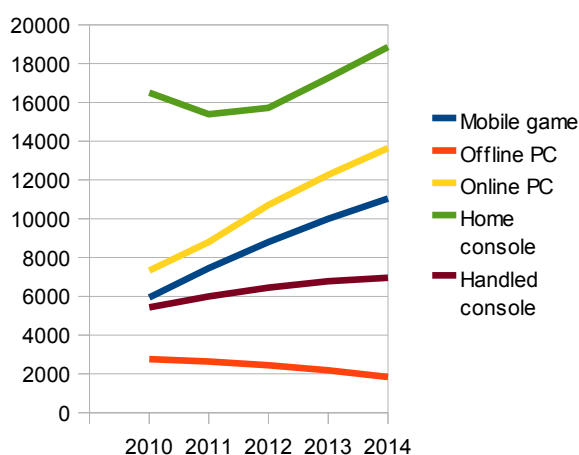
Le jeu vidéo représente la première industrie culturelle mondiale.

Chiffre d'affaire (en M euros)⁴¹

Vente hardware	2010	2011	2012	2013	2014
Home console	9034	6502	6119	9355	11555
Handled console	3411	3572	3744	4485	5649
Total	12445	10074	9864	13841	17204

Le jeu vidéo est une industrie en croissance dont les perspectives économiques à court terme sont des plus encourageantes d'après les études prospectives. Et ce, d'autant plus que les modifications futures des interactions joueur-machine ne peuvent être prises en compte ou devinées, or elles sont susceptibles de drainer vers le média un public plus nombreux encore (comme y est parvenu la console *wii* de *Nintendo* en proposant un type plaisant et accessible de contrôle adossé à un catalogue de jeu familial⁴². *Sony* et *Microsoft*, les deux autres grands acteurs du marché des consoles de salon, viennent de s'engouffrer dans la brèche en proposant tout deux leur système de jouabilité par détection de mouvement: le *playstation move* et le *kinect*.

C.A. Ventes de jeux (en M euros)



D'après une étude menée par l'ISFE⁴³, près de 38% des français auraient joué à un jeu vidéo au cours des six derniers mois⁴⁴. Le profil médian du joueur a également évolué: en moyenne 35 ans, la pratique s'est par ailleurs nettement féminisée au point que les joueuses sont plus nombreuses.

Bien que l'industrie soit encore jeune, elle est une des plus dématérialisée. A la suite d'une enquête menée par le NPD aux Etats-unis⁴⁵, les ventes de jeux sans support physique s'effectuent à part presque égale avec les jeux en format boîte (21,3 millions en

⁴¹Source idate 2010

⁴²La terminologie en vigueur, anglo-saxonne, parle de jeux « casuels » par opposition aux logiciels ne visant que des segments restreints et traditionnels de public: les « hardcore gamers ».

⁴³Interactive software federation of Europe.

⁴⁴L'observatoire français du jeu vidéo annonce pour sa part quelques 63%.

⁴⁵Source:http://www.npd.com/press/releases/press_100721.html

2009 contre 23,5 millions de logiciels sur support physique pour le PC). De plus en plus, le jeu vidéo est connecté. Pas seulement à l'aune des 12 millions d'utilisateurs de *World of Warcraft*, mais aussi par le développement du *esport*⁴⁶ ou le truchement des DLC⁴⁷ (extensions à des jeux disponibles sur les plateformes en ligne des principales consoles de salon⁴⁸ qui sont à la fois des *hubs* et des salles de vente).

Un double phénomène est à l'œuvre: les jeux gratuits et téléchargeables soit sur PC, soit sur *smartphone*, soit au travers des réseaux sociaux⁴⁹ (souvent des jeux peu élaborés programmés en Flash et entièrement repris de programmes hérités des générations de consoles antérieures) accélèrent simultanément le taux de dématérialisation et accroissent l'audience de la pratique vidéoludique.

L'industrie du jeu vidéo offre ainsi un visage complexe fait d'un spectre large de niveaux d'élaboration (du passe temps simple aux univers structurés) d'une multiplicité de types de jeu (de l'éducatif au défoulant) et dans lequel se crée une véritable scène indépendante profitant des possibilités offertes par les services de console virtuelle. En effet, le développement d'un programme qualifiable pour le box office peut s'échelonner sur une durée de 5 ans et coûter une centaine de millions de dollars. Les plateformes en lignes constituent alors une opportunité pour les petits studios de mettre en avant des jeux à concept novateur mais moins exigeants sur le plan technique et certains peuvent rencontrer un franc succès ou s'avérer être de véritables réussites artistiques (tel *World of Goo* récemment ou *Okami*). Toutefois, son dynamisme et sa versatilité en font un univers propice à l'innovation et à la diversité. En ce qui concerne la possibilité de mettre à disposition du public des jeux en médiathèques, remarquons qu'un vide juridique demeure quant au statut de ces logiciels (œuvre collective ou non ? Strates de droit ? Quel titulaire des droits d'exploitation ?): à ce jour seul un arrêt de la cour de cassation le 27 avril 2004⁵⁰ stipule que la location est soumise à l'accord préalable avec l'éditeur de contenu (ce qui constitue une situation identique à celle des autres contenus à l'exception du livre géré par le système du droit de prêt). Autrement dit, si le prêt peut s'avérer problématique, la mise à disposition ne l'est pour l'instant aucunement.

Essai de synthèse du marché

Comme les exemples ci-dessus viennent de le montrer, le niveau de dématérialisation varie grandement selon le type de contenu considéré. Pour autant, un point demeure indubitable: à la suite d'années d'atermoiements le passage au numérique prend forme et les premiers modèles économiques stables émergent⁵¹. Par exemple, le *freemium* semble amener un compromis raisonnable entre l'abondance, conséquente à la non-rivalité des biens, propre à l'internet et les besoins de rémunération et de profit des entreprises qui produisent et distribuent les contenus. Le web induit le passage vers une économie de l'attention et du service supplémentaire plutôt que des contenus (très souvent disponibles gratuitement): cette mutation présente un intérêt capital pour les diffuseurs traditionnels que sont les bibliothèques, leur rôle classique de mise à disposition, de réservoir de documents et de savoirs, devient fondamentalement insuffisant.

⁴⁶Les nombreux tournois de starcraft et de sa nouvelle mouture, la PES league, les ligues mondiales de Blood Bowl ne sont que quelques exemples.

⁴⁷Downloadable content.

⁴⁸Playstation store, Xbox live et console virtuelle wii.

⁴⁹Par exemple bejeweled connaît un grand succès sur facebook ou farmville avec près de 50 millions de membres actifs par mois.

⁵⁰Source: <http://www.legifrance.gouv.fr>

⁵¹Par exemple, Spotify annonçait récemment être en voie de parvenir à la rentabilité.

Un autre point doit être souligné avec emphase: numérique rime de plus en plus avec nomadisme donc avec interopérabilité, reproductibilité des fichiers (donc des problèmes de droit, globalement inadapté à ce jour. Par exemple, la conversion d'un contenu donné proposé à la consommation sous forme physique induira une succession de droits d'auteurs lors de sa numérisation: licence du matériel, du logiciel... qui gonflera le prix d'autant). Par ailleurs, la crainte partagée des acteurs de l'industrie culturelle engendre une législation essentiellement contraignante (HADOPI n'étant, au fond, qu'une loi de surveillance à finalité dissuasive: maintenir le modèle économique classique basé sur la rareté) et une prolifération des formats propriétaires afin de protection. A l'identique, la problématique des contenus générés par les utilisateurs ou les contributeurs anonymes ne connaît, pour l'instant aucune réglementation satisfaisante⁵².

Le monde des ressources numériques est en perpétuelle ébullition. Cette instabilité fondamentale implique une actualisation incessante, donc un investissement en temps important doublé d'un besoin renouvelé de compétences, pour qui souhaite se tenir au fait des enjeux et procédés actuels. Voire mieux: innover.

L'offre aux bibliothèques: comparaison

Mettre en regard les fournisseurs de ressources aux médiathèque les plus courant et l'offre commerciale ne constitue pas un exercice de mauvaise foi. Par nature, les fonds physiques d'un établissement même important sont limités comparativement à l'offre privée considérée dans son ensemble. Toutefois elle est représentative et limitée partout, c'est-à-dire aussi dans une grande enseigne de distribution. L'accès en ligne modifie cet équilibre car, en droit, l'intégralité du contenu est accessible, les catalogues gigantesques sont possibles. En conséquence, les traditionnelles notions d'encyclopédisme et de diversité, de politique documentaire et de prescription tendent à arborer un tour nouveau dont il nous faut prendre la mesure.

Il semble nécessaire de procéder à une évaluation des prestataires auxquels les établissements ont recours, soit principalement les fournisseurs de ressources recensés par CAREL, selon trois dimensions: le coût, le contenu, les modalités techniques⁵³. Cette exploration ne prétend pas à l'exhaustivité mais seulement à une brève présentation des services les plus fréquemment mis en œuvre.

La musique

A l'exception de certaines offres de qualité comme celle de l'extranet de la cité de la musique proposant une gamme de contenus spécialisés en supplément des morceaux eux-mêmes, les bibliothèques disposent de peu. Notons parallèlement que ces services spécifiques⁵⁴, pour intéressants qu'ils sont, ne se destinent par nature qu'à un public de mélomanes avertis souvent familier des établissements culturels en général et ne sont accessibles que sur place pour des motifs légaux⁵⁵.

⁵²Ainsi, cette question devient aigüe dans le cas des jeux vidéos. Le contenu additionnel apporté par les usagers est souvent important. Les contrats actuels types signifient que cette production, parfois très importante, que le créateur abandonne l'intégralité de ses droits pour pouvoir se servir du programme.

⁵³Les fournisseurs ici listés n'ont pas souhaité me transmettre les informations que je réclamaï. Cette évaluation sera donc basée sur les retours d'expérience des bibliothécaires avec lesquels j'ai pris contact.

⁵⁴Tel The classical music library ou grove music. Nous évoquerons plus loin l'intérêt que peut présenter une initiative comme celle de dogmazic dans les territoires.

⁵⁵La loi DADVSI a amendé le code la propriété intellectuelle en ce sens. La communication d'œuvres numérisées est possible dans l'enceinte de l'établissement et afin de conservation. Code de la propriété intellectuelle, article L 211-13.

Dans un univers extrêmement concurrentiel comme celui de la musique, un catalogue large et diversifié constitue la condition nécessaire mais non suffisante du succès. Le prestataire généraliste historique, *bibliomédias* qui se proposait à l'origine d'être un agrégateur ambitieux⁵⁶ en fournit la preuve. Au travers de l'expérience de la BDP du Jura et des bibliothèques des Champs libres à Rennes, de Troyes (ces deux derniers abandonnant la ressource) et de Montpellier se dessine un fort constat d'échec.

Le coût de base est abordable (environ 1500 euros par an pour 500 accès) et la ressource est utilisable à distance. Néanmoins, le catalogue de base est pauvre et les options (comme le bouquet *universal*) deviennent rapidement onéreuses. Par ailleurs, sur le plan technique, le service pose de graves difficultés malgré la simplicité que l'on pourrait attendre du fait que le site héberge, gère les contenus et de l'expérience du fournisseur en terme de travail avec les bibliothèques. En effet, il requiert le téléchargement et l'installation du logiciel *chronomédia* qui rend illisibles les fichiers téléchargés au delà d'une certaine durée. Ce logiciel pose de sérieuses difficultés de paramétrage aux usagers⁵⁷ tout en interdisant la copie vers les supports nomades⁵⁸.

Au regard de ces caractéristiques, il n'est que très peu surprenant de constater le relatif manque d'intérêt du public pour la ressource indépendamment de l'établissement qui la met à disposition⁵⁹. Dans l'ensemble, le secteur de la musique est celui laissant la plus grande marque de scepticisme chez les professionnels car la qualité des offres privées est forte ainsi que nous l'avons noté plus haut. Quelle peut être la place d'une médiathèque dans cet univers sachant qu'elle se trouve empêchée par la loi⁶⁰, qu'elle ne dispose pas d'une base de contenu suffisante et des capacités techniques de produire son offre ? (en l'absence d'une directive comparable avec le droit de prêt pour le livre, la négociation des droits doit s'effectuer au cas par cas ce qui induit la nécessité de recourir à des prestataires, souvent parapublics, dont la capacité à agréger les contenus reste, en l'état, limitée).

De surcroît, la dimension de médiation qui pourrait être le propre des établissements culturels se trouve de mieux en mieux prise en charge par les acteurs commerciaux en appui sur les pratiques grégaires de l'internet. L'exemple de *last.fm* constitue un cas d'école: adossé à un catalogue riche de plusieurs millions de titres, un moteur statistique permet de déterminer une cartographie personnalisée des écoutes (rappelons que des systèmes de cette sorte ne deviennent efficaces qu'à raison d'un nombre important d'utilisateurs), lance des *smartradios*, et offre des perspectives de curiosité⁶¹ réelles. Par ailleurs, la dimension de réseau social du site se traduit par une implication forte des usagers qui peuvent échanger non seulement leurs commentaires, mais aussi leurs *playlists*, et concevoir eux-mêmes les notices biographiques et musicologiques de leur choix⁶². Une gamme de services supplémentaires est en outre mise à disposition de l'internaute: référencement des sites commerciaux disposant de l'œuvre en vue d'achat, transfert possible sur les supports nomades, interface de navigation ergonomique et personnalisable. L'abonnement mensuel coûte trois euros. Dans une certaine mesure, une offre de cet ordre constitue le plancher d'un service susceptible de rencontrer son public, plancher dont les prestataires actuels des bibliothèques sont fort éloignés.

Afin de conclure ce passage sur une note à tonalité positive, attardons nous un instant sur l'expérience menée en Alsace et faisant intervenir les médiathèques départementales

⁵⁶Bibliomédias ne propose pas seulement de la musique, mais le constat reste valable pour le livre et la vidéo.

⁵⁷Il doit être réglé pour chaque support.

⁵⁸Notons par ailleurs que le transfert vers l'ipod n'est pas géré.

⁵⁹Pas de public dans le Jura, arrêt de la prestation à Rennes et Troyes.

⁶⁰C'est-à-dire tenue de respecter des contraintes induites par les lois DADVSI et HADOPI: DRM, sécurisation des connexions, œuvres orphelines...

⁶¹Pour avoir effectué l'essai à partir d'artistes rares et méconnus, les résultats retournés apparaissent exceptionnellement pertinents.

⁶²Le principe étant comparable à celui de wikipédia.

du Haut-Rhin, du Bas-Rhin, les bibliothèques communales et intercommunales de Strasbourg ainsi que celles de Mulhouse, au travers d'un contrat avec le site *Musicme*⁶³. Le recours à un partenaire commercial s'est imposé de soi étant donnée la pauvreté ou la particularité des services proposés aux bibliothèques. Plusieurs des conditions fondamentales de réussite sont alors réunies. Tout d'abord, l'accès à un catalogue de belle ampleur entièrement disponible⁶⁴ et généraliste. Une marge de manœuvre réelle est laissée: les établissements contractants disposent chacun d'un sous domaine sur le serveur et les pages affichées lorsque l'on se connecte via une médiathèque sont dépourvues de publicité⁶⁵. La possibilité est offerte de créer des radios, d'inscrire des personnes et de modifier la une de la page web afin de la personnaliser. Autrement dit, les bibliothécaires peuvent construire leur rôle de médiation. Un avantage de cette configuration tient au fait que les aspects techniques liés à la plateforme sont pris en charge par le prestataire donc les questions de maintenance et d'ergonomie sont, d'emblée, partiellement solutionnées⁶⁶. Toutefois, la structure tarifaire actuelle est problématique puisque la facturation (en surplus du droit d'entrée, de l'abonnement annuel et du droit à créer des radios) maintient le principe du paiement à l'acte⁶⁷. Malgré cela, le choix a été fait de mener pleinement cette expérience en ne limitant pas au départ les possibilités d'écoute de l'utilisateur. Deux points cependant posent encore difficulté: les métadonnées manquent de fiabilité et les statistiques d'usage sont trop peu détaillées.

Le service, lancé naguère, compte 200 inscrits au mois d'octobre 2010 et une moyenne de 5 personnes s'inscrit hebdomadairement. Les radios semblent séduire le public⁶⁸ et l'idée de recruter un médiateur numérique suit son cours. En effet, les réquisits sont importants pour faire vivre le site: une radio prend plusieurs heures à créer et le besoin d'actualisation est fort sur internet. De sorte que les facteurs temps et compétence doivent être pris en compte avec précaution afin de ne pas seulement mettre à disposition une ressource mais de lui donner du sens pour faciliter sa réception.

La vidéo

Dans le monde des bibliothèques Arte VOD est roi. Depuis plusieurs années. Cette fidélité induit des avantages dont l'amélioration de l'adéquation de l'offre aux besoins spécifiques des établissements culturels tout en traçant les frontières du périmètre d'intervention et de captation des publics⁶⁹.

La base de contenu, même bientôt étoffée par le catalogue d'*universciné*, demeure limitée (environ 800 films et 1600 documentaires) comparativement à celle de TF1 (4000 films) ou de canalplus (8000 vidéos de films et de série). De plus, Arte n'est historiquement pas une chaîne de télévision «grand public» comme en témoignent ses scores d'audience, son image et sa programmation. Par conséquent, si les usagers natifs et habituels des bibliothèques (soit, selon la nomenclature les catégories socio-professionnelles intermédiaires et supérieures) sont susceptibles d'être attirés par cette

⁶³Dans le cadre d'un appel à projet du ministère de la culture.

⁶⁴Monsieur Gallaud explique que *musicme* ne travaillait pas auparavant avec les bibliothèques, il est donc à l'origine du contact. Le site a répondu favorablement car il entrevoit une stabilisation de ces moyens financiers et se montre un interlocuteur attentif à la tenue de cette expérimentation. Cependant, l'entreprise ne souhaite pas répondre à des appels d'offre pour des raisons de complexité du processus.

⁶⁵Il est également possible d'écouter des extraits sans être inscrit.

⁶⁶Par ailleurs, le procédé de diffusion employé étant le streaming, l'accès est grandement facilité pour l'utilisateur.

⁶⁷En attendant l'hypothétique application, préconisée par le rapport Zelnik, d'un alignement du régime de rémunération équitable appliquée à la radiodiffusion au webcasting.

⁶⁸Le service étant très jeune, l'évaluation des usages est encore approximative. Les données ci-dessus sont donc issues de l'observation empirique.

⁶⁹La présente évaluation se base sur les retours des établissements de Troyes, de Montpellier et des champs-libres.

offre, sa nature même tend à exclure une frange notable de la population malgré ses qualités intrinsèques. Aussi, les établissements mettant ce service à disposition sont ils, globalement, peu satisfaits de sa réception faible.

Au delà des caractéristiques de la programmation gisent deux difficultés supplémentaires. La première est manifestée par l'exemple troyen où le service compte plus de mille inscrits dont seulement un tiers l'utilisent effectivement. Le modèle retenu par Arte VOD est celui du téléchargement à durée limitée de sorte que les modalités techniques fournissent un obstacle à l'usage. En effet, dès le test de configuration les barrières se multiplient entre l'incompatibilité mac⁷⁰, l'obligation d'utiliser *internet explorer* et *windows média player* dans leurs itérations récentes à quoi s'ajoute les difficultés posées par les DRM. Nombreux sont ceux qui renoncent ou se trouvent empêchés. Il convient également de noter que les fichiers téléchargés ne sont disponibles que pour une durée de 48 heures. De plus, l'ergonomie du site laisse encore à désirer, le rubriquage n'est pas de mise et donc le catalogue se déroule selon l'ordre alphabétique⁷¹. La structure tarifaire est également mal adaptée aux besoins d'une médiathèque car elle fonctionne sur la base d'un forfait⁷² (en fait, un système de jetons déguisé) dont l'assiette est déterminée annuellement par le client. Par suite, en cas de succès public, la médiathèque devra refuser l'accès à ses usagers (de par les contraintes afférentes au principe d'annualité du budget) tout en ayant une visibilité faible sur le plan financier⁷³ puisque la demande reste difficile à anticiper.

Enfin, aux yeux d'un professionnel, Arte VOD souffre de l'effet «bouquet»: aucune marge de manœuvre n'est laissée au bibliothécaire qui se cantonne au rôle de fournisseur d'accès gratuit en direction d'un service existant par ailleurs. Nous avons montré auparavant en quoi cette position se révélait insuffisante dans l'ordre numérique qui favorise l'économie de l'attention, partant, plus encore pour une médiathèque.

Bien que chacune des personnes interrogées à Troyes, Rennes ou Montpellier ait souligné les bons rapports de travail entretenus avec Arte et les améliorations substantielles en voie d'aboutissement qui en résultent, les problèmes découlant du contenu proposé et de la place de la médiathèque dans le dispositif demeurent entiers.

Le livre

En matière de livre numérique, l'offre commerciale est encore particulièrement balbutiante en France. Il en va donc légitimement de même pour les bibliothèques si l'on excepte le cas bien particulier de Gallica et la documentation scientifique et technique à forte valeur ajoutée⁷⁴. Le prestataire le plus courant est aussi l'acteur le plus important du marché puisqu'il n'est autre que *Numilog*. La plateforme est conçue comme une librairie, son objet est donc d'abord la vente d'exemplaires de fichiers et non pas l'accès ou la fréquentation à la manière d'un service de *streaming*.

Bien que la catalogue soit le plus vaste actuellement disponible avec des ajouts de nouveautés et que l'interface soit estimée solide, le problème du coût se pose. Outre le fait que, en tant que système de téléchargement, les difficultés liées aux DRM soient présentes⁷⁵, les ouvrages sont vendus un prix équivalent à celui du papier sans que

⁷⁰Cette situation devant être régulée prochainement.

⁷¹Une nouvelle fois, cet aspect est en cours de réaménagement.

⁷²Actuellement, 1000 téléchargements coutent 3000 euros.

⁷³A partir de 2011 cependant, les crédits de téléchargement non employés seront reconduits pour l'année suivante.

⁷⁴Si l'on peut regretter le morcellement de l'offre éditoriale au niveau du livre numérique, l'hégémonie de quelques acteurs pour les publications scientifiques posent des problèmes biens connus des bibliothèques universitaires dont le tarif n'est pas le moindre.

⁷⁵Le format epub est un code en HTML compressé, il suffit d'ouvrir le fichier avec un traitement de texte classique pour faire disparaître les éventuels éléments de marquage. Ce fait incite les diffuseurs à ajouter des mesures techniques de protection de

l'acquéreur puisse garantir leur pérennité (puisqu'il ne possède pas les droits) ou même leur disponibilité car il est lié par le nombre d'exemplaires. Le modèle économique est ainsi homothétique à celui du livre. En conséquence, l'offre est plutôt utilisée comme un appoint aux collections physiques (en rendant disponible à distance une œuvre déjà prêtée) tout en autorisant le maintien d'une politique documentaire réelle.

D'une manière générale, les bibliothèques employant le service soulignent que le public n'est guère présent au rendez-vous⁷⁶. Un fait intéressant à Troyes, l'usage a véritablement décollé avec la mise à disposition sur site de plusieurs *ipad*⁷⁷, ce qui semble corroborer la constatation selon laquelle un support de lecture spécifique (et dans ce cas partiellement dédié ou tout au moins pensé pour) est indissociable du succès de l'*ebook*. Les usages restent incertains au sujet de ce qui est et sera lu sur ce type de support tout autant que sur sa démocratisation. Il est fort délicat, sans recul temporel, de discerner la part d'effet de mode dans le phénomène, de savoir si l'objet et les services sont essayés de pair et par curiosité ou si la pratique s'implantera durablement. La probabilité d'une dématérialisation rapide et majoritaire des principales sortes de livre, roman et essai, à court terme apparaît faible.

Le nombre de prestataires possibles actuellement est trop élevé pour permettre un passage en revue sinon complet du moins représentatif. Parmi les initiatives sur lesquelles il pourrait être profitable de suivre, citons celle de *publienet* menée par François Bon qui se veut une coopérative d'auteurs indépendants dont les modalités de diffusion sont plus en harmonie avec les pratiques numériques (pas de DRM, formule d'abonnement illimité). A ce jour, le catalogue demeure limité et devrait rester centré à l'avenir sur la littérature indépendante mais peut constituer un moyen de découverte et de curiosité.

La presse écrite

Le secteur de la presse écrite est certainement celui dans lequel l'offre faite aux bibliothèques est la plus satisfaisante. Par exemple, *Pressens*, utilisée à Rennes et Montpellier trouve son public auprès des étudiants et des enseignants malgré la restriction d'un accès possible uniquement in situ. La base d'archive comporte la plupart des quotidiens nationaux, régionaux et des revues grand public disponibles le jour de leur parution (à l'exception des quotidiens régionaux accessibles le lendemain). La tarification, bien qu'onéreuse, est adaptée aux contraintes des bibliothèques car construite sur un forfait (en nombre de consultations et en option de bouquet⁷⁸) ce qui permet de maîtriser les dépenses. Pour autant, le grand public est peu concerné par l'offre, certainement rebuté par l'aridité de l'interface et un affichage peu confortable ne favorisant guère la lecture de loisir ou de détente. *Press display* permet de compléter l'offre au niveau international. En effet, lorsque le besoin de presse d'actualité en langue étrangère existe, il est difficile à satisfaire pour des motifs évidents de délais d'acheminement que la consultation permet de contourner. Ce faisant, la bibliothèque peut remplir un social non négligeable.

Afin de toucher le plus grand nombre, une ressource à laquelle beaucoup d'interlocuteurs avec lesquels un entretien a été mené songent et que propose la bibliothèque de Troyes est *le kiosque*. Le site propose un catalogue de revues grand public et de presse de loisir relativement complet. L'ergonomie est de bonne qualité, en streaming. Une application pour *ipad* devrait voir le jour sous peu. Le service est attractif puisqu'il a fait l'objet dès

plus grande envergure.

⁷⁶C'est le cas pour la BDP du jura et pour Montpellier.

⁷⁷Numilog a développé des applications pour *ipad* et *iphone* et vend directement ses livres sur le magasin en ligne d'apple.

⁷⁸Voir: <http://www.pressens.fr/ressource/cache/blob/document/Presentation-Pressens.pdf>

le départ d'environ 500 demandes d'inscription. Néanmoins, la tarification est inadaptée au fonctionnement des médiathèques. Deux types d'abonnements sont possibles: l'accès illimité coutant 12 euros par compte et par mois ou un système de crédit mensuel stipulant le nombre de revues pouvant être lues. Dans les deux cas, le service est onéreux, plus encore s'il rencontre le succès. Si le réseau troyen a dû s'adapter initialement à l'offre du prestataire, des négociations portant sur le tarif et les aspects techniques sont en cours⁷⁹.

La presse en ligne bénéficie d'une conjonction d'événements favorables pour les établissements culturels. D'une part, contrairement à d'autres contenus l'usage est déjà bien ancré de consulter l'information sur internet comme l'audience des grands quotidiens le montre. D'autre part, comparativement à ce que nous constaté dans les domaines de la musique ou de la vidéo, il existe des offres susceptibles de répondre à la diversité des demandes. Le problème qui peut alors se poser est celui du choix en raison des coûts importants de ces services.

L'autoformation

Ce paragraphe ne sera pas guidé par un esprit de comparaison entre l'offre commerciale et celles des médiathèques, les services de cours en ligne sont par trop nombreux et divers pour en dresser un portrait représentatif. La formation est un rôle premier des bibliothèques, aussi l'étude de ce segment revêt elle une importance particulière. Les deux prestataires traditionnels sont *toutapprendre* et *vodeclit*⁸⁰. Le premier fournit des cours sous plusieurs formes: des fiches et des bréviaires accessibles gratuitement via son site et des séances interactives en vidéo payantes. Les domaines traités figurent parmi les plus porteurs, c'est-à-dire le multimédia, la bureautique, le code de la route et les langues (avec la méthode *assimil*).

Si les retours d'usage sont globalement satisfaisants, le problème principal tient au prix du service⁸¹, très élevé (environ 30 euros pour un cours de langue sur un accès) au point d'interroger les établissements sur la poursuite de leur abonnement (à Troyes, l'offre est actuellement gelée en raison de négociations tarifaires. A Montpellier, on concède un certaine gêne budgétaire malgré le dispositif ambitieux mis en œuvre de cabines individualisées de travail dans les locaux).

Le public touché semble différer selon les endroits. Si l'audience est plutôt constituée de cinquantenaires (ou au delà) et d'étudiants à Troyes, elle est au contraire centrée sur les 25-40 ans et les primo-arrivants à Montpellier sans qu'une raison précise puisse se laisser déterminer. Néanmoins, cette diversité nous permet d'entendre qu'il peut exister une spécificité liée au territoire, au contexte local d'une part et d'autre part, qu'un service d'autoformation peut convenir à plusieurs catégories d'utilisateurs. L'offre présente donc un bel intérêt pour les établissements à condition de définir les publics potentiels.

Le jeu vidéo

S'il devait être un sujet qui fait abonder l'encre (électronique ou non) des bibliothécaires, ce serait le jeu vidéo. Dans le sillage de *Dofus* à Saint-Rapahaël et du succès de l'expérimentation montpelliéraine (bien que, de par l'envergure du dispositif, le terme d'expérience puisse être considéré impropre), la question de l'introduction de ces logiciels fait débat. Principalement au travers du prisme de la légitimité. Il n'est pas du

⁷⁹Le kiosque avait à l'origine proposé comme mode d'accès un simple lien sur le site de la bibliothèque.

⁸⁰Ne disposant pas de retour d'expérience à propos de *vodeclit*, seul *toutapprendre* sera évoqué ici.

⁸¹Voir: http://www.bpi.fr/fr/professionnels/collections_et_services2/carel_ressources_electroniques/catalogue/toutapprendre.html

ressort de la présente étude de trancher la question mais certains éléments peuvent être pointés.

Les jeux disponibles à Montpellier ont été achetés à *Circle* (filiale de l'ADAV) qui en a négocié les droits. Le catalogue de ce prestataire est des plus restreints pour qui connaît le panorama vidéoludique. Le succès tient donc surtout à la vitalité du média et au remarquable travail d'intégration au reste des collections et des services mené par les équipes en charge du projet (conférences, histoire du jeu, séance de création, tournois...). Le jeu vidéo peut être une occasion de conquête de nouveaux publics moins familiers des médiathèques. Il peut également être une occasion de familiariser les parents circonspects (des rencontres à cette fin ont déjà vu le jour en Allemagne par exemple). Il peut aussi être l'occasion d'une médiation renouvelée.

Au moins deux difficultés sont cependant certaines. En premier lieu, la majorité des professionnels n'est pas naturellement versée dans la pratique au même titre que dans le roman ou le cinéma de sorte qu'un déficit d'intérêt pourrait se donner à voir. En second lieu, la nature des choix documentaires est différente d'avec les autres médias traditionnellement présents dans l'enceinte des bibliothèques: le jeu est d'abord un moyen de loisir plus qu'un véhicule du savoir, il possède une histoire et des codes propres pouvant entrer en tension avec ceux de la culture «légitime».

Il semble surtout important de noter que l'introduction du jeu vidéo dans les collections doit être l'aboutissement d'un processus mûrement réfléchi, conçu, et non pas comme un produit d'appel vers d'autres contenus.

Quelques éléments de droit

Le droit des bibliothèques n'existe pas. Le droit du numérique n'existe pas. Les ressources numériques en bibliothèque forment une coalescence de non droit.

La question de la légalité de l'offre est pourtant a priori cruciale dans un établissement public, mais le code de la propriété intellectuelle n'a guère été modifié en substance depuis l'avènement d'internet. Un certain flou juridique régnait sur le prêt et la communication physique, en effet, seul le livre faisait l'objet d'une licence légale par le truchement de la directive sur le droit de prêt (en échange d'une contribution forfaitaire réglée par l'Etat et les bibliothèques, les ayants droits ne pouvaient s'opposer à la mise en rayon de leurs œuvres). Le cas du phonogramme est différent puisque sa mise à disposition repose sur une tolérance de la loi sous réserve de non refus de l'auteur ou des ayants droits. La configuration est encore autre concernant les vidéogrammes puisque les producteurs prélèvent une soule sur chaque document de sorte que les droits doivent être négociés titre à titre. Par voie de conséquence, les bibliothèques font appel à des intermédiaires qui vendent les films et documentaires dont ils ont obtenu les droits. La question du jeu vidéo est plus complexe dans la mesure où le droit ne parvient pas à préciser le régime ontologique auquel il ressortit. Cependant, l'arrêt *nintendo*, pris en 2004 par la cour de cassation, stipule que la négociation des droits s'opère directement avec les éditeurs de jeu.

Dans l'univers numérique, il n'existe pas à ce jour de licence légale. Le droit est régi par le contrat négocié entre les ayants droits et l'utilisateur (final ou non). La légalité repose donc entièrement sur les «conditions générales d'utilisation» (CGU) qui sont une licence d'usage accordée par le vendeur détenteur des droits patrimoniaux ou de brevet. Les CGU sont généralement restrictives et adossée à un modèle «B to C»⁸²: elles accordent un droit privé exclusif de jouissance. Deux conséquences en découlent pour notre propos: des CGU rédigée de cette manière préviennent un particulier de prêter un

⁸²Businnes to customer.

contenu dont il est le propriétaire à sa guise (sans oublier que, le cas échéant, les DRM peuvent l'en empêcher techniquement) et a priori interdisent aux bibliothèques de mettre des *ipad* contenant des applications à disposition du public⁸³. De la même manière, tous les contenus numériques doivent faire l'objet d'un contrat d'exploitation (bien que non onéreuse dans le cas présent) et ce ressource par ressource dès lors qu'elles sont mise à disposition du public avec ou sans prêt. Trois exceptions à cette règle, obtenues par amendement à la loi DADVSI de 2006: les documents numérisés afin de conservation (qui pourront être consultés intra muros sur des terminaux dédiés), les reproductions à finalité pédagogique (c'est-à-dire à destination d'un public majoritairement composé d'élèves ou d'étudiants), et l'accessibilité aux personnes handicapées.

Il en résulte que, concernant les œuvres sous droits, les bibliothèques sont installées dans une position de faiblesse manifestement défavorable: l'impossibilité pratique dans laquelle elles se trouvent de négocier les droits pour chaque document (ou même avec chaque éditeur de document) implique le recours à des prestataires et par suite une certaine déprise sur les contenus proposés à moins de vivre dans les tolérances de la loi. Cette situation induit les conséquences que nous avons tirées plus haut, à savoir des prix globalement élevés pour un contenu laissant à désirer et une prestation souvent mal ajustée sur le plan technique.

La zone grise du droit d'auteur, celle des œuvres orphelines, n'a pas encore de solution réelle à ce jour (ce qui aura permis à *Google* de faire jouer le système de l'opt-out). Mais la voie du contrat semble se dessiner outre-atlantique.

Quelques mots enfin de la récente loi création et internet. Si cette dernière ne modifie pas le droit d'auteur et le code de la propriété intellectuelle, un aspect peut poser de graves difficultés aux médiathèques. Légalement parlant, les établissements proposant des connexions internet publiques (wifi ou non) sont considérées comme des FAI. Ils sont éligibles à sanction au titre de négligence de sécurisation de la connexion (présomption de culpabilité). Selon les modalités retenues par la jurisprudence⁸⁴, le seul moyen de faire valoir son innocence est de ne pas avoir, en fait, de connexion internet. L'autre moyen étant d'opérer un filtrage drastique et actif, mais c'est inconstitutionnel car attentatoire aux libertés fondamentales. Si une application en l'état des sanctions prévues par la loi semble peu probable, son caractère coercitif peut être de nature à créer un climat de tension entre les élus, les services informatiques de la collectivité et les bibliothèques. Enfin, la question du wifi est particulièrement épineuse quant à son statut: bien que la bibliothèque soit un lieu collectif, la catégorisation légale de l'acte de connexion d'un usager au réseau par le biais de son propre matériel reste indéterminée. De sorte que la ligne de conduite à adopter est susceptible de varier en fonction des collectivités et du degré de prudence de leur politique à cet égard.

Evaluation partielle

Quels enseignements objectifs peuvent être tirés de ce premier parcours ? Comment se situent les bibliothèques dans ce paysage en terme de ressources ?

Si le marché lui-même n'est pas mûr sur plusieurs segments (il peut être considéré comme émergent), les prestations auxquelles peuvent prétendre les institutions de lecture publique sont très inférieures sur tous les plans. A l'évidence, les acquisitions étaient limitées par le budget lors de l'achat de livres ou de musique mais cette contrainte était la seule. Des choix de politique documentaire en fonction d'une charte de lecture publique et d'un projet d'établissement pouvaient être arrêtée puisque les

⁸³Une bibliothèque est, à tous égards, un lieu d'usage collectif et non privé juridiquement parlant. Bien que des usages privés puissent s'y dérouler. Or, les CGU spécifient très souvent des usages personnels privés.

⁸⁴Si un procès doit avoir lieu. A ce jour aucun ne s'est tenu pour contournement des mesures techniques de protection.

ressources étaient majoritairement disponibles. De plus, la question des droits était solutionnée de facto par la licence légale, la tolérance de la loi ou les accords conclus par les partenaires historiques avec les producteurs de contenus. Enfin, l'acte d'achat constituait l'assurance d'une possession pérenne du document (usure exceptée bien entendu). Cette configuration, dans l'ensemble vertueuse et stable, est profondément remise en cause au sein de l'actuel ordre numérique rapporté au monde des bibliothèques.

Le contenu des catalogues offerts fournit un premier obstacle, criant dans le cas de la musique⁸⁵: l'écart entre ce que peut proposer *bibliomédias* et un site grand public est beaucoup trop important (sans même évoquer les difficultés liées à la technique et donc à la simplicité d'accès) pour que l'on puisse escompter le succès. L'utilisateur et le bibliothécaire manquent du pouvoir de choisir⁸⁶. La situation de la vidéo est quelque peu différente: le service d'Arte est identique pour tous à l'usage, c'est-à-dire en bibliothèque ou en privé. Le double problème qui en découle tient d'une part aux caractéristiques de la chaîne et de ses programmes (le catalogue est limité dans l'absolu, en regard par exemple de *Canal Vod*, mais original) et d'autre part au fait que les établissements n'ont pas la possibilité de modifier le service en fonction de leurs besoins ou de leur politique: ils doivent se contenter de jouer un rôle de passeur, d'intermédiaire transparent. La situation est plus complexe pour le livre puisque (au moins avant Noël) le marché n'existe tout simplement pas. *Numilog* est la plus importante plateforme de librairie française avec cette conséquence que ce peut mettre à disposition une médiathèque est identique à ce qui est disponible sur internet: la position de la lecture publique est alors sensiblement identique à celle qui était la sienne quant au livre papier. Les difficultés d'appropriation ne tiennent pas tant à l'écart quantitatif de contenu possible (bien que le coût d'un fichier est tel que le catalogue d'un établissement donné s'en trouve restreint) qu'à son caractère encore non intuitif pour les lecteurs.

Le deuxième élément problématique tient au prix et aux structures tarifaires pratiquées. Les coûts des ressources numériques pour les bibliothèques est actuellement exorbitant non content d'être souvent mal adapté à la nomenclature budgétaire. Ce coût apparaît d'autant plus élevé rapporté à la teneur du service et aux contenus disponibles. Les moyens financiers des établissements étant fortement contraints (plus encore en tenant compte des réformes récentes ou en cours), un arbitrage doit souvent être rendu entre les ressources numériques (chères, peu satisfaisantes, orphelines d'utilisateurs) et les activités classiques. Cet arbitrage tend légitimement à se faire au détriment des premières mais au risque d'un retard au futur et ce à plusieurs niveaux d'image, de compétence et de positionnement.

Le troisième écueil tient aux modalités techniques des prestations mais n'est pas spécifique aux médiathèques. Le téléchargement légal est vecteur de problèmes dont nous avons fait la recension plus haut (défaut d'interopérabilité, actualisation matérielle et logicielle nécessaire...). D'un autre côté, à moins de construire sa propre plateforme, le *streaming* est un procédé qui ne garantit pas la disponibilité⁸⁷ dans la mesure où l'établissement ne possède pas les fichiers (bien que, la disponibilité dans la durée ne soit pas non plus garantie dans le cas du téléchargement⁸⁸). Au fond, le principal problème découle de ce que les professionnels sont entièrement dépendants sur le plan technique de leurs prestataires. A cet état de minorité technique s'ajoute celui de la

⁸⁵On pourra reprocher aux principaux sites de musique en ligne de ne pas être exhaustif, d'être de simple réservoir aux métadonnées déficientes lorsqu'il s'agit de classique ou de jazz. Mais aucune discothèque ne met autant de titres à disposition de ses usagers.

⁸⁶Cet état de chose est identique dans le cas du jeu vidéo. Il suffit de comparer le catalogue de circle à celui d'une plateforme comme steam ou même à une simple liste des 10 logiciels les plus vendus sur les 12 derniers mois.

⁸⁷Il est arrivé à de multiples reprises qu'un site comme Deezer retire des morceaux de son catalogue après des altercations avec les maisons de disque.

⁸⁸Voir le cas Numilog.

minorité légale. En effet, le contrat définit le cœur de la légitimité d'un acte pour les ressources numériques. Le déséquilibre est tel entre les bibliothèques et les ayants droits que les marges de négociation s'en trouvent presque inexistantes (quand bien même le temps disponible serait suffisant). En conséquence, les conditions de vente et d'exploitation sont dictées et subies sans réelle opportunité de discussion si ce n'est pas avec les opérateurs de bonne volonté.

La situation des médiathèques est donc des plus délicates quant aux ressources numériques. L'ordonnancement présent est essentiellement subi. Les difficultés et obstacle majeurs à une offre de qualité pointés au cours de cette analyse inaugurale ne peuvent se surmonter d'emblée au niveau local car les moyens en temps et en argent sont, le plus souvent, par trop limités. Osciller entre un strict rôle de fournisseur d'accès⁸⁹ (porteur d'une prestation clone) et celui de dépositaire d'une sous offre en terme de qualité ne sied pas aux ambitions de principe d'un service de lecture publique. En l'état, les éléments fondamentaux de droit, de technique et de contenu sont plus que partiellement absents. Ce manque interdit donc aux bibliothèques de jouer leur partition à la fois de mise à disposition, de valorisation, de découverte, en un mot de médiation culturelle.

⁸⁹ Autrement dit de subvention déguisée au secteur marchand.

Bibliothèque et numérique: quel dialogue, quelle place, quelle appropriation ?

«Beaucoup de choses que nous considérons comme des lois naturelles sont en réalité des conventions purement humaines»

Bertrand Russell, Pourquoi je ne suis pas chrétien.

Il est légitime de parier que les ressources numériques sont amenées, dans un futur proche, à occuper une place croissante dans l'économie du savoir et du divertissement. Le fait est déjà consommé dans plusieurs secteurs et gagne en longueur de périmètre avec rapidité. S'il est peu probable que les écrans n'en viennent à chasser l'intégralité des autres supports, leur importance va grandissant. C'est pourquoi, et malgré le constat douloureux dressé auparavant, la question doit être posée. Pour y répondre, forger une représentation liminaire du rapport entre les professionnels de la lecture publique et ce continent nouveau constitue une étape incontournable. Nous allons broser cette esquisse au travers du discours d'expérience de plusieurs agents.

A l'origine

Les premières offres de ressources numériques en bibliothèque de lecture publique territoriales se rencontrent au tournant de l'année 2005. A ce moment, l'internet devient à la fois un objet de désir et de crainte dont les premiers effets liés à sa démocratisation se font sentir. L'émergence des usages de wikipédia rend poussiéreux les usuels. Le peer-to-peer et l'accroissement du débit des lignes concourent à l'effondrement du marché de la musique enregistrée, les prêts des discothèques en subissent les soubresauts. A ce sujet, il reste délicat de démêler le rôle effectivement joué par le téléchargement illégal et celui de la dématérialisation. Plusieurs témoignages rapportent qu'une partie du succès antérieur en terme de prêt pouvait provenir des emprunts massifs effectués à des fins de copie personnelle⁹⁰. Moins de monde aujourd'hui utilise Néro pour burner une ROM. Le taux d'équipement des foyers en matériel informatique et en ligne internet à domicile franchit les 50% de la population⁹¹. La croyance confiante d'une complémentarité des médias et tout spécialement des médiathèques et du web s'effrite progressivement: la concurrence est réelle. En effet, la corrélation est marquée entre ce qui peut être trouvé facilement et gratuitement sur internet et l'usage des collections en bibliothèques. Cette corrélation est négative. L'idée de complémentarité avait pu germer en raison d'une interprétation épistémologiquement déficiente des statistiques nationales disponibles: la plupart des foyers alors équipés appartenaient aux catégories socio-professionnelles les plus élevées dont on sait qu'elles sont sur-représentées parmi les inscrits en bibliothèque⁹². C'est dans ce contexte que sont ouvertes au public les premières ressources numériques.

Comme il en va souvent lors d'un premier jet, l'essentiel était de proposer quelque chose, l'essentiel était d'avoir une offre si possible des types de contenu divers. La fenêtre d'opportunité était là car des subventions existaient pour les projets innovants ayant trait

⁹⁰Confirmation indirecte, les DRM deviennent courantes alors. La loi DADVSI sera votée en 2006 transposant la directive européenne.

⁹¹Voir annexe 2.

⁹²C'est une méprise courante mais dommageable qui consiste en une interprétation causale des tests de corrélation dont le seul objet est de montrer la concomitance de deux phénomènes.

au développement numérique. Cependant, le questionnement ne se posait pas dans des termes identiques à ceux que nous connaissons: l'attention était focalisée avant tout sur la problématique de la numérisation des collections existantes et les appétits de Google quant au fonds des grandes bibliothèques.

Deux conséquences principales ont suivies de cet état de chose. Tout d'abord, les ressources numériques ont généralement été appréhendées de la même manière que les autres, c'est-à-dire que les règles qui présidaient à la valorisation, à la mise en vue du fond physique ont été appliquées à l'offre dématérialisée comme si elles étaient présentes sur les rayonnages ou dans le moteur de recherche du catalogue et, simultanément comme si leur présence effective allait de soi pour l'utilisateur. Ensuite, leur positionnement face à la collection physique était teinté d'ambiguïté: étaient-elles un complément ? Un service supplémentaire mais marginal ? Cette ambivalence signifiait qu'il fallait avoir une offre sans que l'on parvienne à en déterminer les contours, les motifs et surtout les modalités de leur intégration au sein de la politique culturelle de l'établissement. En l'absence d'un lien fort avec l'offre bien identifiée par les usagers de la bibliothèque, les ressources numériques sont restées hors de prise (dans l'ensemble) des publics et ce malgré une demande constatée. Cette marginalité fait le lit de nombreuses interrogations aujourd'hui.

Maintenant

Si les différentes personnes questionnées dans le cadre de ce travail se demandent quelle serait la bonne attitude à adopter, certaines constatations sont partagées. Au premier rang desquelles est pointé le relatif secret de l'existence des ressources numériques proposées par un établissement. Il semble courant que le public ignore purement et simplement la présence de ce service et plus encore, ne soupçonne pas même qu'il puisse être mis à sa disposition. En effet, une difficulté de premier ordre se pose, il est possible de jouer sur la visibilité des collections physiques. D'une part, elles sont matériellement là-devant, d'autre part les procédés de mise en valeur sont bien connus: table des nouveautés, chariot de retour, présentation faciale, sélection thématique, packs⁹³. Ces manières de faire ne sont pas transposables directement aux fichiers de données. En outre, chaque livre ou disque est distinct, immédiatement identifiable, discernable, c'est-à-dire qu'il est la matérialisation d'une œuvre définie. Par contraste, les documents dématérialisés sont souvent fournis en bloc, en bouquet et ne sont pas tangibles, ils sont insérés dans une liste (potentiellement longue) dont l'utilisateur ignore a priori le contenu et dans laquelle il ne peut pas aisément se livrer à la flânerie. Il est très différent de fureter dans un bac de disque sans objectif précis et d'essayer de baguenauder à l'identique sur *Deezer*. Dans l'ensemble, le fonctionnement optimal d'un moteur de recherche quel qu'il soit implique d'avoir une idée qui servira de point d'entrée avant de pouvoir rebondir ailleurs⁹⁴. Penser que l'on va chercher «de la musique» est insuffisant. Par ailleurs, les ressources numériques sont rarement intégrées au catalogue de la bibliothèque puisqu'elles sont la plupart du temps hébergées sur un serveur privé. Aussi elles peuvent être signalées par un lien, un logo, mais sont d'emblée placées à part. Leur multiplicité et leur éclatement peuvent également constituer des freins à l'utilisation en réduisant d'autant la lisibilité. Enfin, un des attraits des ressources numériques tient à leur accessibilité à distance de sorte que les processus habituels de médiation, adaptés à une offre dans les murs, se révèlent inadaptés.

⁹³Une initiative intéressante à Issy-les-moulineaux qui consiste à présenter en pochettes des documents de tout support et de tous horizons sur un thème donné. Cette organisation permet de donner à voir, d'offrir à la curiosité des ressources originales ou méconnues, de mettre en regard des contenus.

⁹⁴Or, les bases de données de grande taille impliquent la présence de tels moteurs.

D'un sentiment bien partagé, il en résulte que le type de communication qui a pu être menée afin de porter aux yeux du public les services à distance n'était sans doute pas propice à leur bonne appropriation par les usagers. Notamment, leur signalement sur les portails internet des établissements n'est pas toujours satisfaisante et la terminologie employée pour les répertorier parfois trop technique pour être facilement comprise des visiteurs. Les campagnes d'affichage (flyers ou autre), de mailing, l'évocation systématique *ad personam* de ces services ont été peu effectuées à l'origine. C'est pourquoi un des premiers objectifs retenus actuellement est de rendre plus manifestes les ressources numériques, de les rendre naturelles aux fréquentants comme peut l'être l'existence d'une collection physique multisupports sur les rayons et dans les bacs.

De cette constatation suit un second ordre de questionnement portant sur la place stratégique d'une offre dématérialisée. Si les regrets exprimés sont unanimes par rapport à la difficulté (et parfois la simple impossibilité) d'intégrer ces documents et de les voir signaler dans le catalogue, le consensus trouve son terme avec cette assertion. Plusieurs conceptions de positionnement se présentent alors pour le court et le moyen terme. Une première idée veut que les ressources numériques soient un complément du cœur matériel de l'offre selon plusieurs variantes. Elles peuvent être un secours pour pallier l'indisponibilité temporaire d'un document physique. Par exemple, on achètera sur *Numilog* un fichier dont on a déjà la possession sous forme de livre. Le positionnement est donc celui d'une adjonction redondante dans lequel l'offre à distance est pensée à partir d'un besoin précis (portant sur un ou plusieurs documents) identifié ou prévu en terme de collection. La seconde option est de considérer que l'on propose par cette entremise un service supplémentaire (déjà existant ou non) aux usagers. Par exemple, on peut faciliter la recherche d'un morceau donné en permettant l'écoute d'extraits en *streaming*. Dans ce cas, la caractéristique importante tient dans la possibilité d'effectuer l'opération à distance dans le but éventuel de préparer sa venue sur site afin d'emprunter. Un service supplémentaire peut s'entendre en rapport avec le contenu. S'abonner à *Press Display* dans l'objectif de disposer au quotidien de la presse d'information en langues étrangères sans devoir subir le délai postal. Le point commun de ses orientations se trouve dans l'appui initial qu'elles trouvent en l'offre existante dans les murs que ce soit pour la compléter ou la redoubler de sorte que la ressource numérique intervient en tant que supplément au gré d'objectifs pluriels.

Une autre idée veut que les ressources numériques fonctionnent comme une seconde bibliothèque pleine et autonome. En ce cas, l'objectif est de construire une offre la plus complète possible en y adjoignant les moyens humains et financiers. La complémentarité n'est pas, dans cette configuration, le mot d'ordre, l'offre immatérielle est pensée et conçue pour elle-même en considérant que les publics peuvent être différents de ceux qui se rendent habituellement dans les murs des établissements. Le principe est de tenir compte des différences entre les pratiques numériques (la disponibilité, le nomadisme, la quantité) et le recours aux supports traditionnels. En droit rien n'interdit de tisser des liens forts entre les deux aspects. L'intérêt d'une offre de ressources numériques tient précisément à la possibilité de sortir des murs de la bibliothèque et de pouvoir faire fonctionner un réseau, pas seulement de documents mais aussi de partenaires et de personnes. Le projet «Bibmob»⁹⁵ à Toulouse, s'il ne rentre pas pleinement dans les précédents critères, fournit un indice de bibliothèque augmentée (il devrait mettre en œuvre une application pour mobile permettant la gestion de sa carte de lecteur et un service de géolocalisation des événements culturels en cours). Reste que cette

⁹⁵Voir: <http://www.culture.gouv.fr/culture/mrt/numerisation/>

orientation se heurte actuellement au problème de la pauvreté et de la cherté des prestations.

La question du rapport entre la (potentielle et future) bibliothèque numérique et l'établissement physique n'est pas anecdotique, ou tout au moins ne le sera pas. Internet est un phénomène récent et pourtant les bouleversements subséquents sont déjà nombreux. Les deux aspects de la bibliothèque, s'ils ne répondent pas exactement aux mêmes règles poursuivent le même objectif de service au public. Et, à cet égard, les apports des nouvelles technologies peuvent être considérables tant au niveau des relations avec les usagers que dans les capacités de mise à disposition. Néanmoins la situation présente et les incertitudes qu'elle entraîne provoque un certain état de perplexité parmi les professionnels interrogés. Le rôle classique de dépôt et de diffusion des contenus, rôle traditionnel de la bibliothèque, est mis à mal dans ce nouvel écosystème des savoirs et de l'information de sorte que des transformations apparaissent indispensables sans que leurs contours ne soient encore bien définis et peut être, aussi, sans en avoir pleinement les moyens (à l'heure actuelle, la plupart des subventions de l'Etat sont destinées à des programmes patrimoniaux).

Le ressenti varie en fonction des types de ressources considérées. Par exemple, en ce qui concerne la musique, la qualité, la quantité et la diversité de l'offre commerciale enjoint à penser que le terrain du grand public est perdu. Il resterait surtout aux institutions territoriales de lecture publique un marché de niche centré sur la production indépendante ou locale au travers d'initiatives telle *Dogmazic*⁹⁶. C'est-à-dire que la bibliothèque jouerait idéalement un rôle plus marqué de promotion et dans une certaine mesure plus proche d'une posture d'édition en mettant en relation des artistes et un public potentiel. La vidéo ne génère pas d'interrogations marquées probablement en raison de la bonne santé des prêts de DVD. Aussi, l'urgence se fait moins sentir d'autant que les pratiques en ligne sont encore, sinon marginales, du moins n'atteignent pas l'importance que l'on peut constater dans le domaine de la musique. Le livre numérique est, pour l'instant, principalement un objet de doute. Qui lira de cette manière ? La demande existe-t-elle effectivement ? Que lira-t-on sur un écran ? Quelle place prendra-t-il, majoritaire ou non ? Les questions sont nombreuses, à l'opposé des réponses. Néanmoins, les lacunes de l'offre de ressources actuelle est criante pour tous. Aucun prestataire ne remplit les conditions de contenu suffisant, de technique satisfaisante et de coût abordable. Cette constatation aura poussé le projet UMMA⁹⁷ à contracter avec *Musicme*. La situation pourrait sembler inextricable: soit un développement des services et de la médiation est entrepris tandis que le public reste absent, soit rien n'est proposé au risque de ne pas familiariser les usagers et les professionnels.

Ce que montre avec la force de l'évidence le questionnement autour des ressources numériques est ceci que la bibliothèque se situe dans l'internet et non pas l'internet dans la bibliothèque. Sous l'apparence du bon mot, la formule donne à entendre le changement de paradigme en cours. La légitimité et la visibilité des établissements sont à reconstruire au sein d'un nouvel ordonnancement dont ils n'ont pas fixé les règles et dont les bibliothécaires pensent, souvent à tort, ne pas maîtriser les codes ou ne pas avoir les moyens d'y parvenir. Définir une crédibilité nouvelle réclame un décentrement du souci des bons choix de document en direction des attentes de l'internaute qui est toujours un individu actif. L'image de la bibliothèque en ressort brouillée, lors d'une recherche d'information par exemple, les réflexes adoptés consistent plutôt à allumer son ordinateur.

⁹⁶Voir: <http://www.dogmazic.net/index.php?op=edito>

⁹⁷Univers musical des médiathèques alsaciennes.

Un public ?

Ainsi que nous l'avons noté plus haut, les retours en terme d'utilisation des services de ressources dématérialisées sont jugés décevants. Si de nombreuses ont pu être décelées jusque là, toutes n'ont pas été énoncées. Les missions de la lecture publique se sont constituées sur le socle d'un idéal généreux et républicain, celui de la démocratisation de la haute culture. Les résultats obtenus dans cette voie peuvent être estimés mitigés si l'on considère que ce sont les strates sociales les plus favorisées et les plus pourvues en capital culturel qui fournissent la majorité du contingent des inscrits en médiathèque. L'image élitiste des établissements perdure. Par ailleurs, la conception républicaine de la société repose sur la notion d'une indistinction dans la sphère publique, la différence, l'individualité ressortit au champ de l'intime, du privé. Ce terreau idéologique donne naissance, en bibliothèque, aux principes d'encyclopédisme et de représentativité qui s'incarnent concrètement dans la diversité des collections alors reflet de la production intellectuelle comprise comme une totalité organique. L'objectif central consistant en la conservation de ce savoir en vue de pouvoir le prescrire au visiteur.

La valeur de ce schéma s'émousse notablement avec l'émergence d'internet. En premier lieu, la bibliothèque ne peut plus être un dépositaire exhaustif ni même représentatif de la production. La toile fournit un réservoir beaucoup plus grand, complet et actualisé que n'importe quel catalogue, de plus la quantité de données est démultipliée par les contributions des internautes. Cette abondance insondable induit des habitudes de disponibilité et d'autonomie: un moteur de recherche renvoie invariablement des réponses à une requête (toute considération de pertinence mise à part) et renvoie une impression de complétude. De plus l'internaute est toujours un individu, la richesse de ressources du web renforce cet aspect: il est, la plupart du temps, possible de trouver exactement ce que l'on cherche. Autrement dit, l'expression de la différence et de la subjectivité sont favorisées par cet environnement en réseau dans lequel on choisit ce que l'on écoute, regarde ou lit. Le moteur de la prescription est le jugement des pairs, des communautés d'appartenance ou des locuteurs jouissant d'un crédit personnel, de sorte qu'il serait plus convenable de parler d'orientation. Tout l'objet est de tracer des chemins dans l'abondance, dans une quantité de données trop importante pour être appréhendée par une seule personne. En conséquence, la population des internautes est partiellement une mythologie: il y a des singularités qui usent différemment d'un même outil malgré des points de convergence forts (comme *Facebook*, *Wikipédia* ou *Twitter*). Pour exemplifier aisément ce constat, il suffit de considérer l'usage des blogs dont le contenu va d'une relation directe de la vie privée à la critique littéraire ou aux usages professionnels (d'ailleurs les blogs de bibliothécaires ne manquent pas et sont une ressource des plus intéressantes).

Il n'existe donc pas un public de l'internet comme on pouvait supposer qu'il existe un public des bibliothèques mais bien une multitude avec des attentes nombreuses. L'histoire feutrée des médiathèques ne les a guère préparées à ce magma incandescent et versatile, aussi une réelle crainte plane sur la culture professionnelle puisque ce qui la fonde, soit le document, le contenu, bien que conservant une grande importance, n'est plus le cœur du problème lors que l'on considère les univers numériques (pour autant disposer d'un contenu à médiatiser est une condition de possibilité, nécessaire mais non suffisante. Or, cette condition n'est pas ou trop peu remplie par l'offre de prestation actuellement disponible). D'autre part, une bibliothèque ne se conçoit généralement pas en tant que service à la personne mais au public. Les pratiques numériques, pour leur part, vont précisément dans le sens de la personnalisation. Reprenons l'exemple de

Lastfm, l'architecture du service, automatisée, est la même pour tous. Néanmoins, la page qu'ouvre chaque internaute en se connectant est différente, son parcours antérieur a été enregistré. Ses préférences, son historique sont disponibles et donc les liens qu'il a tissé par sa pratique antérieure. L'illusion fonctionne: il est chez lui. Impression renforcée par le fait de retrouver sa musique mais aussi ses relations, une partie de sa sociabilité numérique.

Des tentatives ont été menées en ce sens, notamment autour d'un apport de fonctionnalités supplémentaires aux catalogues⁹⁸: les commentaires, les tags par exemple. Essais qui se sont révélés infructueux malgré l'investissement des bibliothécaires. De tels dispositifs ne parviennent à fonctionner qu'à partir d'une masse critique d'utilisateurs, masse difficile à rassembler pour un établissement situé dans une ville moyenne. Néanmoins, la principale raison de l'échec découle plutôt d'un positionnement inadéquat: un catalogue sert à chercher des documents et n'est pas un lieu de discussion. Surtout, la bibliothèque est, ce faisant, située hors des voies de communication coutumières. En tentant d'amener l'internaute sur le terrain d'un portail documentaire, on se condamnait à le manquer⁹⁹. À l'inverse, un projet tel que *The commons*¹⁰⁰ visant à partager via *Flickr* les fonds de photographie locale de plusieurs établissements de par le monde (dont la BMVR de Toulouse) connaît une importante fréquentation. Si la *Library of Congress*, malgré son prestige les avait uniquement déposées sur son propre site, certaines photographies auraient-elles été vues plus de 10 millions de fois ? Le principal enseignement de cette initiative réside en ceci qu'il est plus efficace de prendre position dans les parcours « naturels » des internautes plutôt que d'essayer d'attirer leur attention vers un service, un portail documentaire, peu visible à l'échelle d'un moteur de recherche. Sans doute, la perspective habituelle doit elle être renversée: non pas imposer les codes bibliothéconomiques au public mais partir de ses attentes, de ses codes. Dans le cas contraire, ainsi que beaucoup d'études le soulignent, les règles risquent d'être mutuellement ignorées¹⁰¹.

L'environnement présent de la culture et de la connaissance invite à penser bien au-delà des murs de la bibliothèque physique, ce qui n'est pas sans générer une tension a priori entre cette globalité de l'accès à distance et la dimension territoriale d'une population à desservir. Quelle peut être dans ce contexte l'originalité de l'offre d'un établissement bien défini ? Un des intérêts réflexifs posés par la question des ressources numériques git dans ce que le problème n'est plus uniquement celui de la ressource, cette dernière n'est en fait qu'un moyen dont la possession n'est plus, loin s'en faut, le monopole de la bibliothèque (si l'on excepte les objets patrimoniaux): elle se donne à voir comme un ensemble marqué de finitude. Pour cette raison, le vocable de « ressources numériques » est impropre, traduisant une vision de la médiathèque en tant que lieu concentrateur pour reprendre l'expression de Gilles Rettel. Ce sont donc les rapports à l'utilisateur qui sont bouleversés et cette transformation incite à repenser l'organisation de la bibliothèque autour de l'idée de lieu de vie: ce qu'un équipe et un lieu peuvent faire tandis qu'internet ne le peut pas. Il s'agit plus d'un déplacement que d'une révolution. En effet, les missions restent identiques avec l'éducation, la socialisation et l'accent porté sur un environnement favorable à la découverte.

Pour réussir cette mutation, les médiathèques disposent de nombreux atouts parmi lesquelles des locaux, des ressources documentaires et un personnel qualifié.

⁹⁸Les catalogues dits « 2.0 ».

⁹⁹À ce jour, l'usage presque unique des sites de bibliothèque se cantonne au catalogue et à la gestion de la carte de lecteur.

¹⁰⁰Voir: http://www.flickr.com/commons?GXHC_gx_session_id_=6afecb2055a3c52c

¹⁰¹Voir par exemple: <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-1305>

Quelques expériences innovantes

L'objet de cette section n'est en rien de dresser un manuel des bonnes pratiques mais de livrer quelques initiatives d'intérêt. Les établissements ici mis en scène sont enchâssés dans des contextes juridiques, techniques ou territoriaux trop divers pour autoriser une quelconque transposition directe. Néanmoins, ces projets concrets sont susceptibles d'apporter des pistes de réflexion tangibles sans être nécessairement des modèles. Ce paragraphe portera principalement sur des moyens de mise en valeur et de médiation plutôt que sur les ressources proprement dites.

En effet, l'importance des dispositifs de mise en valeur et de médiation s'accroît avec le développement des ressources numériques. C'est pourquoi, il devient crucial de les évoquer et de les comprendre dans un cadre qui se soucie dès l'origine de la manière dont elles seront présentées au public: la disponibilité et l'accessibilité se révèlent insuffisants dans un univers qui fonctionne sur la base d'une économie de l'attention.

Les flux thématiques du réseau Ouest-Provence¹⁰²

Le principe directeur de ce service est relativement simple: proposer au lectorat de se tenir informé des nouveautés disponibles dans les divers établissements du réseau par support et par thème. L'accès peut s'opérer soit directement sur le site sans être abonné ou via la technologie RSS (donc soit dans les marque-pages du navigateur, soit dans un agrégateur *Netvibes*, *Google* ou *Yahoo*). Un didacticiel vidéo pour l'utilisation des flux RSS est disponible sur *Youtube* et un lien renvoie à la page *Wikipédia* sur le sujet. Par ailleurs, un atelier animé par un bibliothécaire est mis en place en rapport avec les techniques de veille informative sur internet.

Dans la perspective qui est la notre, plusieurs points méritent une brève analyse. Tout d'abord, la présentation de l'ensemble. Le vocabulaire employé est clair, affirmatif, il indique ce qui se passe, va se passer et l'intérêt pour l'utilisateur de l'opération. Autrement, il n'utilise pas (ou très peu) de codes bibliothéconomiques implicites en privilégiant les verbes d'action notamment¹⁰³. Les fonctionnalités sont apparentes et, finalement intuitives. Les catégories thématiques employées sont aussi certainement plus parlantes que celles de la classification Dewey. Le second point concerne l'usage d'entités familières du web. Plutôt que de développer une plateforme ou des liens internes, deux sites à fort trafic sont mis à contribution. Ce qui présente le double avantage pour l'utilisateur de ne pas être déroutant et d'essayer du contenu dans le cas du didacticiel. Enfin, ce procédé automatique peut permettre de donner une vision plus dynamique et actualisée de la bibliothèque en manifestant le fait que des nouveautés arrivent régulièrement tout en servant d'outil de promotion des dites nouveautés.

Si le service s'adresse en priorité, quant à l'intérêt qu'il peut représenter, aux publics fréquentant déjà les établissements concernés, il permet aussi « d'emporter la bibliothèque chez soi ». Cet effet peut ne pas être négligeable. De plus, suppléé par des séances de formation, il s'inscrit de plein pied dans les missions classiques des bibliothèques de découverte des nouvelles technologies.

¹⁰²Voir: <http://www.mediathèqueouestprovence.fr/le-catalogue-du-reseau/les-fils-de-nouveautes.html>

¹⁰³Il est souvent aisé d'oublier à quel les locutions professionnelles peuvent s'avérer inexplicites pour ceux qui ne sont pas familier du monde des bibliothèques.

Les parcours publics du musée Mac Cord¹⁰⁴

Le musée Mac Cord de Montréal est dédié à l'histoire du Canada. Les collections dont il dispose sont variées quant au support et de belle ampleur. Outre la mise en ligne de vidéo documentaire sur *Youtube*, une page *Facebook* essentiellement dévolue à l'actualité des expositions du musée, et une participation à l'initiative *The Commons* sur *Flickr* déjà évoquée, une fonctionnalité innovante peut être utilisée sur le site.

Possibilité est laissée aux utilisateurs qui s'inscrivent de mettre en scène un carrousel d'images tirées de la banque de donnée mise à disposition par le musée. Il est bien sur possible d'ajouter des descriptions et des commentaires, de tagger les photographies afin de comparer les référencements opérés par d'autres. Un texte explicatif de l'histoire de l'objet représenté est ensuite ajouté par l'équipe de l'établissement pour enrichir le diaporama. L'interface est simple d'utilisation et les circuits construits sont visibles en intégralité sur une page affectée à cet office.

Ce service constitue un bon exemple d'intégration partenariale de l'utilisateur dans la vie d'un établissement. En premier lieu, il permet au visiteur d'être actif, cette donnée n'est pas triviale dans l'environnement présent. Si les collections du musée ne s'en trouvent pas enrichies, la plus-value tient d'abord à la relation tissée avec les publics. L'internaute demeure autonome dans cette démarche de production de contenu: l'espace dans lequel il s'inscrit n'est pas régi directement par la surveillance des professionnels qui apportent seulement leur expertise a posteriori. Le point nodal de la démarche tenant surtout à ce que les diaporamas sont facilement visibles et accessibles sur le site: le résultat est donc tangible, immédiat, de la même manière qu'un commentaire se poste sur un forum.

Le système reste loin de la perfection, néanmoins le nombre de galeries édifiées témoigne de l'intérêt que peuvent y trouver un nombre significatif de personnes. Pouvoir mettre en scène ses objets de curiosité ou d'attention entre adéquatement en résonance avec les pratiques, plus ou moins distancées, d'écriture de soi qui fleurissent sur la toile.

Miss Média à Metz¹⁰⁵

L'évocation de ce procédé de communication pourrait se faire un indépendance d'avec la question des ressources numériques, néanmoins elle est mieux adaptée, plus pertinente, dans cet univers.

Miss média est un personnage de jeune bibliothécaire créé pour le réseau des établissements de Metz afin de servir de mascotte et dessinée par André Faber. Elle apparaît mensuellement sur le site internet des médiathèques dans de courts strips humoristiques commentant l'actualité du réseau. Elle est également employée comme effigie sur la page *Facebook*¹⁰⁶ et bien sûr dans le journal d'information culturelle de la ville « l'estrade ».

Les quelques études menées portant sur les publics ne fréquentant pas les bibliothèques publiques ont amené à la lueur de l'évidence certains traits récurrents en terme d'image. Parmi lesquels une association très forte de l'offre au seul livre mais aussi un caractère vieillot. Avec cette idée tenace que le bibliothécaire est une femme, d'une cinquantaine d'année arborant chignon et lunette, austère et rigide. A cet égard, le personnage de Miss média est ingénieusement positionné puisqu'il s'inscrit en faux contre cette représentation indurée. Reste que, à l'instar de toute opération de communication, les effets sont délicats à mesurer.

¹⁰⁴Voir: http://www.musee-mccord.qc.ca/scripts/tours_circuits.php?Lang=2&public

¹⁰⁵Voir: <http://www.facebook.com/pages/Bibliotheques-Mediatheques-de-Metz/108635099194202>

¹⁰⁶Qui compte plus 1600 « amis ».

Community Hub à Toronto¹⁰⁷

La taille du réseau des public libraries de Toronto le place d'emblée dans une catégorie spécifique. Il est le plus dense au monde avec 3 bibliothèques de référence, 17 de district et 79 points de service. 2500 agents y travaillent. Ce gigantisme le rend incomparable même avec les plus importantes médiathèques publiques françaises. Cependant, plus que les moyens, conséquents, la démarche réclame une certaine attention notamment pour l'usage qui est fait des fonctionnalités du numérique, de l'accès à distance et des questions qui viennent à se poser lorsque l'offre de ressources devient satisfaisante. Le réseau effectue quelques 37 millions de prêts, reçoit 17 millions de personnes pour une population de 2,5 millions d'habitants. La structure des emprunts pour l'année 2009 indique 62% de documents physiques (valeur absolue stable) et donc 38% de documents dématérialisés (soit une hausse de près de 90%). Le fournisseur d'ebook (essentiellement) est *Overdrive* qui travaille essentiellement avec des acteurs publics (bibliothèques et universités), il propose un peu plus de 400 000 titres et un webservice personnalisé. Les fichiers sont compatibles avec la plupart des configurations standards et les liseuses des grands distributeurs, des applications pour smartphone sont en cours de développement. Ce qu'il convient de noter trivialement ici est qu'une offre suffisante de contenu peut se révéler porteuse: la demande existe certainement pour peu que les moyens d'y répondre soient disponibles et mis en avant (le site des bibliothèques publiques de Toronto fait apparaître au même niveau les ressources physiques et dématérialisées par exemple: sur la page d'accueil). Le prêt numérique en France, par contraste, est rendu problématique du fait de l'absence d'un opérateur en capacité de négocier des CGU adaptées aux besoins de la lecture publique.

Dans cette situation, la question des moyens budgétaires devient cruciale avec un besoin d'équilibre car le choix a été pris de multiplier les formats. Ainsi, un ouvrage populaire sera-t-il acquis en livre, livre audio, en gros caractère, en livre parlant et en livrel afin de faciliter au mieux l'accessibilité aux contenus. Soit 5 copies obligatoires pour un seul titre ce qui suppose des ressources pécuniaires très importantes.

Les stratégies d'ensemble et web en particulier ont été redéfinies en 2009 suite à une enquête auprès de la population qui a regroupé un peu plus de 5000 réponses dans une démarche d'amélioration des services rendus. Par ailleurs, la tutelle politique a formulé (entre autre suite à la crise économique) un mot d'ordre visant à renforcer le rôle social du réseau sachant que la ville compte plus de 50% d'habitants n'étant pas natifs du Canada.

Le site internet du réseau a ainsi été reconstruit dans une perspective de service intégrés et non de portail documentaire. Il comporte bien entendu les informations pratiques que l'on peut en attendre avec les nouveautés acquises, les horaires, les lieux, le catalogue¹⁰⁸ et les animations ainsi qu'un répertoire des services disponibles à chaque antenne. Au delà de ses apports classiques, il est à noter que tous les usages et toutes les ressources sont traités sur un pied d'égalité. Une vingtaine de blogs tenus par les bibliothécaires sont accessibles directement sur le site et portent sur des sujets divers (du patrimoine à la recherche d'emploi) en rapport avec l'action du réseau¹⁰⁹. Les principales fonctionnalités du web sont utilisées avec les fils RSS, la newsletter ou l'actualité via

¹⁰⁷<http://www.torontopubliclibrary.ca/content/about-the-library/news-publications/strat-plan/strat-plan-2008.pdf>

¹⁰⁸Il faut remarquer que celui-ci intègre l'ensemble des ressources de tous les établissements au sein d'une interface proche de celle d'une librairie en ligne avec images de couverture, résumé. Il indique l'ensemble des lieux où le document est disponible et permet de faire des liens par auteur et par sujet, propose des ouvrages en relation et indique le statut légal (s'il est possible d'en faire une copie et sur quel support).

¹⁰⁹Le club de lecture book buzz a enregistré plus d'un millier de commentaires au cours de l'été 2009.

Tweeter ou *Youtube* pour montrer ce qui se passe dans les établissements. Un certain degré de personnalisation existe avec la possibilité d'ouvrir un chat directement avec un professionnel de son choix ou encore le service de réservation d'un bibliothécaire. Il est également possible d'envoyer ses propres textes pour commentaire et échange à un écrivain en résidence. Le site n'est donc pas seulement un lieu d'information mais aussi de services et d'échange par le biais des commentaires, des sondages, intégrant donc les facettes plurielles de l'activité des bibliothèques dans le cadre de leurs missions. Cette stratégie est d'abord pensée à partir des outils et pratiques web afin de promouvoir ce qui, dans l'offre du réseau, n'est pas possible simplement par internet.

Ce qui montre cet exemple, toutes choses égales par ailleurs, est que les ressources numériques et la toile peuvent s'avérer des instruments opportuns dans le but de promouvoir l'activité des bibliothèques tant en mettant au jour de nouveaux services plus proches des usagers et de leurs attentes.

Les ebook à l'université du Texas

L'université du Texas met en place un système novateur d'acquisition appelé outre atlantique « patron-driven acquisition »¹¹⁰. Dans un contexte de compression budgétaire, la direction des services documentaires de l'université souhaite obtenir une utilité maximisée de ses ressources. Il a donc été décidé de recourir au service *Elibrary*¹¹¹. Le principe est le suivant: le catalogue du fournisseur est intégralement disponible sur le site de la bibliothèque pour les étudiants. Ces derniers ont le loisir de consulter le document pendant cinq minutes gratuitement, après quoi, une fenêtre s'ouvre leur demandant s'ils souhaitent poursuivre la lecture (et signale que le compte de la bibliothèque sera débité d'une utilisation). En ce cas, l'ouvrage est accessible pendant dix jours supplémentaires sans autre frais. Le plus important vient de ce que, après quatre utilisations, le document est automatiquement acquis de façon définitive par la bibliothèque. Cet ebook peut être utilisé (au sens défini plus haut) 365 fois au cours d'une année¹¹². Le résultat est donc une formule adaptée tant aux budgets en restriction (car l'achat d'un document est basé sur une utilisation effectivement constatée) qu'à la demande des usagers (puisque la collection dépend directement de ses besoins)¹¹³.

Malgré l'efficacité indéniable du processus, une question émerge de suite restée jusqu'à en filigrane: que devient la politique documentaire avec un tel système ? Elle disparaît purement et simplement. On comprendra aisément les réticences que peut susciter le procédé puisqu'il gomme le rôle de choix des bibliothécaires quant à la collection et, partant, l'aspect de prescription que l'achat pouvait comporter. Si une formule mixte semble plus raisonnable a priori, il faut noter néanmoins que les pratiques d'internet ont engendrées une habitude de l'accès immédiat et que les bases de données dématérialisées n'induisent pas les limitations propres aux supports physiques. La notion de politique documentaire fonctionne dans un univers de ressources restreint par nature et, en ce sens, ne comporte pas le même degré de pertinence transposée au monde des ressources numériques dans lequel l'orientation prend le pas sur la prescription.

¹¹⁰Acquisition guidée par l'utilisateur.

¹¹¹Voir: <http://www.eplib.com/>

¹¹²Ce seuil n'a, semble-t-il, jamais été atteint.

¹¹³Overdrive propose une solution de ce type aux bibliothèques publiques. Mais peut y souscrire.

Vers quelle intégration ?

Les ressources numériques et l'internet ont (ou auront dans le cas français) un impact substantiel sur le métier de bibliothécaire. Ces transformations, qui se font inévitables, entraînent doublement inquiétudes et interrogations parmi les professionnels. Inquiétudes de manquer la fenêtre d'opportunité en train de s'ouvrir, de ne pas être capable de s'adapter aux nouvelles coordonnées du problème, de devoir modifier rapidement des circuits qui avaient acquis la force de l'évidence. Interrogations sur la place de la médiathèque au sein de ce schéma déroutant et changeant, schéma dans lequel la situation de monopole s'efface au profit d'un rôle de rouage dans un ensemble plus grand et impossible à maîtriser. Interrogations sur le métier de demain où le livre comme support et comme contenu n'est plus l'alpha et l'oméga, où la mission de démocratisation culturelle perd la netteté de ses contours. Les techniques qui faisaient et font encore l'identité technique du métier (la catalogage, la politique documentaire, le plan de classement) se dissipent et se reconfigurent avec les ressources numériques.

De nouvelles compétences sont jugées nécessaires autour de la maîtrise des nouvelles technologies et de la médiation numérique (en notant que cette voie est déjà partiellement suivie par des établissements qui créent des cellules spécifiquement dédiées à ces questions ou recrutent des profils atypiques¹¹⁴). De sorte que de nouveaux besoins se feront jour au niveau de la coordination des équipes plus diverses mais aussi au niveau de l'évaluation et des indicateurs d'activité (actuellement centrés sur le prêt et la fréquentation des lieux, par conséquent mal adaptés à l'accès à distance dématérialisé). Les agents interrogés dans le cadre de cette enquête ressentaient également fortement la disproportion entre les moyens réclamés par le développement et la valorisation des ressources numériques (en terme de temps, d'argent, de compétences...) et les possibilités effectives d'un établissement de lecture publique d'envergure moyenne avec le risque très fort d'un service à deux vitesses en fonction du territoire, de sa richesse, de son degré d'urbanisation. En effet, pour beaucoup, les contractions budgétaires impliquent de travailler, au mieux, à effectifs constants et à crédits d'acquisition en baisse rendant impossible l'allocation de moyens au développement et à la promotion de nouvelles ressources (dont nous avons noté avec insistance le caractère fort onéreux actuellement et tout en sachant qu'elles ne constituent en général pas un substitut à la documentation physique. Leur coût s'ajoute donc aux autres à périmètre budgétaire constant).

Dans ce contexte, la faible réceptivité, unanimement constatée, du public à l'offre présente (sauf exceptions relevées auparavant) induit des arbitrages qui ne sont pas opérés en faveur d'un déploiement accru des ressources numériques et, donc, au risque d'un retard de légitimité et de savoir-faire mais aussi au risque de n'y voir qu'une prophétie, depuis longtemps annoncée, sans que sa réalité ne se manifeste.

¹¹⁴Par exemple, pour son espace multimédia, la MLIS de Villeurbanne a recruté deux agents qui travaillaient auparavant dans le domaine de l'informatique.

Lignes de fuite

« L'homme n'est pas une entité indépendante mais un processus de construction directement inséré dans le flux temporel de son époque. Trouver son chemin reste une affaire personnelle, une affaire de lecture, de famille quelquefois, d'amitié probablement »

Alan Turing.

Cette troisième partie se veut plus prospective après le tableau brossé en amont. Les ressources numériques ne sont pas encore tout à fait le présent des bibliothèques françaises pour de nombreuses raisons dont nous avons essayé de tenir le compte. Néanmoins, ce développement est en cours comme le montre déjà des exemples étrangers ou plus proche de nous celui des établissements universitaires. Le paysage national actuel constitue plutôt un frein à l'expérimentation qu'une source de soutien et de vigueur.

Plus qu'un quelconque et présomptueux manuel des bonnes pratiques, ce passage s'attardera en premier lieu sur ce qui serait nécessaire aux médiathèques pour disposer d'une offre satisfaisante et sur des moyens éprouvés ou aventureux de procéder à leur valorisation, à leur intégration. Emulsion de principes et de recettes, espérons le, stimulantes bien qu'utopiques.

Disposer des ressources

Ainsi qu'il fut signalé avec emphase dans les parties antérieures, les bibliothèques françaises n'ont pas un accès à des catalogues de ressources suffisants. Un simple comparatif entre ce que propose *Overdrive*¹¹⁵ outre-atlantique et ce qui existe sur le territoire au niveau du livre numérique le montre à l'envi. Sans même aborder les questions d'ordre technique pour se cantonner à celles ayant trait au seul contenu, la disproportion est évidente. Or, cette dissymétrie se perpétue entre les ressources physiques et les ressources dématérialisées. Le choix est bien supérieur pour les premières ce qui leur confère une primauté incontournable dans les domaines de la musique, de la vidéo et de la littérature et rend les secondes invisibles par inutilité. De sorte que, plutôt que complémentaires les deux types de ressources en deviennent concurrentes.

Univers numérique ou non, le contenu demeure le fondement des services que peut mettre en œuvre une bibliothèque. Or, cette condition n'est pas remplie par les prestataires actuels pour plusieurs motifs au premier rang desquels compte le droit.

Le code de la propriété intellectuelle s'est constitué logiquement sur l'idée que les droits patrimoniaux renvoyaient à la publication de prestations physiques, la matière apportant factuellement la limite à la disponibilité d'une œuvre. Ce dispositif laisse de nombreuses béances quant à l'utilisation de fichiers. Béances comblées par des textes restrictifs et des conditions générales d'utilisation décidées par les fournisseurs de contenu, c'est-à-dire par un contrat partiellement tacite. Nous avons déjà fait remarquer en quoi le modèle d'affaire qui sous-tend les conditions générales d'utilisation était mal adapté aux

¹¹⁵Voir: <http://www.overdrive.com/>

usages collectifs et donc aux bibliothèques. Force est de rappeler que ces usages sont également mal pris en compte par la loi (ce point s'appliquant tout autant aux ressources physiques, mais ce que les CGU apportent en sus est une restriction plus grande alors que la loi induisait des tolérances).

En l'état, le contenu de la zone verte (c'est-à-dire celle libre de droit soit par licence libre soit pour raisons légales) n'est pas suffisamment vaste pour contenter les médiathèques (soit que les œuvres sont indisponibles au format numérique, soit qu'elles ne s'adressent qu'à des publics très ciblés). De plus, les documents récents se situeront nécessairement dans la zone rouge (sous droit exclusifs). Partant, la ligne rouge devra être franchie sous peine de devoir se replier sur la dimension patrimoniale et donc faillir aux missions citoyennes et sociales de la lecture publique. Une alternative s'ouvre alors: ou bien un (ou quelques) acteur(s) privés ou para-publics émergent en tant que centralisateurs de contenu ayant négocié les droits (c'est le cas d'*Overdrive* aux Etats-unis) avec les risques afférents aux situations monopolistiques et sachant que les bibliothèques bénéficient rarement de tarifs favorables (considérons le panorama de la documentation scientifique); ou bien un dispositif de licence légale (voir de licence globale publique) applicable aux ressources numériques se met en place afin que les établissements bénéficient d'un accès direct aux contenus. Le morcellement actuel de l'offre est un écueil d'importance qui oblige à gérer des dispositions légales disparates et complexes et installant dans une position de dépendance qui rend loisible aux fournisseurs une offre pauvre et couteuse.

Le droit actuel du numérique, forçant à la négociation titre à titre, est profondément inadapté aux besoins des médiathèques et opère comme un frein manifeste à leur développement. C'est pourquoi, la constitution, soit d'un dispositif légal ouvert (ce qui semble utopique à considérer la tendance que dessinent les lois récentes portant sur ces sujets), soit d'un consortium d'achat (et pas seulement de recensement comme peut l'être CAREL) d'envergure nationale apparaît comme une nécessité. En l'absence de quoi, les opportunités ouvertes par les univers numériques resteront fermées aux bibliothèques faute de disposer des ressources documentaires. Trop peu d'établissements auront le loisir de s'acquitter des sommes demandées par les prestataires qui sont des coûts supplémentaires aux budgets d'acquisition déjà confinés. Et ce, d'autant plus que des moyens en terme de technique (intégration des ressources, développement de plateformes, site web...) et de personnel (médiation, maintenance...) devront être engagés.

Par hypothèse, admettons candidement que les bibliothèques disposent d'un régime de droit favorable leur autorisant à mettre à disposition de leurs usagers les contenus qu'elles jugent pertinents en matière de musique, de vidéo, de texte, de presse, de jeux vidéos. Admettons même qu'il leur soit possible de les prêter à tous les récipiendaires d'une carte de lecteur en fournissant des extraits aux autres. La question de la technique reste pleine et entière. En premier lieu, rien n'indique que ces contenus ne contiendront pas de DRM avec toutes les difficultés que ces dispositifs peuvent représenter et les obstacles qu'ils induisent. Il faudrait donc développer des systèmes de protection anti-copie qui garantissent l'interopérabilité ou des fichiers différenciés selon les supports d'usage pour les contenus sous droit et en assurer l'actualisation en fonction des régimes de droit et des évolutions technologiques¹¹⁶. Autrement dit, du temps et des compétences pointues sont requises. En second lieu, la manière de se procurer les fichiers revêt une importance réelle selon qu'ils seront obtenus par le truchement d'une numérisation des

¹¹⁶Une nouvelle fois, Overdrive assure un service de ce type.

fonds ou par l'entremise des producteurs de contenu eux-mêmes. La numérisation des fonds est une entreprise lente et coûteuse ce qui la rend inadaptée aux besoins de nouveautés de la lecture publique. La récupération et l'achat de données auprès des éditeurs et diffuseurs suppose que le format des fichiers soit générique d'emblée ou convertit ensuite en un format générique. Dans tous les cas et sans considération pour la qualité des contenus¹¹⁷, le développement d'applications permettant l'usage sur supports d'écoute, de visionnage ou de lecture aussi divers que les smartphones, les PC, les tablettes de différentes marques est à prévoir. Une nouvelle fois, des moyens et compétences spécifiques sont nécessaires.

A ce stade, les bibliothèques disposeraient d'une imposante base de contenus labyrinthique. La question de sa structure, et donc des métadonnées et du moteur de recherche se pose alors. En effet, le réservoir contient à ce moment des ressources diverses sur les plans techniques et juridiques. Cet ensemble doit pouvoir être ordonné sous peine de se révéler inutilisable. Aussi, à moins que les métadonnées des fournisseurs ne soient normalisées en fonction d'un cahier des charges, elles devront être construites afin d'être moissonnables pour pouvoir être intégrées aux divers SIGB en fonction dans les établissements (à moins de fournir un service de sous-domaine pour les médiathèques sur une plateforme nationale, service personnalisable en fonction des besoins et de la charte de chaque institution). Idéalement toujours, l'édifice intégrerait un moteur statistique permettant de déterminer les utilisations et de dresser une cartographie des liens de ces usages aux niveaux globaux et locaux (ce qui pourrait permettre de moduler les émoluments des ayants droits).

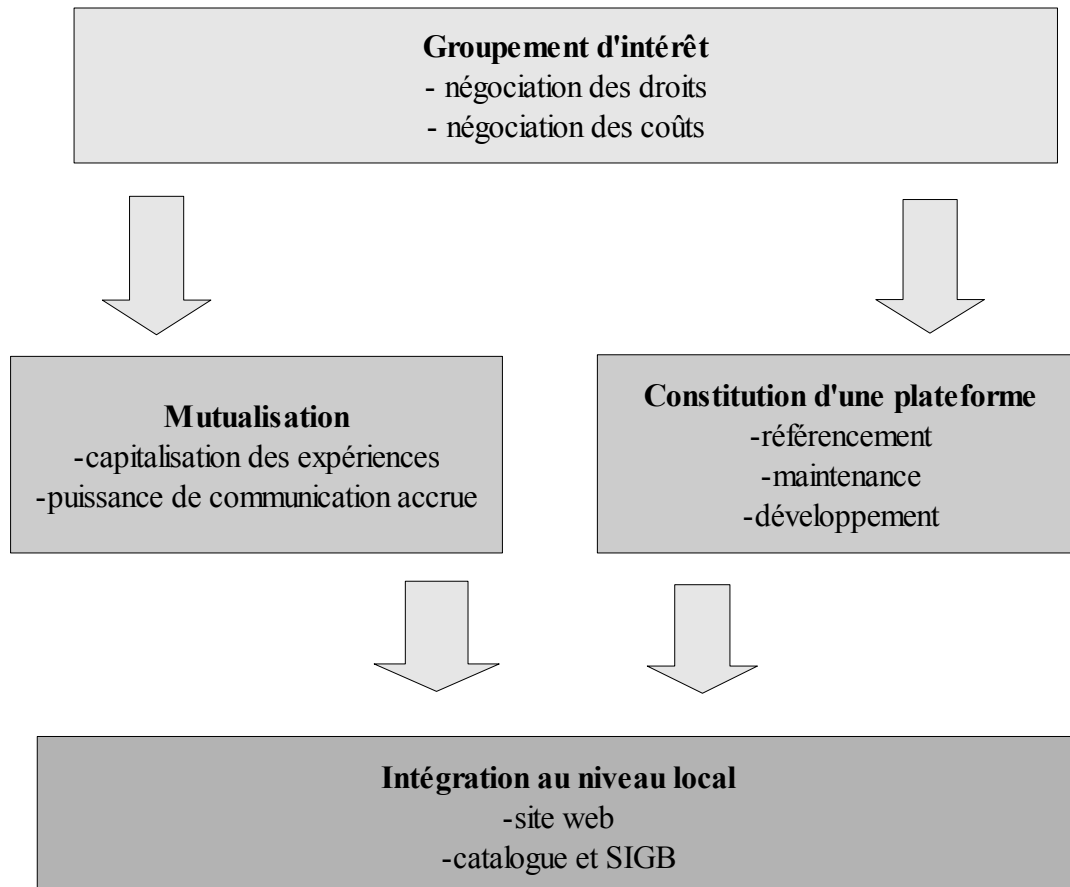
Au terme de ce parcours onirique qui nous place en possession d'un outil idéal, un élément apparaît incontournable: l'infrastructure nécessaire (ou souhaitable) au bon développement des ressources numériques ne peut guère trouver de solution à l'échelon local. La situation présente l'illustre avec quelque vigueur, chaque établissement en vient à proposer une offre peu ou prou identique et clonée d'un service commercial. Ce qui signifie doublement un taux de dépense insoutenable et un dessaisissement des médiathèques de leur rôle de médiation puisque ces offres ne permettent, la plupart du temps, aucune intervention réelle des bibliothécaires qui, pourtant, sont en capacité de définir ce qu'ils veulent¹¹⁸. Aussi, la mutualisation apparaît comme une condition indispensable afin de pouvoir porter le débat au bon échelon qui n'est pas celui de la commune et sans doute pas non plus celui de la région (qui ne dispose pas, de surcroît, de la compétence culturelle). Or, ce besoin entre en tension avec les intérêts politiques et institutionnels territoriaux, ce qui constitue encore un autre obstacle. En effet, contrairement à ce qui passe aux Etats-unis par exemple, les médiathèques en France suscitent plutôt de la méfiance, la crainte d'un manque à gagner, de la part des éditeurs. Les débats d'alors autour de la question du droit de prêt le montre en toute netteté. Par conséquent, à défaut d'une offre publique suivant le schéma précédemment défini, la composition d'une forme de groupement d'intérêt représentant un marché potentiel stable et de belle ampleur pourrait se révéler indispensable afin de bénéficier tout uniment de tarifs avantageux et d'une prestation adaptée sur le plan technique (l'un comme l'autre n'étant pas vrais aujourd'hui). Mutualisation des négociations d'une part, mais aussi des compétences d'autre part. En effet, la valorisation d'une offre de ressources numérique réclame des savoir-faire qui ne sont pas toujours disponibles à l'échelle d'un réseau et qui peuvent engendrer des coûts trop importants s'ils font l'objet d'une commande publique. Par ailleurs, la question des ressources numériques étant nouvelle pour

¹¹⁷Par exemple en musique, le format de fichier et de compression ont une incidence notable sur la qualité d'écoute. Le cas de la vidéo est plus criant encore.

¹¹⁸Voir les 10 commandements du livre numérique. <http://www.bibliobsession.net/2009/10/12/les-10-commandements-de-couperin-pour-le-livre-numerique/>. Le lien vers la page Couperin ne fonctionnait pas.

beaucoup, des moyens identifiés de mise en commun des expériences et des pratiques pourraient constituer un procédé d'enrichissement réciproque pour tous les professionnels. La plupart des informations existent aujourd'hui mais sont par trop dispersées entre ce que convoient les diverses associations sectorielles, les blogs de veille, les sites plus ou moins institutionnels. Un centre de ressource global présenterait des avantages certains afin de défricher ensemble l'inconnu et de tirer enseignement des initiatives conduites ailleurs. La mutualisation ne signifie donc pas seulement disposer de ressources supplémentaires mais aussi engager un processus de valorisation mutuelle qui répond à la nouvelle donne de la communication générée par internet et le besoin d'essaimage subséquent.

Répetons. Les ressources sont à la base du rôle des bibliothèques. Qu'elles soient numériques ou physiques ne conduit pas à un aménagement de ce principe. Mais, alors que les ressources physiques sont aujourd'hui disponibles (selon divers régimes), leurs pendants dématérialisés ne le sont pas ce qui induit une contradiction franche avec l'accès global que promet (et réalise pour partie) internet. Cet accès est bien loin d'être garanti aujourd'hui pour les médiathèques, au contraire. En l'absence d'un modèle économique qu'ils jugent appréciables et hantés par la destruction de valeur, les fournisseurs de contenu jouent la partition de l'obstruction soit par le biais de la loi, soit par celui de la technique avec une forte tendance à vouloir décalquer dans le monde numérique les modèles éprouvés des supports physiques (vente à l'exemplaire, paiement à l'acte...) tout en ne proposant pas d'autres modalités commerciales aux établissements publics. C'est pourquoi, la mutualisation est nécessaire dans le but de voir adapter cette offre aux réquisits de la lecture publique.



Intégrer les ressources numériques

A présent que nous disposons des contenus, il convient de définir la manière dont ils vont être utilisés, mis en œuvre et insérés dans une stratégie globale. Les ressources numériques sont avant tout des ressources. En cela, elles ne diffèrent en rien de ce qui peut être proposé actuellement au prêt et à la consultation dans les médiathèques. A ce titre, elles s'inscrivent de plein pied dans la politique globale de l'établissement, des accents peuvent être portés, des choix peuvent être faits. Elles peuvent faire l'objet de médiation in situ, intégrer les outils de l'action culturelle, faire l'objet de communication et mise en valeur.

Une première différence cruciale tient à leur accessibilité à distance. Ce simple fait pose de nombreuses questions aux professionnels. D'une part, elles peuvent être utilisées sans le secours du bibliothécaire et sans passer, hormis pour s'inscrire éventuellement, entre les murs de l'établissement. Comment alors remplir son rôle de conseil ? Une deuxième stratégie de valorisation doit se greffer à celle qui est déjà pratiquée pour les supports physiques dont le site web devient un élément fondamental. En effet, il est le seul passage obligé pour accéder aux ressources numériques. En conséquence, il doit dépasser son rôle de portail documentaire, de point d'accès pour devenir un élément du circuit de la médiation. Il doit permettre à l'utilisateur, autant que faire se peut, d'accéder aux mêmes services que s'il était venu dans la bibliothèque au travers d'une interface ergonomique.

Ainsi, l'utilisateur devra-t-il se trouver en situation d'obtenir toutes les informations pratiques dont il peut avoir besoin concernant les modalités de prêt, sa carte de lecteur, les horaires d'ouverture, le catalogue, les animations (cet aspect est souvent bien pris en charge par les sites actuels de bibliothèque) et les possibilités d'inscription (aux ateliers, à la médiathèque) en ligne. Un dispositif de newsletter couplé à des flux RSS thématiques permet de diffuser l'actualité de la bibliothèque en continu sans contraindre au passage sur le site.

L'accueil et le conseil sont certainement à prévoir et le manque de présence physique peut poser problème. La possibilité d'ouvrir une discussion en direct avec un bibliothécaire, ainsi que le pratique la Public library de Toronto fournit une piste intéressante, ajoutant simultanément du contact, de la personnalisation et de l'immédiateté dans le service (cette fonctionnalité n'existe pas, à ma connaissance, en France au moment de la rédaction de ses lignes). Ce peut être un moyen de tisser des relations avec l'utilisateur hors du seul cadre de la venue sur site, c'est-à-dire d'instaurer une continuité et une proximité de service (avec ce bénéfice collatéral d'être disponible pour certains publics empêchés).

Pour ce qui concerne les documents eux-mêmes, trois aspects semblent indispensables en regard de l'offre physique. En premier lieu, il doit être loisible de rechercher un contenu précis indépendamment de son format (c'est-à-dire que lors d'une recherche par le biais du catalogue toutes les ressources, numériques ou non, sont retournées en réponse à la requête). Idéalement, les recherches moins bien déterminées pourraient aboutir (ce qui est essentiellement un problème technique de métadonnées et de moteur de recherche). En second lieu, la flânerie serait envisageable sur les rayonnages virtuels. Cette pratique connaît au moins deux conditions. La première d'entre elle tient à la présentation du document avec un visuel de la couverture ou de la pochette qui le contient sur support physique. La seconde tient à la possibilité de feuilleter ou d'écouter un extrait directement sur le site (si le mode de mise à disposition retenu est le

téléchargement). Le troisième élément consiste à favoriser la découverte, la sérendipité. Deux moyens sont alors disponibles et essentiellement complémentaires: le conseil des bibliothécaires et le moteur statistique. Dans l'absolu, le conseil professionnel sur le site ne s'opère pas en temps réel et de manière individualisée malgré des actualisations (et l'éventuel complément de la discussion en ligne). A l'inverse, le moteur statistique permettrait de tisser des liens définis en fonction des goûts de l'utilisateur et de leur similarité avec ceux d'autrui. Ce procédé, doublé d'une dimension de réseau social d'autant plus pertinente que l'on peut avoir l'assurance de partager des centres d'intérêt, est par exemple employé par *LastFM*. Le principal défaut d'un tel moteur, rapporté à l'échelle d'une bibliothèque locale, est qu'il gagne en pertinence avec son nombre d'utilisateur. Son efficacité sur un total de 300 000 prêts tous contenus confondus laisserait probablement à désirer. Le blog ou le forum peuvent également constituer de bons outils mais tendent à présenter les mêmes défauts que le moteur statistique. A ceci près que le blog présente d'emblée un contenu informatif indépendamment de sa capacité à générer une masse suffisante de commentaires.

Il existe donc de nombreux outils permettant de construire des modalités de médiation numérique et qui répondent aux règles de la personnalisation et de l'actualisation tout en laissant le public dans une situation d'autonomie. Les ressources numériques entraînent toutefois l'éventualité d'une diversification des usages avec des publics venant sur site, d'autres n'employant que l'offre à distance, d'autres faisant les deux et certains consultant le site web hors du bassin de population desservi (le service question/réponse de la Bibliothèque municipale de Lyon rayonne au-delà de l'agglomération). Dans cette perspective, le numérique peut être un moyen d'accroître l'audience d'un établissement plus loin que ses frontières naturelles ce qui constitue un facteur d'attractivité territoriale même minime.

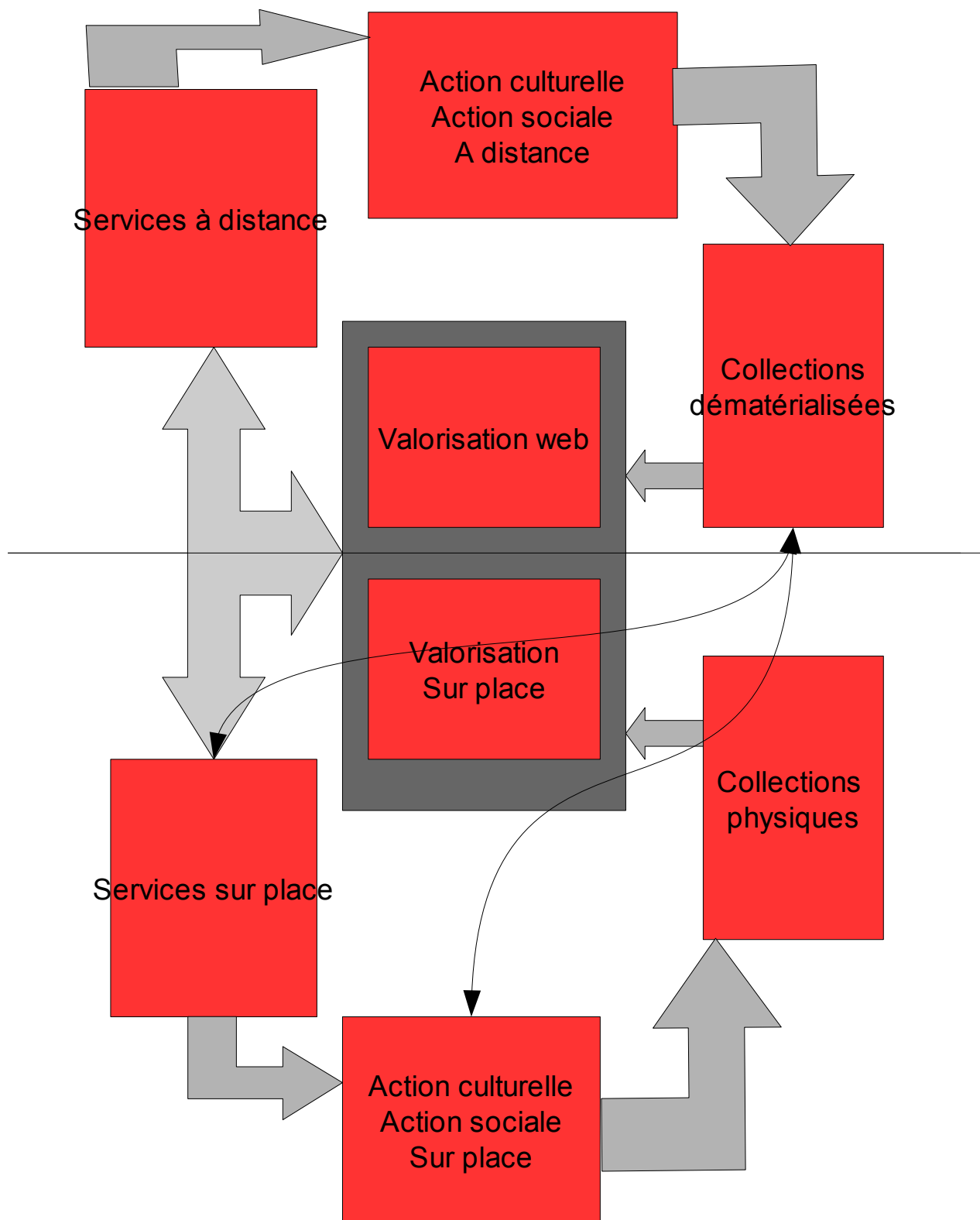
Le second point qui rencontre les interrogations des professionnels vient de ce que les ressources numériques semblent remettre en cause plusieurs procédés bibliothéconomiques en vigueur. Par exemple, la politique documentaire. Cette constatation est partiellement vraie. En premier lieu, rien n'indique que l'accès au contenu soit tel que les médiathèques disposent de sa totalité (en l'état, cette situation est loin de se profiler mais bien plutôt l'inverse) de sorte que des choix de ressources sont effectivement opérés malgré l'effet bouquet (une partie du succès de *Numilog* auprès des établissements de lecture publique vient d'ailleurs de la possibilité de constituer son fond). Plusieurs segments, dont la vidéo et le livre, ne prennent pas le chemin de l'accès total, au point que les catalogues sont en fait insuffisants et des plus restreints en regard des supports physiques. En second lieu, si la configuration idéale de ressources définies auparavant devait se matérialiser, la possibilité demeurerait de ne pas mettre à disposition des usagers l'entièreté des contenus. Supposons le cas où un établissement propose à son public l'intégralité des documents existant dématérialisés: d'une part, il reste très plausible que le choix soit plus grand dans l'offre physique de sorte qu'une politique documentaire perdure, d'autre part des arbitrages devront invariablement être rendus même s'ils ne portent pas sur l'achat. Dans cette configuration, le bibliothécaire n'a plus les moyens d'une prescription forte puisque le document est accessible quelle que soit sa volonté mais il conserve une faculté d'orientation essentielle. Son rôle consiste à guider dans l'abondance, à servir de point de repère au cœur d'une masse de données et cette fonction est comparable à celle de la politique documentaire. En un mot, à mettre en scène son expertise et sa légitimité au service du public. Le meilleur exemple français actuel de ce point de vue se trouve dans le projet UMMA. Les bibliothécaires ne décident en rien du contenu du catalogue et celui-ci est beaucoup trop

volumineux pour être appréhendé en bloc. Néanmoins, des moyens de valorisation existent et sont employés: il s'agit de la une de la page et des radios (dont nous avons signalé plus haut le succès qu'elles rencontraient). La plus-value apportée par le bibliothécaire ici réside dans la mise en avant de contenus que l'utilisateur aurait certainement manqué dans la profusion. Pour dresser une analogie audacieuse, l'internet serait inutilisable sans les moteurs de recherche; le professionnel peut jouer ce rôle dans le domaine culturel en s'appuyant sur sa crédibilité de statut. Les ressources numériques, à compter de leur disponibilité, impliquent donc plus un déplacement vers ce qui fait le sens du métier, faire découvrir, faire partager, qu'une radicale remise en cause.

A l'identique (et à considérer que les bibliothèques disposent de leurs ressources en propre au lieu d'un simple droit de location déguisé en titre de propriété), la notion de plan de classement, c'est-à-dire de mise en ordre à des fins de promotion et de clarification ne disparaît pas. La mise en rubrique, le rangement par thème sont certainement indispensables, notamment parce qu'ils fonctionnent comme des systèmes de liens implicites susceptibles d'entrer en résonance avec les priorités de l'établissement et (ou) des usagers. Un bon exemple est fourni par les catégories retenues par le réseau lyonnais: chaque rubrique fonctionne à la manière d'un portail partiellement autonome avec son actualité, ses conseils, ses contenus. Un avantage des systèmes de cette sorte est de multiplier les points d'entrée et en dernier ressort les plans de classement, ce que ne permet pas la disposition de documents physiques sur un rayonnage à moins de se placer à l'échelle quantique. Cette diversité, à condition d'être pensée en fonction d'objectifs déterminés en amont, constitue une richesse et non pas un obstacle en contournant les rigidités de la classification Dewey.

La fonction de mise en ordre du bibliothécaire ne disparaît pas avec les ressources numériques, au contraire, elle se démultiplie (ce qui rend la tâche plus ardue).

Au fond, les ressources numériques sont parfaitement solubles dans les bibliothèques qu'elles contribuent plutôt à augmenter. En effet, elles permettent de prolonger le service, d'emporter la bibliothèque chez soi, de faire mécaniquement sortir l'établissement de ses murs. Le principal point d'achoppement à leur intégration tient au dédoublement obligatoire des circuits de valorisation et de médiation, à la fois sur place et sur le site web (à quoi peut s'ajouter la diffusion par d'autres canaux tels les réseaux sociaux). En gardant à l'esprit que les ressources dématérialisées sont susceptibles d'intervenir à tous les niveaux d'activité au contraire des collections physiques. Par voie de conséquence, le temps réclamé par les opérations de valorisation et de communication se trouve largement accru. Ainsi que nous l'avions signalé tantôt, les ressources numériques ont pour conséquence de déplacer le rôle du bibliothécaire plus nettement vers celui de médiateur et de communicant. Cette différence d'accent n'est pas complètement anodine en ce qu'elle un nouvel équilibre des tâches et donc une organisation modifiée du travail.



Ce que montre le schéma simplifié ci-dessus est le degré d'intrication entre les deux types de ressources physiques et numériques et surtout que le champ d'influence des secondes dépasse l'ordre du « virtuel » pour s'insérer dans le circuit des tâches d'une bibliothèque à tous les niveaux. Les deux niveaux de ressources ne sont pas étanches l'un envers l'autre, ce qui signifie que les stratégies de valorisation, de communication et de médiation ne peuvent être réfléchies et construites qu'au travers d'une perspective systémique. Intégrer les ressources numériques à l'offre de service existante implique de redéfinir cette offre sous peine d'altérer les liens avec la médiation en présence et les collections physiques, au risque donc d'avoir une bibliothèque duale, c'est-à-dire un projet d'établissement et une image brouillée.

Communiquer: se (re-)construire une identité

Les bibliothèques ne disposent pas d'une légitimité préalable en matière de ressources numériques et de présence sur la toile. Aussi, la communication est une étape essentielle des processus de valorisation: savoir faire et faire savoir sont deux éléments solidaires. Cependant, la plupart des établissements sont de taille trop modeste pour espérer faire valoir leur présence sur internet et bénéficier d'un bon référencement (d'autant que les catalogues qui pourraient servir de point d'entrée ressortissent au web invisible).

L'exemple de Miss média à Metz donne toutefois des indications, si l'on considère le nombre de fans arborés par le mur *Facebook* du réseau comparativement à l'importance de la commune. Ce personnage sert à définir iconiquement une identité de l'institution à la fois en ligne et dans les produits de communication matériels (flyers, journaux, affiches...). Au cours des entretiens effectués dans le cadre de cette étude, les professionnels furent nombreux à regretter un manque de médiation mais aussi de communication autour des ressources numériques. Etant donné le nombre de sollicitations que peut connaître l'utilisateur de bibliothèque par ailleurs, attirer et retenir son attention sont d'une importance capitale dans la mesure où la médiathèque est de moins en moins un passage obligé pour accéder au contenu. Deux axes complémentaires peuvent être suivis dans ce but: proposer des services originaux ou indispensables et faire connaître leur existence. Dans les deux cas, la connaissance des publics et la communication se révèlent fondamentaux.

La communication web suit au moins un principe incontournable qui est celui de l'essaimage, la multiplication des points d'entrée. Sur cette base peut se développer une meilleure visibilité. Par exemple, la plupart des pages *Facebook* de bibliothèques ne présentent que peu de contenus originaux. Elles relatent en général les activités à venir au sein des établissements et en effectuent des compte-rendus ensuite. Elles sont donc conçues comme des extensions du site web de la médiathèque, extensions redondantes puisqu'elles comportent les mêmes informations. Néanmoins, leur avantage essentiel réside en ceci qu'elles se situent potentiellement sur des chemins massivement arpentés par les internautes. Il en va de même pour ce qui concerne les expositions sur *Flickr* ou les vidéos postées sur *Youtube*. Être visible sur les réseaux sociaux les plus populaires ne constitue pas une garantie de succès, cependant il s'agit d'une condition délicate à éviter dans un plan de communication et relativement aisée de mise en place. De plus, il est possible d'ajouter aux liens que l'on propose d'autres bibliothèques. Ce peut être un moyen de promotion mutuelle par effet de réseau.

A l'identique, et bien qu'ils poursuivent simultanément d'autres finalités, les blogs peuvent servir d'outils de communication à la condition d'avoir une URL différente de

celle du portail de la bibliothèque. Au contraire du contenu d'un catalogue, l'information présente sur un blog est référencée dans *Google* ce qui la rend plus accessible¹¹⁹ et peut constituer un pont vers la page mère. Notons que, dans une stricte perspective de communication (et donc de pageranking), le choix des thèmes et leur formulation sont déterminants. L'originalité peut être récompensée doublement par une visibilité accrue et une curiosité aiguisée de la part des usagers.

L'internet met à disposition des bibliothèques un certain nombre d'outils de communication qui lui seraient restés inaccessibles autrement. Bien que ces instruments soient d'une plus grande pertinence lorsqu'ils sont employés par des établissements ayant en amont une solide assise de public, de locaux et de prestige, ils présentent tous des avantages qui dépassent le seul cadre de la promotion pour rejoindre les objectifs de la lecture publique en général, objectifs de découverte et de partage, objectifs de formation et d'apprentissage. C'est pourquoi le temps qui leur est consacré (fatalement important en regard des obligations de fonctionnement d'une médiathèque) peut s'avérer fructueux.

Vers un nouveau rapport à l'utilisateur

Les modèles de bibliothèque sont des objets d'interrogation constant parmi les professionnels. L'émergence en cours des ressources numériques, si elle est un motif de crainte (crainte d'un retard, d'une hégémonie incontournable du web) est tout autant l'occasion de questions à propos de ce que peut ou doit être la médiathèque au présent. L'accès généralisé à distance déplace les règles du jeu plus qu'il ne les révolutionne. Il rend plus aigus des questionnements dont les racines sont antérieures.

Nous l'avons déjà répété, la pratique d'internet, concomitante à la progression de l'individualisme et de la hausse significative de la part de population diplômée de l'enseignement supérieur, conduit à un rapport renouvelé dans l'accès à l'information et aux contenus. Ces rapports sont fait d'une plus forte autonomie (de jugement comme de collecte), d'un désir assumé de personnalisation et d'un besoin plus manifeste d'actualité, d'immédiateté. D'un autre côté, ainsi que le succès des réseaux sociaux en témoigne, l'attente en matière de lien de sociabilité reste d'une grande importance: l'internaute type appartient à de multiples strates de communauté entre lesquelles il navigue, c'est-à-dire que l'identité numérique comporte des facettes plurielles. En regard de cette situation bien établie, quel peut être l'apport d'une institution telle que la bibliothèque ?

Rappelons en premier lieu que la médiathèque est avant tout un espace de ressource au sens générique (donc sans exclusivité nécessaire de la ressource documentaire si l'on admet que les *Idea stores* par exemple sont bien encore des bibliothèques) et que la majorité des usages sont tournés vers cette fonction qu'il s'agisse de l'emprunt, du travail sur place, de l'animation culturelle. Cet aspect ne change pas avec l'arrivée des ressources numériques en exceptant les qualités d'ubiquité de celles-ci. En second lieu, un établissement de lecture publique est un espace de service, service documentaire, d'accueil qui met des locaux à disposition d'usages multiples. Une nouvelle fois, cette composante de l'activité se maintient. Cependant, au regard de l'érosion, constatée au niveau national, de la fréquentation, force est de supposer une certaine insuffisance d'attractivité. Les raisons de cette situation sont complexes et problématiques à

¹¹⁹Google ne référence pas les URL comportant plus de deux paramètres. Or les éléments de la plupart des bases de données en comportent au moins deux.

hiérarchiser, toutefois, les services rencontrant le succès que l'on sait sur internet peuvent fournir quelque élément de réflexion.

Notre univers quotidien tend, pour beaucoup, à être un univers connecté. Connecté aux autres, à internet, connecté à nos ressources de musique, de jeux. Ainsi que nous l'avions souligné plus haut, le nomadisme technologique est un développement naturel de l'accès à distance. Il est attendu de pouvoir transporter son monde avec soi en tout lieu et à tout moment. Si un bâtiment de bibliothèque ne le permet pas, des services et des ressources le peuvent. Le développement d'application pour supports nomade répond à cette attente au niveau de la ressource. La possibilité d'ouvrir un chat avec un bibliothécaire répond à cette attente de proximité. Le projet *Bibmob* à Toulouse vise à proposer un service en harmonie avec ce cadre. Ce ne sont que quelques exemples. Les ressources numériques peuvent permettre de répondre à ce besoin nouveau de service en permanence accessible, d'emporter la bibliothèque avec soi plutôt que de devoir aller à elle. La nature de l'échange se renverse en ce sens que la médiathèque en était le centre de gravité (ce vers quoi il fallait tendre pour bénéficier du service) tandis que l'utilisateur le devient (il accède au service à sa guise, dans la limite de ce qui est possible par voie d'onde et de fibre optique). Pour le professionnel, ce n'est plus tant le service sur place qu'il faut concevoir en vue d'un public, généralement, bien déterminé en amont mais une continuité intégrée allant de l'offre dans les murs à celle qui peut se diffuser plus avant. Autrement dit, le service ne peut guère être pensé à partir des codes bibliothéconomiques auxquels on demande à l'utilisateur de se soumettre mais à partir des règles de fonctionnement de l'internet (notamment) dont l'établissement est seulement une partie (et non l'inverse) pour ce qui concerne son offre en ligne.

L'image des bibliothèques est souvent celle d'un lieu fermé et immobile pour tout ou partie. Cette représentation heurte frontalement le chaos de l'internet où une information en chasse une autre, où l'actualité semble incessante. Une médiathèque peut difficilement être un lieu d'actualité brûlante et pourtant l'activité peut s'y trouver fort importante. Les outils en ligne sont un moyen parmi d'autres de signaler, de rendre visible cette activité sur de nombreux plans, newsletter et fils RSS en tête. Par exemple, ne sont pas rares les lecteurs ayant l'impression que la bibliothèque ne possède pas les dernières nouveautés car elles ne se trouvent ni sur les rayons, ni sur les tables de présentation, alors qu'elles sont tout simplement déjà empruntées. Les instruments de veille internet rendent possible de passer outre cette apparence et favorisent également une individualisation relative des pratiques. Pour minimiser qu'ils puissent sembler, des services de cette sorte contribuent à améliorer l'image des établissements en la teintant de dynamisme et de proximité. Dans la mesure où ces processus sont automatisables, ils ne réclament pas un investissement démesuré. Une autre possibilité afin de créer de l'actualité en bibliothèque tient à la production de contenu (à laquelle un développement sera consacré plus loin). Enfin, les réservoirs d'information que sont les bases de ressources numériques, de part leur ampleur, aiguissent le besoin d'orientation de sorte que les modifications de ce qui est mis en avant sont une forme d'actualité. Par exemple, dans le cadre du projet UMMA, les médiathèques disposent d'une réserve de contenu importante. Modifier la une de la page d'accueil ou créer des radios constituent des moyens à la fois de favoriser la découverte et d'induire une impression d'activité, d'actualité. D'un point de vue organisationnel, la production et la communication au niveau du quotidien ou du court terme plus raisonnablement posent des difficultés évidentes de par le temps qu'elles réclament.

Une autre ligne de principe par laquelle les bibliothèques sont en capacité de répondre aux attentes nouvelles tient à la dimension de réseau social. Les médiathèques remplissent une fonction citoyenne en tant qu'elles sont des espaces publics, ouverts à tous et que leurs services sont le plus souvent proposés à un tarif abordable. La dualité ressources numérique et présence en ligne fournit une opportunité d'accroître cette vocation en facilitant la participation des usagers à la vie de l'établissement. En effet, l'usage même de la bibliothèque s'apparente à l'appartenance à une communauté (bien qu'il faut tenir évidemment compte de la pluralité des pratiques effectives). Aussi, une manière de socles communs d'intérêts préexiste-t-elle à tout service supplémentaire. C'est un programme de ce type que les établissements de Toronto s'efforcent de réaliser par l'entremise d'une série de blogs ouverts largement aux commentaires. L'idée directrice étant de permettre à chacun de raconter son rapport, son histoire à la bibliothèque et à la bibliothèque de se mettre en scène au travers de ses récits dans un but d'appropriation individuelle et réciproque afin de montrer que le réseau se situe au plus proche des attentes de ses fréquentants. Des formules plus ouvertes que le blog à l'initiative des professionnels sont identiquement envisageables: les forums, l'hébergement de la production des usagers en une sorte de rôle éditorial. Les possibilités sont nombreuses mais toutes gouvernées par ce mot d'ordre de la proximité et de l'individualité inscrite dans une communauté vivante. Le point le plus crucial sans doute est que s'engager dans cette direction réclame que les contributions extérieures soient visibles au même titre que celles des professionnels, que la participation et l'engagement entraînent des résultats tangibles. Ces modes d'intégration de l'utilisateur dans la vie des établissements sont susceptibles de présenter également l'avantage d'un enrichissement des points de vue (par exemple une meilleure connaissance des publics pour le bibliothécaire) voir des fonctions basiques de la médiathèque (ce qui se produit, toute proportion gardée avec *Wikipédia* ou *LastFM*). Il convient de noter que la plupart de ces procédés sont difficiles à adapter pour de petites ou moyennes structures faute de pouvoir une masse critique d'utilisateurs qui assure la pérennité et la vitalité du service, cependant il demeure possible de mener des expérimentations moins impliquantes afin de mesurer le succès d'audience au sein d'un territoire donné.

Si l'on en croit les résultats de la dernière enquête sur les pratiques culturelles de français, les pratiques artistiques amateurs poursuivent leur développement au sein de la population. C'est un facteur sur lequel il peut se révéler judicieux de prendre appui. Par exemple, un musée bisontin avait proposé à des volontaires de monter une exposition, encadrés par des professionnels. L'initiative a remporté un franc succès. Les nouvelles technologies de l'information peuvent permettre de diffuser les résultats de telles initiatives et donc de fournir à l'infrastructure des ressources supplémentaires adjointes aux collections. Intégrer l'utilisateur peut tout autant signifier organiser des tournois de jeux vidéos comme à Montpellier, des concours de nouvelles. Les possibilités sont infinies. L'essentiel pour notre propos est que les ressources numériques, de par leur accessibilité, doivent être intégrées au reste de l'offre avec pour horizon de laisser une marge d'intervention à l'utilisateur. Ce qui, une nouvelle fois, suppose de disposer de ces ressources de la même manière que l'on dispose des œuvres sur support physique. S'il reste présomptueux de présager de l'avenir (notamment celui du livre numérique), l'exemple de la musique en ligne (puisque'il s'agit du segment de contenu le plus avancé sur ces questions) laisse entrevoir que, au contraire des documents physiques, la ressource numérique peut intégrer de façon quasi directe des fonctionnalités ayant trait à la médiation, à la mise en communauté de l'utilisateur et le cas échéant à sa participation active.

Les ressources numériques tendent donc à placer l'utilisation des contenus, partant l'utilisateur, au centre du dispositif plutôt que les contenus eux-mêmes.

Quelle plus-value pour les bibliothèques ?

La question de l'apport des bibliothèques dans l'ère de l'accès est récurrente. Que reste-t-il à faire puisque l'on « trouve tout » sur internet ? Outre le caractère illusoire de cette représentation, il reste au bibliothécaire tout ce qu'un moteur de recherche ne peut (encore ?) faire.

En premier lieu, un moteur de recherche ne hiérarchise ni n'analyse l'information qu'il renvoie, son seul objet est de signaler la présence d'un contenu supposé pertinent en réponse à une requête. Un bibliothécaire peut combler ce manque en suggérant des conseils plus fins, plus personnalisés. L'orientation au sein d'une masse de donnée considérable devient un enjeu de premier ordre auquel l'expertise quant aux contenus des professionnels peut répondre.

En second lieu, et cet aspect est intimement lié au premier, la bibliothèque est un terrain de découverte. Deux lignes de conduite en découlent: intéresser les publics non familiers à l'offre de culture et de loisir de la médiathèque (soit le problème de la conquête de nouveaux publics par trop complexe pour être traité ici bien que les ressources numériques en leur ensemble puissent constituer un élément partiel de réponse ainsi que nous déjà essayé de le montrer) et permettre à ceux qui fréquentent habituellement de porter leur attention sur ce qu'ils auraient pu manquer. Plusieurs instruments sont à disposition à cette fin, au premier rang desquels le conseil des bibliothécaires eux-mêmes qu'il s'opère en ligne ou en vis-à-vis. Nous avons évoqué la possibilité d'un moteur statistique avec les réserves soulignées alors. Un dernier point mérite d'être mentionné: si la bibliothèque devient un lieu de communauté qui met en relation des usagers, il est alors a priori loisible d'employer leurs recommandations à des fins de découverte pour autrui (rappelons que l'avis des pairs prend une grande importance dans les jugements sur internet).

En troisième lieu, les bibliothèques peuvent se tourner vers la production de contenu afin d'apporter une plus-value informationnelle. Un exemple parmi un vaste panel: le point d'actu dans le réseau lyonnais. En fonction de thématiques préalablement définies, un groupe de bibliothécaire construit un dossier d'analyse d'actualité accompagné de suggestions documentaires, intégrant ainsi le service au reste de l'offre des médiathèques. Il est courant, sous réserve de négociation des droits, de filmer les conférences se tenant dans les enceintes des établissements afin de les reverser soit sur le site propre du réseau soit sur *Youtube*. Ces procédés permettent de porter à l'attention du public des informations originales, structurées, n'étant pas un simple écho des collections. Passeur de contenu, les établissements deviennent à leur tour créateurs. Le monde numérique est fait de flux que les bibliothécaires peuvent contribuer à organiser. La production de contenu doit s'effectuer dans un cadre le mieux défini possible en s'appuyant doublement sur l'action culturelle et l'utilisation des spécificités des équipes. Le niveau de culture des bibliothécaires étant élevé, la création fournit un moyen de mettre en œuvre ces savoirs accumulés en se fondant sur des centres d'intérêts susceptibles d'attirer la curiosité et l'attention des publics. Ensuite, toute démarche de production peut se conduire à partir des goûts connus de la population à desservir et de celles que l'on souhaite cibler. Autrement dit, la notion de ligne éditoriale s'applique pleinement à ces activités. D'autre part, les rôles tenus par la commande politique et la charte programmatique de l'établissement gagnent en importance. En effet, si l'on admet que la totalité ou la plupart des contenus sont disponibles, les arbitrages quant à ce qui peut en être obtenu et dans quel but apparaissent plus cruciaux en ceci que la mission

d'un équipement de lecture publique n'est plus de faire croître un stock mais d'employer un flux dans une finalité qu'il se fixe.

Aussi, en poursuivant l'expérience de pensée selon laquelle les médiathèques ont à leur disposition une quantité suffisante de ressources accessibles à distance, la bibliothèque en vient à apparaître comme étant un canal médiatique (aux spécificités nombreuses de part les accentuations portées sur la culture ou la formation). Cette position outrepassa le rôle classique de conservation (au sens générique et non exclusivement patrimonial). A ce moment, la plus-value des équipements et des agents de la lecture publique reposerait sur leur capacité à organiser, valoriser et produire de l'information autour de laquelle s'édifient des communautés d'échange et d'intérêt. La transposition des concepts et opérations bibliothéconomiques dans l'ordre numérique suit de ce passage plausible d'une fonction de lieu concentrateur de contenus à celui de médiateur des ressources. Ainsi, la politique documentaire devient une ligne éditoriale, la prescription devient l'orientation, le plan de classement devient un processus d'analyse et de conseil. Il est, semble-t-il, évident que ces activités ne sont pas étrangères au travail des bibliothèques aujourd'hui, la différence résidant principalement dans l'importance autrement supérieure qu'ils prennent si l'enjeu ne porte plus sur la seule accessibilité de la ressource elle-même (enjeu d'accessibilité qui ne disparaîtra pas pour autant avec les problématiques afférentes à l'idée de fracture numérique, c'est-à-dire les questions du taux d'équipement et des compétences à manier ces outils complexes parmi les publics et les populations à desservir).

Quel rôle sur un territoire ?

Nous avons déjà été amené à souligner une apparente tension entre les ressources numériques, leur accès supposé universel et l'ancrage territorial d'un établissement de lecture publique. Ce problème n'est finalement qu'apparence.

D'une part, la standardisation de la demande des publics est déjà effective. Les attentes d'un public de bibliothèque centrale à Lyon entretiendront des similarités frappantes avec celles des usagers de la bibliothèque centrale de Bordeaux (voire de Montréal). L'accès à la formation et à la culture sont, de plus, normalisés par internet dont le contenu demeure indépendant du territoire depuis lequel on accède. Ainsi, les différences manifestes se tiennent plutôt dans les marges des collections et des services (par exemple en fonction d'une commande politique identifiée et expresse) et éventuellement dans les établissements de quartier susceptibles d'accueillir des publics typés, donc particuliers (mais la spécificité de ces équipements repose certainement plus sur la relation de proximité et de service instaurées avec les populations que sur l'originalité des collections. Les ressources numériques ne modifient pas substantiellement cette primauté du service sur le document, au contraire, leur disponibilité serait en capacité de faciliter une médiation autour de contenus idéalement adaptés¹²⁰). Par suite, il n'est de contradiction entre l'ancrage territorial d'une bibliothèque et les ressources numériques qu'à la condition de faire dépendre le but de la mission de lecture publique de la notion de collection (qui, effectivement, s'évanouit pour partie). Or nous avons auparavant adressé argumentaire à cette remarque: la collection perd en importance ce que la médiation gagne en nécessité.

¹²⁰Typiquement, l'exemple de Press display qui permet de disposer de la presse en langue étrangère fournit un service ciblé qui serait impossible autrement.

D'autre part, se pose le problème des coûts. La majorité des médiathèques ne peuvent adopter les ressources numériques selon le mode économique de diffusion actuellement en vigueur qui raréfie le contenu par son prix (et les autres systèmes de protection légaux et techniques). En ce qui concerne cet écueil, l'échelon territorial n'est pas approprié dans le but de faire advenir une solution: un établissement isolé ne dispose en rien de la force et des moyens de négociation suffisants pour y parvenir. C'est pourquoi, la mutualisation constitue un édifice incontournable et ce, d'autant plus que les ressources numériques réclament des compétences qui, si elles ne sont pas absentes des bibliothèques, n'y sont certainement pas en quantité adéquate au regard des besoins prévisibles dans un avenir prochain. A ce niveau, celui des infrastructures et des moyens, dépasser le cadre local sera, parions-le, une condition de possibilité de la réussite de l'entreprise d'intégration des ressources numériques dans l'offre des médiathèques.

Autre élément, l'accès à distance ne gomme aucunement le besoin d'un lieu comme celui de la bibliothèque. Tout au contraire, il le renforce. L'idée de concevoir les établissements de lecture publique en tant que troisième lieu, c'est-à-dire espace de vie confortable, agréable, ouvert, proposant des services fournit le complément indispensable des ressources numériques. C'est par le truchement de l'accueil sur place que la médiathèque signe son originalité et se distingue d'un simple réservoir de documents. Par exemple, le rôle d'un équipement de quartier est fait de proximité, son importance dans le tissu urbain tient au fait d'être un espace déterminé, de sociabilité et de culture, de rencontre et d'accueil. L'accessibilité généralisée aux contenus ne rend pas la bibliothèque comme bâtiment, comme équipe de professionnels, superflue. L'ensemble des services en présence, services de formation, de clubs de lecture, de conférences, de concerts et d'autres encore, en un mot, l'ensemble du dispositif d'action culturelle n'est possible qu'à la condition d'avoir préalablement installés des murs, des tables, des chaises, des ordinateurs. Sans doute la dématérialisation se développant, les besoins architecturaux s'en trouveront modifiés (car moins d'espace se révélera obligatoire à l'exposition des collections), cependant la nécessité de la pierre demeurera. Sans doute même, les moindres besoins de superficie des collections permettront d'éviter les effets intimidants des documents entassés sur leurs rayonnages et, en conséquence, une multiplication des espaces destinés à l'usage qu'il soit de travail, de loisir, de convivialité ou autre encore. Enfin, un nombre plus réduit de documents à stocker peut faciliter la mise en avant, la promotion de ceux qui paraissent aux bibliothécaires les plus importants, de ceux qui suscitent la plus grande curiosité des publics.

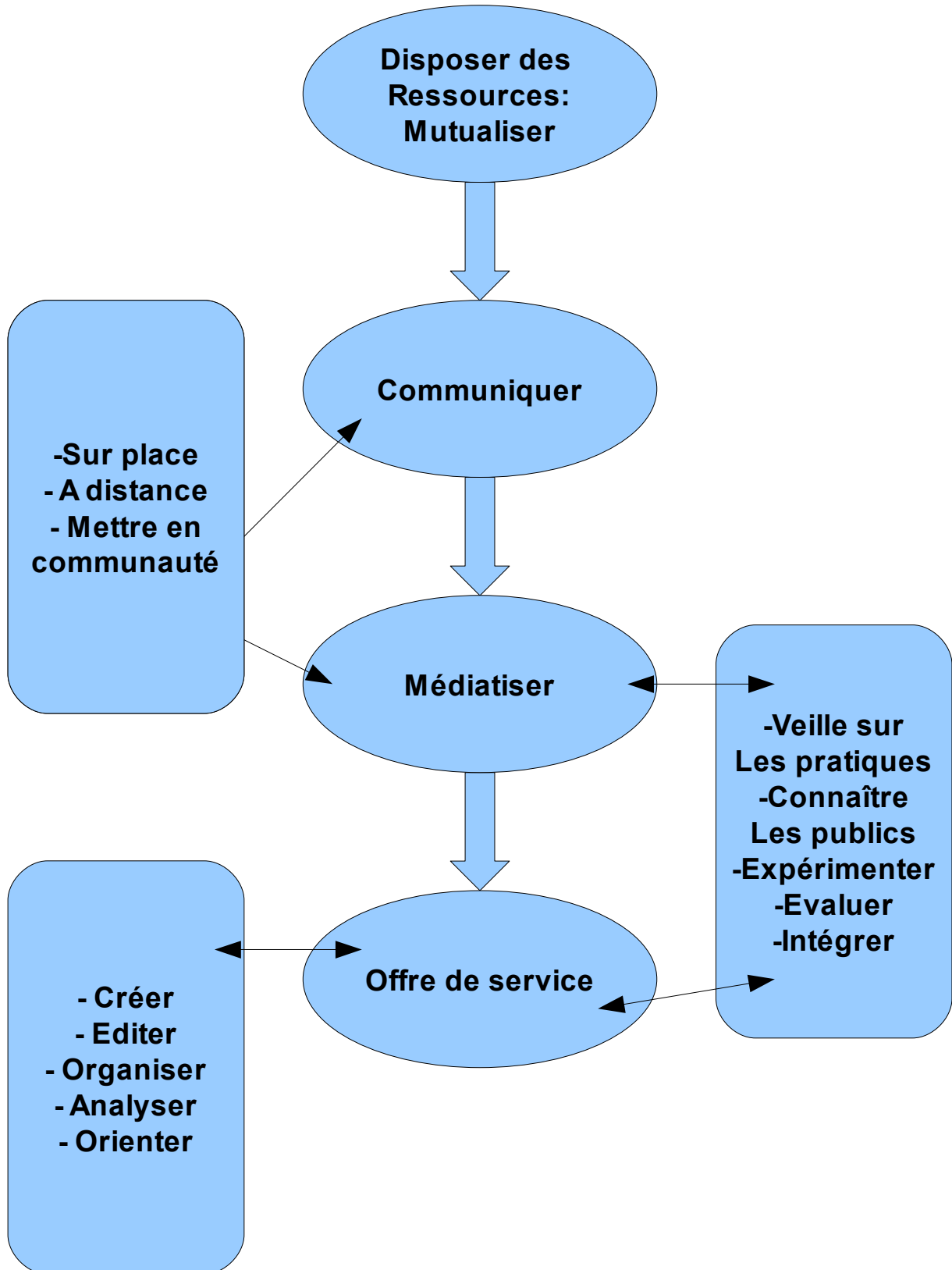
En tant que média global, universel, l'internet accessible par les moteurs de recherche facilite l'accès aux informations emportant l'intérêt du plus grand nombre (sans oublier que, trouver un contenu suppose d'avoir une idée de son existence: le lien hypertexte ne favorise pas autant la sérendipité que l'on pourrait le croire a priori). En conséquence, les éléments spécialisés ou renvoyant aux besoins d'une population minoritaire ne sont pas invariablement aisément disponibles. En matière de contenu donc, la bibliothèque comme lieu d'orientation et d'édition peut être un carrefour, un nœud de l'information culturelle territoriale. En ce sens, l'initiative de *Dogmazic* présente un intérêt évident car elle ouvre la possibilité aux réseaux de lecture publique (entre autres) d'endosser une mission de découverte et de valorisation de la scène musicale de proximité. Des dispositifs de cette teneur permettent aux établissements de retrouver une certaine originalité des contenus que l'accès globalisé tend à leur faire perdre. Autrement dit, la bibliothèque peut s'investir plus nettement dans la vie du tissu culturel territorial, à la fois au niveau des usagers, mais aussi des artistes, des associations et des autres

institutions culturelles. Devenir acteur de la culture d'une part, devenir acteur de la vie sociale d'autre part. Nous avons déjà noté que les besoins de formations et de sociabilité tendaient à croître avec les nouvelles technologies plutôt que l'inverse. Dans cet esprit, concevoir la bibliothèque en tant que réseau social, « community hub », facteur de liens et de rencontres apparaît une voie prometteuse en phase avec sa vocation.

S'inscrire dans le territoire par l'offre de contenus, mais surtout par l'action culturelle et sociale. Ces dimensions de médiation, de connaissance des populations et de proximité avec celles-ci ne peuvent en rien être prises en charge par l'internet en tant que média. Alors ce rôle est celui des bibliothèques qui possèdent naturellement une portion des compétences et savoir-faire réclamés par ces enjeux nouveaux des ressources numériques et des formes de la médiation qui leur sont le mieux adaptées.

Conclusion

Que retenir au terme de ce parcours ? Peut-être, en premier lieu, le schéma suivant:



L'offre de service, qui demeure l'objectif terminal du dispositif, ne peut être un succès qu'à plusieurs conditions: la disponibilité des contenus (soit les problématiques liées au droit, au coût et à la technique), la communication (faire savoir que la ressource existe, faire connaître l'offre de service, définir une image claire), la médiatisation (soit la mise en relation de l'utilisateur au contenu par sa présentation, par la formation à l'utilisation). L'ensemble des tâches d'un équipement s'inscrit dans cette finalité de service, aussi les diverses activités possibles constituant la médiation numérique sont-elles orientées vers ce terme.

Les ressources numériques placent au cœur du dispositif des médiathèques l'offre de service, en toute netteté. En regard de l'organisation du travail au sein d'un établissement, cette disposition implique une symbiose forte entre les différents intervenants en interne et au dehors. Ainsi, la coopération à l'origine et au terme de l'aventure des ressources numériques définit le mot d'ordre.

Comme nous l'avons noté au cours de cette étude, les conditions actuelles de prestation, de marché, de technique et de loi ne sont en rien favorables aux équipements de lecture publique. Créer un environnement plus propice détermine l'enjeu le plus immédiat, le plus urgent: édifier des circuits de médiation numérique sans, au préalable, être en mesure d'offrir au public une base satisfaisante de ressources ne serait que de peu d'utilité. A moins d'escompter la survenue d'un prestataire en capacité de modeler un service en adéquation avec les besoins des bibliothèques (et avec tous les risques que peuvent induire les situations de monopole), la mutualisation demeure un processus fondamental, donc le dépassement des enjeux strictement territoriaux. En l'absence de la réunion de ces éléments de principe, le risque d'une marginalisation des médiathèques dans le nouvel ordonnancement numérique, en cours d'émergence, de la culture et des savoirs est important. Le marché est encore balbutiant, les pratiques encore incertaines. Par suite, la fenêtre d'opportunité est pleinement ouverte, plus exactement le moment est propice à la fois pour accompagner et en être à la pointe. A minima, transposer un mécanisme de licence légale pour les contenus numériques susceptibles d'être utilisés en lecture publique jetterait les bases d'un système vertueux. Au contraire, la plupart des fournisseurs et distributeurs de contenus, incertains quant aux revenus qu'ils seront à même d'extraire de la vente et la location de fichiers, imposent aux bibliothèques, en incapacité de refuser ces contrats sous peine d'être absentes du segment, des prix notablement élevés accompagnés d'un service minimal sinon inexistant. Dans le contexte actuel des finances publiques qui se manifeste par des contractions budgétaires sensibles dans beaucoup de collectivités, cette situation de marché s'avère insoutenable: disposer d'une offre de document et de ressources généraliste, faisant part à plusieurs types de contenus, induit des dépenses au moins égales à celles du budget d'acquisition d'un équipement central de ville moyenne pour un catalogue élargi et une appropriation des plus limitée par les publics. Une telle situation ne saurait perdurer indéfiniment.

Au delà de ce problème criant, les questions restent nombreuses. Les ressources numériques impliquent des changements d'organisation des pratiques professionnelles pour toutes les raisons que nous avons décelées plus haut. A défaut de réclamer une révolution, une rupture brutale, les besoins d'aménagements ne manquent pas. Aménagement en terme de compétences tout d'abord, ce qui peut trouver solution par la formation et la diversification des profils, des fiches de poste: pour beaucoup, le métier de médiateur numérique est à inventer en bibliothèque puisque certaines spécificités, par exemple les connaissances techniques, qu'il demande sont différentes du travail classique de bibliothécaire. Aménagement des activités d'autre part, puisque les ressources numériques amènent une mutation des procédures bibliothéconomiques traditionnelles. La collection ne serait plus tant un édifice original, propre à chaque

établissement, à chaque service, à chaque acquéreur qu'un ensemble de ressources devant être mis en scène, mis en vue du public auprès duquel sont portés à l'attention des éléments de contenu qu'il pourrait obtenir ailleurs. Le rôle des bibliothécaires se centre donc sur une activité polymorphe de médiation dont l'empan s'étend du signalement de la ressource à la production de contenus et de l'accueil à la mise en relation¹²¹.

Si l'on excepte ces écueils possibles, il semble opportun de signaler que les ressources numériques peuvent se révéler être une chance pour les bibliothèques. Objets d'inquiétudes aujourd'hui, elles rendent possible d'exercer demain un métier partiellement différent mais également utile et valorisant. Le travail d'un bibliothécaire au présent souffre d'un certain défaut de visibilité et de lisibilité. La forme même de médiation qui sied aux ressources numériques pourrait apporter une légitimité et une crédibilité renouvelée à l'expertise des professionnels en les plaçant plus au contact des publics et en favorisant un accroissement du rayon de leur compétences.

D'autres part, les ressources numériques représentent une possibilité non négligeable d'atteindre des segments de population éloignés des objets culturels. Il est avéré que l'aspect hautement symbolique du livre par exemple peut fonctionner comme un obstacle à la lecture. Les quelques enquêtes menées sur l'image des bibliothèques ont régulièrement fait ressortir cet aspect d'étrangèreté parmi les motifs principaux de la non-fréquentation. A l'inverse, les univers numériques, pour complexes qu'ils sont à appréhender, ne possèdent pas cette charge symbolique génératrice de réticences. Aussi, leur adjonction aux ressources classiques peut-elle être un facteur d'extension du périmètre de population desservi. De la même manière, les services à distance ajoutent un outil d'action aux médiathèques en renforçant leur présence auprès des usagers et en permettant de développer des formules nouvelles de médiation continues, intégrées, interdites par définition aux ressources physiques.

Opportunité ou fatalité, les ressources numériques peuvent se comporter comme l'une ou l'autre vis-à-vis des bibliothèques. Leur arrivée est un objet de débat incessants dans la profession, comme il en fut lors de l'édification des premières discothèques puis des premières vidéothèques et à présent des jeux vidéos. Gageons que les ressources numériques apparaîtront pleinement légitimes à court terme si tant est que les conditions à leur accès pour la lecture publique soient garanties techniquement et légalement dans un avenir proche.

« La conscience réfléchissante effective est une conscience agissante, c'est en cela justement que consiste l'effectivité de sa réflexion »

G.W.F. Hegel, Science de la logique.

¹²¹A cet égard, les anglo-saxons n'hésitent parfois pas à considérer qu'il entre dans les attributions du bibliothécaire d'être un animateur de communautés. Sans pousser le raisonnement à un tel paroxysme, force est de noter que cette dimension constitue un enjeu des procédés de médiation numérique.

Sources

« *Chiffres clés de la presse, résultats détaillés de 1985 à 2007* ». Etude menée par le Ministère de la Culture et de la Communication, Direction du développement des médias, Bureau du régime économique de la presse et des aides publiques, Département statistiques. 2007.

« *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française* ». Etude réalisée par le CREDOC pour l'ARCEP (autorité de régulation des communications électroniques et des postes) et le CGIET (conseil général de l'industrie, de l'énergie et des technologies). Décembre 2010.

« *Rapport sur le livre numérique* » commandité par le Ministère de la Culture et de la Communication à Bruno Patino. Juin 2008.

« *Jeux vidéos: quelle régulation des contenus et des pratiques ?* ». Note d'analyse du Centre d'Analyse stratégique, Question sociale, numéro 201. Novembre 2010.

« *Les modèles économiques du livre numérique: perspectives internationales* ». Etude menée par le cabinet idate pour le compte du Ministère de la Culture et de la Communication (DEPS) dans le cadre du conseil du livre. Présenté au trentième salon du livre de Paris, mars 2010.

« *Le marché de la vidéo* ». Dossier 313 réalisé par le CNC. Mars 2010.

« *Les dépenses des ménages* ». Etude réalisée par le CNC. Mai 2010.

« *Diffusion et utilisation des TIC en Europe et en France en 2009* ». Etude menée par le Ministère de la culture et de la Communication (DEPS), service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation. Février 2010.

« *Baromètre vidéo CNC-GFK 9 premiers mois de 2010* ». Statistiques publiées bisannuellement par le cabinet GFK pour le compte du CNC. Octobre 2010.

« *Le marché de la VOD revu à la hausse à 150M euros* ». Communiqué de presse du cabinet GFK/ NPA conseil. Paris, le 14 juin 2010.

« *Le marché mondial des jeux vidéos* » Etude menée par le cabinet idate. 16 Septembre 2010.

« *L'économie de la presse: vers un nouveau modèle d'affaire* ». Nathalie Sonnac, Les cahiers du journalisme numéro 20, automne 2009.

« *Les français et le téléchargement illégal sur internet* ». Enquête menée par TNS-SOFRES et Logica pour le compte du journal Metro. Février-mars 2009.

« *Modèles économiques d'un marché naissant: le livre numérique* ». Etude menée pour le compte du Ministère de la Culture et de la communication (DEPS), service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation par Françoise Benhamou et Olivia Guillon. Juin 2010.

« *Création et internet* » rapport commandité par le Ministère de la Culture et de la Communication (DEPS) à Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerruti. Janvier 2010.

« *Marché de la musique* » Compilation statistique réalisée par L'INSEE pour le SNEP. 2010.

« *Le marché de gros de la musique enregistrée 9 premiers mois de 2010* ». Etude menée par le SNEP. 2010.

Les multiples entretiens menés auprès des bibliothécaires dont les propos sont disséminés dans le corps de l'étude.

Bibliographie

ACCART Jean-philippe (dir.). *Communiquer! Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, Villeurbanne: Presses de l'ENSSIB, 2010.

AMAR muriel, MESQUICH Véronique (dir.). *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?*, Paris: Cercle de la librairie, 2010.

ANDRE Nicolas. *Etat des lieux de l'offre de musique numérique*, Paris: Observatoire de la musique, 2010.

BENHAMOU Françoise. *Livre numérique. Ni tout à fait le même, ni tout à fait un autre...*, Esprit, mars-avril 2009, p. 73-85.

BERTRAND, Anne-Marie (dir.). *Quel modèle de bibliothèque ?* Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2008.

BOUCHER, Thierry ; MARTIN, France. *Une médiation numérique innovante et globale*, Documentaliste – Sciences de l'information, Vol. 46 (2009) : 69.

BREEDING, Marshal. *Social Networking Strategies for Professionals*, Computers in Libraries, Vol. 29 (2009) : 29-31.

CALENGE Bertrand. *Bibliothèques et politiques documentaires à l'heure d'internet*. Paris: Cercle de la librairie, 2008.

CARBONE Pierre, CAVALIER François (dir.). *Les collections électroniques, une nouvelle politique documentaire*. Paris: Cercle de la librairie, 2010.

DONAT, Olivier (Dir.). *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication / La Découverte, 2009.

ILLIEN, Gildas. *Note sur la définition du livre numérique (« e-book »)* . Paris : BNF. Direction des services et réseaux. Département du Dépôt légal. Dépôt légal numérique, 2009.

JACQUESSON Alain. *Google livres et le futur des bibliothèques numériques: historique du projet, techniques documentaires, alternatives et controverses*. Paris: Cercle de la librairie, 2010.

LAHARY, Dominique. *L'accès aux catalogues et ressources des bibliothèques à l'âge des bibliothèques numériques et des moteurs de recherche : écarts, perturbation, mutation ?*. In *Les bibliothèques numériques*, Dir. Fabrice Papy, Hermes-Lavoisier, 2005.

LAHIRE, Bernard. *La Culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris : Editions La Découverte, 2004.

MAISONNEUVE, Marc. *Le catalogue des bibliothèques à l'heure du Web 2.0: Étude des OPAC de nouvelle génération*. Paris : ADBS Édition, 2008.

MARESCA Bruno. *Les Bibliothèques municipales en France après le tournant Internet*, Paris: BPI, 2007.

MAUREL Lionel. *Bibliothèques numériques, le défi du droit d'auteur*. Villeurbanne: Presses de l'ENSSIB, 2008.

MOUNIER Pierre, DACOS Marin. *L'édition électronique*. Paris: Gallimard, collection la découverte, 2010.

OGGIONI, Claire. *L'utilisateur au coeur des bibliothèques Web 2.0*. Aix-en-Provence: Université d'Aix en Provence, 2009.

PIERRAT Emmanuel. *Le droit d'auteur et l'édition*. Paris: Cercle de la librairie, 2006.

PRATCHETT Terry. *Le cinquième éléphant*. Paris: Pocket, 2009.

TESSIER Marc. *Rapport sur la numérisation du patrimoine écrit*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2010.

Annexes

Table des annexes

ANNEXE 1.....	72
LE GENRE DES JEUX VIDÉO	72
ANNEXE 2.....	75
LE MARCHÉ DU JEU VIDÉO EN FRANCE.....	75
ANNEXE 3.....	79
DONNÉES DE CADRAGE SUR L'ÉQUIPEMENT MULTIMÉDIA DES FOYERS FRANÇAIS (SOURCE: ÉTUDE CREDOC).....	79
ANNEXE 4.....	83
LE MARCHÉ ET LES PERSPECTIVES DU LIVRE NUMÉRIQUE.....	83
ANNEXE 5.....	87
LE MARCHÉ DE LA VIDÉO ET DE LA VOD.....	87
ANNEXE 6.....	88
LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE EN FRANCE.....	88

Annexe 1

Le genre des jeux vidéo

La diversité des jeux vidéo disponibles et la segmentation du marché ont conduit les professionnels à regrouper les jeux vidéo selon une typologie de genre. La liste qui suit donne une définition des principaux genres de jeux vidéo.

Aventure : l'intérêt prédominant des jeux d'aventure se focalise sur la recherche et l'exploration, les dialogues, la résolution d'énigmes, plutôt que sur les réflexes et l'action. Le joueur peut agir sur l'histoire, certains jeux d'aventure offrent ainsi plusieurs alternatives scénaristiques. En général, la segmentation des jeux regroupe les jeux d'action et les jeux d'aventure.

Compilation : sont regroupées dans ce segment les compilations de jeux multi-genres.

Course : les jeux de course placent le joueur aux commandes d'un véhicule. Le joueur doit effectuer un nombre déterminé de tours de piste et lutter contre d'autres pilotes, en vue d'obtenir une place sur le podium. Deux sous-genres sont distingués : le jeu de course d'arcade et le jeu de course de simulation.

FPS (First-Person Shooter) : les jeux de tir subjectif sont basés sur une visée et des déplacements où l'environnement est vu à travers les « yeux » du personnage joué. Cette perspective génère une forte identification, accentuée par des graphismes en trois dimensions.

Gestion / Wargames : dans les jeux de gestion, le joueur endosse le rôle d'un personnage devant construire et gérer un espace de vie (une ville), de loisir (un parc d'attraction), etc. Les jeux de gestion sont généralement associés aux jeux de guerre dans la segmentation des jeux.

MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game) ou **MMO (Massively Multiplayer Online)** : jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs. Ce type de jeux exclusivement multi-joueurs innove, notamment, par la mise en place d'univers fonctionnant 24 heures sur 24 appelés « mondes persistants ».

Nouveaux genres : jeux appartenant aux catégories dressage, élevage, musique, chant, danse, rythme, simulation de métier, « party game ». Les jeux vidéo de rythme sont habituellement des jeux d'arcade dont le but est de suivre une séquence de mouvements ou de maintenir un rythme particulier. Les jeux se jouent à l'aide du clavier ou d'une manette de jeu. D'autres jeux de ce segment requièrent un tapis de danse ou la réplique d'un instrument de musique.

Plates-formes : les jeux de plates-formes sont caractérisés par des sauts d'une plate-forme suspendue à l'autre ou au-dessus d'obstacles, ainsi que divers « pièges » tendus au personnage contrôlé par le joueur.

RPG (Role Playing Game) : les jeux vidéo de rôle s'inspirent des jeux de rôle traditionnels tels que *Donjons & Dragons*. Le joueur incarne un ou plusieurs « aventuriers » qui se spécialisent dans un domaine spécifique (combat, magie, etc.) et qui progressent à l'intérieur d'une intrigue linéaire. À la fin des années 1990, alors qu'internet est en pleine expansion, un

nouveau type de jeu de rôle apparaît, le jeu de rôle en ligne massivement multi-joueurs (**MMORPG**).

Simulation : les jeux de simulation visent à reproduire de manière réaliste les sensations ressenties aux commandes d'une voiture, d'un avion, d'un tank, d'un train, etc. Ils tiennent compte des lois de la physique, des limites de la réalité et d'un certain nombre de paramètres du comportement propre aux engins pilotés.

Sport : les jeux de sport regroupent de nombreuses disciplines telles que le golf, le tennis, le football, le hockey sur glace, l'équitation, etc. Ils placent le joueur dans l'action ou proposent au joueur de diriger une équipe.

En volume, les jeux d'action et d'aventure dominent assez largement le marché, avec 4,0 millions d'unités vendues au premier semestre 2010, soit plus du quart de l'ensemble des jeux vendus (+16,8 % par rapport au premier semestre 2009). Les jeux de sport occupent la deuxième place mais apparaissent en recul de 11,4 % à 1,9 million d'unités au premier semestre 2010. Ils sont suivis par les RPG qui enregistrent une progression de 24,1 % à 1,5 million d'unités. Les jeux de tir subjectif ou FPS sont stables autour de 1,4 million d'unités vendues au premier semestre 2010 (+0,1 %). Les jeux de gestion et wargames connaissent un recul en volume (-21,8 % à 1,4 million d'unités), de même que les jeux de course (-25,0 % à 1,1 million d'unités) et les jeux de société (-39,6 % à 0,8 million d'unités).

Annexe 2

Le marché du jeu vidéo en France

Taux d'équipement multimédia en % des foyers français*

équipement multimédia	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2010
console de jeux de salon	36	39,7
console de jeux portable	27,8	30,7
ordinateur	65,8	70,5
ordinateur de bureau	50	50,2
ordinateur portable	31,3	38,5
téléphone portable	86,4	89

*source CNC-GFK-Médiamétrie

D'une manière générale, le taux d'équipement des foyers continue de croître pour tous les segments. De plus en plus de français sont équipés de systèmes de jeu.

Ventes de jeux vidéos (en millions d'unité) par support en France*

supports de lecture	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2010
Jeux consoles de salon	8	8,3
jeux consoles portables	6,3	4,6
jeux pour PC	4,5	3,8
total	18,8	16,7

*source CNC-GFK

Comme la plupart des industries culturelles, le jeu vidéo a connu une contraction du marché au cours de l'année 2010 mais résiste, malgré tout, aux effets de la crise économique. Il n'existe pas actuellement de statistiques décrivant les pratiques sur téléphone mobile dont le segment est réputé en pleine croissance. Les données ne prennent pas non plus en compte les ventes dématérialisées que ce soit par les services internet des constructeurs de console ou par le téléchargement (car il n'existe pas de plateforme française).

Chiffre d'affaire (en millions d'euros) des ventes de jeu par support*

Chiffre d'affaires	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2010
jeux consoles de salon	382,2	386,6
jeux consoles portables	195,6	99,7
jeux pour PC	95,9	64,6
total	673,7	550,9

*source CNC-GFK

Le marché des jeux vidéos selon le genre en millions d'unités*

selon le genre	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2010
action / aventure	3,4	4
combat	0,8	0,6
compilation	0,6	0,3
course	1,5	1,1
FPS	1,4	1,4
gestion	1,7	1,4
jeux de société	1,3	0,8
éducatifs	0,5	0,3
MMO	0,2	0,1
concept	1,2	1,1
plateforme	0,7	0,9
RPG	1,2	1,5
simulation	0,2	0,1
sport	2,2	1,9
total	16,7	15,6

*source CNC-GFK

Les catégories employées par l'étude de marché du CNC ne sont que partiellement adéquates à la réalité des jeux vidéos: par exemple, la catégorie action/aventure se révèle beaucoup trop ample en amalgamant des productions très diverses allant du beat'em-all au jeu d'aventure point'n'clic truffé d'énigmes retorses.. L'item « concept » renvoie à des créations plus expérimentales généralement distribuées sous forme dématérialisée exclusivement. Les variations par genre émergent à la stochastique: en effet, certains titres précis sont les seuls représentants ou presque de leur catégorie de sorte que la sortie d'une nouvelle itération au cours de l'année peut assurer des ventes substantielles et leur absence un vide commercial (par exemple, la célèbre série des Mario Bros est la quasi unique représentante du genre « plateforme » à force d'en avoir exclu la concurrence).

Chiffre d'affaire des ventes de jeux vidéos selon le support de lecture en millions d'euros*

plates-formes de lecture	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2010
jeux pour Wii	155,3	135
jeux pour PS3	104,9	155,2
jeux pour XBox 360	81,2	86,6
jeux pour DS	111	80,9
jeux pour PSP	22	18,8
jeux pour PC	88	64,6
total	588,4	550,9

*source CNC-GFK

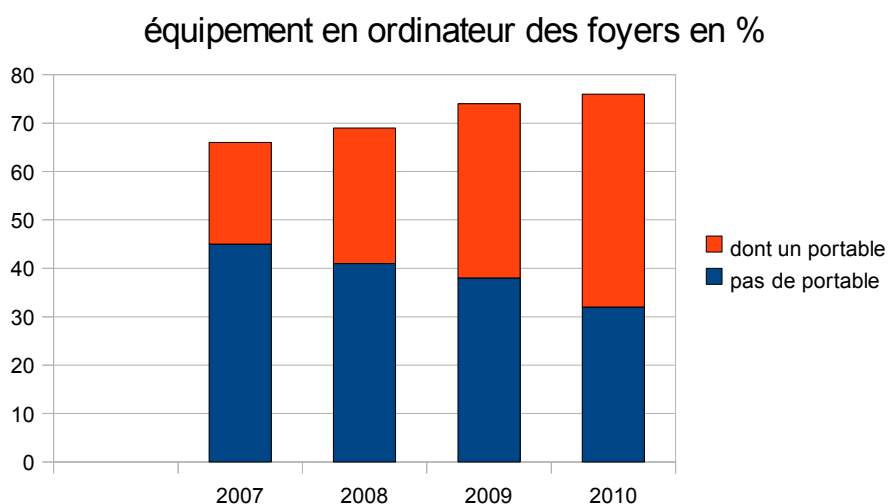
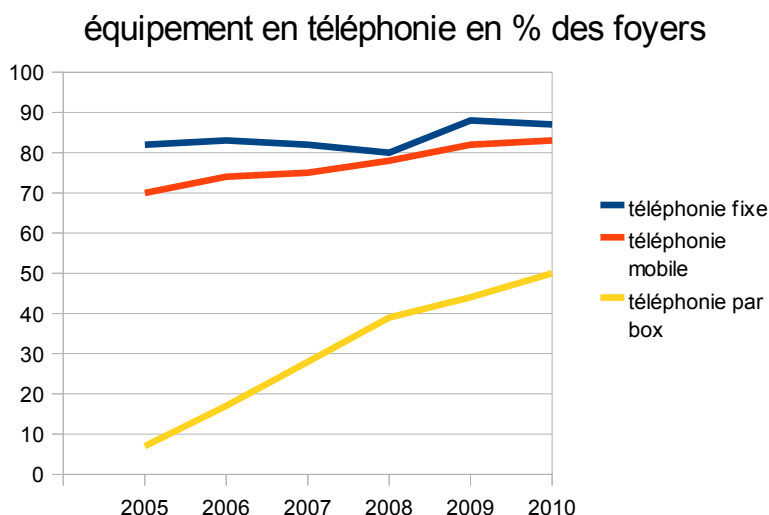
Les résultats présentés dans ce tableau méritent plusieurs commentaires. En premier lieu, le marché du jeu est en passe de reconfiguration: les consoles portables subissent une baisse importante certainement imputables à l'émergence de nouveaux terminaux, plus polyvalents qui autorisent le jeu entre autres possibilités. Paradoxalement, cette tendance signe plutôt l'implantation de la pratique du jeu dans la quotidienneté et la banalisation. En effet, traditionnellement, les consoles portables sont des instruments passe-temps (ne proposant ni les performances ni le confort de jouabilité d'un

équipement de salon): elles se trouvent de plus en plus remplacées dans cette fonction par les jeux développés pour les smartphones, les tablettes tactiles et les logiciels gratuits, en Flash, disponibles sur internet (auquel un nombre croissant d'appareils est connecté).

La baisse des ventes sur wii est plus surprenante si l'on considère le parc important de machines installées en France (très supérieur à celui de la PS3). En tant que machine destinée aux joueurs occasionnels, son catalogue de jeu pâtit certainement du manque d'assiduité de son public cible. Proposant essentiellement des programmes conviviaux et familiaux, les ventes de jeu sur wii dépendent énormément de la hausse des ventes de la console. Or, celle-ci étant déjà bien implantée, la croissance, en terme de parts de marché est plus faible que celle de la playstation 3: une ludothèque wii typique comporte moins de jeux que celle de la Xbox360. Après avoir permis à Nintendo de révéler l'existence tangible d'un marché de joueurs non-assidus, la wii subit le contrecoup de cette non-assiduité et se voit concurrencée par d'autres supports.

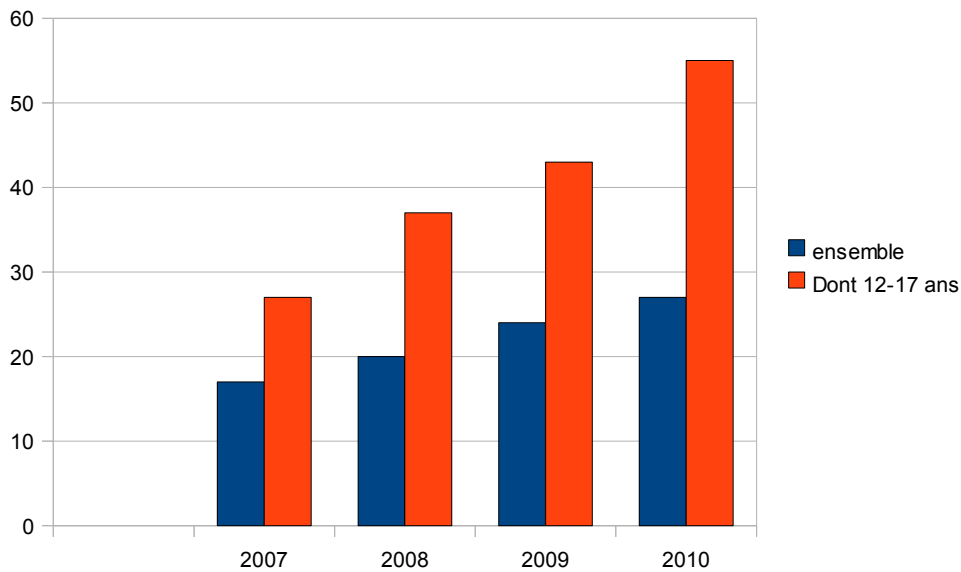
Annexe 3

Données de cadrage sur l'équipement multimédia des foyers français (source: étude CREDOC)

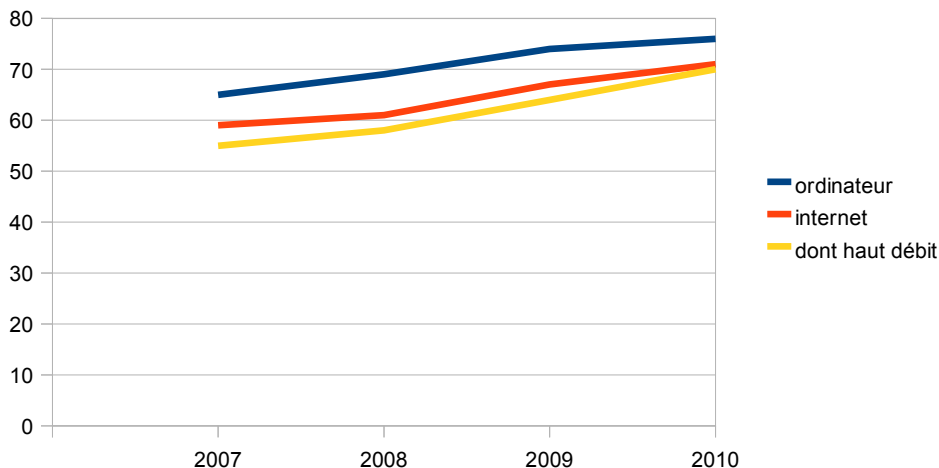


L'équipement des foyers en appareils afférents aux technologies de l'information et de la communication ne cesse de croître dans la population française. Le multiéquipement devient progressivement la norme, tant en matière de téléphonie, d'ordinateur que de modes d'accès à la télévision (moins de 20% des foyers n'utilisent qu'une antenne hertzienne classique pour recevoir les programmes télévisuels). Le multiéquipement en ordinateur est beaucoup plus fréquent dans les foyers qui comptent un adolescent en leur sein.

taux de multiéquipement en ordinateur des foyers en %



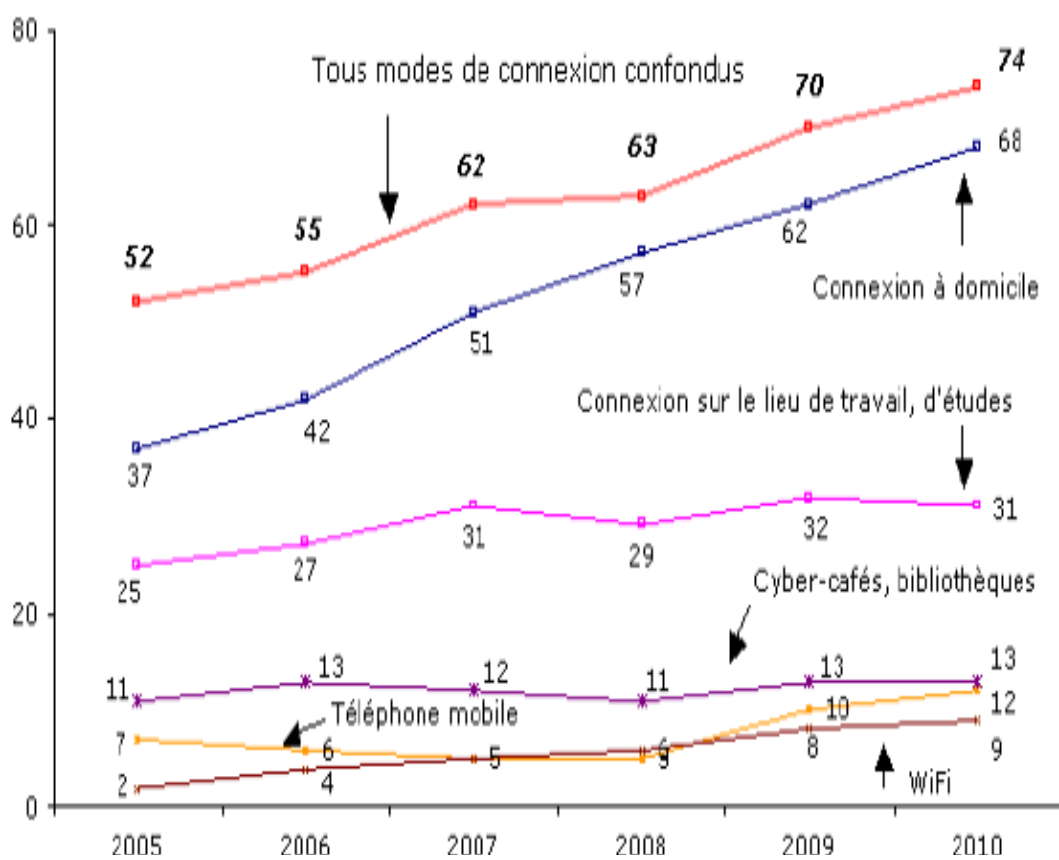
équipement en ordinateur et accès à internet à domicile en %



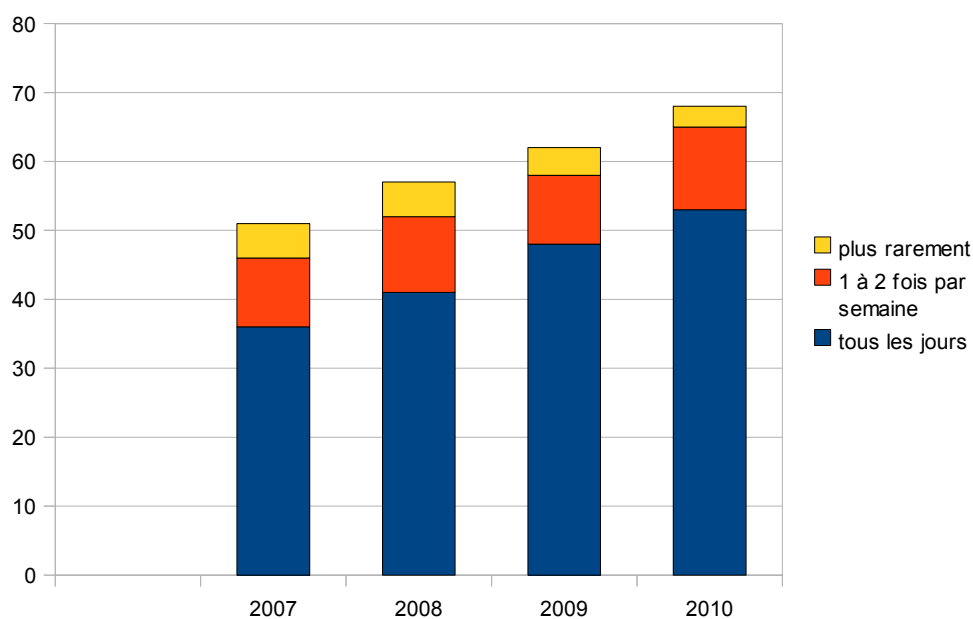
Les taux d'équipements en micro-ordinateurs et en connexion à internet suivent des courbes parallèles. La plupart des ordinateurs sont connectés.

L'usage du web est donc bien installé dans le paysage quotidien des français. Cette donnée est fondamentale pour le positionnement futur des bibliothèques à la fois en tant qu'établissement physique et comme institution proposant des ressources à distance à ses usagers. Les freins les plus évoqués dans l'enquête à l'usage d'internet ne sont ni le prix de l'équipement, ni la complexité d'usage (celle-ci étant de moins en moins évoquée depuis 2005) mais la question, portée sur le devant de la scène par les problématiques liées aux réseaux sociaux et au droit à l'oubli, de la confidentialité des données personnelles.

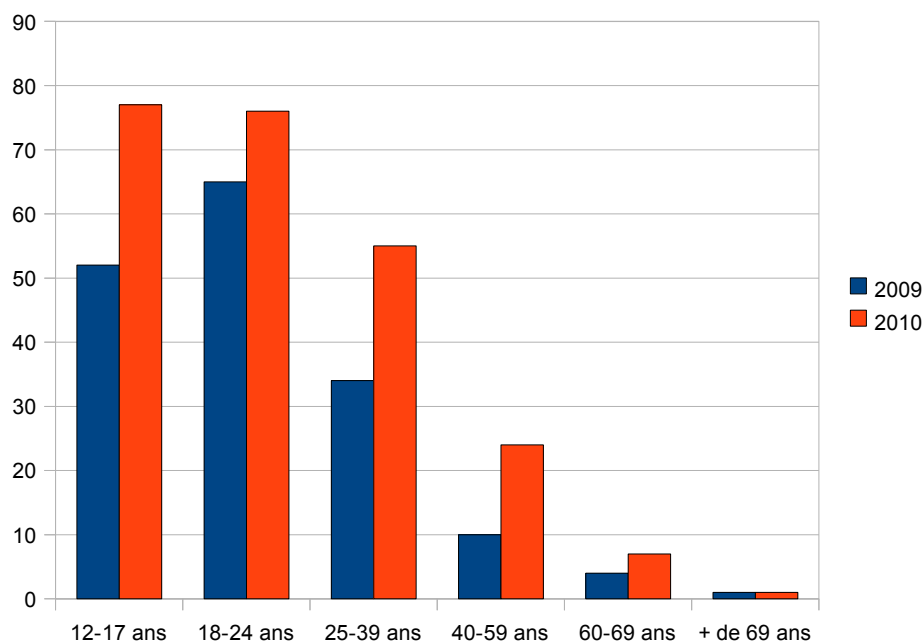
Modalités de connexion à internet (% d'individus employant le type de connexion spécifié)



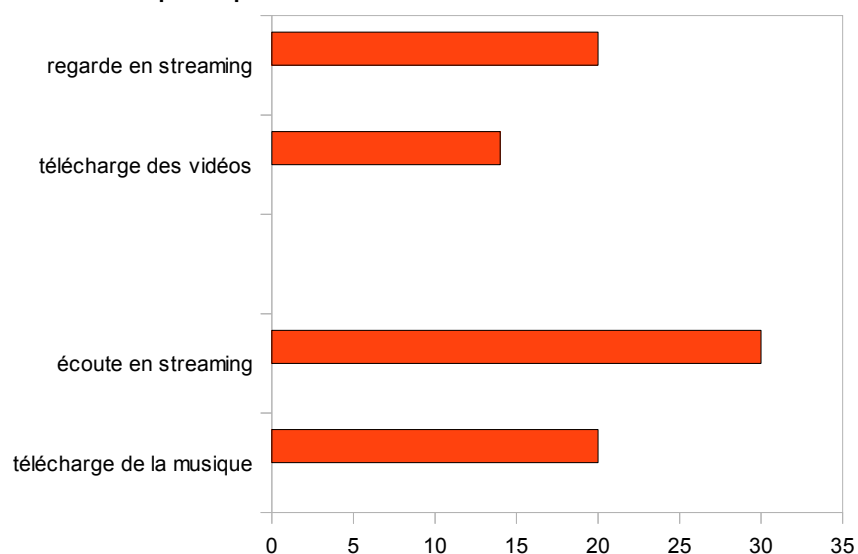
fréquence de connexion à internet (ensemble, en %)



part de la population utilisant un réseau social



pratique musicale et vidéo sur internet



Devenu un outil du quotidien, le web prend une dimension sociale et culturelle importante comme en témoigne l'explosion de l'utilisation des réseaux sociaux (l'enquête note que le phénomène est le plus rapide jamais enregistré depuis que l'observatoire surveille les pratiques multimédias des français).

Par ailleurs, un recul est sensible quant à la pratique du téléchargement au profit du streaming. Ce dernier induit un sentiment de disponibilité accrue sans les complications techniques toujours possibles du précédent, son accroissement va de pair avec la hausse tendancielle des connexions nomades (par wifi, 3G, sur terminal mobile, à quoi s'ajouteront bientôt les tablettes tactiles).

Annexe 4

Le marché et les perspectives du livre numérique

États-Unis

En recul depuis 2008 après plusieurs années de progression (+10% depuis 2002), le chiffre d'affaires des éditeurs aux États-Unis s'élevait à 16,5 milliards d'euros fin 2008. Si les ventes de livres papier se contractent, à l'inverse, le marché du livre numérique a explosé au cours des années 2000 (multiplication des revenus des ventes par 15 entre 2002 et 2008) pour atteindre une croissance de plus de 200% en 2009. Pour autant, le marché du livre numérique reste peu significatif en valeur absolue (0,5% du chiffre d'affaires global en 2008).

Contrairement au Japon où le développement du marché du livre numérique repose essentiellement sur le manga et les contenus adultes, le livre numérique se développe sur tous les segments aux États-Unis. L'édition scientifique, technique et médicale a joué un rôle pionnier sur PC, suivi par les autres genres, disponibles d'abord sur PC puis sur tablettes de lecture (*e-reader*) et enfin sur téléphone mobile. Le développement des tablettes de lecture, impulsé par Amazon avec son Kindle, a favorisé l'entrée dans le numérique, les meilleures ventes sur support papier devenant également les meilleures ventes numériques, à l'exception des livres pour enfants et des bandes dessinées, deux genres où la couleur est importante et dont les versions numériques ne concernent que les offres destinées aux PC et, récemment, aux consoles de jeux. Dans de nombreux États, le livre numérique bénéficie d'une fiscalité plus favorable que le livre imprimé, exonéré de *sales tax* comme pour d'autres contenus numériques. Historiquement, le PC demeure le premier support de lecture numérique (44% des usages en janvier 2010) mais sa part décline au profit des *e-readers* (36% en janvier 2010) et en particulier du Kindle d'Amazon qui fut le premier *e-reader* associé à une plateforme de distribution de contenus à son lancement en novembre 2007.

D'autres terminaux non dédiés à la lecture numérique sont, depuis, venus concurrencer les *e-readers*, s'adressant à des lectures plus courtes et concernant d'autres contenus, en raison des avantages et inconvénients de leur écran (couleur, éventuellement tactiles mais rétro-éclairés) et de la taille de leur écran. Les concurrents majeurs sont aujourd'hui les smartphones (iPhone : 10% des usagers en janvier 2010), où l'offre de service est plus large, mais parmi lesquels le livre numérique est devenu la première catégorie de contenus en nombre d'applications disponibles, devant le jeu vidéo. Le marché compose désormais, depuis son lancement début 2010, avec l'iPad d'Apple (1 million d'unités achetées et 1,5 million de livres téléchargés en mars 2010). Si les usages de lecture de livres sur ce type de terminal sont encore incertains, l'arrivée d'Apple a contribué à changer les règles du marché. D'une part, Apple propose désormais sa propre plate-forme de vente baptisée iBooks. D'autre part, Apple a mis en place un modèle d'agence (*agency model*) qui laisse aux éditeurs le soin de fixer le prix des livres numériques (avec un partage 70% pour l'éditeur, 30% pour Apple), contrairement au modèle historique d'Amazon qui achète les fichiers au prix de gros et fixe lui-même le prix de détail. Ce qui explique que les éditeurs, hantés par la destruction de valeur, aient adopté massivement le modèle proposé par Apple.

Le marché du livre numérique américain demeure tiré par l'aval et les libraires traditionnels (magasins physiques et e-commerce). Géant de la distribution physique, Amazon a historiquement façonné le marché en termes d'offre au grand public, avec une offre innovante côté terminal (papier électronique, connectivité cellulaire), une plateforme associée de contenus et un positionnement tarifaire agressif (nouveautés à 9,99 dollars, un prix de vente inférieur au prix de gros payé par Amazon aux éditeurs). Avec plus de 400 000 livres numériques, Amazon dispose aujourd'hui de l'offre commerciale de contenus la plus importante. Les grands éditeurs s'engagent dans des programmes de numérisation des fonds et proposent une distribution directe de leurs oeuvres. D'une façon générale, les éditeurs craignant l'effondrement du modèle économique traditionnel ont commencé par appliquer une politique de DRM pour lutter contre la contrefaçon et tenté d'imposer une chronologie du livre (*windowing*) en retardant la sortie des livres numériques par rapport à leur version papier.

Les libraires traditionnels majeurs, déjà engagés avec des plateformes PC et mobile, tentent de réagir avec une offre directe (Barnes & Noble, premier libraire physique, avec le Nook par exemple) ou indirecte de terminal associé à un magasin. Actuellement, malgré de multiples initiatives de nouveaux entrants proposant des plates-formes similaires, seuls quelques petits élibraires positionnés sur des niches littéraires ont acquis une certaine visibilité (GoComics pour la bande dessinée ou Syntio pour le livre religieux par exemple). Google, tirant parti de son programme Google Book Search, a choisi une position singulière dans le marché du livre numérique : le moteur de recherche propose gratuitement l'accès à près d'un million d'ouvrages libres de droits, par l'intermédiaire de l'internet et accompagnés de liens sponsorisés mais aussi sur différentes plates-formes, dont celle de Sony, qui cherchent à accroître leur offre de contenus pour concurrencer Amazon. Avec Google Editions, Google développe une offre de distribution numérique, avec un partage des revenus plutôt favorable aux éditeurs qui recevraient 63% des revenus.

Canada

Le marché du livre numérique reste très modeste, dans un contexte de marché global stagnant (- 0,8% de 2005 à 2008) sans éditeur tête de proue du numérique ni d'équipementier ayant développé une offre de terminaux spécifiques. Le Canada anglophone se construit en partie dans le sillage des États-Unis avec une offre plus modeste – les *leaders* sont des acteurs de la distribution de livres imprimés au premier rang desquels l'enseigne Indigo Books & Music, présente avec le libraire américain Borders au capital de Kobo. En mai 2010, Kobo a lancé sur le territoire canadien un *e-reader* d'entrée de gamme, contenant une centaine d'ouvrages libres de droits préchargés, et associé à une boutique en ligne opérée par Borders. Au Québec, la filière du livre numérique est organisée différemment. Dans un marché de taille modeste, les éditeurs, soucieux de se développer sur le segment numérique, ont engagé une politique volontariste et spécifique par l'intermédiaire des organisations professionnelles, l'Association nationale des éditeurs (Anel) et l'Association pour l'exportation du livre canadien (AELC), à l'instar de la politique publique volontariste existant pour le livre imprimé. En juin 2009, la création concertée d'un entrepôt numérique met à disposition des librairies et éditeurs une plate-forme professionnelle unique.

Chiffre d'affaire de l'édition aux Etats-Unis (en millions de dollars)

	2005	2006	2007	2008	2009
ventes de livres	17469,4	17421,2	17971,2	17946	17208
dont ebook	31,6	39,2	48,4	81,5	225,4
part des ebook en %	0,2	0,2	0,3	0,5	1,3

source: Association of American publishers.

Marché du livre numérique au Japon

En recul, le marché du livre japonais, qui se situait à 13,3 milliards d'euros en 2008 (chiffre d'affaires des éditeurs), a perdu 10% de sa valeur depuis 2004. Les ventes de livres numériques, en revanche, ont été multipliées par 10 sur la même période et représentant un marché de 305,3 millions d'euros fin 2008, soit 2,6% du chiffre d'affaires de la vente de livres imprimés.

Avec plus de 3% du marché du livre en 2009, le marché du livre numérique japonais est parmi les plus avancés au monde en termes de transition vers le numérique. Sa croissance est impulsée notamment par la croissance du marché du livre sur téléphone mobile qui a progressé de plus de 150% par an depuis 2004 et concentre aujourd'hui 80% du marché du livre numérique. Si le marché du livre numérique a sans doute bénéficié du déclin structurel du marché du livre papier engagé depuis une dizaine d'années au Japon, la transposition du modèle papier en termes fiscaux (taux de TVA, réduit, identique à celui appliqué à la vente de livres papier : 5%) et de détermination du prix de vente (modèle d'agence imposé par les éditeurs qui aboutit à une certaine homogénéité des prix quelle que soit la plate-forme de vente) ont contribué au développement du marché numérique dans l'édition japonaise. Enfin, tirés par le manga, qui a imposé la publication par épisodes, les modèles tarifaires sont souvent plus avantageux pour les éditeurs et rapportent plus de revenus que les ventes du produit final assemblé.

Le manga sur téléphone mobile est le phénomène majeur du livre numérique au Japon : il représente 65% de l'ensemble du marché numérique alors que le manga ne représente que 22% du chiffre d'affaires réalisé avec les ventes papier. Le manga présente plusieurs atouts pour ce support : contenus courts, sous forme de feuillets, en noir et blanc. Le lectorat est plutôt jeune et féminin. Le système de tarification est le même que pour les autres contenus : abonnement mensuel permettant d'obtenir des points échangeables contre des contenus. Le lecteur s'acquitte donc seulement d'un accès aux contenus, sans les posséder définitivement. Le partage des revenus appliqués par les opérateurs est identique au commerce réalisé sur l'ensemble de l'internet japonais : 9% pour l'opérateur, 91% pour le fournisseur de contenus.

Dans sa configuration actuelle, le marché japonais peut connaître prochainement un certain essoufflement. Le marché mobile semble désormais saturé en termes d'offre et les contenus proposés n'offrent pas, à l'heure actuelle, de perspectives de croissance significatives : les autres contenus les plus populaires sont peu disponibles en format numérique, tandis que les contenus purement numériques (*keitai shosetsu* ou romans amateurs) déclinent après un premier développement important. Pour autant, cet essoufflement pourrait bien n'être qu'un relais de croissance.

Chiffre d'affaire du secteur de l'édition au Japon en millions d'euros

	2005	2006	2007	2008	2009
chiffre d'affaire édition	14755,4	14450,1	14161,3	13719,2	13274,5
part des ebook en %	0,2	0,43	0,85	1,7	2,66
manga mobile	6,4	25,1	63,1	164	266,7
total ebook	30	62,7	236,5	353,1	430,9

source: Impress R&D et Bitway.

Annexe 5

Le marché de la vidéo et de la VOD

Extrait du communiqué de presse GFK/NPA conseil dressant le baromètre de la VOD en France.

Un marché en forte croissance au premier trimestre 2010

Avec l'arrivée de partenaires majeurs comme SFR-Neuf et TF1 Vision, le baromètre couvre désormais 95% de l'univers VoD sur TV et 90% de l'univers VoD sur PC.

Au premier trimestre 2010, la progression des consommations en volume- par rapport à la même période de 2009- est de plus de **70%**. Cette augmentation substantielle de la consommation compense largement la baisse du prix moyen par titre, de sorte que la valeur globale du marché affiche une hausse de **+50% sur les 3 premiers mois de 2010**. Le circuit TV continue de dominer largement le marché (95% des transactions), tout comme le modèle locatif. En termes de genres, le cinéma représente toujours les $\frac{3}{4}$ de la consommation, devant la fiction et les séries TV (5%). Documentaires et programmes jeunesse font jeu égal et représentent chacun entre 1,5% et 2% du marché. On peut noter que les programmes jeunesse placent quatre représentants dans le Top20 de la consommation du mois de mars (Winx Club, Didou, Teletubbies et Tom et Jerry) soit autant que les séries TV (saisons intégrales).

Une offre toujours plus riche

L'offre de programmes, et en particulier de films de cinéma, s'enrichit continuellement. L'indicateur VoD NPA Conseil, publié depuis 2007, révèle que le nombre de nouveautés cinéma disponibles chaque mois en VoD à l'ouverture de la fenêtre d'exploitation a progressé de 81% en 2 ans.

Sur la période **janvier-mai 2010, 26% des films susceptibles d'être exploités ont été mis à disposition en VoD à l'ouverture de fenêtre**. Ce chiffre atteint 37% lorsque l'on se concentre sur le top 10 des plus gros succès en salles.

Chiffres clés du marché de la vidéo physique en France

vente: nombre d'unité M	2005	2006	2007	2008	2009
VHS	3,62	1,01			
DVD	139,79	135,36	130,5	126	135,35
Blu-ray			0,5	2,16	5,3
total	143	136,37	131,04	128,18	140,65

chiffre d'affaire (M euros)	2005	2006	2007	2008	2009
VHS	26,88	4,48			
DVD	1757,3	1654,59	1479,86	1330,98	1282,01
Blu-ray			14,27	51,45	107,79
total	1784,18	1659,17	1494,13	1382,44	1389,81

source: CNC-GFK.

Annexe 6

Le marché de la musique en France

MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE				
9 PREMIERS MOIS 2010				
millions d'euros	2009	2010	évolution	Pourcentage num./phys
ALBUMS	277,4	262	-5,5%	100%
Ventes physiques	266,2	246	-7,6%	94%
Ventes en téléchargement	11,2	16	+42,3%	6%
SINGLES / TITRES	19,7	22,8	+15,7%	100%
Ventes physiques	4,6	3,3	-29,4%	14%
Ventes en téléchargement	15,1	19,5	+29,1%	86%
VIDEOMUSICALES	21,3	27,2	+27,7%	100%
Ventes physiques	20,7	26,4	+27,5%	97%
Ventes en téléchargement	0,6	0,8	+37,4%	3%
REVENUS DES ABONNEMENTS ET DU STREAMING	13,8	16,8	+22%	
SONNERIES TELEPHONIQUES	5,6	4,2	-24,6%	
AUTRES	10,2	7,2	-31,4%	100%
Ventes physiques (1)	0,2	0,3	+50%	4%
Ventes en téléchargement (2)	10	6,9	-30,3%	96%
TOTAL MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE	348	340,2	-2,2%	
<i>dont :</i>				
Marché Numérique	56,3	64,3	+14,2%	
Marché Physique	291,7	275,9	-5,4%	
Part de marché du numérique	16%	19%	+ 3 points	

(1) ventes de supports et livres

(2) ventes de produits dérivés numériques (logos, fonds d'écran etc...)

source: SNEP.

ZOOM SUR LES PRINCIPALES EVOLUTIONS 2010/2009

Baisse des ventes d'albums : -5.5 %

Le marché des albums a baissé de 5.5 % au cours de ces 9 premiers mois. Cette baisse est essentiellement imputable à celle des ventes de supports (-10 millions d'euros et -7.6%). En revanche la vente d'albums sous forme de téléchargement a connu une augmentation sensible (+ 42 % soit + 5 millions d'euros). En volume, 2.6 millions d'albums ont été téléchargés au cours des 9 premiers mois 2010 (contre 1.8 million en 2009). Désormais, 1 album sur 10 est vendu sous forme de téléchargement.

Progression de 16 % des ventes de titres

La hausse du chiffre d'affaires des titres est imputable aux ventes dématérialisées. Celles-ci progressent de 29 % (+4.4 millions d'euros) alors que les ventes de singles perdent 1.3 million d'euros. Le chiffre d'affaires digital des titres vendus à l'unité représente 86 % des ventes de titres. En unités, 9 titres sur 10 sont téléchargés. Le marché des titres se réalise donc principalement par la voie du téléchargement (19.5 millions d'euros pour le digital vs 3.3 millions d'euros pour le physique).

Progression de 22 % des revenus des abonnements et du streaming

C'est une progression importante. Les abonnements et le streaming représentent désormais plus du quart des revenus numériques.

Chiffre d'affaire de la musique numérique en millions d'euros en France

	2009	2010
téléchargements dont	36,9	43,3
titres	15,1	19,5
albums	11,2	16
vidéomusicales	0,2	0,8
autres	10	7
streaming/abonnements	13,8	16,9
sonneries téléphoniques	5,6	4,2
total	56,3	64,3

source: SNEP

Les revenus numériques des éditeurs phonographiques au cours des 9 premiers mois 2010 ont représenté 64.3 millions d'euros en progression de 14.2 % par rapport aux 9 premiers mois 2009 dont 52.3 millions pour les trois principaux marchés (téléchargement d'albums et de titres et abonnement/streaming) en progression de 30 % depuis le début de l'année et dont le rythme de croissance s'accélère.

Au sein du marché numérique : 64.3 millions d'euros : les revenus du téléchargement (internet + téléphonie mobile) représentent 43.3 millions d'euros soit 67 % des revenus numériques, en progression de 17.3 % par rapport aux 9 premiers mois 2009. les revenus des abonnements et du streaming représentent 16.8 millions d'euros soit 26 % des revenus numériques, en hausse de 22 % par rapport aux 9 premiers mois 2009. les revenus des sonneries téléphoniques représentent 4.2 millions d'euros soit 6.5 % des revenus numériques en baisse de 24.6 % par rapport aux 9 premiers mois 2009.