

L'édition numérique dans les pays en développement

Octavio Kulesz

 Alliance
internationale
des éditeurs
indépendants


Fonds

Prince Claus Fund for
Culture and Development

L'édition numérique dans les pays en développement

Octavio Kulesz

alliance-lab.org/etude

Date de parution : février 2011

ISBN

978-2-9519747-4-6 (version espagnole)

978-2-9519747-5-3 (version française)

978-2-9519747-6-0 (version anglaise)

© Alliance internationale des éditeurs indépendants

Traduction française : Danielle Charonnet

Traduction anglaise : Lynne Bolton

Sommaire

Avant-propos.....	8
Remerciements.....	11

Introduction

L'édition numérique dans le monde en développement : imitation ou évolution autonome ?.....	14
Une affaire d'une énorme importance	16
Les écueils	17
La méthodologie.....	18

Amérique latine

Présentation	22
Fiche technique	22
Les antécédents de l'édition numérique en Amérique latine.....	23
La technologie numérique et l'impression de livres	25
Une nouvelle vague de sites de vente en ligne	26
Grands agrégateurs	27
Dispositifs et applications.....	29
Les maisons d'édition numériques.....	31
Téléphones portables et microrécits.....	32
Lecture et écriture en ligne	33
L'édition traditionnelle face au numérique. Entre danger et opportunité	35
Enjeux et propositions : numérisation, formation et <i>networking</i> professionnel	37
Les tendances possibles.....	39

Afrique subsaharienne

Présentation.....	42
Fiche technique	42
Les dispositifs de lecture sur un marché naissant	43
Entre le numérique et l'analogique : des expériences avec les CD ROM et l'impression à la demande.....	47
Les sites de vente en ligne africains	48
Les dépôts numériques.....	49
Le téléphone mobile, un acteur clé pour l'édition numérique.....	51
Édition traditionnelle et ère numérique : opportunités, enjeux, propositions.....	55
Les tendances possibles.....	59

Monde arabe

Présentation.....	61
Fiche technique	61
Première approche : les sites de vente en ligne.....	62
Des portails à but non-lucratif	63
Les difficultés techniques de l'édition numérique en arabe : ePub et OCR	64
E-readers et tablettes électroniques.....	66
Paiements électroniques : entre web et téléphones portables	67
Les téléphones portables : une plate-forme éditoriale.....	68
Des écueils pour l'édition papier : distribution inefficace et censure ...	70
Le numérique : une opportunité.....	72
Les tendances possibles.....	78

Russie

Présentation.....	80
Fiche technique	80
Les sites de vente en ligne de copies individuelles.....	81
Les sites de vente en ligne par abonnement	84
Les distributeurs numériques	85

Les bibliothèques virtuelles en libre accès.....	86
E-readers et autres dispositifs locaux.....	86
L'impression à la demande	87
Les éditeurs face à la révolution numérique	89
Les avantages, malgré tout, du numérique	91
Les tendances possibles.....	93

Inde

Présentation	95
Fiche technique	95
L'Inde, un prestataire global de services IT	96
Les entreprises de services éditoriaux.....	97
La vente de livres imprimés <i>via</i> Internet	98
Les sites qui commercialisent des publications électroniques. L'apparition d'écosystèmes numériques	99
Les efforts du secteur public : dépôts scientifiques, bibliothèques virtuelles et dispositifs de consommation massive	105
Les téléphones portables	107
Les maisons d'édition indiennes et l'expérimentation avec les outils numériques	109
L'ère numérique : enjeux et propositions	111
Les tendances possibles.....	113

Chine

Présentation	116
Fiche technique	116
L'usine du monde. Les Chinois au premier plan dans la production d'e-readers.....	118
Les nouveaux géants des transactions en ligne	121
Écosystèmes et agrégateurs numériques privés	123
La migration vers le numérique, une politique d'État.....	128
Les téléphones portables	131
Les multiples défis de l'ère numérique	134
Les tendances possibles.....	136

Conclusions

Axes thématiques	139
Les infrastructures technologiques.....	139
Le facteur humain	143
Recherche et Développement : un laboratoire pour les éditeurs du Sud	146
Plan d'action	149
Point d'arrivée, point de départ.....	150

Annexes

Enquête	153
---------------	-----

AVANT-PROPOS

Thierry Quinqueton
Président de l'Alliance Internationale des Éditeurs Indépendants

Éditer, c'est faire partager sa passion pour un texte : cela suppose de bien connaître l'espace de débat dans lequel on veut l'inscrire, d'y être effectivement impliqué. On n'édite pas dans la « bulle du village mondial », mais dans une culture vivante et particulière.

Dans les sociétés en développement, favoriser, stimuler la contribution du livre au débat public et au développement culturel, participer à la construction de sens, ce n'est pas du superflu, c'est contribuer au développement indissociablement économique, démocratique, social et culturel.

C'est la conviction partagée par la Fondation Prince Claus, qui place au cœur de ses interventions le lien entre culture et développement, et par l'Alliance internationale des éditeurs indépendants, qui rassemble et promeut des éditeurs indépendants, c'est à dire non contrôlés par les états, les grands groupes internationaux financiarisés ou les pouvoirs religieux.

Dans ce contexte, nous avons demandé à Octavio Kulesz, philosophe argentin, ancien éditeur « traditionnel » (Libros del Zorzal) et désormais éditeur numérique (Teseo) de conduire une étude sur les perspectives de l'édition numérique dans les pays en développement.

Notre conviction est en effet que la fantastique accélération et augmentation de la circulation des écrits et des productions culturelles, du fait de la numérisation des communications, loin d'invalider la fonction d'éditeur, ne la rend que plus déterminante dans la nouvelle architecture des échanges de savoirs qui se construit.

Mais les fonctionnements professionnels et les modèles économiques qui régissent l'édition de livres vont s'en trouver bouleversés.

Dans la mesure où ces fonctionnements ont conduit ces dernières décennies, dans ce segment de l'édition absorbé par les grands groupes financiers, à une forme d'automatisation, d'industrialisation, du travail éditorial, mettant à mal la bibliodiversité, on ne saurait s'apitoyer sur ces changements et la disparition annoncée d'un âge d'or qui n'a en fait jamais existé.

L'un des grands mérites d'Octavio Kulesz est de ne pas pour autant alimenter le nouveau mythe du salut par le numérique, mais de formuler des propositions concrètes qui permettraient à ces médiateurs que sont les éditeurs indépendants d'inscrire leurs propres projets, leur propre catalogue, dans ce nouveau contexte.

Enfin, on le verra sur ce site, le parti pris est de proposer une étude évolutive, en construction, interactive, en dialogue constant avec les édi-

teurs des pays en développement, dans une perspective à la fois de formation, d'organisation, d'expérimentation et de définition d'actions de plaidoyer.

Nous souhaitons qu'elle soit un outil qui permette que l'économie de la circulation numérique des savoirs et des produits culturels s'épanouisse dans la perspective du développement de chacune de nos sociétés et de la coopération entre elles et non dans des discours informes et univoques qui ne manqueraient pas de nourrir des replis identitaires dramatiques.



REMERCIEMENTS

Depuis qu'en octobre 2010, j'ai reçu la nouvelle que ma proposition avait été acceptée, j'ai eu la chance de travailler dans une totale liberté sur un sujet qui m'a toujours paru fascinant. J'adresse mes profonds remerciements à Laurence Hughes, Thierry Quinqueton, Clémence Hedde, Mariette Robbes et toute l'équipe de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants, ainsi qu'à Christa Meindersma, Adriana González Hulshof, Albert Ferré, Joumana El Zein Khoury et la Fondation Prince Claus, pour cette grande opportunité.

D'autre part, je voudrais remercier Ramy Habeeb et Arthur Attwell, mes collègues et amis de Digital Minds Network qui, par leurs témoignages et les informations qu'ils ont fournies, ont apporté une contribution d'une inestimable valeur. La collaboration de Laura Díaz pour systématiser cet abondant matériel a été, quant à elle, irremplaçable.

Je voudrais également exprimer ma gratitude à Pablo Rossello, Claire De Braekeleer, Beatrice Pembroke, Mary Godward, Agustina Odella, Susan Amor, Huw Jones, Gelya Morozova, Fatme Masri, Paula Silva, Robert Ness, Donna McGowan et à tous les membres du British Council qui m'ont offert leur appui pour ce projet, et pour de nombreuses autres initiatives au cours de ces dernières années.

C'est avec autant de chaleur que je remercie Emma House, Simon Littlewood et Claire Anker, de l'Association des éditeurs du Royaume-Uni, pour m'avoir donné la possibilité d'entretenir des échanges personnels avec des professionnels de Chine et d'Inde en décembre 2010.

Je suis également très reconnaissant à Marifé Boix, Dieter Schmidt, Martina Stemann, Tatjana Simon, Lei Ren, Olga Ditsch, Akshay Pathak, Mary Therese Kurkalang, Vladka Kupaska, ainsi qu'à d'autres représentants du Salon du livre de Francfort pour les conseils qu'ils m'ont prodigués et qui m'ont énormément aidé.

Enfin, je remercie pour leur générosité les 120 éditeurs, libraires, bibliothécaires, agents, programmeurs et distributeurs en provenance de plus de 40 pays différents qui ont répondu à l'enquête en ligne, ainsi que tous les collègues qui ont accepté de partager leurs points de vue sur la question de l'édition numérique dans les pays en développement et, tout particulièrement, Gabriela Adamo, Anuj Agarwal, Hayat Alyaqout, Christian Ambaud, Sergey Anuriev, Livia Azevedo Lima, Charles Bolufer, Bruno Baldo, Karin Betz, Jaya Bhattacharji Rose, Catherine Blache, Christoph Bläsi, Diego Bresler, Ignacio Camdessus, Eugenia Campos, Carlo Carrenho, María Laura Caruso, Ekaterina Chekulaeva, Alice Cicolini, Russell Clarke, Gilles Colleu, Peter Collingridge, Ricardo Costa, Emily Chuang, David Dauvergne, Pablo Di Julio, Marta Díaz, Leandro Donozo, Joanna El Mir, Sékou Fofana, Etienne Galliard, Marco Ghezzi, Chloé Girard, Miriam Goldfeder, Chris Gruppetta, Jacques Guégané, Sofiane Hadjadj, Pablo Harari, Mónica Herrero, Zhou Hongli, Pitra Hu-

tomo, Ansomwin Ignace Hien, Gabriel Jacobsohn, Hérard Jadotte, Serge D. Kouam, Yevgeniy Khata, Shereen Kreidieh, Eric Kossonou, Leopoldo Kulesz, Alvaro Lasso, Marc-André Ledoux, Jo Lusby, Armel Mahosseko, Gabriel Mateu, Carole Morrison, Laxmi Murthy, Jean-Claude Naba, Ezio Neyra, François Nkeme, Sebastián Noejovich, Herny Odell, Per Oystein Roland, Juan Pampin, Ximena Ramos Wettling, Eun-Jung Park, Vladimir Prohorenkov, Henk Propper, Marie Michèle Razafinstalama, Amande Reboul, Jean Richard, María José Rosolino, Rodney Saint-Eloi, Carolina Sborovsky, Paulo Slachevsky, Mario Spina, Artem Stepanov, Mónica Torres, Mohammed Umar, Richard Uribe, Maarten Valken, Jaime Vargas Luna, Ariel Vercelli, Neeti Verma et Fernando Zapata.



INTRODUCTION

et les modèles de consommation de ces secteurs ne font le plus souvent qu'imiter ceux du Nord. Mais il serait intéressant de s'interroger sur les dispositifs numériques qui pourraient avoir un impact, non seulement sur les 20 % des citoyens les plus fortunés des pays en développement, mais sur le reste de leur population, soit le gros de l'humanité ⁶.

Troisièmement, au vu de l'énorme masse démographique et surtout de la croissance économique accélérée qu'on observe dans nombre de pays du Sud, il est difficile de croire que le monde en développement n'est pas en train de participer, par ses propres contributions, à l'ère électronique. Au-delà des innombrables prestataires de service IT en Inde, ou des fabricants de hardware en Chine, qui soutiennent en coulisses les plate-formes occidentales, se mettent en place en ce moment même au Sud des projets d'édition numérique originaux et innovateurs, des plate-formes locales qui pourront un jour entrer sur le marché global de la concurrence. De fait, certaines de ces expériences sont tellement dynamiques qu'au lieu de discuter de qui sera le futur Apple chinois ou l'Amazon sud-africain, on devra peut-être bientôt se demander qui va devenir le [Shanda](#) américain ou le [m4Lit](#) anglais.

Une affaire d'une énorme importance

Le déploiement de l'édition électronique dans l'hémisphère sud constitue donc un thème digne d'être débattu dans n'importe quel forum global. Plus important encore, il s'agit d'une question absolument vitale pour les pays en développement.

D'une part, et selon les observations des protagonistes eux-mêmes, nombreux sont les obstacles caractéristiques de l'édition dans les pays du Sud qui peuvent être dépassés grâce à l'incorporation de la technologie digitale à la chaîne du livre. En effet, si dans ces régions la connexion internet est souvent défectueuse, les infrastructures du secteur du livre – distribution, vente au détail, imprimeries – sont pires encore. Dans certains cas, on peut donc utiliser la technologie pour sauter « l'étape Gutenberg » et travailler directement en numérique, et ce, en ayant recours à des installations déjà disponibles.

Les solutions électroniques que certains pays du Sud ont mises en œuvre pour dépasser leurs problèmes de distribution de contenus

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

⁶ Les habitants des nations du Sud représentent environ 82 % de la population mondiale totale, selon les chiffres fournis récemment par la Banque mondiale. Cf. World Bank : ["Population 2009"](#), *World Development Indicators database*, 15 décembre 2010.

peuvent également servir de modèles pour d'autres pays du Sud, générant ainsi un transfert de savoirs et de technologies Sud-Sud. Le riche panorama de la téléphonie mobile en Inde, en Chine et en Afrique du Sud représente par exemple un antécédent riche d'enseignements pour les pays du Maghreb et du Moyen-Orient.

Enfin, la croissance économique rapide que vivent beaucoup de pays d'Amérique latine, d'Asie et d'Afrique a grossi les fonds dont disposent les États pour investir dans les infrastructures, la formation, ainsi que dans la recherche et le développement (R&D). Tôt ou tard, ces pays devront se demander quel type d'autoroutes de l'édition numérique ils veulent construire. Ils se trouveront alors face à des options très différentes : a) financer l'installation de plate-formes conçues au Nord ; b) investir en fonction des besoins, attentes et potentialités concrètes des auteurs, des lecteurs et des entrepreneurs locaux. Quelle que soit la décision prise par chaque pays, son impact à long terme sera immense.

Les écueils

Une fois établie l'importance que revêt une étude sur l'édition numérique dans les pays en développement, il faut souligner qu'une recherche présentant ces caractéristiques rencontre inévitablement de nombreux obstacles.

En premier lieu, les projets de publications numériques qui sont déjà en route dans les pays en développement – avec, dans certains cas, un énorme impact sur les sociétés des pays concernés – n'ont pas encore bénéficié d'une promotion suffisante dans les médias et les manifestations d'envergure globale. Ceci oblige l'enquêteur à plonger de façon beaucoup plus profonde dans le contexte particulier de chaque pays.

Le problème qui apparaît ensuite consiste en cela que, du moins dans ces régions, les éditeurs classiques continuent de voir en l'électronique, non un allié, sinon un danger qui menace les fondements de la culture. Cette conception a un impact négatif sur la divulgation des projets numériques autochtones qui perdent, du coup, toute visibilité dans la presse locale et ne sont donc détectables que dans d'autres types de milieux, comme les conférences sur la technologie ou les rencontres de *start-ups* Internet.

De plus, du fait de la nature même des technologies impliquées et des pays concernés – dont beaucoup sont en pleine mutation –, l'édition numérique dans le monde en développement présente un dynamisme tellement extraordinaire que n'importe quelle étude sur le sujet remontant à plus de deux ans est obsolète. La recherche bibliographique en est compliquée d'autant.

Enfin, le monde en développement constitue un ensemble tellement vaste, géographiquement et culturellement, qu'il serait difficile de réaliser une étude détaillée prenant en compte les expériences mises en place dans tous les pays ; cela contraint à faire des choix toujours difficiles.

La méthodologie

Les éléments décrits précédemment nous ont conduits à définir une approche hétérodoxe et pragmatique, et ce, à tous les niveaux. Tout d'abord, en ce qui concerne l'information, nous avons eu recours à une pluralité de sources. L'étude à peine commencée – en octobre 2010 –, nous avons distribué un questionnaire en ligne en guise d'enquête préliminaire. En février 2011, 120 éditeurs, libraires, bibliothécaires, agents, programmeurs et distributeurs de l'ensemble du monde en développement avaient communiqué leurs réponses et leurs points de vue à propos de l'édition électronique dans leur pays. Le formulaire est toujours actif, et accessible en cliquant sur [ce lien hypertexte](#). Les graphiques et les tableaux obtenus au cours de l'enquête se trouvent dans l'annexe, à la fin du rapport ⁷.

En plus de diffuser le formulaire, nous avons mené une trentaine d'entretiens approfondis, dont un grand nombre fera partie d'un blog consacré à l'édition indépendante à l'ère du numérique. À Francfort (octobre 2010), São Paulo (décembre 2010), Londres (décembre 2010), Ouagadougou (décembre 2010) et à Buenos Aires (février 2011), la possibilité de travailler en face à face avec certains des éditeurs consultés a été déterminante.

En ce qui concerne la bibliographie, il faut admettre que les livres disponibles sur le sujet ne nous ont pas été d'une réelle utilité. Comme nous l'avons déjà signalé, tout texte concernant l'édition électronique publié avant 2008 fait déjà figure de relique. De sorte que nous avons plutôt recouru à un ensemble abondant d'articles et de *papers*, la majorité provenant de sources en ligne, et consultables en note de bas de page.

Le dynamisme du domaine étudié est tel que nous avons opté pour une publication des résultats – toujours provisoires – au format numérique, d'une part pour la facilité d'accès qui caractérise le web, d'autre

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

⁷ Il faut préciser que les résultats de notre enquête ont une valeur de pure orientation. Pour obtenir des tendances fermes, l'échantillon devrait être plus grand et plus diversifié. Par exemple – pour des raisons que nous expliquerons dans la section correspondante –, nous n'avons reçu aucune réponse de la part des éditeurs de Chine continentale. Quoique les données quantitatives soient très provisoires, l'enquête fait cependant apparaître des aspects intéressants d'un point de vue qualitatif.

part pour la possibilité que cela présente d'intégrer des hyperliens dans le texte et d'échanger des commentaires avec les lecteurs. De cette manière, nous espérons que les professionnels intéressés pourront apporter leur contribution par de nouvelles informations, perspectives différentes et autres commentaires enrichissant d'autant l'étude originale qui réussira ainsi – du moins pour un temps – à échapper au destin de ces livres cristallisés au format imprimé, et aujourd'hui obsolètes.

Au vu du volume gigantesque d'informations existantes, nous avons limité l'investigation à six grandes zones géographiques : 1) Amérique latine ; 2) Afrique subsaharienne ; 3) Monde arabe ; 4) Russie ; 5) Inde ; 6) Chine. Dans cette liste sont inclus aussi bien les pays émergents du groupe BRIC que d'autres nations de moindre croissance. Évidemment, notre sélection laisse de côté un nombre élevé de pays qui – comme l'Indonésie, le Pakistan ou la Mongolie – pourraient présenter des exemples remarquables d'édition électronique. Dans une certaine mesure, quelques-unes des tendances dégagées pour les zones étudiées pourront servir de point de départ pour aborder les pays d'Asie dont les liens économiques, culturels, politiques et religieux avec l'Inde, la Chine ou la Russie sont considérables. En tout état de cause, cette analyse sera remise à une occasion ultérieure. Le lecteur observera en outre qu'au sein des zones sélectionnées certains pays ne sont pas mentionnés, alors que d'autres – comme l'Afrique du Sud, pour la région subsaharienne – bénéficient d'un traitement *in extenso*. Cela est dû à la manière particulière dont nous avons sélectionné les sources, qui est bien loin d'épuiser la riche diversité des cas possibles. Ici aussi, nous pourrions avancer que les expériences décrites valent comme tendances régionales, dans la mesure où les problématiques qui s'articulent dans un pays africain, arabe ou latino-américain présentent plus de similarités avec celles de leurs voisins respectifs qu'avec celles des États-Unis ou de l'Europe. Ceci étant, répétons-le, les pays qui ne sont pas mentionnés devront faire l'objet d'investigations ultérieures.

Nous nous sommes efforcés de prêter attention à des cas réels d'édition numérique, aux technologies impliquées, ainsi qu'aux difficultés que rencontrent dans leur migration vers le numérique les acteurs venant du secteur de l'édition traditionnelle. Le lecteur observera qu'à diverses occasions nous avons décrit la situation de l'e-commerce local, y compris en ce qui concerne des produits qui ne sont pas électroniques, le sujet nous paraissant un antécédent crucial pour la problématique étudiée. À l'inverse, puisque nous nous sommes limités à l'édition de livres et de revues, nous n'avons pas mené de recherches approfondies dans d'autres branches qui, comme l'édition de bulletins d'information ou l'*e-learning*, mériteraient une étude à part.

Dans notre traitement de chacune des régions, nous avons généralement préféré une approche descriptive à une prise de parti, convain-

cus qu'exposer les faits en donnant à entendre la voix des acteurs locaux constitue en soi un engagement suffisamment fort. De fait, aborder la réalité du Sud dans une autonomie, et non comme le reflet imparfait du Nord, peut déboucher sur des perspectives tout à fait nouvelles.

De la même manière, nous nous sommes gardés le plus possible d'émettre des proclamations simplistes, qui ne contribuent pas nécessairement à élaborer des grilles d'analyse fructueuses. Dans le cadre du sujet qui nous occupe, il est toujours tentant d'asséner des affirmations comme : « Le software utilisé par le Sud devrait toujours être *open source* pour lutter contre les corporations », ou « il ne faut pas utiliser la technologie du Nord », etc. Des mots d'ordre de ce genre ne manquent pas d'intensité, mais sont difficiles à prouver *a priori*. Il serait éventuellement intéressant de mener une recherche pour déterminer quel logiciel *open source* se révèle avantageux et dans quels cas, quelle technologie en provenance du Nord il convient d'utiliser, et quelle autre non, de quelle manière, etc.

Tout au long du développement de l'enquête, nous avons intégré bon nombre de propositions à l'intention de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants et de la Fondation Prince Claus, propositions qui seront reprises et développées dans la dernière section de cette étude. Toutes ces recommandations sont régies par le même principe : examiner la situation des régions en développement dans leur spécificité, de façon à dégager leurs potentialités authentiques. Selon nous, les régions du Sud n'ont besoin d'aucune « mise à égalité » opérée à partir de l'extérieur. L'égalité, ici, n'est pas la finalité, sinon le point de départ, dans la mesure où toutes ces régions disposent d'énormes forces intrinsèques. Ainsi, l'objectif serait bien plutôt de contribuer, de l'intérieur, à ce que les entrepreneurs du Sud entrent avec succès dans un rapport de concurrence avec leurs collègues du Nord, voire même les dépassent.

Notre étude sera donc divisée comme suit. Chacune des sections peut être consultée séparément, mais elles prennent tout leur sens si on les lit dans l'ordre suivant :

1. Amérique latine
2. Afrique subsaharienne
3. Monde arabe
4. Russie
5. Inde
6. Chine
7. Bilan, propositions et plan d'action



AMÉRIQUE LATINE

» Amérique latine «

Présentation



Les business models de l'édition numérique latino-américaine sont encore à inventer, quoique certains acteurs marquent déjà une orientation claire. Avec de nouveaux secteurs sociaux qui s'incorporent chaque année un peu plus aux circuits de consommation d'électronique, un investissement dans les infrastructures qui s'accélère dans plusieurs pays, et l'effervescence qui caractérise sa littérature en ligne, l'édition numérique latino-américaine aura beaucoup à dire dans les années qui viennent. Ceci étant, les maisons d'édition traditionnelles devront réaliser de grands efforts pour profiter des opportunités de cette nouvelle ère.

Fiche technique

1. Pays qui composent la région : Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, Équateur, Guatemala, Haïti, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, Pérou, Puerto Rico, République dominicaine, Salvador, Uruguay, Venezuela.
2. Population : 588 649 000 (2010)
Population urbanisée : 79,6 % (2010)
3. PIB (nominal) : 2 760 840,9 millions de dollars (2010)
PIB par habitant : 4 789,2 dollars (2010)
Chômage : 7,6 % (2010)

» Amérique latine «

4. Politique et société : Outre qu'ils utilisent tous des langues dérivées du latin, les pays d'Amérique latine ont en commun un passé caractérisé par la pression colonialiste des puissances européennes, une influence géopolitique marquée des États-Unis, ainsi qu'une longue histoire d'instabilité politique. Aujourd'hui, ces pays connaissent tous un renforcement de la démocratie, et luttent pour se débarrasser des fléaux que constituent la pauvreté, l'inégalité sociale et la violence.
5. Taux de pénétration internet : 34,5 % (2010)
Taux de pénétration téléphonie mobile : 90 % (2010)
6. Analphabétisme : 8,3 % des plus de 15 ans (2010)
7. Industrie éditoriale : L'industrie éditoriale traditionnelle est très importante dans la région, malgré le piratage et d'autres problèmes croissants, comme la faiblesse de la demande. Répondant en 2009 à l'enquête du Centre régional pour le développement du livre en Amérique latine et dans les Caraïbes (CERLALC), 50 % des entreprises éditoriales ont déclaré avoir augmenté leurs ventes (elles étaient 67 % en 2008), tandis que 26 % d'entre elles ont reconnu que ces dernières avaient diminué. Littérature enfantine, littérature pour la jeunesse et guides de voyage sont les secteurs qui présentent le meilleur dynamisme. Les librairies montrent une tendance croissante à répondre à la demande de leurs clients *via* Internet (35 %). En ce qui concerne la politique des prix, l'Argentine est le seul pays de la région à fonctionner avec un prix fixe. Au Mexique, une loi stipulant un prix unique a également été adoptée mais, faute de règlement, n'est pas bien appliquée.

Sources : [Anuario estadístico de América Latina y el Caribe](#), décembre 2010 ; [Cepal](#) ; Cuent, David : "[Latinoamérica es el segundo mercado de celulares más grande del mundo](#)", *BBC Mundo*, 7 octobre 2010 ; [Internet World Stats](#), "[Internet usage statistics](#)", (2010), [Internet World Stats](#) ; [CERLALC](#).

Les antécédents de l'édition numérique en Amérique latine

Les premières expériences d'édition numérique en Amérique latine remontent à la fin des années 1990, c'est-à-dire à l'époque de la première bulle internet. À ce moment-là, des dizaines de bibliothèques numériques ont vu le jour dans toute la région. En 1999, l'association *Bibliotecas Rurales Argentinas*, dans le cadre du projet *Creceer*, a fondé la [Biblioteca Virtual Universal](#). Son objectif : numériser des textes d'auteurs

» Amérique latine «

classiques, plus particulièrement latino-américains et espagnols. La même année était fondé à Buenos Aires le portail [Tiflibros](#), le premier dépôt numérique pour aveugles en langue espagnole. Un peu plus tard, en 2001, l'écrivain portoricain Luis López Nieves créait [Biblioteca Digital Ciudad Seva](#), pour rendre accessible aux lecteurs le conte traditionnel universel. À peu près à la même époque, on inaugurait au Pérou la page web [Cholonautas](#) (un projet de l'[Instituto de Estudios Peruanos](#)), puis sa bibliothèque virtuelle, spécialisée en sciences sociales.

Simultanément étaient lancées les premières plate-formes de vente de livres électroniques – dont certaines fonctionnent encore aujourd'hui – comme [Elaleph](#) ou [Librosenred](#), l'une comme l'autre en Argentine⁸, les formats les plus utilisés étant EXE⁹, PDF et LIT¹⁰.

Pour différents motifs, ces plate-formes pionnières n'ont pas rencontré un succès commercial immédiat. Ce peu de succès s'explique par le manque d'habitude des consommateurs latino-américains de la lecture sur écran, et le peu d'options proposées pour le paiement en ligne¹¹. Cette dernière raison explique également que les premières expériences de sites de vente en ligne commercialisant des livres papier aient connu une expansion inférieure à ce qu'on attendait¹².

Un élément fondamental a également contribué au faible développement du livre électronique : dans presque tous les pays latino-américains,

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

⁸ Durant ces années-là, le peso argentin était surévalué, ce qui stimulait l'importation de technologie et la création de *start-ups* sur Internet.

⁹ C'est-à-dire des livres exécutables comme de petites applications de bureau.

¹⁰ L'extension Microsoft Reader LIT constitue une variante du format Microsoft Compiled HTML Help, et a la possibilité d'inclure des DRM, ou *Digital Rights Management*.

¹¹ Selon les chiffres de la société de consulting [Tendencias Digitales](#), spécialisée dans l'étude du marché numérique latino-américain, en 2007 – c'est-à-dire longtemps après la première bulle point com –, 70 % des utilisateurs d'Internet de la région affirmaient n'avoir jamais réalisé d'achat en ligne. Cela s'explique par le faible taux de pénétration des cartes de crédit (32,6 %) – surtout au Pérou, au Costa Rica et en Équateur – et par la méfiance quant au moyen de paiement (31,6 %) – surtout au Costa Rica, en Argentine et au Mexique. Entrent aussi en ligne de compte d'autres facteurs comme la méfiance quant à la livraison du produit (25,5 %), l'habitude de choisir ses produits en boutique (24,5 %), le manque de traitement personnalisé (15,4%), ainsi que les frais d'envoi (9,3 %) ; cf. "[70 % de los usuarios latinos aseguran no haber comprado por Internet](#)", *Internet-Latinoamérica*, 19 novembre 2007. La tendance s'est inversée au cours des dernières années : la même entreprise de consulting signale dans une étude datant de 2010 que 49 % des utilisateurs latino-américains ont déjà effectué un achat en ligne. Les pays qui se distinguent le plus en la matière sont l'Argentine, le Brésil, Puerto Rico, le Mexique et l'Uruguay ; cf. "[Casi la mitad de los usuarios latinoamericanos ha comprado por Internet](#)", *Internet-Latinoamérica*, 4 juin 2010.

¹² Selon les chiffres du CERLALC, au Mexique, en Colombie et au Brésil, les ventes de livres papier par le biais d'Internet n'ont pas dépassé 0,2 % du total des ventes entre 1998 y 2004. Cf. Uribe, Richard : [La distribución del libro en América Latina](#), CERLALC, septembre 2006, p. 7.

Une nouvelle vague de sites de vente en ligne

Dans le même temps, de nombreuses librairies traditionnelles ont trouvé des formules qui marchent pour vendre leurs livres papier *via* Internet¹⁷, ceci étant sans doute la conséquence de la propension majeure des consommateurs à acheter en ligne, le Brésil caracolant en tête des statistiques¹⁸. Cependant, c'est sans doute l'intégration de livres électroniques à leurs catalogues qui marque vraiment la différence par rapport aux années précédentes. Ainsi, des librairies comme, entre autres, [Saraiva](#) et [Cultura](#) (Brésil), [Paidós](#) (Argentine), [Gandhi](#) (Mexique), [Sophos](#) (Guatemala) et [Librería de la U](#) (Colombie) commercialisent des fonds comptant des dizaines de milliers d'e-books en espagnol, portugais et anglais, par le biais de leurs portails.

Sont également apparues des librairies purement numériques, c'est-à-dire des sites en ligne qui ne vendent que des livres électroniques : c'est le cas de [Gato Sabido](#) (Brésil) et de la toute nouvelle [Biblitis](#) (Mexique). Gato Sabido a ouvert fin 2009 ; la librairie en ligne a démarré avec 400 titres en portugais, travaillant sans relâche pour élargir son catalogue. Elle a fait alliance avec la compagnie britannique Interead pour proposer plus de 100 000 titres en anglais et commercialiser l'e-reader Cool-er. À la suite de la faillite d'Interead, en juillet 2010, l'économiste Carlos Eduardo Ernanny, fondateur de Gato Sabido, a communiqué que son entreprise continuerait ses efforts pour trouver de nouveaux fournisseurs de contenus¹⁹. Les textes de Gato Sabido se vendent avec le DRM d'Adobe.

Biblitis, la première librairie numérique native du Mexique doit démarrer ses activités sur le web courant 2011 – selon ce qu'ont annoncé Manuel Dávila, Eduardo Ávalos et Feli Dávila, ses fondateurs²⁰. Ce magasin n'utilisera pas le DRM, comme l'explique M. Dávila :

2005, elle s'est associée avec l'argentine Bibliográfika, ouvrant également un centre de production au Mexique.

¹⁷ 35 % des librairies sondées pour le rapport du CERLALC *Percepción sobre el clima empresarial editorial - 2010* (CERLALC) ont déclaré vendre des livres imprimés *via* Internet.

¹⁸ Selon l'étude sur le commerce électronique en Amérique latine réalisée par la société de consulting [AméricaEconomía](#) en juin 2010, le Brésil représente environ 61 % de l'ensemble de l'e-commerce de détail latino-américain. Le géant sud-américain dispose aussi des meilleurs réseaux postaux. Cf. América Economía Intelligence : [La fuerza del e-commerce](#), juin 2010, p. 6-7.

¹⁹ Cf. ["Cool-er à venda por mais um tempo"](#), *PublishNews*, 19 juillet 2010.

²⁰ Cf. Briseño, Karla : ["Biblitis: llegaron los libros digitales en español"](#), *Clarín Veracruzano*, 24 novembre 2010.

» Amérique latine «

“ *Nous sommes contre les verrous numériques. Chez Biblits, lorsque quelqu'un achète un livre, il en achète aussi l'usage. Cet exemplaire est la propriété de l'acheteur, et il peut le partager avec qui il veut, autant de fois qu'il le veut. Plus, en cas de perte, le site de Biblits fournit à l'acheteur une copie de secours* ²¹.

Grands agrégateurs

Il est intéressant d'observer que la majorité des e-books vendus par les sites de vente en ligne latino-américains proviennent d'agrégateurs étrangers situés en particulier en Espagne, aux États-Unis ou en Angleterre. Dans les pays hispanophones, la plupart des librairies virtuelles se fournissent chez Publidisa (Espagne), dont le catalogue compte plus de 20 000 titres ²². En général, la disproportion entre contenus locaux et contenus importés est considérable, ce qui suscite des débats animés. D'abord, les lecteurs se plaignent du peu d'intérêt que présentent pour eux les e-books disponibles. Ensuite, le prix des œuvres, exprimé à l'origine en euros, dollars ou livres, tue dans l'œuf toute velléité d'achat ²³.

Parmi les rares initiatives locales d'agrégation, il faut mentionner [Xeriph](#), une entreprise fondée elle aussi par Carlos Eduardo Ernanny, de Gato Sabido. Les fonds investis dans le projet sont 100 % brésiliens, quoique la plate-forme dispose de nombreux fournisseurs à l'étranger : le support technique, par exemple, est réalisé en Inde. De la même manière que pour les livres vendus par Gato Sabido, les fonds distribués par [Xeriph](#) sont commercialisés avec le DRM d'Adobe, au prix établi par l'éditeur. Ernanny exhorte les maisons d'édition locales à adapter leurs *business models* à l'air du temps, afin d'éviter le problème de surpris que l'on rencontre sur les plate-formes internationales :

“ *Actuellement, les maisons d'édition cherchent à travailler avec les marges de profit d'un marché condamné à l'extinction. Ce modèle doit*

◊◊◊◊◊◊◊◊◊◊◊◊
²¹ *Ibidem.*

²² Cf. [Conexión Publidisa](#), octobre 2010.

²³ Dans un article paru dans [Publishing Perspectives](#), l'éditrice argentine Julieta Lionetti illustre ce phénomène par un exemple frappant : ces grandes bases d'e-books dans lesquelles ne figurent aucun titre local obligent les lecteurs à se contenter de textes à peu près aussi intéressants que des annuaires de chef-lieu de province, et ce pour un prix qui, en février 2011, avoisine les 15 dollars. Cf. Lionetti, Julieta : [“In Argentina, E-books Are Sexy! \(But You Can't Find Them Anywhere\)”](#), *Publishing Perspectives*, 15 octobre 2010.

» Amérique latine «

*être repensé et mis à l'épreuve. Ignorer ces mutations ou ne pas écouter le consommateur est un suicide institutionnel*²⁴.

Une autre plate-forme, également brésilienne, a été créée il y a peu : Distribuidora de Livros Digitais (DLD). Il s'agit d'une initiative développée initialement par les maisons d'édition Objetiva, Record et Sextante, qu'ont rejointes ensuite Planeta, Moderna et Rocco. Ensemble, elles représentent 50 % du secteur traditionnel de l'édition au Brésil²⁵. Suivant le modèle de [Libranda](#) (Espagne), et avec un investissement prévu de plus de 1 million de dollars, DLD ne fournira que des librairies²⁶. Elle vise à occuper une place prépondérante sur le marché du livre numérique brésilien. Il est intéressant de noter que la politique de prix défendue par DLD se situe à l'inverse de celle de Xeriph, comme cela apparaît dans les déclarations de Sergio Machado, président du groupe Record :

“ *Les librairies, et surtout les librairies nationales, s'inquiétaient beaucoup de la menace constituée par Amazon. L'une de nos priorités est d'éviter qu'il y ait une cannibalisation des prix au Brésil par le biais d'une concurrence déloyale*²⁷.

Ce que l'on peut déduire de cette critique émise contre la « cannibalisation », c'est que DLD cherchera à empêcher que le prix des e-books ne s'effondre. Il n'y a que deux manières d'atteindre ce résultat : ou bien par le biais d'une loi établissant un prix fixe pour l'e-book, ou bien par la signature de contrats d'exclusivité stipulant qu'un éditeur ne livre ses fichiers qu'à un seul distributeur, comme c'est le cas aujourd'hui avec Libranda en Espagne. Il faudra donc voir lequel de ces deux modèles d'affaires et de prix va prédominer : celui de DLD – prix régulés, sans concurrence – ou celui de Xeriph – prix adaptés à la demande des lecteurs qui exigent des e-books plus économiques.

En ce qui concerne les formats, les e-books produits par les éditeurs latino-américains sont généralement distribués en PDF, une faible proportion étant commercialisés en format ePub²⁸. Cela peut s'expliquer

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁴ Cf. Gugelmin, Felipe : [“Por que livros digitais ainda são tão caros?”](#), *Baixaki*, 26 novembre 2010.

²⁵ Cf. Abos, Marcia : [“Cinco das maiores editoras do país assinam contrato para a Distribuidora de Livros Digitais”](#), *O Globo*, 14 juin 2010.

²⁶ C'est-à-dire qu'elle travaillera strictement selon le modèle B2B.

²⁷ Cf. Victor, Fabio : [“Nova distribuidora de livros digitais planeja investir R\\$ 2 milhões até 2011”](#), *Folha*, 9 juin 2010.

²⁸ Selon Richard Uribe Schroeder y Sandra Villamizar Mantilla, « en menant des recherches sur le taux de pénétration des livres numériques dans les maisons d'édition ibéro-amé-

» Amérique latine «

par la relative facilité qu'il y a à exporter un livre en PDF à partir des programmes de mise en page les plus utilisés dans la région (InDesign et, dans une moindre mesure, QuarkXPress). Peu d'éditeurs disposent à ce jour du *know-how* nécessaire pour convertir leurs livres au format ePub. Ils se trouvent donc dans l'obligation d'externaliser ce service auprès de différents fournisseurs, pour un coût qui oscille entre 50 et 100 dollars par titre²⁹. Tant que les ventes ne justifieront pas un changement de stratégie, la plupart des éditeurs vont donc continuer à produire leurs e-books en PDF.

Dispositifs et applications

À ce jour, la consommation d'e-readers n'est pas massive, loin de là. Cela est dû à différents facteurs. Le plus important est sans aucun doute le prix élevé de ces dispositifs pour l'utilisateur final, lorsqu'il s'agit de produits importés : en Argentine ou en Colombie, un Kindle acheté 139 dollars sur Amazon peut finalement coûter le double de cette somme, du fait des frais d'envoi et de douane. D'autre part, un dispositif comme le Papyre³⁰ se vend à Buenos Aires à un prix qui varie, en fonction du modèle, entre 300 et 600 dollars. Si l'on considère que le salaire moyen argentin se situe dans cette même fourchette³¹, on en conclut aisément qu'aux prix actuellement en vigueur, les e-readers importés vont difficilement pouvoir se populariser.

D'autres gadgets comme l'iPad d'Apple sont pour l'instant tellement onéreux qu'ils finissent par passer pour des produits de luxe, plus conçus pour amuser la classe aisée (dont les modèles de consommation sont comparables à ceux des États-Unis et de l'Europe) que pour être utilisés par le grand public. Certains entrepreneurs comme [Tapps](#) (Brésil), [Moebius](#) (Argentine) et [The Crab Group](#) (Mexique) ont cependant commencé à développer des contenus pensés pour ce modèle de tablettes.

ricaines, on s'aperçoit que 25 % des entreprises interrogées publient en format numérique. Quand cette modalité est adoptée, c'est généralement en PDF, utilisé par 68 % des maisons d'édition, 18 % d'entre elles utilisant le format ePub ». Cf. *CERLALC, op. cit.*, octobre 2010, p.11.

²⁹ Les agrégateurs offrent généralement ce type de services.

³⁰ Produit par [Grammata](#), une entreprise espagnole.

³¹ Selon les chiffres de la société de consulting Marco Marketing, le salaire moyen est en Argentine de 483 dollars par mois. Cf. Crettaz, José : "[Hacen falta 13,4 sueldos promedio para alcanzar el 'hogar digital'](#)", *La Nación*, 6 décembre 2010.

» Amérique latine «

visent à satisfaire les besoins bibliographiques d'une région qui ne peut pas toujours s'offrir le luxe de payer des souscriptions de plusieurs milliers de dollars pour avoir accès à des textes spécialisés. Certaines bibliothèques académiques virtuelles permettent aux chercheurs et aux étudiants de consulter divers matériels circulant sous Creative Commons⁴⁶ ou d'autres licences similaires. Mais de nombreuses autres ont décidé d'aller plus loin en créant des dépôts gratuits, y compris d'œuvres protégées par un copyright, ce qui a provoqué des débats enflammés et a même débouché sur des procédures légales comme le procès contre Horacio Potel, un professeur de philosophie argentin qui, dès le début des années 2000, a mis en circulation sur le Net des livres de Derrida et de Heidegger⁴⁷. À la suite d'une polémique passionnée dans les médias, aussi bien graphiques⁴⁸ que numériques⁴⁹, l'offensive légale, déclenchée à l'origine par la [Chambre du livre argentine](#), est tombée dans l'impasse puisque le Parquet a finalement classé l'affaire Potel en novembre 2009. Il est intéressant d'observer que même si le procès s'est conclu par un non-lieu, il n'y a pas eu non plus de grandes nouveautés en matière législative, ce qui fait que la situation reste floue à ce jour. Quoi qu'il en soit, en Amérique latine, la tension est évidente entre, d'une part, une offre qui procède selon le modèle traditionnel (une édition basée sur le copyright traditionnel et la vente d'exemplaires imprimés) et, d'autre part, une demande avide de contenus numériques. Il va être très difficile pour les éditeurs traditionnels d'endiguer la vague de numérisation massive, puisque nombre des bibliothèques virtuelles non-autorisées sont situées à l'étranger ou font partie de réseaux sociaux fermés. La situation, nous le verrons, [est similaire en Russie](#). Un expert (anonyme) de la numérisation déclarait il y a peu au quotidien *Página/12* (Argentine) :

“ *La circulation sur la Toile est plus complexe qu'avec les imprimeries. On ne peut ni la contrôler, ni l'arrêter. Si vous mettez en ligne un livre de Sartre, il sera un mois plus tard dans des milliers de disques durs disséminés dans le monde entier. (...) On numérise plus ce qui se vend massivement ; c'est ce qui se passe avec la musique. On a eu des utilisateurs qui venaient et nous disaient : "Numérisez le Da Vinci Code ! J'ai le droit de lire Dan Brown !". Jusqu'à ce que nous décidions de ne pas accepter de demande ; et aussi que*

46 Le dépôt numérique de l'École polytechnique d'Équateur [Repositorio Digital de la Escuela Politécnica](#) en est un exemple.

47 Des textes qui ne se trouvaient pas encore dans le domaine public.

48 Cf. García, Facundo : ["El conocimiento no es una mercancía"](#), *Página/12*, 26 avril 2009.

49 Le groupe constitué sur Facebook ["Contra la desaparición de heideggeriana.com.ar y jacquesderrida.com.ar"](#) a reçu l'appui de milliers d'internautes.

» Amérique latine «

*reux à la fabrication, et si je pouvais produire plus de titres, en vendant moins d'exemplaires et sur un marché comme celui de la musique dans lequel le son dote le livre d'une nouvelle et cruciale dimension, cela constituerait pour moi une grande amélioration*⁵³.

Dans ce contexte, il est intéressant d'observer que, dans un pays dévasté comme Haïti où l'édition papier souffre d'énormes restrictions, les maisons d'édition locales ne doutent pas un seul instant des grandes opportunités qui apparaîtraient dans le sillage des nouvelles technologies. Rodney Saint-Éloi, le directeur du label [Mémoire d'encrier](#), suggère :

“ *Il existe en Haïti une grande tradition littéraire ; le problème, c'est la ségrégation de classes. La littérature reste liée à la notion de classe sociale. Liée aux personnes qui mangent, vont à l'école, s'habillent, voyagent... C'est la distinction sociale. (...) Le papier existe, mais il n'est pas popularisé, pas démocratisé. Le numérique permettrait d'élargir la sphère de la citoyenneté*⁵⁴.

Enjeux et propositions : numérisation, formation et *networking* professionnel

Si notre vision est correcte, la technologie numérique pourrait bien signifier pour les professionnels latino-américains une avancée positive, puisque ces outils, utilisés de façon adaptée, contribueraient à renforcer les atouts et à atténuer les faiblesses de l'édition actuelle. Cependant, un éventuel processus de reconversion numérique requerra un effort considérable.

D'abord, les professionnels qui cherchent à distribuer leurs titres selon une des modalités numériques auparavant décrites devront disposer de l'ensemble de leur fonds converti à un format électronique. Parmi les maisons d'édition créées, il y a déjà un certain nombre d'années, et en particulier dans le cas des acteurs de petite et moyenne taille, la part de titres numérisés est relativement faible. Pour le moment, il n'existe que très peu d'aides pour numériser les fonds historiques, contrairement à ce qui se passe en France par exemple⁵⁵. Il serait donc justifié de présen-

○○○○○○○○○○○○○○○○○○

⁵³ Entretien, février 2011, *op. cit.*

⁵⁴ Entretien, décembre 2010.

⁵⁵ Ce pays européen offre des aides considérables pour la numérisation de fonds, principalement à partir du [Centre national du livre](#) (CNL).

» Amérique latine «

Ces initiatives de formation continue des professionnels devraient être conçues en fonction des acteurs locaux. Pour cela, un engagement sera nécessaire de la part des institutions qui opèrent dans la région. Certaines expériences intéressantes ont déjà été menées dans ce sens, comme le [Congrès du livre numérique](#) (São Paulo, mars 2010), la 3e Conférence des Éditeurs, organisée par [Opción Libros](#) (Buenos Aires, septembre 2010), ou encore la [1re Exposition internationale du livre numérique](#) (Bogotá, août 2010).

Afin de ne pas demeurer sur un terrain purement abstrait, les propositions de formation devraient être complétées par des activités de *networking* professionnel et commercial. Les salons du livre peuvent constituer un milieu propice aux échanges, mais il semble jusqu'à présent que ces manifestations n'aient pas parié sur le numérique avec suffisamment d'élan : 26 % des personnes ayant répondu à notre enquête ont attribué une note de 1 sur 5 à l'actualisation technologique dans les salons locaux, 55 % lui attribuant un 2 sur 5. Si on tient compte du fait que 74 % des personnes interrogées ont reconnu que le dialogue avec leurs collègues de la région constitue leur principale source d'information, c'est bel et bien dans les salons et les différentes manifestations professionnelles locales qu'il faudra fournir les plus gros efforts de transformation.

Ces rencontres et séminaires pourraient contribuer à secouer la paralysie qui règne souvent parmi les maisons d'édition traditionnelles, voire ranimer la vitalité et les aspirations à l'exploration qui ont probablement marqué leur origine, il y a des décennies. Ceci étant, les « écosystèmes » nés des différentes initiatives de numérisation, de formation et de *networking* professionnel devront intégrer de nouveaux acteurs du monde numérique – programmeurs, designers web, développeurs de jeux vidéo, etc. – et seront donc évidemment très différents de toute autre expérience vécue par le passé.

Les tendances possibles

Au-delà de la réaction des acteurs traditionnels, diverses tendances sont déjà identifiables qui accéléreront très probablement le développement de l'édition numérique en Amérique latine :

1. Une nouvelle classe moyenne va rapidement intégrer les circuits de consommation, en particulier au Brésil. Un fort impact est à prévoir sur les produits numériques (hardware et contenus), surtout si l'on tient compte du fait que dans un pays comme le Brésil, environ 80 %

» Amérique latine «

de la nouvelle classe moyenne considère qu'il lui est désormais « impossible de vivre sans ordinateurs ⁵⁸ ».

2. Diverses initiatives publiques vont contribuer à réduire la fracture numérique, et en particulier les plans qui prévoient de créer des infrastructures technologiques pour le secteur éducatif comme le Plan Ceibal (Uruguay) et le Plan Conectar Igualdad (Argentine).
3. L'encouragement de la production locale en zone franche comme Terre de Feu (Argentine) ou Manaus (Brésil) va accélérer l'apparition d'un hardware national centré sur la lecture électronique.
4. Il est possible qu'on assiste à une expansion du software libre, puisque cela fait partie des politiques d'État de plusieurs pays depuis un certain nombre d'années (Brésil ⁵⁹ et Venezuela ⁶⁰, par exemple).
5. La législation va peut-être être modifiée : possible exemption de certains impôts aux publications électroniques, discussions sur l'opportunité d'adopter ou pas un prix fixe pour l'e-book, débats de fond concernant les lois qui régissent actuellement le droit d'auteur.
6. Les manifestations en rapport avec l'édition numérique vont se multiplier (salons du livre, expositions, conférences).
7. On va assister à une actualisation progressive des contenus pédagogiques dans les formations pour l'édition.
8. Le Brésil – qui est de loin le pays de la région qui investit le plus dans la R&D ⁶¹ – jouera un rôle de premier plan, aussi bien dans le développement de hardware de lecture électronique que dans la création de plate-formes de contenus.
9. Les acteurs locaux vont entrer de plus en plus en concurrence avec les plate-formes basées en Espagne ou aux États-Unis. Leur succès, ou leur défaite, dépendra en grande mesure de la richesse des liens qu'ils parviendront à établir avec les autres acteurs locaux : auteurs, éditeurs, libraires, programmeurs, designers et développeurs de jeux vidéo.



58 Cf. Benhamou, Françoise : « [La montée de la classe moyenne, enjeu pour la culture brésilienne](#) », *Rue 89*, 1er novembre 2010.

59 Cf. Kingstone, Steve : « [Brazil adopts open-source software](#) », *BBC News*, 2 juin 2005.

60 Cf. Proffitt, Brian : « [Venezuela's Government Shifts to Open Source Software](#) », *Linux today*, 30 août 2002.

61 Cf. [UNESCO Science Report 2010: The current status of science around the world](#), UNESCO Publishing, 2010, p. 82 et suivantes.

AFRIQUE SUBSAHARIENNE

» Afrique subsaharienne «

Présentation



L'Afrique subsaharienne souffre d'un grave déficit en infrastructures et en ressources humaines. Cependant, le réseau de téléphonie mobile étendu qui couvre la région a permis l'émergence de nouveaux acteurs éditoriaux qui ont fait des téléphones portables leurs principaux alliés. Les éditeurs traditionnels africains, de leur côté, se montrent en général optimistes quant aux nouvelles technologies : historiquement, les bases de l'industrie du livre papier en Afrique ont toujours été très fragiles, et le saut vers le numérique peut donc représenter une grande opportunité.

Fiche technique

1. Pays qui composent la région : Afrique du Sud, Angola, Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cap Vert, Cameroun, Comores, Côte-d'Ivoire, Érythrée, Éthiopie, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Mali, Maurice, Mayotte, Mozambique, Namibie, Niger, Nigeria, République centrafricaine, République du Congo, République démocratique du Congo, Rwanda, Sao Tomé-et-Príncipe, Sénégal, Seychelles, Sierra Leone, Somalie, Tchad, Soudan, Swaziland, Tanzanie, Togo, Ouganda, Zambie, Zimbabwe.
2. Population : 839 615 482 (2009)

» Afrique subsaharienne «

- Population urbanisée : 37 % (2009)
3. PIB (nominal) : 946 094 822 923 dollars (2009)
PIB par habitant : 1 126 dollars (2009)
 4. Politique : L'Afrique subsaharienne est une région caractérisée par l'instabilité politique, les conflits ethniques et une lutte permanente pour améliorer les indices de développement humain. Son histoire est marquée par l'héritage du colonialisme, qu'elle a subi durant de nombreuses années.
 5. Taux de pénétration téléphonie mobile : 41 % (2010)
Taux de pénétration internet : 9,6 % (2010)
 6. Alphabétisation : 67 % des plus de 15 ans (2009)
 7. Industrie éditoriale : L'Afrique subsaharienne est la région la plus pauvre de la planète, et cela se reflète sur son industrie éditoriale. L'accès aux livres étant restreint, les bibliothèques deviennent des agents fondamentaux. Plus de 90 % des livres publiés en Afrique sont des livres papier, pour la majorité par des entreprises multinationales. La production éditoriale de l'Afrique représente autour de 3 % de la production mondiale. Il faut souligner en outre l'énorme diversité culturelle et linguistique de la région.

Sources : [Banque mondiale](#) ; [Book Aid](#) ; [International Telecommunication Union](#) ; [Langaa Research and Publishing Common Initiative Group](#).

Les dispositifs de lecture sur un marché naissant

La première réalité que perçoit le visiteur qui observe l'édition numérique en Afrique subsaharienne est qu'elle se trouve à un état absolument embryonnaire. Un dispositif comme le Kindle dispose d'une couverture tellement limitée qu'en février 2011, seulement 7 pays – Afrique du Sud, Namibie, Botswana, Kenya, Gabon, Niger et Ghana – accédaient à cette prestation⁶². D'autre part, étant donné la disparité entre le prix de ce dispositif – auquel s'ajoutent les frais d'envoi et de douane – et le salaire moyen de la population, seuls les habitants les plus fortunés sont en mesure de se l'acheter. En novembre 2009, Arthur Attwell, consultant et directeur de la maison d'édition sud-africaine [Electronic Book Works](#), faisait part de ses réflexions à propos de l'introduction du dispositif d'Amazon dans son pays :

xxxxxxxxxxxxxxxx

⁶² Cf. <http://client0.cellmaps.com/viewer.html?cov=2&view=intl>.

» Afrique subsaharienne «

qui oppose ces deux expériences menées pour installer des technologies de lecture dans le monde en développement.

Présidée par Nicholas Negroponte, l'OLPC est également une association à but non-lucratif. Basée dans l'État du Delaware (États-Unis), elle a développé le XO, un ordinateur portable de faible coût et de basse consommation énergétique qui peut être utilisé dans les endroits les plus isolés et les milieux les plus hostiles. Selon ce qu'on peut lire sur le site web de l'association, la mission de l'OLPC est d'encourager l'éducation des enfants en âge d'être scolarisés dans les pays en développement. L'OLPC a élaboré du hardware, du software, ainsi que des contenus pour plus de 2 millions d'écoliers et de professeurs. Elle a déjà mis en œuvre différentes expériences en Afrique subsaharienne. L'organisation perçoit des aides financières d'entreprises comme [eBay](#), [Google](#), [News Corporation](#) et [Red Hat](#).

La question qui se pose – et qui a de nombreuses implications dans le domaine de l'édition numérique –, c'est de savoir quel genre de contenus apportent à l'Afrique les Kindles de Worldreader ou les ordinateurs portables de l'OLPC. Selon les informations communiquées par l'OLPC, les utilisateurs du XO sont déjà en mesure d'accéder à des centaines de milliers d'e-books gratuits, fournis par la fondation [Internet Archive](#), de San Francisco ⁶⁹. Comment font les élèves et les professeurs qui nécessitent des contenus personnalisés, en particulier – comme c'est habituellement le cas – lorsque les dépôts numériques étrangers ne disposent pas de littérature en langues locales ? L'OLPC n'en fait pas mention.

En 2010, OLPC France a impulsé l'incorporation d'un livre électronique en langue malgache dans les XO destinés à l'île de Nosy Komba (Madagascar). [Jeunes Malgaches](#), une maison d'édition indépendante locale a rejoint le projet et apporté le premier texte ⁷⁰. Selon Marie Michèle Razafinstalama, la directrice du label :

“ OLPC France a remarqué qu'il y a des problèmes si on implante des livres étrangers, parce qu'il y a toujours la barrière de la langue. Dans quelques pays, les livres français peuvent marcher, mais le problème est que ces livres-là ne sont pas toujours adaptés. C'est-à-dire que le contenu n'est pas forcément adapté au contexte, les enfants ne se reconnaissent pas dans ces livres-là ⁷¹.

69 Cf. Roush, Wade : “[Internet Archive Opens 1.6 Million E-Books to Kids with OLPC Laptops](#)”, *Xconomy*, 24 octobre 2009.

70 Cf. Razafintsalama, Marie Michèle : « [Le premier livre jeunesse malgache en numérique](#) », Presse Édition et Diffusion (Prediff).

71 Entretien, décembre 2010.

Entre le numérique et l'analogique : des expériences avec les CD ROM et l'impression à la demande

Fondée en 2008, la maison d'édition Nouvelles Éditions Numériques Africaines (NENA) base son *business model* sur la commercialisation de livres électroniques sur CD ROM. À partir de Dakar, l'entreprise compile des livres juridiques au format PDF – avec DRM – qui sont vendus au Sénégal et au Cameroun. Chacun de ces livres présente des milliers de pages et est doté de liens hypertextes et d'autres outils interactifs.

Marc-André Ledoux, directeur de NENA, défend une position très ferme à propos des projets qu'on impose à l'Afrique à partir de l'extérieur sans tenir compte des conditions particulières du contexte local :

“ *Dans l'édition en Afrique, le vrai fauteur de troubles, ce sont les projets de coopération internationale et d'ONG qui subventionnent, le temps d'un projet, des publications, toujours laissées sans suite ni commercialisation. (...) L'essentiel est que des éditeurs africains retroussent leurs manches et produisent. (...) À vrai dire, la clé du développement de l'Afrique repose à mon avis, partagé par beaucoup, sur la création et la croissance de PME viables et durables* ⁷⁴.

L'identification des possibilités spécifiques au terrain a conduit quelques éditeurs à explorer également l'option de l'impression à la demande. Electric Book Works lancera bientôt [Paperight](#), une plate-forme qui promet de faire de n'importe quelle personne passant commande un point d'impression POD, dès lors qu'elle est munie d'une imprimante et d'une connexion internet. De cette manière, il sera possible d'acheter des livres dans le centre de photocopies local en payant les frais d'impression, auxquels s'ajoutera un petit montant correspondant aux droits de l'auteur et de l'éditeur. Selon Arthur Attwell :

“ *Il existe d'autres formes pour tirer profit du numérique, comme distribuer des livres électroniques par le biais de bibliothèques, de cybercafés, de kiosques ou de n'importe quelle autre installation qui ne nécessite pas qu'on investisse beaucoup d'argent. Je crois que l'impression à la demande a un énorme avenir en Afrique – et dans les pays en développement en général – du fait qu'elle permet à des personnes*

xxxxxxxxxxxxxxxx

⁷⁴ Entretien, janvier 2011.

» Afrique subsaharienne «

ayant peu de ressources d'acheter facilement le livre dont elles ont besoin sans avoir pour cela à acquérir un e-reader ou un laptop ⁷⁵.

Un autre éditeur indépendant sud-africain, [Jacana Media](#), disposera d'ici peu d'une [Espresso Book Machine](#), afin d'imprimer des livres à la demande localement. La machine lui permettra de diminuer les coûts de distribution et aussi de remplacer le *business model* dominant – d'abord produire, puis vendre – par un autre modèle – d'abord vendre, puis produire.

Les progrès du POD en Afrique du Sud ont ouvert la voie à des entreprises d'autoédition, comme [MouseHand](#). Cette maison d'édition, qui dépend de l'entreprise [RedHill](#), propose aux auteurs ses services pour le design des pages intérieures, la mise en page des couvertures, la correction et – le plus important – leur offre la possibilité de commercialiser leurs livres sur le mode de l'impression à la demande ou au format électronique, par le biais de portails comme Amazon et Kalahari.

Les sites de vente en ligne africains

[Kalahari](#) est l'un des principaux sites de vente en ligne d'Afrique : il commercialise des livres, disques, appareils photo et autres produits de consommation massive. Dans sa section de [téléchargements numériques](#), inaugurée en mars 2010, il propose un catalogue de presque 220 000 e-books et de 50 revues électroniques, à des prix et dans des formats variés ⁷⁶, en provenance de maisons d'édition aussi bien africaines – par exemple [LAPA](#) – qu'étrangères – Random House –, parmi tant d'autres. Cette plate-forme de vente en ligne a même développé une application pour lire des e-books sur ordinateur et téléphone mobile. En ce qui concerne les e-readers et les tablettes commercialisés par Kalahari, le prix du [Samsung Galaxy](#) est élevé – aux alentours de 1 000 dollars –, alors que le dispositif anglais [Elonex](#) est, lui, nettement plus accessible – 140 dollars.

Une autre plate-forme importante en Afrique du Sud est [Exclusives Books](#), propriété du groupe multimédia [Avusa](#). Depuis octobre 2010, [Exclusives](#) vend des e-books aux formats ePub ou PDF, à l'instar de son

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

⁷⁵ Cf. Turner, James : ["Bringing e-Books to Africa and the Middle East"](#), *O'Reilly Radar*, 19 janvier 2010.

⁷⁶ Les prix vont de 3 à 10 000 dollars, comme c'est le cas pour le livre [Comprehensive Structural Integrity](#). Les formats sont généralement PDF ou ePub.

» Afrique subsaharienne «

d'Afrique du Sud ⁷⁹. Garry Rosenberg, directeur de la maison d'édition entre 2002 et 2009, souligne l'importance que revêt cette modalité :

“ *Il y a abondance de preuves pour entériner que les titres en open access attirent plus de personnes, et beaucoup plus vite, que les publications qui sont uniquement distribuées au format imprimé. Par exemple, HSRC Press distribue des livres dans 11 pays, mais reçoit des visites en ligne en provenance de 184 pays. Le nombre de consultations web de nos titres est 22,5 fois plus grand que le nombre de copies vendues (...). L'esprit open access est plus qu'une simple notion académique ; il fait partie d'un mouvement plus vaste qui tend à créer un espace public qui puisse prolonger la vitalité et l'héritage de la culture imprimée. Il cherche à encourager la circulation démocratique du savoir* ⁸⁰.

[African Journals Online](#) (AJOL), de son côté, réunit des travaux réalisés par des chercheurs africains dans l'objectif d'assurer leur diffusion mondiale. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif basée à Grahamstown, en Afrique du Sud, qui diffuse depuis 1998 les contenus d'environ 400 revues académiques provenant de 29 pays d'Afrique, sous le parrainage de la [Fondation Ford](#). Tous les outils numériques utilisés par AJOL sont *open source*. Selon ce qu'on peut lire sur le portail de cette institution :

“ *Tandis que les ressources académiques issues du Nord développé deviennent accessibles pour l'Afrique, nous avons également besoin que se produise le mouvement inverse, à partir de l'Afrique. Il existe en effet en Afrique d'importants domaines d'investigation qui ne sont pas nécessairement couverts par le monde développé. Les pays africains doivent commencer à jouer un rôle plus affirmé dans le milieu académique global. Les chercheurs africains doivent aussi pouvoir accéder à leurs propres publications académiques. Du fait des difficultés rencontrées pour y accéder, les papiers africains ont été sous-utilisés, sous-estimés et, au bout du compte, peu cités dans la recherche, en Afrique et dans le monde. Internet est une bonne manière de changer cet état de choses, même si des centaines de revues académiques africaines très intéressantes ne sont pas en mesure de diffuser leurs contenus sur le web, du fait de leurs ressources limitées et de la fracture numérique. De précieuses informations ne sont pas parvenues aux personnes qui en ont besoin. AJOL travaille pour que cela change.*

79 Cf. “FAQ”, HSRC Press.

80 Cf. Rosenberg, Garry : “[Broadening the exchange of knowledge](#)”, *Mail & Guardian Online*, 30 juin 2008.

» Afrique subsaharienne «

*caux. Donc l'idée n'est pas de créer un marché local de tirage à la demande ; c'est de créer un marché extérieur pour étendre les frontières de vente de la production locale*⁹³.

Mais certains éditeurs considèrent que l'impression POD favoriserait également la distribution interne. Russell Clarke, responsable de la maison d'édition sud-africaine Jacana Media, qui – comme nous l'avons vu précédemment – parie sur le POD, signale lui aussi que les déficiences logistiques et le manque de points de vente constituent un écueil sérieux pour l'édition en Afrique. En ce sens, l'impression à la demande peut constituer une avancée décisive :

“ *Utiliser le POD pour les ventes en petite quantité est beaucoup plus adapté que recourir à la distribution traditionnelle. Actuellement, il est très difficile aux lecteurs d'Afrique d'accéder aux e-books. La plupart des e-readers ne sont pas encore disponibles sur le continent, et les fournisseurs d'accès offrent un service lent et peu fiable. Le plus judicieux, au moins pour le moment, c'est de combiner les formats traditionnels et la technologie de l'impression numérique*⁹⁴.

Ceci étant, les possibilités ouvertes par le numérique ne vont pas connaître d'application immédiate, du fait des limitations propres au contexte local. Les 12 éditeurs d'Afrique du Sud, Bénin, Mali, Côte-d'Ivoire, Sénégal, Cameroun, Madagascar, Guinée et Burkina Faso qui ont répondu à notre enquête remarquent que la reconversion du secteur du livre est confrontée à de nombreux écueils :

- 1) les professionnels locaux ne disposent pas toujours du *know how* nécessaire ;
- 2) les fonds des maisons d'édition ne sont pas numérisés ;
- 3) le piratage est très répandu ;
- 4) les appuis manquent de la part du secteur public ;
- 5) le software est trop cher.

Pour remédier au point 1, il faudra concevoir des programmes de formation qui pourront, pour nombre d'entre eux, être mis en œuvre en collaboration avec des institutions qui travaillent déjà sur le terrain, comme le Centre africain de formation dans l'édition et la distribution (CAFED). Ainsi que le suggèrent plusieurs des éditeurs interviewés, il

93 *Ibidem.*

94 *Ibidem.*

» Afrique subsaharienne «

serait aussi profitable de travailler avec les universités de la région⁹⁵. Les activités de formation devront aborder, entre autres, des thèmes techniques – numérisation, conversion à l'ePub et à d'autres formats, programmes de mise en page, polices de caractères, e-readers, téléphones portables, POD – des thèmes juridiques – droits d'auteur, contrats d'édition, contrats de distribution – et des aspects économiques – *business models*, stratégie de prix, coûts des différents services numériques. Il sera d'une importance cruciale de traiter ces questions de manière dynamique – il s'agit en effet de problèmes que même les pays plus industrialisés ne sont pas parvenus à résoudre à ce jour – et aussi de manière empirique – puisque, comme on l'a vu, les projets dont l'impact a été le plus grand sont ceux qui ont tenu compte de l'infrastructure concrète et des besoins réels du continent. Certaines personnes interviewées ont en outre proposé de créer une plate-forme d'échange virtuel, pour ceux qui disposent d'un accès fluide à Internet⁹⁶.

En ce qui concerne le deuxième aspect – la numérisation des fonds – on pourrait aussi l'aborder en collaboration avec les acteurs locaux comme les universités qui disposent souvent des installations de base pour réaliser des travaux de scannage et de reconnaissance de texte. Il sera indispensable, dans ce cas, d'assurer ce travail en coordination avec les activités de formation décrite dans le point 1.

Le piratage est un thème à débattre au sein des étapes de formation, en particulier afin d'évaluer si le *business model* numérique des éditeurs africains doit passer par la vente de copies – comme c'est le cas dans le schéma analogique – ou plutôt par la vente de licences à des institutions nationales et internationales⁹⁷.

Ainsi que le rapportent presque toutes les personnes interviewées, le secteur public n'accompagne l'industrie éditoriale ni dans son présent analogique, ni dans ses explorations numériques. Serge Dontchueng Kouam signale à ce sujet que certaines régulations sont non seulement inefficaces, mais dommageables :

“ *Jusqu'à présent, il y a comme une injustice. Localement, une certaine élite peut payer des biens et des services, notamment par voie électronique. Pour cela, elle doit disposer d'une carte bancaire de paiement et d'une connexion internet, qui lui appartient en propre ou non. À l'in-*

95 Cf. entretien avec Amande Reboul, bibliothécaire du lycée français Saint-Exupéry de Ouagadougou, décembre 2010.

96 Cf. entretien avec Eric Kossonou, directeur des éditions Éburnie, Côte-d'Ivoire, janvier 2011.

97 Cf. Attwell, Arthur : “[Ereading and education in emerging markets](#)”, *On technology and information in the developing world*, 8 octobre 2010.

» Afrique subsaharienne «

Les tendances possibles

Malgré les énormes difficultés liées à l'infrastructure et aux ressources humaines, l'édition numérique en Afrique présente un potentiel intéressant. À partir de notre étude de cas, nous sommes en mesure d'esquisser certaines tendances à venir :

1. Le réseau de téléphonie mobile va rester un terrain fertile pour mener de nouvelles expériences d'édition ou de promotion de livres, puisque le taux de pénétration d'Internet va mettre de nombreuses années à atteindre le niveau auquel il se trouve dans d'autres régions. Dans le domaine des téléphones portables, nous assisterons probablement à l'exploration de *business models* qui n'existent même pas aux États-Unis ou en Europe.
2. L'impression à la demande va se tailler une place plus importante.
3. La formation des éditeurs traditionnels constituera un facteur décisif qui pourra accélérer le changement. Pour les professionnels africains, l'élément crucial va être de parvenir à exploiter la puissance du numérique sans tomber dans des formules d'implantation de technologies étrangères plaquées sur la réalité locale qui – comme un *deus ex machina* – n'aident en rien, voire occasionnent une perte de temps et de ressources considérable.



MONDE ARABE

Présentation



À l'instar de ce qui se passe en Afrique subsaharienne, l'essor de l'édition numérique dans le monde arabe commence à peine. La langue arabe représente un élément d'agglutination très puissant qui peut donner naissance à des plate-formes électroniques d'envergure transnationale, mais qui implique en même temps de nombreux défis, du fait de questions techniques comme le traitement typographique. Bien évidemment, aucun de ces défis n'est insurmontable et, de fait, la prolifération des blogs et la demande avide de contenus numériques que manifeste une partie de la population indiquent qu'il existe bel et bien un potentiel. Si les ressources humaines et technologiques existantes parvenaient à se conjuguer, le monde arabe pourrait bien se convertir en un acteur significatif dans le domaine de l'édition électronique.

Fiche technique

1. Pays qui composent la région : Algérie, Arabie Saoudite, Bahreïn, Égypte, Émirats arabes unis, Irak, Jordanie, Koweït, Liban, Libye, Mauritanie, Maroc, Oman, Qatar, Somalie, Soudan, Syrie, Tunisie, Yémen.
2. Population : 300 892 543 (2009)
Population urbanisée : 58 % (2009)

» Monde arabe «

3. Macroéconomie :
PIB (nominal) : 1 062 418 867 027 dollars (2009)
PIB par habitant : 3 597 dollars (2009)
Chômage : 10,3 % (2010)
4. Politique : L'instabilité politique, les luttes ethniques et raciales, ainsi que l'inégalité sociale sont des traits distinctifs de cette région dont le principal élément unificateur est la langue arabe.
5. Taux de pénétration téléphonie mobile : 79,4 % (2010)
Taux de pénétration internet : 24,9 % (2010)
6. Alphabétisation : 74 % (2008)
7. Industrie éditoriale : L'industrie éditoriale arabe est confrontée à des problèmes d'infrastructures, en particulier en ce qui concerne la distribution. Les tirages dépassent rarement les 2 000 exemplaires. En plus du manque de pouvoir d'achat et de l'analphabétisme, la censure et le piratage constituent pour elle d'autres difficultés. Selon l'UNESCO, ce sont chaque année aux alentours de 30 000 titres qui sont publiés, même si d'autres chiffres font état de 60 000 nouvelles œuvres par an. Il n'existe ni politique de fixation des prix, ni standards de registres de bases de données (ISBN, catalogage). C'est probablement pour cela que les statistiques solides n'abondent pas au sujet de l'industrie éditoriale arabe. En termes de production, les pays leaders sont le Liban et l'Égypte, qui ont respectivement édité 3 300 et 2 310 nouveaux titres en 2008.

Sources : [Banque mondiale](#) ; [Laborsta](#) ; [International Telecommunication Union](#) ; [Salon international du livre d'Abu Dhabi](#).

Première approche : les sites de vente en ligne

Dans le monde arabe, on rencontre tout d'abord quelques sites de vente en ligne importants qui commercialisent des livres imprimés. L'un d'entre eux est sans conteste [NWF](#) (Neelwafurat). Le nom que s'est choisi l'entreprise reflète son intention de rivaliser avec Amazon : de la même manière que la célèbre marque nord-américaine évoque le fleuve sud-américain, Neelwafurat renvoie au Nil et à l'Euphrate. NWF a été fondé en 1998 à Beyrouth ; elle n'a à ce jour mené aucune incursion dans le commerce de l'e-book.

D'autres plate-formes, elles, ont commencé. Le portail [Arabic eBook](#) a joué les précurseurs. Il a été présenté en 2002 comme une nouvelle entité commerciale de la compagnie de services informatiques [Integrated](#)

» Monde arabe «

À la question de savoir si on pourrait développer un e-reader dans un pays comme l'Égypte, en l'adaptant aux besoins et aux attentes des lecteurs locaux, R. Habeeb répond sans trop se faire d'illusion :

“ Je pense être une personne plutôt positive, et je crois que tout est possible ; j'hésiterais donc à répondre “non”. Mais au fond, je ne crois pas que ce soit tellement possible... non. Quoique s'il y a cinq ans quelqu'un m'avait demandé si je pensais qu'en Égypte les gens auraient un jour du plaisir à manger des sushis, j'aurais ri, considérant l'idée invraisemblable. Et pourtant, le sushi est actuellement la nourriture la plus populaire de mon pays. Tout peut donc arriver. Mais pour les e-readers, pardon, mais je n'y crois pas !

Paiements électroniques : entre web et téléphones portables

Une autre caractéristique qui trace une ligne de partage entre le monde arabe et les pays du Nord, est la faible prédisposition des internautes de cette région pour réaliser des achats en ligne ¹⁰⁸, ce qui explique sans doute pourquoi aucun des sites de vente en ligne orientés vers les utilisateurs de PC du marché intérieur n'a connu un franc succès. Ramy Habeeb en parle sans ambages :

“ Malheureusement, en termes généraux, on n'est pas habitué dans cette région à acheter quoi que ce soit via le web. Online est devenu synonyme de gratuit – les gens ne sont tout simplement pas prêts à payer pour des contenus. Ce phénomène varie d'un pays à l'autre, il faut donc en réalité se garder de généraliser. Les pays du Golfe, comme l'Arabie Saoudite, le Koweït, le Qatar, les Émirats arabes et le Bahreïn ont plus tendance à acheter en ligne. Mais si l'on observe le Levant, l'Égypte, la Jordanie et le Liban, difficilement on y achète quelque chose en ligne.

108 Une étude récente révèle que seulement 32 % des habitants du monde arabe ont l'habitude d'acheter des produits et des services *via* Internet, contre 62 % au Royaume-Uni. Presque la moitié des personnes interviewées venaient des pays du Golfe – disposant donc d'un meilleur pouvoir d'achat –, et très peu du Maghreb (13 %) ou du Levant (7 %), où les habitudes de consommation numérique tendent à être encore plus limitées. Cf. [“Media consumption & habits of MENA Internet users”](#), Effective Measure-Spot On PR, septembre 2010.

» Monde arabe «

*Quant à la Syrie, zéro (...). Mon intuition me dit que cela est dû au peu d'habitude qu'ont les gens de payer par carte sur Internet*¹⁰⁹.

Comme en Afrique subsaharienne, dans le monde arabe, ce sont les téléphones mobiles, plus que le web, qui peuvent devenir les véritables protagonistes du commerce électronique. Parmi les compagnies de télécommunication locales qui ont déjà parié sur le système de paiements par téléphones portables, mentionnons [Etisalat](#) et [Zain](#). La première, basée dans les Émirats arabes unis, propose un service de transfert d'argent par téléphone qui, selon le portail de la compagnie, s'inscrit dans une vaste stratégie de m-commerce¹¹⁰. Zain, apparue au Koweït en 1983, est aujourd'hui présente dans 7 pays de la région. En janvier 2011, elle a présenté en Jordanie sa plate-forme de porte-monnaie mobile¹¹¹.

Les systèmes de paiement par le biais du téléphone portable vont à coup sûr continuer de s'étendre dans tout le monde arabe et joueront un rôle crucial pour la viabilité économique de nombreux projets d'édition numérique.

Les téléphones portables : une plate-forme éditoriale

Ici, nous pourrions encore faire référence à Kotobarabia qui, cherchant à se diversifier et à pourvoir le marché intérieur, a consacré ses efforts à distribuer des e-books par le biais de l'infrastructure de la téléphonie mobile¹¹². Pour y arriver, en 2009, le portail s'est associé à [Sarmady](#), la filiale numérique de Vodafone en Égypte.

La compagnie autrichienne [Blackbetty Mobilemedia](#), spécialisée dans le software de lecture pour téléphones mobiles, a également mené ses propres incursions sur le terrain. Jörg Hotter, le PDG de Blackbetty, considère que la prochaine étape pour l'édition numérique dans le monde arabe – comme en Afrique subsaharienne – se jouera sur les mi-

xxxxxxxxxxxxxxxx

¹⁰⁹ Décembre 2010, auparavant cité.

¹¹⁰ C'est-à-dire le commerce *via* les téléphones portables. Cf. "[Etisalat Mobile Money Transfer Service](#)", *Etisalat*.

¹¹¹ Cf. "[Mobile commerce comes to the Middle East: 'Zain E-mal' mobile wallet service is launched](#)", *Zain*, 30 janvier 2011.

¹¹² Selon les données publiées par l'[Autorité nationale de régulation des télécommunications](#), le taux de pénétration des téléphones portables en Égypte a atteint 72 % en 2010. Cf. "[Egypt reaches 72 per cent mobile penetration](#)", *Commdot*, 9 avril 2010. Le taux de pénétration internet, en revanche, dépasse à peine les 20 %. Cf. "[Africa](#)", *Internet World Stats*, données datant de février 2010.

» Monde arabe «

“ *Le téléphone mobile – rapidement développé, léger, souple d'utilisation, pas cher – a fait que toute la population s'est équipée. Cela a généré de nouveaux modes de communication très diversifiés (de la communication amoureuse à la discussion professionnelle, du lien familial à l'appel amical). Les gens (les jeunes surtout) se sont libérés du collectif pour avoir pour la première fois une sphère privée (dans un foyer, il y a une seule télévision regardée en famille, un seul téléphone fixe, etc.). Pour l'édition numérique, il est clair que le retard en équipements (ordinateurs portables, tablettes) mettra du temps à être rattrapé. Les solutions soft (faciles d'utilisation, pas chères) seront privilégiées : les jeunes sont accrochés à leurs portables* ¹¹⁷.

Des écueils pour l'édition papier : distribution inefficace et censure

Et pendant qu'on mène toutes ces tentatives dans le domaine du numérique, que se passe-t-il du côté de l'édition traditionnelle ? Ce qui est sûr, c'est que dans le monde arabe, le secteur du livre est confronté depuis des décennies à de sérieux écueils. Le principal problème réside dans l'absence d'un système de distribution uniforme. Pire, il n'existe pas de base de données qui réunisse résumés, informations concernant les auteurs, numéros ISBN, prix, disponibilités, entre autres renseignements de base. Comme l'expliquent Jan-C. Eschweiler et A. Goehler ¹¹⁸, les éditeurs rencontrent toujours des difficultés au moment d'organiser la facturation et l'envoi des livres. Pour les lecteurs, les salons constituent l'une des rares occasions de profiter d'une offre un peu plus variée. Dans une enquête envoyée récemment à 600 éditeurs arabes, A. Goehler a découvert que seulement 2 % des professionnels interviewés étaient satisfaits de leur distribution ¹¹⁹.

En 2005, Kotobarabia, réalisant sa propre étude de marché sur le livre papier en Égypte, avait anticipé ce diagnostic. L'entreprise avait analysé la portée de la distribution de 150 titres traitant de différentes thé-

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹¹⁷ Entretien, janvier 2011.

¹¹⁸ “Book Distribution in the Arab World”, in *Publishing research quarterly*, Heidelberg, Springer, 2010, vol. 26, n° 3, p. 193-201.

¹¹⁹ Cf. Nawotka, Edward : [“Abu Dhabi Launches Pan-Arab Book Distribution Company”](#), *Publishing Perspectives*, 3 mars 2010.

Le numérique : une opportunité

Comme nous l'avons suggéré lors de notre étude de la situation en Afrique subsaharienne, nous pensons que les principaux problèmes auxquels est confrontée l'édition dans le monde arabe – dans ce cas, l'inefficacité de la distribution analogique et la censure – peuvent être résolus, ou du moins atténués grâce à une incorporation de technologie numérique.

En ce qui concerne les difficultés de distribution, il est clair que le numérique permet d'assurer une offre potentiellement illimitée. Comme l'observe Sofiane Hadjadj, une fois que les fichiers sont produits et téléchargés sur une plate-forme, ils se trouvent à la disposition de n'importe quel utilisateur dans le monde entier – d'un simple clic de souris. Il existe évidemment des problèmes de paiement, de promotion, etc., mais – ajoute S. Hadjadj – c'est une autre question. Le plus important est que le livre soit disponible ¹²².

Au sujet maintenant des entraves de la censure, certains éditeurs font confiance au numérique pour fournir des outils qui les contourneront. L'offre électronique, illimitée et d'accès facile, contraste en effet avec le livre imprimé, objet de toutes les restrictions et contraint à se conformer aux desseins de la bureaucratie ¹²³. Le numérique serait ainsi toujours plus flexible que le livre ou la revue papier, même s'il est vrai que les gouvernements ont aussi appris à intervenir sur la Toile : les plate-formes de téléchargement peuvent finir par être bloquées, les sites des maisons d'édition, piratés. À la suite des manifestations qui ont éclaté en janvier 2011 en Égypte, de faux comptes Facebook ont fait leur apparition, ainsi que des *posts* agressifs, ou des commentaires qui contaminent les forums ¹²⁴. Quoi qu'il en soit, les blogs et les autres modes d'expression numériques ont pris un tel essor dans le monde arabe qu'il ne sera pas facile de leur appliquer en bloc une censure efficace. Une étude récente du [Centre Berkman de Harvard](#) établit par exemple que dans la blogosphère régionale abondent les discussions portant sur la politique locale et la religion. La puissance du numérique fait donc reculer deux des trois

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹²² Janvier 2011, auparavant cité.

¹²³ Il y a d'innombrables exemples de livres interdits qui aboutissent sur Internet pour être téléchargés librement. Cf. Daragahi, Borzou : ["In Jordan, a bookstore devoted to forbidden titles"](#), *Los Angeles Times*, 15 novembre 2010.

¹²⁴ Pour une description détaillée des différentes modalités de censure numérique appliquée par les gouvernements de la région, cf. : ["Middle East and North Africa"](#), *OpenNet Initiative*.

» Monde arabe «

blissent des contacts avec le secteur éditorial, ces ressources humaines pourront accélérer le développement des différents projets de publications électroniques, et ce, pour n'importe lequel des supports existants : écrans d'ordinateur, e-readers, tablettes et téléphones portables.

Les tendances possibles

Dans le monde arabe, on peut actuellement identifier différentes forces dont l'effet sera probablement considérable sur l'édition future :

1. Les événements politiques que connaissent ces derniers temps l'Égypte, le Yémen, la Tunisie, la Libye et la Syrie, entre autres, ont déjà altéré les structures de pouvoir de ces pays, ce qui va entraîner des modifications dans la manière d'exercer le contrôle et la censure.
2. Les jeunes générations, avides de contenus allant au-delà de la réalité à laquelle leurs parents étaient habitués, vont probablement se tourner de plus en plus vers les blogs et autres médias sociaux numériques.
3. Confrontée à des demandes nouvelles, l'édition analogique montrera de plus en plus ses faiblesses intrinsèques et ses limitations.
4. Les maisons d'édition auront de bonnes opportunités pour entamer leur reconversion vers l'ère électronique, mais il faudra pour cela qu'elles fassent un gros effort d'expérimentation avec différents outils, formats et supports.
5. L'impression à la demande, du moins à court et moyen termes, pourra jouer un rôle fondamental.



RUSSIE

Présentation



Selon ce que l'on peut déduire des données concernant le secteur, l'industrie éditoriale est entrée depuis 2008 dans une phase délicate. Les projets d'édition électronique, en revanche, ne semblent pas être affectés de la même manière. Quoique peu d'informations parviennent jusqu'à l'Europe et les États-Unis à propos de l'édition numérique russe, des acteurs extraordinairement dynamiques sont apparus depuis quelques années. La Russie – un pays aux dimensions gigantesques qui connaît de sérieux problèmes de distribution analogique – dispose aujourd'hui de nombreuses plate-formes online et d'une solide industrie de hardware qui fabrique déjà de multiples e-readers nationaux. Ces deux piliers, ajoutés à l'État qui, en certaines occasions, déploie une grande capacité d'action, pourront convertir l'édition numérique russe en un acteur de toute première importance.

Fiche technique

1. Superficie : 17 075 400 km²
2. Population : 141 850 000 (2009)
Population urbanisée : 72,8 % (2009)
3. Langues : Il existe aux alentours de 160 groupes ethniques qui parlent une centaine de langues. Le russe est la seule langue officielle, mais

» Russie «

la Constitution concède aux républiques russes le droit de déclarer leurs langues maternelles co-officielles.

4. PIB : 1 230 725 856 403 dollars (2009)
PIB par habitant : 8 676 dollars (2009)
Chômage : 6,7 % (2010)
5. Politique et société : En 1991, après la chute de L'Union des républiques socialistes soviétiques, a été fondée la Fédération de Russie. Il s'agit d'une république semi-présidentielle : le président est le chef de l'État, et le Premier ministre, le chef du gouvernement. La Fédération se divise en 83 entités politico-administratives : 21 républiques dotées d'une constitution propre et d'une grande autonomie quant à la plupart des questions internes ; 9 *krais* (territoires) ; 46 *oblasts* (provinces) ; 4 districts autonomes, un *oblast* autonome et deux villes fédérales. La Fédération de Russie dispose d'une grande richesse en ressources naturelles ; elle jouit en outre d'une extraordinaire diversité culturelle. Les conflits ethniques constituent l'un de ses problèmes principaux.
6. Taux de pénétration internet : 42,8 % (2010)
Taux de pénétration téléphonie mobile : 147 % (2010)
7. Alphabétisation : 100 % (2008)
8. Industrie éditoriale : La Russie compte plus de 5 000 maisons d'édition et 3 000 librairies. En 2010 ont été publiés 121 738 titres, 4,6 % de moins qu'en 2009. Cette tendance à la baisse a été bien plus accentuée en 2009, année pour laquelle les ventes enregistrées se sont montées à 2,45 milliards de dollars – 20 % de moins qu'en 2008. L'un des principaux problèmes auquel est confrontée l'industrie du livre, c'est le piratage. D'autre part, il n'existe pas aujourd'hui de politique de prix fixe. La Russie exporte principalement ses livres vers les ex-républiques soviétiques, ainsi que vers l'Allemagne, l'Israël et les États-Unis. Les foires du livre sont une grande tradition en Russie, les principales manifestations étant le Salon international du livre de Moscou, le Salon du livre de Saint-Pétersbourg, et le Salon de la culture du livre de Krasnoïarsk.

Sources : [International Telecommunication Union](#) ; [Internet World Stats](#) ; [Banque mondiale](#) ; [Chambre du livre de Russie](#) ; [Laborsta](#).

Les sites de vente en ligne de copies individuelles

Une première approche permet de se rendre compte qu'il existe en Russie un nombre considérable de sites web consacrés à la vente de livres, tant sur support papier qu'au format électronique.

» Russie «

Fondée en 1998 à Saint-Petersbourg, la compagnie [Ozon](#) a commencé – à l’instar d’Amazon – par vendre des livres papier. Elle couvre actuellement une vaste palette de produits, du hardware à la musique, en passant par les produits de beauté et les bijoux ¹⁴⁰. Les utilisateurs – 4,2 millions de personnes enregistrées en août 2010 – peuvent choisir parmi 14 modes d’envoi et 18 formes de paiement : en liquide, par carte, en argent électronique – comme [Yandex](#) et [WebMoney](#) – ou encore par dépôt *via* le réseau de terminaux [Qiwi](#). Ozon a mené récemment ses premières incursions dans le domaine de la vente de livres électroniques et d’audiolivres téléchargeables, les prix, déterminés par l’éditeur (ou l’auteur) oscillant généralement entre 1 et 5 dollars. Les formats d’e-books les plus courants sont : ePub, PDF, DJV, RTF, DOC et FB2 ¹⁴¹. Le jour de l’ouverture du XXIIIe Salon du livre de Moscou, la compagnie a présenté son propre dispositif de lecture, l’Ozon Galaxy, développé en collaboration avec l’opérateur de télécommunications [MTS](#) ¹⁴². Cet e-reader de 6 pouces et écran tactile à encre électronique dispose d’une connectivité 3G et coûte 270 dollars.

[Biblion](#) est un autre site de vente en ligne généraliste. Née en 1999, cette plate-forme commercialise livres, e-books, audiolivres, jouets, software et musique. Son catalogue de livres papier montre une grande diversité, le fonds d’e-books étant quant à lui un peu limité.

Outre ces portails d’e-commerce, il existe de nombreux sites de vente en ligne purement numériques – des entreprises qui ne commercialisent que des contenus au format électronique. Nous présenterons maintenant quelques-uns des cas les plus remarquables.

[Salebook](#) – une initiative de la maison d’édition [Ravnovesie](#) – a été inauguré en février 2005. Ses publications électroniques peuvent se lire sur ordinateur grâce à un logiciel que la compagnie a elle-même développé. Ravnovesie compte déjà 14 années d’expérience sur le marché du livre multimédia ; depuis ses débuts comme éditeur de livres juridiques sur CD, elle a publié des centaines de titres, répartis entre une vingtaine de collections.

[EposBook](#) – propriété du groupe multimédia [AGM](#) – se présente depuis 2009 comme un site de vente en ligne de livres électroniques qui accorde une attention particulière à la relation avec l’utilisateur. Elle englobe une vaste palette de genres – des livres traitant de religion aux ro-

140 La vente de livres papier continue de représenter le noyau dur de son activité commerciale. En 2009, ce secteur a représenté 38 % des ventes (3 741 693 exemplaires). Cf. “[О компании](#)”, *Ozon.ru*.

141 FB2 est un format ouvert, basé sur XML. Il a été originellement développé en Russie.

142 Cf. “[Российские операторы сотовой связи будут продавать букридеры](#)”, *Pro-Books.ru – Book Business Online*, 6 juillet 2010.

Les sites de vente en ligne par abonnement

Outre les portails de vente de copies individuelles, la Russie compte avec de nombreux sites web dont le *business model* est basé sur le principe de l'abonnement.

Mentionnons tout d'abord [Bookmate](#), un club de lecture online : les utilisateurs peuvent lire des e-books en payant une cotisation mensuelle de 99 roubles – un peu plus de 3 dollars. Le site, développé par trois jeunes programmeurs et designers russes – Andrei Zotov, Egor Hmelev et Kirill Ten –, possède plus de 65 000 titres que l'on peut feuilleter sur différents dispositifs. Certaines œuvres sont en libre accès, pour stimuler la circulation sur le site – plus de 600 000 visiteurs par jour. Dans un entretien réalisé en octobre 2010, les créateurs du site expliquaient :

“ De manière générale, le livre est un format qui doit lutter pour retenir l'attention des utilisateurs. Aujourd'hui, la concurrence vient de Facebook, parmi bien d'autres canaux de communication. Pour entrer en compétition avec eux, l'accès à la lecture doit être très simple et posséder une interface moderne : je vois quelque chose, je le veux, j'appuie sur un bouton et je lis. Bookmate avance dans cette direction : offrir un accès plus facile aux livres et faire de la lecture une expérience plus distrayante et informative ¹⁴⁷.

De son côté, le portail [KnigaFund](#) – propriété de DDC, comme BestKniga – propose des textes en ligne depuis 2008. Avec plus de 2 000 titres ajoutés chaque mois au site, son catalogue dépasse les 50 000 œuvres, et inclut du matériel éducatif et scientifique, des manuels ainsi que des conférences. La plate-forme permet aux lecteurs d'insérer des notes en marge, d'utiliser des surligneurs et de sélectionner des extraits, entre autres possibilités. Le coût du service varie en fonction de la période d'abonnement : un abonnement annuel à n'importe laquelle des catégories – par exemple : Histoire, Sciences naturelles ou Philologie – coûte 175 dollars. Ce tarif s'applique à des utilisateurs individuels ; les associations peuvent obtenir d'autres tarifs ¹⁴⁸.

La notoriété de KnigaFund est telle qu'en 2009, le président Medvedev a demandé à diverses institutions du pays de s'abonner à ce système de bibliothèque virtuelle payante ¹⁴⁹.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹⁴⁷ Cf. “[Интервью с создателями Bookmate](#)”, Самиздал.

¹⁴⁸ Cf. “[Цены](#)”, [KnigaFund.ru](#).

¹⁴⁹ Cf. “[Assets](#)”, [ProfMedia](#).

Les distributeurs numériques

Les portails de vente au public sont approvisionnés par les éditeurs eux-mêmes ou par des distributeurs numériques. L'un des acteurs les plus célèbres sur le terrain de la distribution d'e-books en Russie est [Litres](#). Fondé en 2006 à partir de la fusion de différents portails, puis racheté par Eksmo, cet agrégateur et vendeur de livres électroniques a commencé avec à peine 90 titres et en compte aujourd'hui plus de 30 000, fournis par une cinquantaine de maisons d'édition basées dans tout le pays. Actuellement, la majorité des e-books commercialisés sur les sites russes proviennent de Litres. Selon les estimations de Sergey Anuriev, son directeur, la plate-forme contrôle presque 70 % du marché russe de l'e-book¹⁵⁰. Afin de donner une majeure expansion à ses activités, Litres a établi des alliances avec des fabricants d'e-readers, des imprimeries à la demande, et même des compagnies de téléphones portables. Anuriev considère que le *business model* le plus rentable pour le livre électronique est la vente de copies individuelles puisque – selon lui – le système d'abonnement ne fonctionne pas, même à l'étranger. Son entreprise lutte activement contre les reproductions illégales. Sa stratégie ne se limite pas à entamer des poursuites judiciaires, mais s'attache à développer un marché là où il n'y avait jusque-là que du piratage : il s'agit donc de convertir les sites non-autorisés en véritables sites de vente¹⁵¹. En novembre 2010, Litres a annoncé l'ouverture d'un concours annuel de littérature électronique, comportant 12 catégories élues par les lecteurs comme, entre autres : l'auteur le plus populaire, la découverte de l'année, le meilleur livre de fiction¹⁵².

Comme nous l'avons mentionné plus haut, la société Digital Distribution Center (DDC) est propriétaire des sites de vente en ligne BestKniga et KnigaFund. Créée en 2007, elle a pour objectif de devenir l'agrégateur leader dans le domaine éducatif et scientifique en Russie. En plus de vendre des copies individuelles et des abonnements par le biais de ses deux portails, DDC construit également des plate-formes personnalisées pour les institutions du pays. En 2009, la société a lancé [TatKnigaFund](#), la bibliothèque virtuelle de la République du Tatarstan. Le projet, supervisé par les autorités locales, compte déjà plus de 1 000 titres en langue tatare.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹⁵⁰ Cf. Kaplin, Roman : “Интервью журналу ‘Университетская книга’”, *ЛитРес*, et “Рынок конкурирует не ценой, а объёмом доступного контента”, *ibidem*.

¹⁵¹ *Ibidem*.

¹⁵² Sur [cette page](#), on trouve la liste de tous les gagnants.

Les bibliothèques virtuelles en libre accès

Outre ces sites de vente au détail et ces distributeurs commerciaux, on rencontre en Russie beaucoup de bibliothèques d'excellent niveau qui mettent à la disposition du public leur fonds au format numérique. Certaines sources affirment qu'il n'existe pas moins de 400 bibliothèques électroniques officielles en Russie, sans compter les portails gérés par des particuliers ¹⁵³. À ce stade de notre recherche, nous devons souligner les efforts de la [bibliothèque d'État russe](#) : cette institution – la plus grande dans son genre en Russie, et l'une des plus importantes du monde – dispose d'un dépôt numérique qui compte des centaines de milliers d'œuvres de tous genres, consultables sur le web et dans d'innombrables salles de lecture virtuelles. Son catalogue est essentiellement composé de thèses universitaires dont le nombre total dépasse les 600.000 documents ¹⁵⁴. En 2005, la bibliothèque a impulsé la création de l'[Association des bibliothèques électroniques](#), un organisme qui regroupe les principaux dépôts numériques du pays ¹⁵⁵.

Il ne fait aucun doute que, dans un pays caractérisé par l'immensité géographique, ces plate-formes virtuelles s'avéreront indispensables à l'avenir. Comme il est dit sur le site de la bibliothèque d'État :

“ Grâce à l'accès aux collections électroniques, nous offrons plus d'opportunités pour s'éduquer, non seulement aux habitants des grandes métropoles, mais à tous les Russes désireux d'apprendre.

E-readers et autres dispositifs locaux

Si, comme nous venons de le voir, l'activité du côté des plate-formes en ligne est considérable – sites, distributeurs et bibliothèques –, il faut reconnaître que celle de l'industrie du hardware est encore plus vigoureuse. En plus de l'Ozon Galaxy ou de la iChitalka, auparavant mention-

153 Cf. [“Russian president says reading should be encouraged in all forms”](#), *RIA Novosti*, 22 avril 2010.

154 Il faut signaler que la numérisation des contenus académiques fait l'objet d'une politique d'État – le président Medvedev lui-même a récemment souligné la nécessité de disposer d'une base de données centralisée regroupant toutes les thèses du pays. Cf. [“Диссертации РГБ в сети Интернет”](#), *Российская государственная библиотека*.

155 Cf. [“Государственные организации”](#), *Российская ассоциация электронных библиотек*.

» Russie «

nifestation qui a permis à des dizaines de compagnies – surtout des fabricants d'appareils et des entreprises de software – de présenter leurs produits et leurs services. Leonid Shakhmundes, le directeur de l'American Technology Print Center – l'une des instances organisatrices – a affirmé :

“ *Les fournisseurs du monde de l'impression ont besoin de formation continue et de forums comme celui-ci pour mieux comprendre quelles sont les options disponibles et comment ils peuvent les utiliser avec succès dans leurs affaires* ¹⁵⁸.

Le réseau actuel d'impression POD a déjà permis que surgissent des portails d'autoédition comme [Samizdal](#), [Book4Baby](#) et [Book4Family](#), tous appartenant à [Webov and Knigin](#), un éditeur numérique indépendant qui vise la niche des publications personnalisées. Sous le slogan « La technologie moderne au service de la littérature », Samizdal propose aux auteurs la possibilité de publier et de distribuer leurs livres *via* le web, au format impression à la demande. Le portail réalise également des travaux de mise en page, de correction et d'édition d'images. Book4Baby, de son côté, se centre sur les titres éducatifs et de développement de l'enfant. Enfin, Book4Family est orienté vers le marché des livres à offrir et des livres souvenirs.

Outre le modèle B2C qui caractérise les sites d'autoédition, on rencontre également des commerces B2B, c'est-à-dire des portails qui proposent leurs services d'impression POD à d'autres entreprises, concrètement à des maisons d'édition. [Kniga Po Trebovaniyu](#) (Livre à la demande) en est un exemple représentatif. Ce portail travaille avec plus de 200 éditeurs. Les livres de Kniga Po Trebovaniyu sont imprimés à la demande ; on les trouve sur des sites locaux comme Ozon ou Biblion, mais aussi sur des sites internationaux comme Amazon, Barnes&Noble, Blackwell et Adlibris. Kniga Po Trebovaniyu est aujourd'hui sur le point d'installer des dizaines de terminaux d'impression à la demande dans des librairies physiques de différentes villes de Russie, une initiative qui permettra aux lecteurs d'agglomérations isolées d'accéder à un catalogue d'environ 300 000 œuvres dans une cinquantaine de langues ¹⁵⁹. Yevgeniy Khata, le directeur de la compagnie, reconnaît que, pour le moment, la présence de l'impression numérique dans l'industrie du livre russe est secondaire, mais il remarque que la responsabilité de ce retard est sans doute plus imputable aux maisons d'édition qu'aux entreprises de technologie ¹⁶⁰.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹⁵⁸ Cf. [ON DEMAND Russia 2010 A Success for Attendees & Exhibitors](#).

¹⁵⁹ Cf. “[Тираж не имеет значения](#)”, [Region-perm.ru](#), 29 septembre 2010.

¹⁶⁰ Selon ses estimations, l'impression POD ne dépasse pas 0,2 % du total du marché. Cf. Kozlov, Vladimir : “[Buddy, can you spare a book?](#)”, [The Moscow News](#), 25 novembre 2010.

» Russie «

“ Je considère qu'un changement de comportement majeur aura lieu lorsque Apple ou Amazon entreront sur le marché russe. Actuellement, je vois des gens acheter des applications pour l'iPhone ou l'iPad seulement parce que le procédé de vente est simple et rapide. Lorsque acheter des e-books sera aussi simple, nous observerons de grandes transformations. Malheureusement, il est aujourd'hui beaucoup plus facile d'obtenir un livre piraté – il suffit pour cela de chercher le titre sur Google et de choisir parmi l'un des multiples résultats – que d'acheter un fichier légal ¹⁶³.

Les créateurs de Bookmate interviennent eux aussi dans le débat et proposent une explication alternative. Ils pensent eux aussi qu'il existe un cercle vicieux, mais le situent du côté des éditeurs plutôt que du côté des lecteurs :

“ Le marché du livre papier donne l'impression d'être très important, mais personne n'a les droits pour le numérique. L'intérêt du public pour les e-books est énorme et grandit de jour en jour. Pourtant, les éditeurs ne manifestent pas d'intérêt, peut-être parce qu'il n'y a pas encore de marché. Et il n'y a pas de marché parce que les éditeurs ne manifestent pas d'intérêt... Il ne va pas être facile de faire évoluer cette situation. Et c'est encore pire en ce qui concerne les œuvres traduites, parce que les auteurs occidentaux ne misent absolument pas sur ce marché – la Russie leur fait peur ¹⁶⁴.

Confirmant cette perspective, Mikhail Ivanov, qui fait lui aussi partie de la maison d'édition Mann, Ivanov et Ferber, commente :

“ Nous avons assigné des fonds à la publication d'e-books, mais ce secteur ne représente que 1 % de nos recettes, et nous n'avons pas beaucoup de temps à lui consacrer. De fait, le secteur numérique présente des complications supplémentaires comme la nécessité de signer un contrat ad hoc, faisant référence aux droits électroniques ¹⁶⁵.

xxxxxxxxxxxxxxxx

¹⁶³ Entretien, janvier 2011.

¹⁶⁴ Cf. *supra*.

¹⁶⁵ Cf. [“Больше не горят”](#), Секрет фирмы n° 8 (300), 9 août 2010.

Les avantages, malgré tout, du numérique

La technologie et le réseau internet progressent en Russie à une vitesse qui semble dépasser les possibilités des éditeurs traditionnels. Il est clair cependant que, dans ce pays, le numérique pourra représenter un saut qualitatif considérable en ce qui concerne la distribution de contenus écrits.

L'édition russe est confrontée depuis toujours à un obstacle évident : la difficulté de distribuer des livres papier sur un territoire géographiquement trop vaste. L'écrivain Andreï Guelassimov décrit le phénomène à partir de sa propre expérience :

“ Lorsque j’ai écrit mon roman *La Soif*, je vivais en Sibérie. À cette époque, je n’avais aucun moyen de le publier. La maison d’édition la plus proche se trouvait à des milliers de kilomètres ! J’ai donc mis le manuscrit en accès libre sur Internet. Ensuite, lorsque le roman a été publié sur papier, les éditeurs ont voulu le retirer du web. Mais j’ai reçu d’innombrables lettres de lecteurs qui vivaient dans des régions éloignées et me suppliaient de ne pas retirer le livre du web, parce que c’était l’unique accès dont ils disposaient. Notre pays est gigantesque ; il est difficile et onéreux de transporter les marchandises. À Vladivostok ou à Magadan, on ne peut pas trouver mon livre ¹⁶⁶.

Dans ces conditions, des options comme les sites de vente en ligne, les bibliothèques virtuelles et même l’impression à la demande semblent presque obligatoires. Ces technologies constituent en effet l’unique manière de parvenir à ce qu’un habitant de Sibérie accède à des catalogues raisonnablement similaires à ceux auquel accède son concitoyen de Moscou et, surtout, qu’il y ait un critère d’égalité quant au prix qu’ils paient l’un et l’autre.

D’autre part, les éditeurs et les auteurs qui ont subi des persécutions et ont été victimes de la censure pour avoir publié des textes sur des thématiques sensibles ne constituent pas des cas isolés. Le label Ad Marginem, par exemple, a reçu des pressions directes au sujet d’un roman de Bajan Shiryanov qui traitait de drogues, ainsi que d’une autre œuvre satirique de Vladimir Sorokin qui caricaturait les figures de Staline et Khrouchtchev. Dans le premier cas, la totalité des tirages a été confisquée ; dans le deuxième, Alexander Ivanov – le directeur de la maison

166 Cf. Cano, Amélie : « [Le boom de l’édition numérique en Russie](#) », *TV5Monde*, 27 mai 2010.

» Russie «

d'édition – a été condamné à deux ans de prison ¹⁶⁷. Comme nous l'avons suggéré dans notre étude concernant l'édition dans le monde arabe, le numérique peut s'avérer être, aussi en Russie, un mode de publication plus libre. Bien sûr, la censure est également présente sur le Net, mais elle tend à être beaucoup moins efficace – en tout cas pour le moment. Une autre raison, du coup, pour que les éditeurs russes explorent la voie électronique.

Quoi qu'il en soit, il sera fondamental que les éditeurs locaux accélèrent leur exploration du domaine numérique, un domaine qui ne constitue déjà plus une simple option, mais se présente comme une mutation irréversible. Ce sont les maisons d'édition les plus établies qui auront probablement les plus grandes difficultés à s'adapter, du fait de la structure même du commerce qu'elles ont exercé au cours des dernières décennies. Les entreprises plus récentes ou plus petites, en revanche, pourront peut-être mettre en route des expérimentations fructueuses, à condition d'entrer en relation avec les acteurs qui ont surgi au cours des dernières années – commerces virtuels, distributeurs numériques, bibliothèques en ligne, entreprises de hardware et imprimeries à la demande. Si ce *networking* professionnel n'a pas lieu, les plate-formes et les dispositifs disposeront difficilement de textes locaux en quantité suffisante, et les seules perspectives qui s'ouvriront seront alors le piratage ou le débarquement irrépressible de systèmes fermés en provenance des États-Unis – avec leurs e-readers et leurs propres contenus. Pour accélérer la formation d'un "écosystème" numérique local, la voie la plus directe sera de mettre en relation ces nouveaux acteurs avec les producteurs de contenus – auteurs et éditeurs –, par le biais de toutes les activités possibles – conférences, séminaires de formation et workshops. En ce sens, l'exposition Knigabait 2010, qui a réuni de nombreux entrepreneurs numériques au cours du Salon du livre de Moscou, a constitué une avancée positive. Contrastant avec les pays examinés jusqu'ici, la Russie ne manque ni d'infrastructures ni de capitaux. Les éléments nécessaires pour effectuer le grand saut électronique semblent donc réunis : il ne manque que l'étincelle qui les mettra en contact et activera leur immense potentiel.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹⁶⁷ Cf. Kalder, Daniel : "[Notes from the Underground: Indie Publishing in Putin's Russia](#)", *Publishing Perspectives*, 16 mars 2010.

INDE

Présentation



L'Inde dispose d'un extraordinaire capital humain en ce qui concerne les développements informatiques. Cela a rendu possible la conformation d'une vigoureuse industrie de services éditoriaux et de plate-formes en ligne capables de concurrencer, en variété et en dynamisme, jusqu'aux géants nord-américains. Parmi les maisons d'édition traditionnelles, le numérique est souvent perçu comme une opportunité intéressante, quoique non dénuée de grandes difficultés : le piratage, l'absence de business models définis, et les limitations au moment d'élaborer une marque sont quelques-uns des problèmes qu'il reste encore à affronter. Si les entrepreneurs indiens parvenaient à trouver les outils et le marché adéquats, ce pays pourrait devenir un leader global de l'édition électronique.

Fiche technique

1. Superficie : 3 287 595 km²
2. Population : 1 155 347 678 (2009)
Population urbanisée : 66,9 % (2009)
3. Langue : L'hindi est la langue officielle au niveau national. Chaque État et territoire de la nation indienne a ses propres langues officielles. La Constitution reconnaît 22 langues.
4. PIB : 1 310 170 521 447 dollars (2009)

» Inde «

- PIB par habitant : 1 134 dollars (2009)
5. Politique et société : Partant d'une longue tradition de colonialisme et de luttes internes, l'Inde a mis en œuvre des réformes soutenues au niveau politique et économique pour devenir un pays doté de grandes perspectives de développement. En ce qui concerne son système de gouvernement, l'Inde est une république fédérale de système parlementaire. Le président constitue la plus haute autorité du pouvoir exécutif et exerce sa charge pour une durée de cinq années.
 6. Taux de pénétration téléphonie mobile : 66,16 % (2010)
Taux de pénétration internet : 6,9 % (2010)
 7. Alphabétisation : 63 % (2006)
 8. Industrie éditoriale : Il existe en Inde environ 16 000 maisons d'édition qui publient dans de nombreuses langues, 45 % des 60 000 titres que le pays produit chaque année s'éditant cependant en anglais. De fait, l'Inde est le troisième pays quant à l'édition de livres en anglais, après les États-Unis et l'Angleterre. Les principaux canaux de distribution sont les éditeurs, les librairies, les représentants commerciaux – qui visitent institutions, écoles et ONG – les salons et, dans une moindre mesure, le web.

Sources: [Banque mondiale](#); [Service des télécommunications du gouvernement indien](#); [Internet World Stats – India](#); [Telecom Regulatory Authority of India](#); [Salon du livre de Francfort](#).

L'Inde, un prestataire global de services IT

Pour étudier les expériences menées dans le domaine du livre numérique en Inde, il faut commencer par se remémorer l'importance acquise dans ce pays par les services de Technologies de l'Information (IT). Selon l'[Association nationale des compagnies de software et de services](#) (NASSCOM), le secteur IT représente 6,4 % du PIB et 26 % des exportations¹⁷⁰. La croissance accélérée de centaines d'entreprises basées à Bangalore – surnommée la « Silicon Valley indienne » –, Chennai, Hyderabad ou Pune est une manifestation de ce même phénomène.

Avec ses 500 000 nouveaux ingénieurs diplômés chaque année¹⁷¹, le rôle de premier plan que joue l'Inde dans les services IT est, dans

xxxxxxxxxxxxxxxx

¹⁷⁰ Cf. NASSCOM Strategic Review : [The IT-BPO Sector in India](#), 2011.

¹⁷¹ Cf. ["What NASSCOM should do to nurture the next-generation of Indian entrepreneurs"](#), NASSCOM, 14 décembre 2010.

» Inde «

pagne a inauguré en mai 2010 son service [InDigi](#), une plate-forme qui permet aux auteurs et aux éditeurs de télécharger leurs œuvres et de les commercialiser par le biais du portail e-books d'Infibeam ¹⁹⁰. Ainsi, aujourd'hui, on trouve déjà des textes en provenance de maisons d'édition locales à des prix beaucoup plus compétitifs –certains coûtent à peine 1 dollar.

En plus des e-books acquis par le biais d'Infibeam, Pi permet à l'utilisateur de lire ses documents personnels, sans obstacles techniques ni coût supplémentaire. C'est l'une des raisons pour lesquelles S. Oswal insiste sur l'impact qu'un dispositif comme Pi pourrait avoir dans les écoles indiennes :

“ Grâce à sa batterie dont l'autonomie dépasse une semaine, un Pi peut être partagé entre quatre ou cinq élèves. Cela s'avère particulièrement efficace en zone rurale, où les ressources et l'électricité sont réduites ¹⁹¹.

Il est difficile de ne pas rapprocher ces réflexions des essais d'implantation de Kindles au Ghana que [nous avons décrits dans la section consacrée à l'Afrique subsaharienne](#). Ceci étant, il faut admettre que dans le cas du dispositif Pi, c'est une compagnie locale, complètement imprégnée des problématiques concrètes du pays, qui mène à bien le projet. Finalement, des entreprises natives peuvent donc prévaloir là où Amazon et d'autres sociétés du Nord ont échoué. De fait, Amazon aurait toutes les peines du monde à concevoir autant de Kindles qu'il y a de zones idiomatiques en Inde ; il lui serait encore plus difficile de réduire les coûts d'envoi de manière à ce que son dispositif soit capable d'entrer en concurrence avec ceux qui ont été conçus *in situ*. Ici, la question est de savoir qui va imposer le standard de hardware, pour ensuite retenir la commercialisation des contenus. Amazon l'a parfaitement compris, et a donc abaissé le prix du Kindle à un niveau proche du coût de fabrication ¹⁹². Car l'entreprise qui imposera son standard aura plus de chances d'obtenir, non seulement le contrôle du marché B2C, mais aussi la première place au moment d'appels d'offres publics. En effet, l'État indien a approuvé en janvier 2010 un plan de réduction de la fracture numérique dans diverses écoles du pays, accompagné d'un investissement en software, hardware et contenus électroniques qui dépasse 1,5 milliard de dollars : ce chiffre donne une idée

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹⁹⁰ Cf. [“Infibeam.com Extends eBooks Platform with Digitization, Distribution and Print On Demand”](#), *India PR Line*, 5 juillet 2010.

¹⁹¹ Cf. Chaturvedi, Pooja : *op. cit.*

¹⁹² Cf. Gallagher, Dan : [“Does Amazon Make Money on the Kindle?”](#), *Digits. The Wall Street Journal Blogs*, 28 janvier 2011.

» Inde «

précise de ce qui est jeu ici ¹⁹³. Consciente de la course qui se livre actuellement pour le contrôle du hardware et des contenus, Infibeam – qui a déjà commencé à travailler avec des institutions éducatives indiennes ¹⁹⁴ – a présenté en juillet 2010 sa propre tablette utilisant le système opératif Android – nommée [Phi](#) – pour concurrencer l'iPad ; quelques mois plus tard, elle a introduit sur le marché la deuxième version de l'e-reader Pi, dotée maintenant d'une connectivité wifi et de plus de mémoire, entre autres améliorations par rapport au premier modèle ¹⁹⁵.

Outre Infibeam, on trouve en Inde un autre projet intéressant associant plate-forme en ligne et dispositif de lecture : [DC Books](#) / [EC Media](#). Vers 1974, l'écrivain et activiste kéralais Dominic Chacko Kizhakemuri – surnommé « DC » – inaugurait la librairie DC Books. Avec le temps, la compagnie allait se transformer en un formidable consortium – [DC Group](#) –, développant des activités aussi variées que l'édition, l'informatique, la radio et même l'hôtellerie. DC Books dispose aujourd'hui d'un catalogue d'environ 10 000 titres, essentiellement en langue malayalam ; la maison d'édition a publié plusieurs livres de Vargas Llosa, ainsi que la saga de *Harry Potter* dans cette langue. L'information importante, c'est que le groupe détient 60 % d'EC Media ¹⁹⁶, une entreprise fondée en 2009 à Bangalore et dont l'objectif explicite est de distribuer sur le marché indien des e-readers et des contenus à des prix accessibles, aussi bien en anglais que dans les langues régionales ¹⁹⁷. Le portail d'EC souhaite la bienvenue aux utilisateurs avec cette citation de l'écrivain nord-américain Ralph Lombreglia :

“ *L'authentique réponse artistique à la technologie numérique, c'est de l'adopter comme une nouvelle fenêtre donnant sur l'éternellement humain, et de l'utiliser avec passion, sagesse, sérénité et joie.* ”

En août 2010, EC Media a présenté le [Wink](#), un e-reader à encre électronique, doté d'un clavier analogique et d'une interface préparée pour fonctionner en anglais et dans 15 autres langues parlées en Inde ¹⁹⁸. Le modèle standard de 6 pouces coûtait en février 2011 environ 200 dollars, alors que la version XLite de 5 pouces, lancée en décembre 2010, se ven-

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

¹⁹³ Cf. Sibal, Kapil : “[1 lakh govt schools to go 'smart'](#)”, *The Times of India*, 10 janvier 2010.

¹⁹⁴ Cf. Chaturvedi, Pooja : *op. cit.*

¹⁹⁵ Cf. “[Infibeam Announces Pi2 – An Upgraded Version of Pi with Touch and Connectivity](#)”, *Infibeam*, 20 janvier 2011.

¹⁹⁶ Cf. Lison, Joseph : “[Two Indian e-readers set to hit market](#)”, *Livemint*, 1er février 2010.

¹⁹⁷ Cf. “[About EC Media](#)”, *EC Media*.

¹⁹⁸ Le nom Wink vient de “without ink” – “sans encre”.

» Inde «

dait à 180 dollars. La stratégie d'EC Media a été de construire un véritable écosystème autour du dispositif. Pour commencer, les utilisateurs peuvent trouver dans le [WinkStore](#) plus de 200 000 e-books et revues numériques, aux formats ePub et PDF, avec DRM. Certaines de ces publications peuvent être téléchargées gratuitement, alors que d'autres peuvent coûter jusqu'à plus de 200 dollars¹⁹⁹. Le site de vente en ligne dispose déjà de titres en hindi²⁰⁰, marathi²⁰¹, malayalam²⁰² et kannada²⁰³, entre autres langues. Selon les termes de Ravi DC –directeur général d'EC Media :

“ *Avec son riche héritage culturel, l'Inde compte une pléthore de langues, de telle sorte qu'il était essentiel que nous introduisions un produit qui bénéficie à cet héritage ainsi qu'à l'histoire et à la littérature de notre pays, aussi vastes l'une que l'autre. Notre idée est de développer des contenus nationaux et internationaux, incluant des versions numériques d'œuvres imprimées qui, à ce jour, circulaient peu ou étaient épuisées*²⁰⁴.

À moyen terme, EC Media projette d'édifier cinq autres grands piliers autour du Wink : WinkWire –un périodique électronique personnalisable– ; Winkeractive –un réseau social de recommandations de livres– ; WinkPublish –une nouvelle maison d'édition qui publiera environ 10 titres par mois– ; MagsonWink –une application pour dispositifs mobiles– ; et My Wink, My Words –un concours littéraire pour jeunes auteurs²⁰⁵. Les directeurs d'EC Media sont pleinement conscients qu'ils ne peuvent baser leur commerce sur la seule vente de dispositifs. Pradeep Palazhi, le directeur exécutif de l'entreprise, explique :

“ *Le contenu est roi. Une compagnie dont les revenus gravitent exclusivement autour du dispositif n'est pas viable. Seuls prospéreront les business models qui fonctionnent à partir des contenus, des communautés de clients et de la valeur ajoutée*²⁰⁶.

199 Cf. [Medicine, Magic and Religion: The FitzPatrick Lectures delivered before The Royal College of Physicians in London in 1915-1916](#), sur [Wink Store](#). Curieusement, il y a dans le Wink Store bon nombre de titres en double, commercialisés à des prix différents. Le lecteur peut trouver une version de l'œuvre de W. H. R. Rivers que nous venons de citer pour seulement 14 dollars. Cf. [Medicine, Magic and Religion](#), sur [Wink Store](#).

200 Cf. [Bansuri Samrat Hariprasad Chaurasia](#), sur [Wink Store](#).

201 Cf. [Truth About Making Smart Decisions](#), sur [Wink Store](#).

202 Cf. [Vilapalm](#), sur [Wink Store](#).

203 Cf. [Krushi Ssampada](#), sur [Wink Store](#).

204 Cf. Tankha, Madhur : [“A record 40,000 visit Delhi Book Fair”](#), *The Hindu*, 2 janvier 2011.

205 Cf. Kurup, Deepa : [“Digital publishing in regional languages”](#), *The Hindu*, 12 janvier 2011.

206 Cf. Murali, D. : [“When eReaders nudge into bookshelves”](#), *The Hindu*, 8 octobre 2010.

Les efforts du secteur public : dépôts scientifiques, bibliothèques virtuelles et dispositifs de consommation massive

Si, comme nous avons tenté de le décrire, les plate-formes commerciales indiennes font preuve d'un notable dynamisme, les sites en accès libre ne sont pas en reste.

En premier lieu, on trouve des centaines de dépôts institutionnels construits à partir de software libre – en particulier EPrints et DSpace. Une quantité considérable de ces portails hébergent des textes qui traitent de sciences appliquées et visent à donner une visibilité à l'abondante production académique indienne par le biais de l'*open access*²⁰⁷. Le [dépôt du ministère des Sciences de la Terre](#) en est un premier exemple. Sur initiative gouvernementale, sont compilés dans ce dépôt articles scientifiques, conférences, livres, thèses et rapports, surtout en PDF. Le [dépôt de l'Institut indien d'astrophysique](#), pour sa part, dispose de plus de 5.000 titres répartis en une dizaine de collections. Finalement, le [dépôt des publications online](#), qui dépend de l'[Institut national de la communication scientifique et des ressources de l'information](#) (NISCAIR) réunit presque 10 000 articles académiques provenant d'une vingtaine de *journals* rédigés en anglais et en langues indiennes.

En plus des sites proposant du matériel scientifique, on trouve des portails qui hébergent textes, images et autres témoignages du patrimoine culturel du pays. L'un d'entre eux est la [bibliothèque numérique du Panjab](#) qui, depuis 2003, a scanné des millions de pages et offre aux visiteurs l'opportunité d'accéder à des manuscrits, des livres, des revues, des journaux et des photographies de toute beauté et d'une grande valeur historique, en provenance de cette région. En novembre 2004, on pouvait lire dans le Times de l'Inde :

“ *La bibliothèque numérique du Panjab a placé les fragiles pages jaunies, couvertes d'une calligraphie enchevêtrée, dans la machine du temps, et a appuyé sur le bouton de l'éternité*²⁰⁸.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁰⁷ Cf. Ghosh, S.B. et Kumar Das, Anup : “*Open access and institutional repositories – a developing country perspective: a case study of India*”, *World Library and Information Congress: 72nd IFLA General Conference and Council*, 2006.

²⁰⁸ Cf. [“Media Room”](#), *Panjab Digital Library*.

» Inde «

La bibliothèque dispose d'un espace ouvert pour les collaborateurs volontaires désireux de participer aux tâches de numérisation, de développement IT et de collectes de fonds ²⁰⁹.

Enfin, cela fait déjà des années que l'[Institut indien des sciences](#), basé à Bangalore, numérise des livres en anglais, hindi, sanscrit, et autres langues locales. Cette ambitieuse initiative, destinée à constituer la bibliothèque numérique de l'Inde, fait partie du [Million Book Project](#), un projet d'archives universelles parrainé par l'[université Carnegie Mellon](#) aux États-Unis. En février 2011, le portail de la bibliothèque numérique de l'Inde ne fonctionnait pas correctement ²¹⁰ et les textes devaient être consultés sur des sites miroirs ²¹¹.

L'essor des dépôts scientifiques et des bibliothèques virtuelles est une manifestation des efforts engagés par l'État indien pour réduire la fracture numérique. Cette volonté se manifeste également à travers les nombreuses initiatives de production et de distribution massives de hardware. En effet, dans les localités les plus petites, il n'y a souvent ni ordinateurs, ni connexion fixe pour accéder aux contenus web. En juillet 2010, le [ministère du Développement des ressources humaines](#) indien a présenté le prototype d'une tablette conçue pour les étudiants. Son coût, 35 dollars, est de plusieurs fois inférieur à celui d'iPad d'Apple ²¹². Selon certaines sources, ce dispositif symbolise la réponse indienne aux ordinateurs portables à 100 dollars de OLPC ²¹³. L'initiative a déclenché une vive polémique dans les médias locaux et internationaux, en particulier parce qu'en d'autres occasions le gouvernement indien avait fait des déclarations tonitruantes concernant des dispositifs de diffusion massive, qui n'avaient pas été suivies d'effet ²¹⁴. Quoi qu'il en soit, il est indéniable que la distribution massive de hardware fait bel et bien partie des plans de l'État, et il faudra prêter à l'avenir une attention particulière aux progrès qui seront faits en la matière.

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁰⁹ Cf. "[Volunteer](#)", *Panjab Digital Library*.

²¹⁰ Cf. <http://www.dli.ernet.in/>.

²¹¹ Cf. par exemple : <http://www.dli.cdacnoida.in/>.

²¹² Cf. Halliday, Josh : "[India unveils world's cheapest laptop](#)", *Guardian.co.uk*, 23 juillet 2010.

²¹³ Cf. "[India unveils prototype for \\$35 touch-screen computer](#)", *BBC News*, 23 juillet 2010.

²¹⁴ Cf. Roy, Prasanto K. : "Why India's \$35 computer joke isn't funny", *The Economic Times*, 26 juillet 2010.

Les téléphones portables

Malgré tous les efforts des instances privées et publiques dont nous venons de parler, ni la connexion fixe à Internet, ni les e-readers ni les tablettes, ne sont à ce jour un service ou des biens de consommation massive en Inde. En revanche, à l'instar de la situation que [nous avons décrite en Afrique subsaharienne](#), les téléphones portables sont, eux, présents à une grande échelle. En Inde, il y avait fin 2010 quelque 752 millions d'utilisateurs de cellulaires, 22,62 millions de nouveaux abonnés étant venus s'y ajouter au cours du seul mois de décembre, ce qui donne une idée du rythme auquel grandit ce marché ²¹⁵.

L'une des clés de cette croissance exponentielle réside dans la capacité que montrent les compagnies – aussi bien locales qu'internationales – pour adapter leurs modèles à la réalité sur le terrain. En août 2010, par exemple, l'entreprise indienne [Wynncom](#) – basée à Gurgaon – a annoncé le lancement du [Y45](#), le premier téléphone portable doté d'un clavier analogique en hindi ²¹⁶. L'appareil dispose en outre d'une application qui permet d'envoyer des messages gratuits partout en Inde, ainsi qu'aux Émirats arabes unis, au Koweït, en Arabie Saoudite, à Singapour, en Malaisie et aux Philippines.

L'avancée vertigineuse de la téléphonie mobile a également conduit de nombreux portails web à adapter leur interface aux téléphones portables et à proposer des contenus en langues régionales. On peut déjà accéder au site [OneIndia](#), par exemple, à partir de téléphones portables et y lire en anglais, hindi, kannada, malayalam, tamoul et télougou. B.G. Mahesh, le directeur de OneIndia, remarque :

“ Seuls 12 % des Indiens sont à l'aise quand ils lisent en anglais ; les autres – c'est-à-dire la grande majorité – veulent des contenus dans leur propre langue ²¹⁷.

215 Cf. Telecom Regulatory Authority of India : [Telecom Subscription Data as on 31st December 2010](#), 9 février 2011.

216 Cf. Achalla, Venu : [“Wyncomm Gives India Its First Hindi Qwerty Mobile Phone”](#), *WAT Blog*, 28 août 2010.

217 Cf. Waghre, Prateek : [“OneIndia.in Goes Mobile In 5 Indian Languages With NewsHunt”](#), *WAT Blog*, 10 novembre 2010. L'accès à Internet à partir de téléphones portables s'effectue habituellement en utilisant des smartphones, mais un tout nouveau développement de [HP](#) en Inde pourra permettre à des appareils plus basiques d'avoir eux aussi accès au web, par le biais de SMS. Cf. [“HP Labs India”](#), *Hewlett Packard Development Company*.

» Inde «

De la même manière, de nombreuses maisons d'édition qui publient des audiolivres en CD, DVD et même sur cassettes, se sont mises peu à peu à utiliser les téléchargements en ligne comme mode de distribution. L'une d'entre elles est Karadi Tales, qui ne vend pas seulement des titres sur mp3²²⁴, mais aussi des contenus au format Flash qu'elle appelle des « vidéolivres »²²⁵.

De plus en plus nombreuses sont également les maisons d'édition à avoir recours à l'impression POD. L'une d'entre elles, [CinnamonTeal](#), fondée en 2007, a édifié à partir de la ville de Goa tout un système d'autoédition autour de cette nouvelle technologie. Son directeur, Leonard Fernandes, élu en 2010 éditeur indien de l'année par le British Council²²⁶, considère que l'impression à la demande constitue très clairement un avantage :

“ *L'impression POD a un grand potentiel en Inde si l'on considère l'énorme diversité du pays. Les gens ont des langues, des dialectes, des coutumes, des traditions, des festivals différents : autant dire de très nombreuses expériences à partager. Ces expériences peuvent parvenir à intéresser un petit secteur de la société, ce qui fait qu'elles ne sont pas viables pour l'édition traditionnelle, mais tout à fait appropriées pour l'édition à la demande*²²⁷.

S'il s'avère intéressant d'étudier les cas d'éditeurs qui ont recours à des prestataires et à des technologies qui, pour ainsi dire « sont déjà sur place » – créateurs d'applications, distributeurs numériques ou centres d'impression à la demande –, il est encore plus frappant de découvrir qu'en Inde certains éditeurs de livres imprimés réalisent leurs propres développements informatiques. [New Horizon Media](#) (NHM) en est un exemple incontournable. Label fondé à Chennai en 2004, il est parvenu à constituer en quelques années un catalogue qui compte 1 100 titres en 3 langues différentes : anglais, tamoul et malayalam. Dans [un sous-domaine de sa page web](#), NHM héberge différents outils de téléchargement gratuit qui facilitent énormément le travail d'écriture sur écran des personnes utilisant des langues régionales²²⁸.

224 Cf. [“Charkha Audiobooks MP3”](#), *Karadi Tales*.

225 Cf. par exemple : [“From Karadi Tales Heritage”](#), *Karadi Tales*.

226 Cf. [“YCE - Publishing Award”](#), *British Council*.

227 Cf. Kumar, Jaya : [“Cinnamonteal-On Demand printing”](#), *My Bangalore*, 9 février 2009.

228 Pour une analyse lucide des difficultés liées à l'utilisation des caractères dans ces langues, cf. John, Gautam : [“Thoughts on Unicode in India”](#), *Gautam John's Blog*, 21 février 2011.

L'ère numérique : enjeux et propositions

Logiquement, tous les éditeurs indiens ne manifestent pas le même enthousiasme pour les nouvelles technologies. Et il existe un nombre élevé de problèmes qui reviennent dans les témoignages qui ont été recueillis. Nous proposons ci-dessous une brève description de ces difficultés, ainsi que quelques propositions visant à les aplanir.

1) Pour commencer, de nombreux éditeurs n'ont pas encore numérisé leurs catalogues, et ce, en partie par peur du piratage. Il est important de signaler que tous les éditeurs indiens qui ont répondu à notre enquête ont insisté sur le fait que le piratage constitue à leur avis l'un des dangers fondamentaux pour l'édition électronique. Quoi qu'il en soit, même s'il est vrai que la numérisation pourrait encourager le téléchargement non-autorisé de nombreux matériaux, il faut rappeler qu'en Inde le piratage représente un problème y compris pour l'édition papier : certaines sources assurent que, dans le pays, les copies illégales de livres imprimés dépassent 25 % de la production totale ²²⁹. John Makinson, le directeur de Penguin global, signale :

“ *Ce qui déséquilibre le marché des livres physiques en Inde, c'est l'activité des pirates. Non contents de cannibaliser nos ventes, ils imposent aussi un plafond aux prix. Il s'agit d'un problème auquel nous avons toujours été confrontés* ²³⁰.

Il faudrait probablement aborder la question du piratage dans un cadre plus large, prenant en considération la fracture qui existe entre la demande des citoyens et l'offre qui est réellement à leur portée. Finalement, le piratage est surtout néfaste aux *business models* qui ne tiennent pas compte du contexte dans lequel ils s'insèrent. Distribuer des e-books avec DRM à 10 dollars pièce dans une région où les livres papiers se vendent à la moitié de ce prix est de toute évidence une absurdité. Si ces textes finissent par circuler massivement sous une forme non-autorisée, cela signifiera deux choses : a) que le *business model* était mal conçu ; b) que le public local est avide de consommer des contenus numériques, ce qui rendra indispensable de continuer à explorer de nouvelles alternatives de commercialisation. En ce sens, les réflexions d'Ajit Balakrish-

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²²⁹ Cf. Mukherjee, Ritwik : [“Book piracy reaches alarming levels in India”](#), *Financial Chronicle*, 3 février 2011.

²³⁰ Cf. Sharma, Sanjukta : [“John Makinson | Publishing in India is a step in the dark”](#), *Live-mint*, 14 avril 2010.

» Inde «

nan, le président de Rediff, au sujet du futur numérique de l'Inde sont intéressantes :

“ *D'abord, il faut viser les téléphones portables, puisqu'ils représentent le grand point d'inflexion. Deuxièmement, nous devons penser à concevoir des produits de consommation massive, pas seulement pour l'élite, mais pour ce monsieur tout le monde qui conduit son scooter... Ce sont les clés du succès. Il n'y a pas à se préoccuper de quoi que ce soit d'autre. Le reste viendra de lui-même* ²³¹.

Dans ce cadre, il serait donc justifié d'organiser des workshops sur les différentes questions de marketing liées au numérique : *business models*, stratégie de prix, distribution par le biais des plate-formes déjà existantes, entre autres thèmes qui peuvent s'avérer fondamentaux pour que les entrepreneurs indiens tirent parti de leur gigantesque marché domestique, et aussi des marchés internationaux dont les contenus sont en anglais – en particulier les États-Unis et le Royaume-Uni.

2) Nombreuses sont les maisons d'édition indiennes qui ont également manifesté le besoin d'acquérir des connaissances sur les thèmes légaux : mieux savoir quels droits céder, de quelle manière, et quels contrats signer avec les grands agrégateurs locaux et internationaux. Il vaudrait donc la peine de coordonner des séminaires de formation sur des thèmes liés aux contrats et aux droits d'auteur à l'ère numérique.

3) Un écueil supplémentaire – qui a beaucoup à voir avec les aspects dégagés ci-dessus – est lié aux difficultés que présente pour de nombreuses entreprises indiennes l'élaboration d'une marque, ainsi que le manifestent [les déclarations de Shinu Gupta et de Pradeep Palazhi citées ci-dessus](#). L'Inde dispose d'entreprises de services informatiques extraordinairement vigoureuses, mais cela ne coïncide pas toujours avec la création de marques solides, alors que c'est le cas, en revanche, avec les entreprises nord-américaines ou européennes – de fait, l'image de marque d'un prestataire IT indien donnerait l'impression de se renforcer dès le moment où il ouvrirait des bureaux aux États-Unis. Sans véritable marque, n'importe quelle compagnie succombe au processus de *commoditisation* de ses produits et de ses services, c'est-à-dire qu'elle finit par entrer en concurrence sur un simple critère de prix, ce qui – comme

231 Cf. [“Ajit Balakrishnan – Chairman Rediff.com On What Is Needed For Digital Media In India”, Youtube, 22 janvier 2011.](#)

» Inde «

nous l'avons vu – n'est pas viable ²³². Face à cela, il serait extrêmement profitable de mettre en place des ateliers de consolidation de marques qui utiliseraient des cas en provenance d'autres pays en développement comme exemples.

4) En ce qui concerne maintenant les complexités techniques impliquées par la production de textes en langues régionales, les outils natifs et de code ouvert qu'on trouve déjà sur le terrain seront d'une énorme utilité pour les maisons d'édition traditionnelles qui décideront d'amorcer leur migration vers le numérique. Pour cela, il serait bon d'assurer un maximum de diffusion aux réussites des acteurs les plus dynamiques – entreprises de software, *start-ups*, maisons d'édition numériques – et d'organiser des activités pratiques au cours desquelles on appliquerait ces formules à des cas concrets.

5) Enfin, il faudra exercer des pressions sur le secteur public pour qu'il continue à investir dans des projets visant à réduire la fracture numérique. Ces initiatives devraient toujours avoir pour but de nourrir les « écosystèmes » natifs, de façon que chaque financement de hardware pour la distribution de contenus écrits soit réalisé en fonction des besoins et des demandes concrètes des lecteurs locaux – en particulier en ce qui concerne leur langue. De cette manière, les utilisateurs seront favorisés, ainsi que les producteurs de contenus, qui trouveront là un encouragement efficace pour migrer vers le numérique.

Les tendances possibles

Quoi qu'il en soit, l'édition numérique en Inde va bénéficier de l'impact positif d'un ensemble de tendances vigoureuses qui détermineront un nouveau paysage à moyen et long terme :

1. Pour commencer, nous sommes déjà les témoins d'un phénomène social qui va laisser une empreinte profonde dans la société indienne : l'émergence d'une nouvelle classe moyenne, avide de hardware et de contenus qui s'adaptent à sa réalité concrète. Il faut tenir comp-

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²³² Sameer Sharif, le directeur de [Impelsys](#), une entreprise informatique d'origine indienne basée à Bangalore et à New York, le dit sans ambages : « Nous devons nous efforcer de créer notre propre propriété intellectuelle, plutôt que de nous contenter d'être de simples prestataires de services. ». Cf. Raghu, K. : "[Bangalore firm gives digital life to cookie monster and friends](#)", *Livemint*, 7 décembre 2009.

» Inde «

te du fait que – comme le révèle une enquête publiée en 2009 par la société de consulting TCS – Internet constitue de loin le passe-temps favori des adolescents indiens vivant dans des foyers urbains ²³³. Ces jeunes demandent – et vont demander de plus en plus – des textes qui soient écrits dans leurs langues et traitent de thématiques qui les concernent directement. En ce sens, l'édition locale bénéficiera d'un avantage considérable, au moins dans un premier temps, au moment d'entrer en concurrence avec les acteurs nord-américains ou européens.

2. D'autre part, la croissante sophistication technologique indienne et la progressive entrée en interaction des producteurs de contenus et des compagnies IT pourraient jouer un rôle de catalyseurs pour l'édition numérique.
3. Troisièmement, nous assisterons très probablement à une prolifération des expériences de diffusion de textes par le biais des téléphones portables, vu le taux massif de pénétration de ces dispositifs dans toute la société indienne, sans distinction de classes ni de régions.
4. Enfin, et malgré toutes les restrictions – quant à la coordination, au budget, etc. – l'État indien va certainement continuer à miser sur la réduction de la fracture numérique, en particulier auprès des habitants des zones rurales.



xxxxxxxxxxxxxxxx

²³³ Cf. [“Urban students are digital natives, reveals TCS Generation Web 2.0 survey”](#), TATA Consultancy Services, 29 juillet 2009.

CHINE

» Chine «

Présentation

De tous les pays en développement, c'est peut-être la Chine qui est la plus avancée dans le domaine de l'édition numérique. Les fabricants d'e-readers, les écosystèmes numériques et les compagnies de téléphonie mobile disposent d'un marché dont le volume est exceptionnel, ainsi que de ressources économiques pléthoriques. De son côté, l'État exerce d'une main de fer son contrôle sur les mouvements de tous les acteurs et encourage activement la reconversion du secteur du livre, aussi bien par le biais d'investissements et d'infrastructures qu'à travers des programmes de formation. C'est de Chine et du restant de la zone Asie-Pacifique que surgiront probablement les nouveaux colosses planétaires de l'édition numérique.

Fiche technique

1. Superficie : 9 596 960 km².
2. Population : 1 331 460 000 (2009)
Population urbanisée : 44 % (2009)
3. PIB (nominal) : 4 984 731 371 688 dollars (2009)
PIB par habitant : 3 744 dollars (2009)
Chômage : 4,2 % (2009, chiffres officiels)
4. Langue officielle : Chinois mandarin (Putonghua). Il existe en outre une multitude de dialectes locaux.

» Chine «

5. Politique et société : La Chine est une république socialiste gouvernée par le parti communiste. Il s'agit du pays le plus peuplé de la planète, et qui dispose de l'un des territoires les plus étendus. Le système de pouvoir s'articule autour de trois axes : le parti et, subordonnés à lui, l'armée et l'État. L'actuelle structure administrative de la Chine s'organise selon trois niveaux : la province, le district et le canton. Il y a 23 provinces, 5 régions autonomes, 4 municipalités directement subordonnées au gouvernement central ainsi que 2 régions administratives spéciales – Hong Kong et Macao. La Chine considère Taïwan comme sa 23e province. Depuis la seconde moitié du siècle dernier, le pays vit sous régime communiste. Avec le temps, des réformes politiques et économiques d'ouverture ont été introduites, qui ont fait de la Chine l'un des pays dont les perspectives de développement sont les meilleures.
6. Taux de pénétration internet : 31,6 % (2010)
Taux de pénétration téléphonie mobile : 60 % (2010)
7. Alphabétisation : 94 % (2008)
8. Industrie éditoriale :
Le secteur de l'édition en Chine connaît actuellement une phase d'ouverture vers le marché impulsée par l'État lui-même. Même s'il continue d'être l'une des industries les plus contrôlées par le gouvernement, on observe depuis 2003 une forte tendance à la décentralisation. En outre, depuis 2006, de nouvelles maisons d'édition, qui se trouvaient enregistrées auparavant dans d'autres secteurs d'activités, ont été intégrées au secteur de l'édition. On trouve en Chine presque 600 maisons d'édition d'État organisées en groupe – le plus gros d'entre eux étant China Publishing Group – et quelque 10 000 maisons d'éditions privées, dont environ 300 sont de grande taille. Il faut rappeler que, pendant des décennies, seules les éditions publiques pouvaient compter sur une autorisation pour obtenir les ISBN, et donc pour publier, les labels privés étant condamnés à la précarité. Dans le domaine de l'édition électronique, seuls quelques labels d'État et un nombre réduit de labels privés disposent des permis adéquats. Pendant le 11e plan quinquennal (2006-2010), la Chine a produit 20 millions de livres papier, générant durant la seule année 2010 des recettes qui se montent à 19,6 milliards de dollars.

Sources : [International Telecommunication Union](#) ; [Internet World Stats](#) ; [Banque mondiale](#) ; [Salon du livre de Francfort](#) ; Qiang, Wang : ["China's publishing to go global"](#), *China Daily USA*, 12 janvier 2011.

L'usine du monde. Les Chinois au premier plan dans la production d'e-readers

Comme on le sait, la Chine est depuis plusieurs décennies un centre mondial de fabrication de biens en tous genres. Chaussures, textiles, jouets, produits chimiques, appareils électroniques : plus de trente ans après les premières réformes économiques de Deng Xiaoping, le faible coût de sa main-d'œuvre et un marché intérieur en pleine croissance ont fait de la Chine l'un des pôles industriels les plus dynamiques de la planète. Au début de 2010, le géant asiatique est parvenu à enlever à l'Allemagne la première place dans le classement des plus grands exportateurs au niveau mondial²³⁴, et se prépare à détrôner les États-Unis pour assumer à son tour le leadership industriel en valeur absolue²³⁵.

La suprématie chinoise se manifeste clairement dans le domaine des e-readers. Selon diverses sources, environ la moitié des dispositifs à encre électronique dans le monde se fabriquent en Chine²³⁶. Actuellement, on calcule qu'entre 60 et 70% du marché local se trouve aux mains de [Hanvon](#)²³⁷, qui a vendu à ce jour plus d'un million d'e-readers²³⁸. Ce colosse de la technologie fondé en 1998 a réalisé des développements significatifs en software de reconnaissance de texte, solutions biométriques et autres avancées, qui lui ont valu diverses récompenses internationales²³⁹. Ses principaux objectifs à moyen terme sont de grandir sur le marché nord-américain²⁴⁰, de développer massivement son récent dispositif d'encre électronique couleur²⁴¹, et de s'affirmer comme distributeur de contenus²⁴². Sur la liste des principaux

xxxxxxxxxxxxxxxx

²³⁴ Cf. ["China 'overtakes Germany as world's largest exporter"](#), *BBC News*, 10 janvier 2010.

²³⁵ Cf. Marsh, Peter : ["US manufacturing crown slips"](#), *The Financial Times*, 20 juin 2010.

²³⁶ Cf. Zhuang Guangping : ["China's digital publishing coming of age"](#), *China Economic Net*, 5 juillet 2010.

²³⁷ Des dirigeants de Hanvon vont même jusqu'à assurer que leur entreprise domine plus de 70 % du secteur. (Cf. ["China's biggest e-reader maker Hanvon launches new online store in Taiwan"](#), *The China Post*, 28 décembre 2010).

²³⁸ Cf. ["Hanvon Unveils E-Book Store in Taiwan"](#), *Want China Times*, 28 décembre 2010.

²³⁹ Cf. ["Our Achievements"](#), *Hanvon*.

²⁴⁰ Cf. par exemple Galante, Joseph : ["Chinese E-Reader Maker Plans to Enter U.S. This Year"](#), *Bloomberg*, 6 janvier 2011.

²⁴¹ Cf. Taub, Eric A. : ["Color Comes to E Ink Screens"](#), *The New York Times*, 7 novembre 2010.

²⁴² Cf. ["Hanwang millions of electronic paper book sales broke Yingjian: content platform for future development"](#), *people.com.cn*, 6 décembre 2010. Nous reviendrons sur ce point au moment d'examiner les écosystèmes numériques privés.

» Chine «

fabricants d'e-readers, il convient en outre d'ajouter des entreprises telles que [Jinke](#) – avec Hanlin, dispositif très populaire ²⁴³ –, [Newsmy](#) et [Netronix](#).

Selon Zhang Yanan, expert en dispositifs électroniques dans la société de consulting [Analysys International](#), les e-readers étrangers ont peu pénétré le marché chinois parce que des entreprises comme Amazon ou Sony se montrent très circonspectes, que ce soit à cause de questions de copyright, pour le manque de circuits de distribution, ou du fait des difficultés liées aux typographies en chinois ²⁴⁴. Si l'on ajoute à cela le fait que les e-readers distribués par Apple ou Amazon dans les pays industrialisés sont eux-mêmes assemblés en Chine, on peut être conduit à penser que le géant asiatique jouit d'une confortable avance dans ce secteur. Ceci étant, les fabricants d'e-readers chinois sont confrontés au [même défi que les compagnies de services informatiques en Inde](#) : comment élaborer une marque et entrer en concurrence sur des caractéristiques qui vont plus loin que le simple prix. En effet, la compétition entre fabricants d'e-readers est tellement féroce que les profits ne cessent de chuter, ce qui oblige nombre de concurrents à se retirer du marché – comme l'a fait [Foxit](#) et son dispositif eSlick ²⁴⁵ – ou à migrer vers d'autres domaines de l'électronique, comme la production de tablettes tactiles ²⁴⁶. Avec le temps, on assistera peut-être au même phénomène de *commoditisation* dans le nouveau secteur des tablettes, au fur et à mesure de l'entrée en scène de nouveaux acteurs. C'est qu'au bout du compte, la valeur et les profits se dirigent vers ceux qui conçoivent les dispositifs, et non vers ceux qui les fabriquent. Récemment, le [New York Times](#) a décrit comment l'assemblage d'un iPhone 4 rapporte à peine 6,54 dollars – environ 1 % du prix de vente de l'appareil – aux entreprises en Chine, alors que les bénéfices pour Apple se montent à 360 dollars ²⁴⁷. Apple et Amazon – de même que d'innombrables sociétés internatio-

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁴³ Cf. [“COMUNICADO: Jinke lanzará los dispositivos de panel táctil de ePaper e infrarrojos de 9,7 pulgadas”](#), *Europa Press*, 3 janvier 2011.

²⁴⁴ Cf. [“E-readers writing a new chapter”](#), *Global Times*, 1er mars 2010.

²⁴⁵ Cf. [“eSlick Reader”](#), *Foxit*. Il s'est passé la même chose avec la compagnie [Edo](#), qui – comme nous le verrons plus avant – a dû s'associer avec la chaîne de librairies Xinhua pour pouvoir maintenir sa ligne d'e-readers. cf. Wuping Zhao : [“In Fierce Competition, Leading Chinese E-reader Manufacturer Halts Production”](#), *Publishing Perspectives*, 16 août 2010.

²⁴⁶ Cette migration est stimulée par le fait que la patente pour l'encre électronique utilisée dans la majorité des e-readers est détenue par une seule et unique compagnie, [Prime View International](#), basée à Taïwan. Cf. Tuo Yannan : [“Is this the end of the chapter for e-book manufacturers?”](#), *China Daily*, 14 janvier 2011.

²⁴⁷ Cette étude se base sur un rapport publié par la société de consulting [iSuppli](#). Cf. [“Inside your iPhone”](#), *The New York Times*, 5 juillet 2010.

» Chine «

nales ²⁴⁸ – disposent de *business models* intégrés qui vont beaucoup plus loin que la vente de hardware, ce qui leur permet de mieux résister à la guerre des prix. Comme l'explique Wang Bangjiang, vice-président de Hanvon :

“ Amazon bénéficie d'un marché beaucoup plus mature, sur lequel les consommateurs acceptent de payer 10 dollars pour télécharger un livre. Grâce à ces recettes juteuses provenant de la vente de contenus, Amazon est donc bien positionnée pour baisser les prix des dispositifs, ce qui lui permet d'attirer plus de clients. Ce n'est pas le cas de la Chine, où la majorité des consommateurs sont habitués à télécharger les livres gratuitement. De ce fait, les fabricants d'e-readers comme Hanvon dépendent encore de la vente des appareils et rencontrent de sérieuses difficultés pour baisser le prix de leurs produits ²⁴⁹.

Selon Sun Peilin, un collègue de Zhang Yanan chez Analysys International, il existe cependant une possibilité de sortir de cette impasse :

“ La marge de bénéfice dans le secteur de la vente de hardware est devenue de plus en plus étroite du fait de l'extrême concurrence (...). Ce que les producteurs chinois d'e-readers peuvent faire, c'est coopérer avec les maisons d'édition pour développer du software ; car ils ne survivront pas en vendant exclusivement du hardware ²⁵⁰.

Cette constatation a engendré en Chine des écosystèmes numériques qui combinent hardware, software et contenus, et sont en ce sens beaucoup mieux préparés pour défier leurs rivaux nord-américains ou européens. Avant de présenter ces cas intéressants, nous allons brièvement décrire les principales plate-formes d'e-commerce locales.

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁴⁸ Cf. [“Chinese manufacturers increase trade figures, but multinationals enjoy most margins”](#), *People's Daily*, 2 janvier 2011.

²⁴⁹ Cf. [“Growing Pains”](#), *Beijing Review*, 30 août 2010.

²⁵⁰ Cf. [“Is this the end of the chapter for e-book manufacturers?”](#), op.cit.

Les nouveaux géants des transactions en ligne

L'extraordinaire flux de produits, aussi bien vers l'étranger que vers le marché interne, a permis que surgissent en Chine de gros acteurs du commerce électronique. Vers 1999, l'entrepreneur chinois Ma Yun – Jack Ma –, originaire de Hangzhou, a fondé avec 17 associés le site [Alibaba](#), dans l'objectif de mettre en contact importateurs et exportateurs de produits en tout genre ²⁵¹. La compagnie allait se convertir progressivement en un formidable dédale d'entreprises internet : entre autres, [Taobao](#) – site de vente au détail C2C –, [Alipay](#) – système de paiement en ligne –, Alibaba Cloud Computing et [Yahoo! China](#) – dont Alibaba a fait l'acquisition en 2005. Pour donner une notion de l'étendue de ces plateformes, il suffit de dire qu'Alipay a dépassé, depuis novembre 2010 le géant nord-américain [Paypal](#), aussi bien en nombre d'utilisateurs qu'en volume de transactions ²⁵². D'autre part, sur le territoire chinois, Taobao devance depuis déjà presque cinq ans [EachNet](#), la marque locale de son concurrent [eBay](#). Selon Bo Shao – fondateur de EachNet et consultant, depuis que la société a été rachetée par eBay en 2003 –, la victoire de Taobao s'explique par la décision désastreuse prise par eBay de transférer sa plate-forme aux États-Unis. La chute de la qualité du service qui s'en est suivi, due aux filtres du *firewall* chinois ²⁵³, a fait que les utilisateurs locaux sont passés en masse chez Taobao ²⁵⁴. Ce qui est sûr, c'est que même avant qu'ait été prise cette mesure malencontreuse, Taobao arborait un plus grand dynamisme, du fait de sa meilleure compréhension des acheteurs et des vendeurs locaux. Par exemple, il faisait de la publicité pour le site sur les principales chaînes de télévision et offrait des services de messagerie instantanée *via* téléphones portables, sachant bien que les usagers chinois préfèrent utiliser leur téléphone portable plutôt que leur ordinateur ²⁵⁵. EachNet, qui contrôlait 85 % du marché chinois, n'en possède aujourd'hui qu'à peine 7 %. La réflexion de Jack Ma à propos de sa confrontation avec EachNet/eBay en dit long sur les opportunités des projets numériques autochtones dans les pays en développement :

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁵¹ Cf. "[History and Milestones](#)", *AliBaba.com*.

²⁵² Cf. Shen Jingting : "[Alipay snatches online payment crown from PayPal](#)", *China Daily*, 24 novembre 2010.

²⁵³ Il s'agit du contrôle que fait peser le gouvernement sur les contenus circulant sur la Toile. Cf. par exemple : "[What is internet censorship?](#)", *Amnesty International*, 28 mars 2008.

²⁵⁴ Cf. "[Shark in a River: How Taobao Beat eBay in China](#)", *China decoded*, 27 octobre 2010.

²⁵⁵ Cf. Wang, Helen, *The Chinese Dream: The Rise of the World's Largest Middle Class and What It Means to You*, Bestseller Press, 2010, p. 165.

» Chine «

“ *eBay est peut être un requin dans l’océan, mais je suis un crocodile dans le fleuve Yangtsé. Si nous nous battons dans l’océan, je perds ; mais si nous nous battons dans le fleuve, c’est moi qui gagne* ²⁵⁶.

Outre Taobao et son *business model* C2C, il existe un nombre considérable d’acteurs dans le schéma B2C. L’une des références principales dans ce domaine est [Dangdang](#). Comme Amazon, cette compagnie – fondée à Pékin en 1999 – a commencé en commercialisant des livres *via* le web, pour ensuite diversifier son offre de manière exponentielle : elle a constitué à ce jour un catalogue de 100 millions d’articles différents ²⁵⁷. En novembre 2010, Dangdang a annoncé son intention de vendre des e-books qui puissent être lus sur ordinateurs, e-readers ou téléphones portables. Pour l’instant, l’entreprise préfère ne pas distribuer de dispositif lui appartenant en propre, vu la grande quantité de modèles existants ²⁵⁸.

Autres géants de l’e-commerce en Chine : [Paipai](#) – propriété du consortium technologique [Tencent](#) – et [360buy](#) – qui a reçu récemment une importante injection de capital de la part de Wal-Mart ²⁵⁹.

Il est intéressant d’observer comment ces portails traversent la guerre des prix qui fait rage entre les fabricants de hardware. La concurrence implacable a même contraint la filiale locale d’Amazon – qui agit en Chine sous la marque Joyo – à proposer, en décembre 2010, une réduction de 20 % sur tous ses livres ²⁶⁰.

Peggy Yu, la fondatrice de Dangdang, pour justifier ce phénomène de guerre des prix, évoque l’idiosyncrasie locale :

“ *Les consommateurs chinois sont extrêmement sensibles aux prix. Des personnes comme ma mère peuvent passer 40 minutes dans un bus pour obtenir un Coca-Cola qui coûte 40 centimes de moins. C’est un sport national et nous devons le respecter* ²⁶¹.

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁵⁶ Citation originale dans Doebele, Justin : “[Standing Up to Ebay](#)”, *Forbes*, 18 avril 2005.

²⁵⁷ Cf. “[Introducción](#)”, *Dangdang*.

²⁵⁸ Cf. Hille, Kathrin : “[Chinese outlet to launch e-book service](#)”, *The Financial Times*, 10 novembre 2010.

²⁵⁹ Cf. Chao, Loretta : “[360buy Attracts Investment](#)”, *The Wall Street Journal*, 29 décembre 2010.

²⁶⁰ Cf. “[3 online book stores battle on low-prices, regular shops suffer](#)”, *Global Times*, 16 décembre 2010.

²⁶¹ Cf. “[Dangdang’s Yu On Piracy, E-Books And Taobao](#)”, *The Wall Street Journal*, 27 décembre 2010.

Écosystèmes et agrégateurs numériques privés

Comme nous l'avons signalé dans d'autres sections, une manière d'échapper au processus de cannibalisation des prix qui touche les industries du hardware et de la vente en ligne est de développer des écosystèmes qui intègrent différentes entités commerciales. Dans le cas de l'édition numérique, une alternative serait d'articuler la vente de contenus avec la distribution d'un dispositif propre.

On rencontre en Chine bon nombre de projets élaborés selon ce principe. [Shanda Interactive Entertainment](#) en est l'exemple le plus connu. Fondée en 1999, cette entreprise de jeux vidéo et autres applications multimédia basée à Shanghai a acquis une renommée mondiale après avoir présenté [Shanda Literature](#), son portail de littérature en ligne, au cours du Salon de Francfort 2009 : il s'agit d'un univers composé de centaines de milliers d'écrivains et de plus de 10 millions de lecteurs actifs qui feuilletent au total plus de 500 millions de pages par jour. Le visiteur peut consulter certains passages gratuitement et, pour lire le texte complet, ne doit payer qu'un petit montant. Grâce à Shanda, quelque 1 000 écrivains reçoivent déjà environ 10 000 dollars par an, tandis que les 20 auteurs les plus lus gagnent des sommes supérieures à 100 000 dollars. Shanda a fait l'acquisition d'autres portails de lecture et d'écriture en ligne – [Qidian](#), [Hongxiu](#) et [ReadNovel](#), entre autres. Selon ce qu'on peut lire sur son site web, l'entreprise contrôle 90 % de la littérature web en Chine. Un catalogue a ainsi été constitué qui comprend des centaines de milliers d'œuvres, réunies aujourd'hui au sein de ce que Shanda a baptisé la [Librairie dans les Nuages](#). Là, les lecteurs peuvent voir en temps réel quel est le texte le plus demandé, consulter des comptes-rendus, interagir avec d'autres lecteurs, et même avec l'auteur lui-même ²⁶². Ces options ont été inspirées par le fonctionnement de réseaux sociaux en ligne qui, comme [QQ](#), [Renren](#), [Kaixin001](#) ou [TX](#), font fureur en Chine, particulièrement parmi les utilisateurs les plus jeunes ²⁶³. La Librairie dans les Nuages peut être consultée à partir de multiples terminaux – ordinateurs, téléphones portables, tablettes –, mais en particulier à partir du Bambook, un e-reader que la compagnie a présenté en août 2010. Ce dispositif, dont l'écran à encre électronique est de 6 pouces, compte avec une interface complètement en chinois ; son modèle le plus écono-

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁶² Cf. "[Tech innovations boost digital publishing](#)", *CNBroadcasting*, 8 octobre 2010.

²⁶³ Mais toujours sous la stricte vigilance de l'État. À ce propos, on peut consulter le rapport de la société de consulting [Synthesio](#) datant de janvier 2011 : [Social media and censorship in China](#).

» Chine «

mique coûte autour de 150 dollars, soit un prix proche de celui du Kindle 3 aux États-Unis ²⁶⁴. Le coût de fabrication du dispositif se situe autour de 250 dollars ; on comprend donc que l'entreprise subventionne le produit et espère compenser ses pertes grâce à la vente de contenus ²⁶⁵. Le succès de son entité commerciale consacrée à la littérature a conduit Shanda à tester l'édition sur papier de ses titres les plus lus. Pour cela, elle a acquis des actions dans différentes maisons d'édition traditionnelles comme [Tianjin Chinese-World Books](#). Simultanément, grâce à sa maîtrise du multimédia, Shanda a transformé certains de ses textes en jeux vidéo et en films – ça a été le cas avec le film *Lian'ai Qian Gui ze* (*Quelques règles avant l'amour*), inspiré du roman en ligne *Yukongjie Tongju De Rizi* (*Ma colocataire l'hôtesse de l'air*). D'autre part, la compagnie possède également des sites d'audiolivres – comme [Tingbooks](#) ²⁶⁶ – et de revues numériques – comme [Zubunet](#) –, qui totalisent 300 millions d'utilisateurs enregistrés ²⁶⁷.

Shanda s'est trouvée dans l'obligation d'entamer des poursuites contre d'autres portails qui hébergeaient ou diffusaient des versions non-autorisées d'œuvres figurant dans son catalogue. L'une des cibles de Shanda, [Baidu](#), est le principal moteur de recherches en Chine. Il s'est attiré les foudres de Shanda à cause de [Wenku](#), un service qui permet de partager des documents en ligne ²⁶⁸. Outre les poursuites légales, Shanda a riposté en annonçant en octobre 2010 le lancement de son propre moteur de recherches ²⁶⁹. Baidu a alors contre-attaqué en présentant quelques semaines plus tard une plate-forme de ventes d'e-books qui, malheureusement, n'a pas rencontré le succès escompté parmi les éditeurs et les auteurs : en février 2011, le site ne totalisait qu'une centaine de titres à la vente ²⁷⁰. Outre ses démêlés avec Baidu, Shanda a également intenté des procès à [Mop](#) ²⁷¹, [QQ Games](#) ²⁷² – propriété de Tencent – et encore d'autres sites, ce qui indique que la compagnie prend très au sérieux la

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁶⁴ Cf. <http://bambook.sdo.com/>.

²⁶⁵ Cf. Miao Yang : « [盛大电子书定价999元亏本销售 未来收入来自内容](#) », *ifeng.com*, 24 août 2010.

²⁶⁶ Cf. Kefeng Xiao : « [盛大文学收购天方听书网布局有声业务](#) », *Do News*, 25 août 2010.

²⁶⁷ Cf. « [盛大文学并购悦读网](#) », *解放牛网首页*.

²⁶⁸ Cf. « [Shanda Literature Sues Baidu Again](#) », *Marbridge Consulting*, 4 novembre 2010.

²⁶⁹ Cf. « [侯小强谈盛大涉足搜索](#) », *China Publishing Today*, 27 octobre 2010.

²⁷⁰ Cf. Xiaoshan Liao : « [百度书店悄然推出 出版社反应冷淡](#) », *Chinaxwcb*, 27 janvier 2011.

²⁷¹ Cf. « [Shanda Sues Mop.com Over Qidian Content](#) », *Pacific Epoch*, 22 octobre 2007.

²⁷² Cf. « [Shanda's Mochi Media vs. Tencent: Has Piracy Gone Corporate?](#) », *Digital East Asia*, 22 janvier 2011.

» Chine «

question des droits d'auteur. Ainsi que l'explique Hou Xiaoqiang – PDG de Shanda :

“ *Shanda Literature constitue en réalité une société de copyright, autant en ce qui concerne sa production que sa distribution. Produire du copyright, c'est comme cultiver un jardin. Nous devons rencontrer le meilleur sol et épandre des fertilisants de grande qualité ; ce n'est que de cette manière que nous aurons une excellente récolte. Simultanément, nous devons conserver les fruits que nous avons obtenus et trouver les différents circuits pour les vendre. En l'occurrence, nous distribuons du copyright par le biais de circuits wireless, en ligne, hors ligne, et autres* ²⁷³.

Finalement, Shanda a signé un accord avec l'agence de presse [Xinhua News](#) dans l'objectif de distribuer des contenus par le biais de la plateforme de cette dernière ²⁷⁴, ce qui indique que le notable dynamisme de l'entreprise dans le domaine privé – acquisitions de sociétés plus petites, cotation au NASDAQ depuis 2004 ²⁷⁵ – est complété par une stratégie de coopération avec le secteur public.

Il n'est pas facile d'anticiper l'issue de la lutte entre Shanda et les entreprises contre lesquelles elle est aux prises, tant localement qu'internationalement. Quoi qu'il en soit, la compagnie a édifié un écosystème d'une énorme importance dans le monde de l'édition électronique globale, comme l'observe Hou Xiaoqiang :

“ *Il est clair que les États-Unis sont plus avancés en matière de technologie web, mais notre idée et notre succès en ce qui concerne Internet et la littérature mobile sont uniques en leur genre* ²⁷⁶.

Un autre acteur de poids est sans conteste [Apabi](#), le bras digital du groupe technologique [Founder](#) qui, depuis 2001, propose des solutions informatiques pour le monde éditorial. Parmi ses principales innovations, on pourrait mentionner : le format CEB – Chinese e-book – ; l'Apabi Reader – une application de lecture pour ordinateurs et iPads ²⁷⁷ –, un *viewer* de journaux et de revues en ligne, et enfin son propre DRM, qui

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁷³ Cf. Anne Zhang : “[Shanda Literature: Making Money from Copyright](#)”, *China IP*.

²⁷⁴ Cf. “[新华社盛大网络签署战略合作协议](#)”, *Administration générale de la presse et de l'édition de la République populaire de Chine*, 6 décembre 2010.

²⁷⁵ Cf. “[Investor FAQs](#)”, SNDA. SNDA est le sigle sous lequel Shanda est cotée au NASDAQ.

²⁷⁶ Cf. “[Shanda Literature: fiction from creative amateurs](#)”, *Salon du livre de Francfort*.

²⁷⁷ Cf. “[Apabi Reader](#)”, *iTunes Preview*.

» Chine «

a déjà reçu de nombreuses récompenses ²⁷⁸. Ces développements sont actuellement utilisés par des milliers de centres éducatifs, des centaines de périodiques et – selon des données fournies par l'entreprise – 90 % des maisons d'édition locales. [Penguin China](#), par exemple, a annoncé en avril 2009 qu'elle choisirait Apabi comme partenaire stratégique pour distribuer les e-books au format CEB ²⁷⁹. En août 2010, l'entreprise technologique a, de plus, présenté son U-reader Mini Study, une clé USB jouant le rôle d'étagère portative de livres électroniques. De cette manière, un étudiant peut emprunter un e-book à la bibliothèque de son université et l'emporter chez lui ; le système « rendra » automatiquement le livre lorsque la date de validité du prêt expirera ²⁸⁰. Grâce à divers accords avec les éditeurs et les auteurs, Apabi a rassemblé un catalogue numérique de plus de 600 000 titres placés sous la protection d'un copyright, et qui peuvent être feuilletés, commentés et achetés par le biais du portail [Fanshu](#) – un projet conjoint de Founder et du moteur de recherches [Zhongsou](#) – à des prix qui dépassent rarement les 3 dollars. Ces publications sont conçues pour fonctionner sur n'importe quel dispositif, mais spécialement sur le WeFound ²⁸¹, un e-reader développé par Founder et [Aspire](#) ²⁸². Cet appareil présente un aspect très semblable à celui du Kindle 2, quoique son prix, lui, diffère considérablement, puisqu'il dépasse les 500 dollars ²⁸³.

Comme nous le rapportons au début de ce chapitre, le fabricant Hanvon mise sur son positionnement comme distributeur de publications numériques pour traverser sans coup férir la dévastatrice guerre des prix. En ce sens, il peut se présenter comme un troisième écosystème qui associe hardware et contenus. Selon les déclarations de son directeur, les trois premières années de Hanvon ont été centrées sur les e-readers, mais les 3 prochaines seront orientées vers la plate-forme de publications, qui s'enorgueillit déjà de 130 000 e-books, 100 périodiques et plus de 200 revues numériques ²⁸⁴. Il faut souligner que Hanvon est

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁷⁸ Cf. "[DRM \(Digital Rights Management\)](#)", *apabi.cn*.

²⁷⁹ Cf. "[Penguin Group Makes Three Major International Announcements at The London Book Fair](#)", *Penguin Blog (États-Unis)*, 21 avril 2009.

²⁸⁰ Cf. Chen Jing : "[Tech innovations boost digital publishing](#)", *China Economic Net*, 27 septembre 2010.

²⁸¹ Cf. <http://www.wefound.com.cn/>.

²⁸² Cf. "[Founder's Solution Package for Digital Publishing Made a Great Appearance at IC-CIE](#)".

²⁸³ Cf. "[Shop](#)", *WeFound*. Le prix inclut, pour une durée de trois ans, l'accès à Internet et une connexion permanente au site de Apabi.

²⁸⁴ Cf. "[汉王电纸书销量破百万 刘迎建:未来发展内容平台](#)", *people.com.cn*, 6 décembre 2010.

» Chine «

l'une des rares compagnies privées à disposer de l'autorisation gouvernementale pour reproduire et distribuer des livres électroniques²⁸⁵. La compagnie a en outre mené des incursions au-delà de la Chine continentale : elle a annoncé la mise en place de portails de vente à Hong Kong²⁸⁶ et à Taïwan²⁸⁷.

Outre ces trois grands écosystèmes, il existe de nombreux agrégateurs qui luttent pour leur survie, comme [ChineseAll](#). Inauguré en l'an 2000, ChineseAll a été l'une des premières entreprises à vendre des livres électroniques en Chine. Grâce à un investissement soutenu²⁸⁸, elle a réuni un fond de plus de 100 000 livres au format PDF, en provenance de quelque 300 maisons d'édition et 1 000 auteurs²⁸⁹, qui se vendent en Chine et à l'extérieur du pays²⁹⁰. À ce jour, l'entreprise n'a pas développé son propre e-reader, préférant s'allier avec Hanvon et des opérateurs de téléphonie mobile pour distribuer ses textes. Tong Zhilei, le créateur de ChineseAll, a rapidement compris que le piratage constituait un sérieux obstacle à son *business model*. Il a donc fondé en 2005 l'[Association chinoise contre le piratage](#) (COAPU), obtenant, depuis, des dizaines de victoires légales contre d'autres sites qui reproduisaient certains de ses e-books sans autorisation²⁹¹. La lutte, selon Tong Zhilei, ne doit jamais cesser :

“ Une publication électronique est en soi une dissémination de contenus numériques, et toute dissémination requiert des autorisations. L'essence de l'édition numérique réside dans le copyright numérique. Le copyright est donc indispensable pour l'édition numérique. Chaque publication représente un processus au cours duquel on délivre des licences et négocie des droits. Dans ce cadre, le piratage constitue le plus gros écueil²⁹².

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁸⁵ Cf. “[首批获准电子书从业资质单位名单](#)”, *Administration générale de la presse et de l'édition de la République populaire de Chine*, 5 novembre 2010.

²⁸⁶ Cf. “[漢王科技10月在台灣開設分公司](#)”, *publishing.com.hk*, 8 septembre 2010.

²⁸⁷ Cf. “[China's biggest e-reader maker Hanvon launches new online store in Taiwan](#)”, *The China Post*, 28 décembre 2010.

²⁸⁸ Cf. Si Lin : “[Chineseall.com Spends 10 Million Yuan on Copyright Deals](#)”, *China Publishing Today*, 14 décembre 2009.

²⁸⁹ Cf. “[公司简介](#)”, *中文在线*.

²⁹⁰ En 2009, OverDrive y ChineseAll ont signé un accord pour distribuer des œuvres en chinois dans les bibliothèques publiques nord-américaines. Cf. Andriani, Lynn : “[OverDrive in Deal with ChineseAll](#)”, *Publishers Weekly*, 18 mai 2009.

²⁹¹ Cf. “[Copyright wrongs](#)”, *China Cultural Industries*.

²⁹² Cf. Li Wei : “[When COAPU is no longer needed, then we will be successful'—Interview with Tong Zhilei, Secretary General of COAPU](#)”, *China IP*.

» Chine «

D'autres acteurs, plus petits mais très dynamiques, commencent aussi à apparaître en dehors des frontières de la Chine continentale. Prenons comme exemple l'entreprise taïwanaise [Book11](#), fondée en juin 2009 et dont [Chi-Lin Technology](#) est le principal actionnaire. Le portail cherche à se convertir en la principale plate-forme internationale de vente d'e-books en langue chinoise. Les publications distribuées par Book11 sont en général des romans et des bandes dessinées conçus pour n'importe quel type de dispositif.

Comme nous l'avons vu, les plate-formes chinoises ont coutume d'agir sur différents fronts pour défendre leurs *business models*. Les options sont : 1) construire des écosystèmes qui articulent contenus et hardware ; 2) distribuer les publications dans le plus grand nombre de formats possibles ; 3) entamer des poursuites contre d'autres sites quand ils sont en infraction ; 4) exporter des contenus ; 5) établir des alliances avec différents secteurs gouvernementaux, maisons d'édition publiques ou centres éducatifs.

Il est évident que la collaboration avec le secteur public est une alternative obligée dans un pays comme la Chine où l'État conserve une grande latitude d'action puisqu'il supervise, régule, finance et transforme de façon permanente presque toutes les sphères de la vie économique et culturelle. Dans l'industrie du livre, le secteur public mise clairement sur la reconversion au numérique. Ce phénomène est manifeste et mérite d'être analysé dans les détails.

La migration vers le numérique, une politique d'État

Comme nous le rappelions au début de ce chapitre, la Chine a entamé des réformes économiques il y a déjà plus de trente ans. Depuis 2001 – année où le pays a intégré l'[Organisation mondiale du commerce](#) – le secteur public chinois a connu un processus notable de reconversion auquel les maisons d'édition comme les librairies d'État ont emboîté le pas. Pendant la période 2006-2010 – correspondant au 11^e plan quinquennal chinois – l'[Administration générale de la presse et de l'édition](#) (GAPP) a pesé de tout son poids pour que ces entreprises publiques deviennent lucratives, incorporent des capitaux privés, adoptent un profil international²⁹³ et initient rapidement leur transition vers l'ère électronique.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁹³ Cette expansion viserait à consolider les ventes de biens culturels chinois à l'Occident, ainsi qu'aux autres pays d'Asie. Cf. Wang Qian : "[China's publishing to go global](#)", *China Daily*, 12 janvier 2011.

» Chine «

La migration vers le numérique a adopté des formes qui diffèrent en fonction du profil de chaque entreprise. [China Publishing Group](#), par exemple, a créé une entité commerciale indépendante, Digital Media, complètement centrée sur les nouvelles technologies. Liu Chengyong, le directeur de cette entité, considère que les entreprises étrangères désireuses de profiter de l'extraordinaire potentiel chinois dans le domaine de l'édition électronique devront s'allier avec des partenaires locaux. Dans le cas contraire, elles seront confrontées à de sérieuses difficultés sur un marché dont la logique est bien différente de celle qui régit les États-Unis ou l'Europe :

“ *Les compagnies occidentales ne parviennent pas à laisser de côté leur orgueil et tentent constamment d'imposer leurs systèmes et leurs produits en Chine. Si elles établissaient des accords de coopération ou de fusion, elles auraient beaucoup plus de chances de succès, puisque aussi bien les affaires purement locales que purement globales manquent de la flexibilité nécessaire* ²⁹⁴.

Cette politique de coopération avec les firmes internationales doit en outre être doublée, selon Liu Chengyong, d'une stratégie qui garantisse l'autarcie de chaque label par rapport aux fournisseurs locaux. Dans une grande mesure, cela équivaut à affirmer que les maisons d'édition de l'État doivent, elles aussi, se transformer en écosystèmes, tout comme l'ont fait les consortiums numériques examinés dans la section antérieure :

“ *Il est très important pour nous de ne pas finir liés aux entreprises de technologie, de télécommunication ou de hardware. Nous ne voulons pas nous résigner à un rôle de simples fournisseurs de contenus. Nous devons donc être capables d'intégrer différentes ressources, ce qui implique d'acquérir la technologie nécessaire et de l'articuler avec le hardware, et aussi d'imprimer à tout cela notre marque. Nous sommes absolument déterminés à avancer et à créer notre propre identité* ²⁹⁵.

China Publishing Group a donc présenté en avril 2010 son propre dispositif de lecture, le Dajia, qui contient 108 livres préinstallés. Figure également au nombre de ses projets le lancement d'une version chinoise de

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

²⁹⁴ Cf. [“Shanghai exclusive – journey to the media world of China”](#), Salon du livre de Francfort.

²⁹⁵ Cf. Lei Ren : [“China Publishing Group Launches Digital Subsidiary, Preps for the Future”](#), *Publishing Perspectives*, 22 juillet 2010.

» Chine «

l'Espresso Book Machine²⁹⁶. Liu Chengyong calcule que le consortium aura besoin de quelque 40 millions de dollars – entre subsides gouvernementaux et fonds propres – pour réaliser ses ambitieux plans de restructuration technologique²⁹⁷.

[Shanghai Century Publishing Group](#) a fait connaître, également en 2010, son e-reader – baptisé Cihai – ainsi qu'une plate-forme de publications électroniques appelée [Ewen](#). L'entreprise a entamé un dialogue avec un autre consortium, [Hebei Publishing Group](#), dans l'objectif de distribuer conjointement des contenus²⁹⁸. Nous pourrions ajouter à cette liste d'incontournables exemples d'autres entreprises d'État qui – comme [Chongqing Publishing Group](#) ou [Guangdong Publishing Group](#) – investissent des millions pour s'adapter au temps de l'électronique, travaillant avec des plate-formes interactives, des dispositifs de lecture, des applications pour téléphones portables, etc.

En plus d'œuvrer à accélérer la migration vers le numérique des maisons d'édition publiques, le gouvernement chinois a commencé à agir sur les librairies et les bibliothèques. Xinhua en est un brillant exemple : cette chaîne de 20 000 magasins contrôle 70 % du marché de la vente au public de livres papier. En mai 2010, Xinhua Shanghai a présenté son portail d'e-books – [Xinhuaestore](#) – ainsi qu'un e-reader du nom de Yeah-More²⁹⁹, en collaboration avec la firme technologique Edo et le consortium de médias [Jiefang Daily](#)³⁰⁰. La reconversion technologique comme politique d'État apparaît également de manière évidente dans le cas des bibliothèques avec, par exemple, la construction de la bibliothèque numérique nationale de Chine, un projet mis explicitement en exergue dans le 11e plan quinquennal³⁰¹.

La détermination des pouvoirs publics à accélérer la migration vers le numérique du secteur du livre se manifeste enfin dans la mise en place de parcs – ou « bases » – industriels exclusivement dédiés à l'édition numérique. Le premier d'entre eux, le parc de Shanghai-Zhangjiang, a été inauguré en 2008 ; ensuite ont été ouverts les parcs de Chonging, Hangzhou, Pékin et Hunan. Ces parcs sont conçus pour héberger des entreprises et des centres de R&D dont les activités tournent autour de la pro-

xxxxxxxxxxxxxxxx

²⁹⁶ Cf. Chen Jing, *op. cit.*, 27 septembre 2010.

²⁹⁷ Cf. Lei Ren, *op. cit.*, 22 juillet 2010.

²⁹⁸ Cf. [“Publishing Groups Are Under Price Pressure When Testing On Electronic Readers”](#), *China Book International*.

²⁹⁹ Cf. <http://www.yeahmore.com>.

³⁰⁰ Cf. Hippisley-Cox, Alex : [“PA's Emma House reports from Shanghai on digital publishing in China”](#), *Future Book*, 31 août 2010.

³⁰¹ Cf. [“The Outline of the Eleventh Five-Year Plan of the National Library of China”](#), *National Library of China*.

» Chine «

duction et de la distribution de contenus digitaux, des e-books aux revues électroniques en passant par les fils d'information et – curieusement – les jeux vidéo. Grâce aux investissements effectués par les acteurs publics et privés, Shanghai est depuis 2009 la première ville de Chine en ce qui concerne l'édition numérique, avec des recettes avoisinant les 3 milliards de dollars, pour un total national de 12 milliards de dollars, selon les chiffres fournis par la GAPP en août 2010³⁰². Cet organe a informé dans un communiqué que c'est en 2009 que, pour la première fois, les recettes générées par les publications numériques ont dépassé celles générées par l'édition traditionnelle³⁰³. Cette information, cependant, peut susciter des confusions. En effet – et il convient d'insister sur ce point – la GAPP donne au secteur « édition numérique » une acception tellement élastique que le chiffre paraît un peu exagéré. En réalité, les e-books ne représentent que 1,83 % du volume total de l'édition électronique³⁰⁴. Quoi qu'il en soit, il est indéniable que l'édition électronique en Chine avance rapidement, et que ses progrès sont dus pour une grande part aux investissements réalisés par le secteur public. Liu Binjie – le directeur de la GAPP – se montre très satisfait des résultats obtenus sur la période 2006-2010 :

“ Deux mots ont caractérisé la presse et l'industrie de l'édition au cours de ces cinq dernières années : réforme et innovation. La réforme a conféré à l'industrie la liberté de promouvoir sa propre croissance ; l'innovation a quant à elle généré des biens culturels et des moyens de transmission très variés³⁰⁵.

Les téléphones portables

Si en 2009, les recettes générées par les e-books ont représenté à peine 1,83 % de l'univers de l'édition électronique, un autre domaine a eu un rendement immensément supérieur. En effet, les contenus pour téléphones portables ont constitué, selon le même GAPP, 40 % du total

302 Cf. Wuping Zhao : [“Shanghai is China's Leading City for Digital Publishing”](#), *Publishing Perspectives*, 2 août 2010.

303 Cf. Zhuang Guangping y Tu Lingbo : [“Rosy outlook for China's digital publishing sector”](#), *China Economic Net*, 23 août 2010.

304 Cf. Moody, Andrew : [“Demise of the printed word?”](#), *China Daily*, 6 septembre 2010.

305 Cf. [“The rise and power of China's culture industry”](#), *Global Times*, 31 décembre 2010.

» Chine «

de l'édition électronique. La plate-forme par le biais de laquelle circule le plus grand débit de publications numériques en Chine n'est donc pas celle des e-readers – trop chers pour les utilisateurs et, paradoxalement, peu rentables pour les compagnies de hardware –, mais bien celle des téléphones mobiles.

Il existe en Chine 3 grands opérateurs de téléphonie mobile : [China Mobile](#), [China Unicom](#) et [China Telecom](#), tous ayant l'État chinois pour principal actionnaire. Avec environ 600 millions d'abonnés – dont 25 millions utilisent des appareils 3G – China Mobile contrôle plus de 70 % du secteur. Sa stratégie d'expansion sur le marché rural est la clé principale de son succès. China Unicom, pour sa part, réunit environ 150 millions d'utilisateurs – dont 15 millions utilisent la technologie 3G. Quant à China Telecom, il offre ses services à 70 millions de souscripteurs – dont 13 millions dotés d'appareils 3G. À l'instar de ce que l'on observe dans d'autres régions en développement, les téléphones portables sont devenus en Chine le véritable réseau, au point que China Telecom a récemment annoncé qu'elle n'investira plus dans les connexions internet fixes en zone rurale, l'option mobile constituant une alternative beaucoup plus efficace ³⁰⁶.

Si l'on tient compte du fait que le nombre d'utilisateurs de l'opérateur China Mobile équivaut pratiquement aux populations des États-Unis et de l'Europe occidentale réunies, on peut se faire une idée de l'extraordinaire marge de manœuvre dont disposent ces géants de la communication. En 2009, China Mobile a présenté son propre système d'exploitation, le oPhone, développé par l'entreprise locale [Borqs](#) à partir d'Android ³⁰⁷. China Unicom a choisi un chemin différent, présentant en mars 2011 le système WoPhone – basé sur Linux –, qui défie simultanément Android, iOS et Windows Mobile Phone 7 ³⁰⁸.

Les 3 opérateurs disposent également de leur portail d'applications respectif. Le [Mobile Market](#), de China Mobile, réunirait 80 000 développeurs et 11 millions d'utilisateurs inscrits ³⁰⁹. Selon les informations publiées par [iResearch](#), il serait devenu le deuxième plus grand site de vente en ligne d'*apps* de Chine, après l'[OviStore](#) de [Nokia](#) ³¹⁰. Le portail

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

³⁰⁶ Cf. Raymond Yu : [“Chinese Telecom: China Mobile Leads the Way”](#), *Bloomberg.com*, 5 août 2009.

³⁰⁷ Cf. Fletcher, Owen : [“China Unicom Plans Mobile Operating System”](#), *The Wall Street Journal*, 28 février 2011.

³⁰⁸ Cf. [“Unicom unveils its Wophone”](#), *People's Daily Online*, 1er mars 2011.

³⁰⁹ Cf. [“CCID Consulting: Open Sesame! China's Mobile Internet Market 2010 in Review and Outlook”](#), *Business Wire*, 28 février 2011.

³¹⁰ Cf. [“艾瑞咨询：2010年诺基亚和中国移动手机应用商店用户访问集中度最高”](#), *iResearch*, 20 janvier 2011.

» Chine «

[Wo Store](#) de China Unicom affiche 1 million de clients inscrits ³¹¹. Enfin, en octobre 2010, China Telecom avait déjà investi 15 millions de dollars dans son [eStore](#) ³¹² qui, au cours de ses sept premiers mois d'existence avait déjà attiré plus de 500 000 abonnés ³¹³. Quant à leur position sur le marché chinois, Wo Store et eStore talonnent l'AppStore d'Apple ³¹⁴.

Le dynamisme considérable du réseau mobile en Chine a un impact direct sur le terrain des publications électroniques. Une étude réalisée par la société de consulting [Canalys](#), publiée en 2010, révèle que 51 % des utilisateurs chinois de téléphones portables ont l'habitude de télécharger des applications à partir de leur mobile – un pourcentage très au-dessus des 29 % d'utilisateurs qui en font de même parmi les Européens occidentaux ³¹⁵. Plus remarquable encore, parmi ces 51 % d'utilisateurs, 68 % reconnaissent que les e-books sont la catégorie d'applications qu'ils consomment le plus, ce pourcentage atteignant même les 76 % parmi les jeunes. C'est peut-être la raison pour laquelle China Mobile a annoncé en mai 2010 son intention d'ouvrir un site de vente en ligne entièrement dédié à la vente de publications numériques ³¹⁶.

L'extraordinaire engouement pour les réseaux sociaux conçus spécialement pour les téléphones mobiles contribue à accentuer le phénomène. Nombre de ces portails ont à voir avec la littérature et proposent leurs propres contenus. Les sites [Byread](#) et [EMZ](#), par exemple, alimentent toute une communauté de lecture virtuelle et offrent à leurs visiteurs la possibilité de télécharger des publications sur leur téléphone.

Ces mutations ont accéléré l'apparition d'un nouveau genre de littérature : des textes agiles et contondants qui, selon Zhang Yiwu – prestigieux professeur de l'université de Pékin – pourraient bien inverser la tendance et remettre au goût du jour des formes tombées en désuétude comme le roman court et la poésie. Il faut rappeler que l'espace disponible sur un petit écran peut donner de très bons résultats avec la langue chinoise, puisqu'un caractère chinois véhicule beaucoup plus d'informations qu'une simple lettre en anglais ou en français. En ce sens, le roman *Hors les murs de la citadelle assiégée*, écrit par Qian Fucheng en 2004, est

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

³¹¹ Cf. "[China Unicom App Store Reaches 1 Mln Registered Users](#)", *Marbridge consulting*, 12 février 2011.

³¹² Cf. "[China Telecom invests \\$15 mln in its mobile app store](#)", *Telefax China*, 21 octobre 2010.

³¹³ Cf. "[China Telecom mobile app store boasts 500,000 users](#)", *TMT China*.

³¹⁴ Cf. *iResearch*, *op. cit.*, 20 janvier 2011.

³¹⁵ Cf. "[China outpaces Western Europe with mobile application and game downloads](#)", *Canalys*, 21 septembre 2010.

³¹⁶ Cf. Wuping Zhao : "[China Mobile to Build China's Biggest E-bookstore, Reveals Digital Strategy](#)", *Publishing Perspectives*, 16 mai 2010.

» Chine «

un texte pionnier : ses 60 chapitres, composés à partir d'un corpus de 70 caractères ont été téléchargés durant deux mois par quelque 800 000 personnes. Après avoir obtenu notoriété et fortune, Qian Fucheng a déclaré :

“ Lorsque j'ai commencé à écrire ce roman, j'étais très enthousiaste. J'étais convaincu que les messages de texto devaient être plus que de simples plaisanteries et pouvaient se convertir en grande littérature. (...) La manière d'écrire est absolument différente, du fait que 70 caractères sont insuffisants pour rédiger un roman traditionnel. J'ai donc décidé d'explorer un nouveau champ littéraire et de soigner ma démarche. Je ne cesse de me répéter : moins de conversations, moins de descriptions. Comme il s'agit d'un roman, il faut raconter une histoire de manière attractive, mais il est tout aussi fondamental d'économiser l'espace : on ne peut se permettre de gaspiller le moindre mot, ni même le moindre signe de ponctuation ³¹⁷.

Finalement, de nombreuses maisons d'édition traditionnelles se sont mises à expérimenter ces nouvelles possibilités. Tianjin Publishing Media Group, par exemple, a signé des accords avec China Mobile et d'autres compagnies de téléphonie mobile pour mener des incursions dans l'édition numérique et mettre en pratique des projets industriels de microromans ³¹⁸.

Les multiples défis de l'ère numérique

Ainsi, comme nous avons tenté de le faire ressortir, les nouvelles technologies sont en train de transformer de fond en comble l'univers de l'édition en Chine. En cette nouvelle ère électronique, les défis auxquels doivent se confronter les maisons d'édition sont nombreux – particulièrement pour les petits et moyens acteurs du capital privé ³¹⁹.

○○○○○○○○○○○○○○○○○○

³¹⁷ Cf. [“China's mobile phones lead a reading revolution”](#), *The Irish Times*, 10 janvier 2011.

³¹⁸ Cf. [“天津出版传媒集团签订11项重大合作项目”](#), *Chinaxwcb*, 10 décembre 2010.

³¹⁹ Pour développer ce point, nous avons eu exclusivement recours à la bibliographie disponible puisque la Chine est le seul pays dans lequel nous n'avons pu obtenir de réponses directes à notre entretien en ligne. La barrière de la langue a sans aucun doute influé sur cet état de fait, mais d'autres facteurs sont également intervenus. La première surprise a été de réaliser que, à la différence de leurs collègues partout dans le monde, les éditeurs chinois ne pouvaient pas ouvrir le formulaire web. Nous avons tardé quelques jours avant de comprendre que c'était une conséquence directe du conflit qui oppose Google et Pékin, conflit qui, au début de 2010, a conduit la compagnie de Silicon Valley à annuler

» Chine «

Pour commencer, le piratage numérique est un spectre qui, pour des raisons évidentes, inquiète tous les labels. En effet, si un géant de la taille de Shanda passe son temps à se battre contre d'autres portails en présumée infraction, on peut se demander ce qu'il reste pour les acteurs de taille plus modeste. Selon diverses sources, il existe en Chine plus de 530 000 sites proposant des livres piratés³²⁰ et, de fait, 95 % des téléchargements de livres dans le pays correspondraient à des matériaux non-autorisés³²¹. Cependant, il est probable que la présence croissante de corporations locales qui – comme Shanda, ChineseAll ou Founder Apabi – basent leur commerce sur le copyright, contribue à atténuer le problème à moyen terme. Les bouleversements technologiques et économiques qui ont eu lieu en Chine au cours des dernières années ont conduit les juristes à repenser entièrement la loi du copyright, de sorte que des changements apparaîtront tôt ou tard dans la législation³²².

D'autre part, les maisons d'édition manquent souvent de fonds pour initier leur processus de reconversion. Même lorsqu'elles disposent de ressources, elles ne savent pas dans quelle direction migrer, parce que le nouveau *business model* n'est pas très clair.

L'absence de standardisation quant aux formats d'archives et aux métadonnées constitue un écueil supplémentaire pour les labels de plus petite taille. Ce phénomène est en partie dû à l'apparition de colosses locaux qui ont imposé leurs propres normes au sein de leurs écosystèmes respectifs. À ce sujet aussi on peut s'attendre à ce que soit mise en place une plus grande régulation.

Un autre inconvénient typique – qui affecte en réalité l'ensemble de l'industrie chinoise – est la difficulté rencontrée pour élaborer des marques qui soient attractives à l'extérieur du pays. En un certain sens, on pourrait dire que le géant asiatique ne trouve pas toujours la manière de transformer la quantité en qualité, ce qu'en revanche sont parvenus à faire ses concurrents nord-américains, européens et japonais. Un risque existe donc bien que les maisons d'édition chinoises se contentent de leur marché intérieur et que, du coup, leurs avancées numériques

ses opérations chez le colosse asiatique. Notre questionnaire, construit à partir de Google Forms, était donc impossible à ouvrir en Chine. Certains éditeurs qui parlent l'anglais nous ont alors aimablement demandé le questionnaire au format Word, mais n'y ont finalement jamais répondu. Cette absence de réponse a contrasté de manière frappante avec les échanges fluides que nous avons pu maintenir avec certains professionnels de Taïwan, ainsi qu'avec des éditeurs occidentaux installés en Chine continentale.

³²⁰ Cf. [“监管滞后导致‘羊群’效应 数字版权怎一个‘乱’字了得”](http://jfdaily.eastday.com), *jfdaily.eastday.com*, 18 août 2010.

³²¹ Cf. Jing Xiaolei : [“Readers Going Digital”](http://www.bjreview.com), *Beijing Review*, 26 novembre 2009.

³²² Cf. [“中国入世前后变化巨大 相关产业专家学者建议尽快启动全面修订《著作权法》”](http://www.chinaxwcb.com), *Chinaxwcb*, 25 février 2011.

» Chine «

ne soient pas connues dans le reste du monde. Comme ces avancées peuvent représenter un savoir d'une énorme valeur pour tous les éditeurs des pays en développement, il serait intéressant de mettre en place une sorte d'observatoire qui fournisse des informations actualisées sur le sujet.

Enfin, il faut reconnaître que la médiation de l'État qui caractérise depuis toujours la Chine continentale rend très ardue – voire contre-productive – toute tentative menée pour travailler directement avec les petits et moyens labels. Il serait peut-être nécessaire de passer par les institutions locales – universités, centres de R&D, parcs technologiques d'édition numérique – pour parvenir à entrer en contact avec les entrepreneurs. À Hong Kong et Taïwan, il pourrait en revanche valoir la peine d'essayer d'entrer en relation directement avec les éditeurs.

Les tendances possibles

Dans l'édition numérique chinoise, nous avons rencontré un certain nombre de forces qui probablement se maintiendront à moyen terme. Nous énumérons donc ci-dessous les principales tendances que nous avons identifiées :

1. En premier lieu, il existe une nouvelle classe moyenne qui, à l'instar des classes moyennes de l'Inde ou du Brésil, s'incorpore rapidement au marché, particulièrement en ce qui concerne la consommation de contenus numériques.
2. Dans la mesure où ces nouveaux secteurs accèdent à la consommation de biens culturels sans passer par le livre analogique, il est possible que nous assistions à une expansion encore plus accélérée de la littérature en ligne. Nous avons examiné les plate-formes web ou portables d'écriture et de lecture, mais nous pourrions également mentionner les festivals de littérature électronique qui commencent à s'organiser aux quatre coins de la Chine ³²³.
3. Il est certain qu'il y aura une recrudescence de procès pour des questions de droits d'auteur, et que la législation chinoise va innover en matière de copyright.
4. La massification de la demande et la concurrence croissante vont faire chuter plus encore les prix de tous les dispositifs électroniques

323 Cf. [“China Online Literature Festival”](#), CICE.

CONCLUSIONS

» Conclusions «

Axes thématiques

Comme nous avons tenté de le montrer jusqu'ici, l'édition numérique au sein du monde en développement revêt un dynamisme et une diversité considérables. Nous allons maintenant réorganiser ces résultats géographiques en fonction d'axes thématiques récurrents – les technologies, le facteur humain et la variable R&D. Cela nous permettra de donner plus d'ampleur aux propositions déjà esquissées pour chaque région, et de tracer les contours d'un plan d'action qui puisse bénéficier au plus grand nombre possible de maisons d'édition du Sud.

Les infrastructures technologiques

Du point de vue de la technologie, il y a quatre protagonistes qui réapparaissent régulièrement : l'impression à la demande ou POD, les plate-formes online, les e-readers – ainsi que les tablettes – et les téléphones portables.

L'impression POD, relativement forte en Amérique latine, est moins répandue en Afrique subsaharienne et dans le monde arabe, malgré l'importante avancée que cet outil pourrait signifier dans des pays dotés de peu de librairies et d'un système de distribution fragile. Ici, il conviendrait d'agir dans différentes directions, toutes exploratoires :

- 1) Dans certaines villes, il faudrait évaluer la perspective d'installer des points d'impression POD dans les librairies, les bibliothèques et les centres éducatifs. L'unique manière de financer une initiative pareille sera de faire appel au secteur public ou aux dons de fondations, puisque, en termes commerciaux, il sera difficile de récupérer l'investissement effectué. Du fait que l'utilisation de ces machines demande un *know how* particulier, il faudra prendre en compte les imprimeurs qui, localement, sont déjà actifs dans ce domaine. A priori il s'avère très complexe d'esquisser un schéma applicable à tous les cas. Il conviendrait donc de réaliser d'abord un *mapping* des villes et des institutions qui pourraient héberger un système présentant ces caractéristiques, puis de mesurer la faisabilité d'une telle initiative en fonction de la qualité des acteurs rencontrés sur place. Les enjeux à affronter sont de toute façon considérables : À quel tarif les livres seront-ils commercialisés ? Qui encaissera l'argent de ces ventes ? Comment seront payés les dividendes ? Comment les fichiers seront-ils protégés ?

» Conclusions «

- 2) Une autre possibilité est de travailler à partir de modèles d'impression POD moins conventionnels, comme le propose Paperight en Afrique du Sud. Dans ce cas, il faudra attendre quelques mois pour prendre la mesure de l'impact du projet originel. L'expérience pourra également servir à apporter des réponses aux questions que nous avons posées dans le point antérieur. De toute façon, ces questions ouvertes pourront être traitées dans le cadre des projets de formation et de *networking* professionnel que nous allons décrire plus tard.
- 3) Pour approvisionner en contenus les opérations d'impression à la demande, quelle que soit l'alternative de POD choisie, il sera indispensable que les éditeurs locaux disposent des versions électroniques des textes et des couvertures de leurs livres, ainsi que de leurs métadonnées respectives. Comme, en Afrique subsaharienne et dans le monde arabe, les maisons d'édition n'ont pas toujours ces fichiers à leur disposition, il faudra lancer des campagnes de numérisation, là aussi en ayant recours à différents alliés qui sont déjà sur le terrain – comme les départements d'informatique des universités qui, dans certaines villes, font partie des rares institutions à posséder des scanners. Ces fichiers serviront, outre à l'impression POD, à beaucoup d'autres desseins.
- 4) L'impression POD représente également la possibilité de commercialiser des livres à l'échelle globale, sans les frais d'envois normalement associés à une exportation. Ainsi, un éditeur indien, guatémaltèque ou gabonais pourra vendre ses titres aux États-Unis et en Europe, en utilisant les services des entreprises qui en imprimeront des exemplaires dans ces pays mêmes, à la demande. Bien évidemment, cette perspective séduisante n'est pas exempte d'écueils techniques et commerciaux : outre la difficulté qu'il aura à disposer des fichiers adéquats, comment fera un éditeur du Sud pour encaisser le prix des ventes ? Dans les faits, les grands agrégateurs n'ont pas l'habitude d'effectuer des virements vers le monde en développement ; ils opèrent plutôt des transferts vers les États-Unis et l'Europe, ou à la rigueur émettent des chèques – qu'un éditeur du Sud aura toutes les peines du monde à encaisser. Ici, il conviendra d'élaborer un plan pilote avec les membres de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants. L'Alliance pourrait ouvrir un compte en Europe et un autre aux États-Unis, afin qu'y soient envoyés les dividendes, le paiement final aux éditeurs pouvant être effectué en série, tous les six mois, *via* [Western Union](#), transfert local ou d'autres systèmes à explorer. Si l'expérience fonctionne, d'autres éditeurs pourraient y participer, et on pourrait construire alors un système de paiement plus structuré.

Si l'on examine maintenant les plate-formes en ligne, en laissant de côté des exceptions comme DC Books en Inde, il apparaît que les en-

» Conclusions «

treprises locales de software et de jeux vidéo montrent plus de dynamisme que les acteurs traditionnels du secteur du livre. La Chine mise à part, ces sites créés dans le monde en développement sont généralement approvisionnés par des agrégateurs étrangers (en particulier espagnols, anglais et nord-américains) parce qu'il leur est difficile d'obtenir des contenus autochtones.

Ici, il faudrait travailler dans deux directions :

- 1) Stimuler le *networking* professionnel entre sites de vente en ligne et agrégateurs du monde en développement.
- 2) Accélérer la distribution de contenus locaux de la part des agrégateurs existants, aussi bien nationaux que globaux.

Le premier point pourrait s'intégrer aux activités de formation que nous détaillerons plus loin. En ce qui concerne le second aspect, la numérisation des contenus éditoriaux – dont la nécessité est déjà apparue lorsque nous avons traité de l'impression POD – apporterait une réponse efficace. Ici se posent bien sûr d'autres questions comme, par exemple, définir dans quel format conserver les documents – ePub, PDF, mobi, etc. En règle générale, il convient que les éditeurs sauvegardent le fichier de mise en page original – en InDesign, Quark, Scribus, par exemple. S'ils ne disposent pas de ce fichier, qu'ils essaient au moins de conserver un PDF ou des images haute définition de chaque page. Ces règles de bases pourront aussi faire l'objet d'un module à étudier dans les étapes de formation.

Dans les pays où il n'existe encore ni sites de vente en ligne, ni agrégateurs, la proposition de créer des plate-formes communes entre plusieurs éditeurs ressurgit régulièrement. Vu la complexité technique et commerciale qui dériverait d'un système présentant de telles caractéristiques, nous pensons que, pour le moment, l'option la plus raisonnable serait de travailler avec des plate-formes déjà existantes, soit au Sud, soit au Nord, en négociant des conditions qui soient équitables et qui s'inscrivent dans une démarche de développement durable. La soif de contenus de ces agrégateurs est telle, qu'il n'est pas impossible qu'on aboutisse à des accords très avantageux pour les éditeurs. En outre, on peut appliquer ici aussi la proposition de collecter les dividendes de manière centralisée. Avant de créer des plate-formes communes, il serait également urgent de contribuer à ce que les éditeurs du Sud qui désirent commercialiser ou diffuser leurs publications à l'étranger disposent pour le moins d'une page web. À cette fin, on peut fournir des gabarits libres – de [WordPress](#) ou [Joomla](#), parmi de nombreuses autres options – et des guides d'autoapprentissage qui facilitent leur installation. Nous reviendrons un peu plus tard sur le sujet.

Dans le domaine des e-readers et des tablettes tactiles, la Chine et la Russie caracolent en tête de la production mondiale. Là-bas, tout comme

» Conclusions «

en Inde ou au Brésil – pays qui ont eux aussi mené des incursions dans ce domaine –, les dispositifs autochtones présentent souvent de nombreux avantages par rapport aux modèles importés comme le Kindle ou l'iPad :

- 1) En premier lieu, ils s'avèrent parfois meilleur marché puisqu'ils ne sont pas grevés des frais d'envois et de douane.
- 2) D'autre part, ils sont en général conçus en fonction du public local. Ainsi, par exemple, certains dispositifs disposent d'une interface dans les langues régionales, ce que n'offrent pas les appareils du Nord.
- 3) De plus, ces dispositifs autochtones disposent en général d'une connexion permanente avec des plate-formes elles aussi nationales, qui montrent plus d'habileté au moment de fixer les prix et de sélectionner les textes qui seront attractifs pour les lecteurs du cru.

Ici, il s'avérerait intéressant d'expérimenter des collaborations entre, d'une part, des pays du Sud qui ont déjà fait de gros progrès dans l'industrie du hardware et, d'autre part, des pays du Sud qui n'ont pas ce savoir, mais dont l'abondante production de contenus rendra inévitable, tôt ou tard, la fabrication de dispositifs adaptés à la réalité locale. Comme le constatent certains des professionnels interviewés, il ne serait pas réaliste d'espérer que tous les pays en développement produisent un jour leurs propres e-readers. Mais on peut tout au moins contribuer à montrer que les États-Unis et le Japon ne sont pas les uniques fabricants – ni même les principaux. De cette manière, des entreprises de hardware au Mexique, en Colombie et en Argentine pourraient s'inspirer des expériences menées dans des pays comme le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine, qui sont confrontés à des défis analogues.

Un domaine au fort potentiel dans toutes les régions en développement est, comme nous l'avons vu, le réseau de téléphonie mobile. L'Inde, la Chine et l'Afrique du Sud sont à l'avant-garde et, dans certains cas, leurs entrepreneurs locaux disposent d'un *know how* comparable à celui des acteurs européens ou nord-américains. Du fait qu'à ce jour les expériences de distribution de littérature par le biais de téléphones portables ont été relativement peu nombreuses dans la plupart des pays en développement, les acteurs de ces régions ont beaucoup à apprendre des explorations menées en Inde, en Chine et en Afrique du Sud.

Il y a encore énormément à explorer, tant au sujet des formats que des *business models*, mais les opportunités sur ce terrain sont extraordinaires, et ce pour diverses raisons :

- 1) Les téléphones portables représentent une plate-forme déjà existante dont le taux de pénétration est très important, et ce, dans toute la pyramide sociale.

» Conclusions «

- 2) Dans de nombreux pays d'Afrique, les téléphones portables incorporent déjà des systèmes de paiement électronique, de telle sorte que les maisons d'édition disposent là d'une plate-forme commerciale privilégiée.
- 3) Le réseau de téléphonie mobile bénéficie particulièrement aux éditeurs locaux, puisque les entreprises internationales qui voudront utiliser ce réseau pour distribuer des contenus devront en passer par les langues régionales, la perspective de traduire des textes étrangers s'annonçant pour elles très délicate et pas toujours lucrative. Les éditeurs autochtones, au contraire, comptent avec l'énorme avantage d'être déjà sur le terrain, en contact avec des auteurs qui publient dans la même langue ; ils sont en outre beaucoup plus au fait des besoins de leur public.

Le facteur humain

Les technologies constituent bien évidemment un composant clé du sujet qui nous occupe. Cependant, il est vital de prêter attention à ceux qui devront les utiliser, et c'est ici qu'intervient l'importance de travailler sur le facteur humain.

À ce sujet, il faut signaler que de nombreux éditeurs se méfient des outils numériques. Cette réaction – parfaitement compréhensible, vu le changement profond de paradigme qui est en jeu – peut entraîner un cercle vicieux. La crainte du piratage, la difficulté pour trouver un *business model* qui puisse rapidement se substituer au modèle antérieur, ainsi que le manque de contact avec les acteurs du monde électronique, conduisent nombre de représentants du secteur du livre à craindre les nouvelles technologies, retardant d'autant l'avènement d'une industrie numérique solide.

Ce sont peut-être les nations dans lesquelles la tradition éditoriale est la plus forte – par exemple, les grands et moyens pays d'Amérique latine – qui sont le plus exposées à ce problème. Au contraire, les éditeurs venant de régions dans lesquelles l'industrie du livre a été plus malmenée – comme Haïti ou l'Afrique – voient beaucoup plus vite les opportunités implicites qu'offrent les nouvelles technologies. En tout état de cause, il est intéressant d'observer que sur l'ensemble des personnes interviewées, seulement trois éditeurs – tous les trois latino-américains – ont répondu que la technologie numérique portait directement préjudice à la biodiversité. Il semble donc malgré tout que, dans la perception générale, les outils électroniques pourront jouer un rôle de premier plan dans la préservation de la culture.

Il serait donc recommandable de trouver le moyen de remplacer la préoccupation et la peur par la curiosité et le désir d'expérimenter. Se-

» Conclusions «

lon nous, ce résultat pourrait être obtenu à l'aide d'activités de formation et de *networking* professionnel, à la condition que ces initiatives, une fois de plus, soient réalisées le regard braqué sur la réalité locale, et non « d'en haut » ou « de l'extérieur ». De fait, il existe dans les pays en développement d'innombrables cours et manifestations traitant de l'ère numérique, mais ceux-ci se basent habituellement sur des outils conçus pour des régions dont la réalité est tellement différente, que ce déphasage ne fait que décourager les auditeurs. Un exemple typique, ce sont les conférences données par des gourous nord-américains ou européens qui insistent sur le fait qu'il est très important de distribuer des livres pour l'iPad. Il est évidemment très intéressant d'apprendre comment certains éditeurs des États-Unis ou d'Europe convertissent leurs titres au format ePub, signent des contrats avec des distributeurs numériques qui, à leur tour, ont des accords avec Apple et, périodiquement, versent un pourcentage déterminé des ventes sur un compte en banque du Nord. Mais pour un éditeur d'Afrique subsaharienne ou de l'intérieur de l'Inde, ce ne sera peut-être rien de plus qu'une anecdote curieuse, un savoir abstrait qui n'aura pas d'application dans le contexte dans lequel il vit. En dehors des secteurs les plus opulents de la société, en Afrique subsaharienne comme dans l'intérieur de l'Inde, les iPads n'existent pas – il n'y a donc pas de marché local pour ce type de plate-forme – et les éditeurs ne disposent pas de comptes en banque dans l'hémisphère nord sur lesquels recevoir d'éventuels dividendes pour des ventes réalisées à l'étranger. Ainsi, pour que la leçon du gourou ait du sens, quelqu'un devrait au moins expliquer quelle est la manière de faire parvenir ces revenus jusqu'aux territoires africain ou indien. Une fois encore, il ne s'agit pas de disqualifier les dispositifs nord-américains ou européens, mais bien plutôt de repenser quel est le type de formation ou de *networking* dont les éditeurs des pays en développement peuvent le mieux tirer partie. Faut-il se limiter à exhiber des outils et des *business models* exotiques qui ne parviendront peut-être jamais dans la région en question, ou plutôt partir des demandes et des besoins des entrepreneurs, dans l'objectif d'accroître ses possibilités par le biais d'actions ciblées efficaces ?

De notre point de vue, c'est la seconde option qui est la plus à même d'apaiser l'anxiété tout en encourageant l'exploration. Pour cela, nous recommandons d'agir dans différentes directions :

- 1) Comme nous le signalons dans l'étude région par région, il faudra mettre en route des séminaires de formation en collaboration avec les différentes institutions qui travaillent déjà sur le sujet : associations d'éditeurs, facultés et centres de formation. Pour se remémorer quelques cas, citons seulement le CAFED en Tunisie, le KITAB dans les Émirats arabes, les journées professionnelles organisées dans les principaux salons du monde en développement (Abu Dhabi, Buenos Aires,

» Conclusions «

- Delhi, Pékin, São Paulo, Moscou, Le Caire, Le Cap, Guadalajara, Bogotá, etc.), le cursus édition de l'université de Buenos Aires, l'université du livre à São Paulo, entre autres. Il sera important de centrer la formation sur les problèmes informatiques, juridiques et de marketing, en faisant appel à des experts qui connaissent les limites et le potentiel du terrain et sont en mesure de proposer des réponses ingénieuses.
- 2) Les séminaires pourront éventuellement prendre la forme de cours virtuels, en différentes langues, réalisées en collaboration avec les institutions déjà présentes sur le terrain, mais proposant la participation d'acteurs d'autres pays. Grâce à des vidéos accessibles sur le web ou à des cours écrits, on pourrait encourager un transfert de savoir Sud-Sud des différentes technologies concernées. Il serait en particulier très profitable de communiquer de cette manière les solutions que certains éditeurs de pays en développement ont déjà élaborées *ad hoc*.
 - 3) D'autre part, il sera indispensable d'inciter à ce que se rencontrent en personne éditeurs traditionnels, éditeurs numériques, producteurs de hardware et développeurs de software, dans le but de renforcer le plus possible l'« écosystème » industriel local, travaillant pour cela avec l'appui d'acteurs agglutinants – associations d'éditeurs, chambres syndicales de développeurs de software, pépinières de *start-ups*, salons du livre et secteur public.
 - 4) Parallèlement, il est indispensable de développer des activités (workshops, conférences, expositions) qui mettent en relation les maisons d'édition en général avec les artistes du monde électronique – cyber-écrivains, designers web, illustrateurs numériques et même créateurs de jeux vidéo –, afin de faciliter l'intégration de nouvelles formes d'expression dans le « périmètre d'action » de l'industrie éditoriale. Il serait également intéressant de stimuler les liens entre éditeurs et créateurs des différentes régions en développement, pour renforcer, encore une fois, les relations Sud-Sud. Ces initiatives peuvent être mises en œuvre en collaboration avec le secteur public et les ONG de chaque région.
 - 5) Il sera aussi essentiel d'élargir les réseaux d'éditeurs en les orientant vers le domaine de l'électronique. Des groupes comme le Young Publishing Entrepreneur ³²⁶ – parrainé par le [British Council](#) et le [Salon du livre de Londres](#) – comptent déjà parmi leurs membres des entrepreneurs numériques. L'Alliance internationale des éditeurs indépendants pourrait également lancer des invitations pour que de nouveaux acteurs entrent dans l'organisation puisque – comme nous l'avons mentionné – la biodiversité dépendra, dans nombre de pays en développement, de la faculté des éditeurs à utiliser parfaitement les technologies numériques.

xxxxxxxxxxxxxxxx

³²⁶ Cf. [Publishing](#), Young Creative Entrepreneurs.

» Conclusions «

Recherche et Développement : un laboratoire pour les éditeurs du Sud

Si les pays du Sud manifestent des difficultés au moment de produire des infrastructures et des savoirs qui s'harmonisent avec les possibilités locales, c'est parce que, dans une grande mesure, la variable Recherche et Développement (R&D) manque ou est insuffisante. Cela fait des dizaines d'années que les États et les compagnies de l'hémisphère nord investissent dans ce domaine, ce qui explique leur énorme supériorité industrielle³²⁷. La Chine est peut-être le pays en développement à l'avoir compris le plus rapidement, et elle destine actuellement des sommes considérables à la production de technologies conçues pour ses propres projets. Les autres pays du Sud, il est vrai, ne disposent pas toujours des fonds nécessaires pour imiter la stratégie chinoise, mais il existe aussi des formes alternatives de renforcer la R&D en utilisant des ressources déjà disponibles. De fait, dans toutes les régions examinées au cours de cette étude, existent des laboratoires et des centres d'expérimentation – tant publics que privés – qui peuvent jouer un rôle clé dans la reconversion de l'industrie éditoriale.

Nos propositions à ce sujet sont les suivantes :

Dans un premier temps, vu l'envergure de centres comme ictQatar ou Qatar Foundation – parmi beaucoup d'autres qui, à ce jour, ne semblent pas avoir maintenu d'étroites relations avec les maisons d'édition –, il serait utile d'établir un *mapping* exhaustif de ces centres dans l'ensemble des 6 régions étudiées.

Sachant qu'il existe, dans les pays développés, des entités de R&D, ainsi que d'autres institutions qui peuvent se montrer ouvertes à une collaboration avec cette initiative, il conviendra donc d'intégrer au travail de *mapping* la localisation de potentiels alliés au Nord.

Troisièmement, il ne serait pas vain de lancer un appel à des programmeurs qui contribueraient de manière désintéressée à mettre en œuvre des solutions techniques. L'exemple des communautés qui créent des solutions *open source* pour WordPress ou Joomla constitue un précédent de grande valeur.

Notre suggestion finale – peut-être la plus importante dans le cadre de cette enquête – est que l'Alliance internationale des éditeurs indépendants mette également sur pied son propre laboratoire, une unité compacte et dynamique qui puisse collaborer avec le plus grand nombre possible de maisons d'édition du Sud, par le biais des activités suivantes :

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

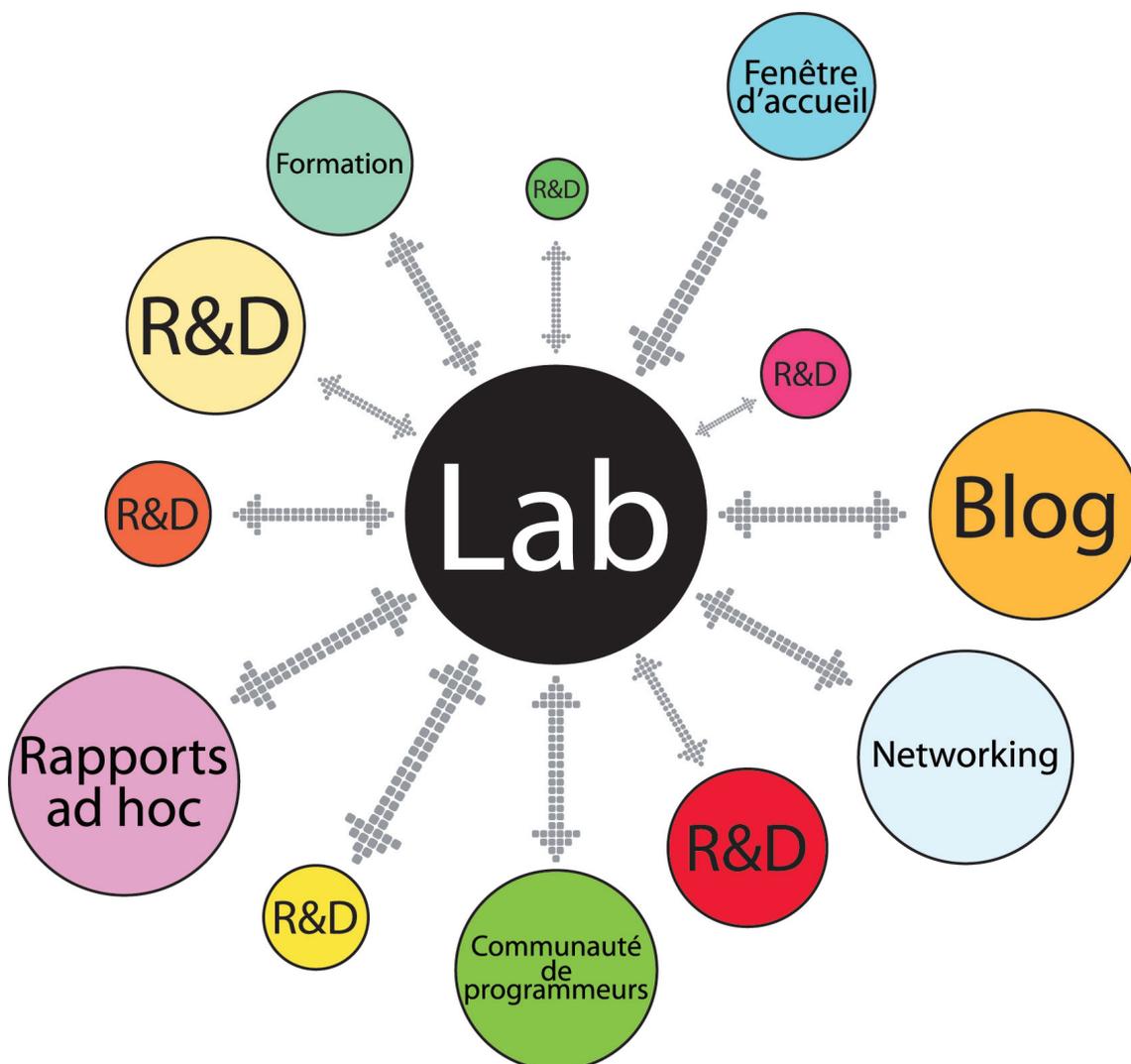
³²⁷ Cf. [Unesco Science Report 2010](#), UNESCO Publishing, 2010, p. 4 et suivantes.

» Conclusions «

1. Tenir à jour un blog contenant des informations actualisées sur les nouvelles technologies, en particulier des informations provenant des régions en développement. Les articles devraient être disponibles au moins en français, anglais et espagnol.
2. Sur ce même site web, réserver un espace qui serve de fenêtre d'accueil pour réceptionner les problèmes techniques exposés par les éditeurs.
3. Réaliser les mappings mentionnés plus haut.
4. Superviser la mise en relation des centres de R&D du Sud et du Nord, ainsi que soutenir la communauté de programmeurs *ad honorem*, afin de résoudre les problèmes techniques exposés par les éditeurs. Les solutions mises en œuvre – scripts, plugins, etc. – pourront être distribuées avec une licence de software libre.
5. Organiser les différentes initiatives de formation et de *networking* professionnel décrites plus haut.
6. Enrichir périodiquement l'enquête sur l'édition numérique afin d'y ajouter des acteurs, des perspectives et d'autres éléments qui pourraient aussi être incorporés au blog – par exemple, des statistiques actualisées, des entretiens avec des éditeurs ayant réalisé des essais avec les technologies numériques, etc.
7. Pour la mise en œuvre de toutes ces actions, qu'il ne pourra pas assurer seul, le laboratoire aura la possibilité d'élaborer des rapports *ad hoc* qui seront envoyés aux gouvernements, aux entreprises et aux organisations non-gouvernementales, dans le but de parvenir à un changement positif et efficace. Ces initiatives – dont certaines ont déjà été mentionnées – impliquent des dimensions à la fois techniques, juridiques, marketing et politiques, et pourront être amplifiées au fur et à mesure que progressera le travail du laboratoire. Nous nous référons en particulier aux nécessités suivantes :
 - a. stimuler l'installation de points d'impression POD ;
 - b. accélérer la numérisation des catalogues ;
 - c. encourager la standardisation des métadonnées ;
 - d. multiplier les moyens de paiement et d'encaissement ;
 - e. fixer une TVA différentielle pour les livres électroniques ;
 - f. obtenir des tarifs réduits pour les maisons d'édition du Sud qui utilisent du software propriétaire ;
 - g. obtenir des conditions commerciales de distribution numérique qui soient équitables ;
 - h. aider les professionnels qui n'obtiennent pas de numéro ISBN pour des raisons liées à la censure à trouver un autre type d'identification pour distribuer leurs œuvres numériques.

» Conclusions «

Pour faire face à ce programme ambitieux – dont la complexité réside non seulement dans les questions techniques, mais aussi dans un intense travail de *networking* et *lobbying* –, le laboratoire devra compter au minimum avec un éditeur numérique du Nord et un autre du Sud, ainsi qu'avec un programmeur et un web designer. Vu les coûts dérivant de la structure et des activités décrites, il sera indispensable d'avoir recours à des institutions alliées qui puissent contribuer financièrement au plan d'action à moyen et long terme.



» Conclusions «

Plan d'action

Comme nous l'avons signalé à de nombreuses reprises, il n'est pas nécessaire d'attendre que la technologie du Sud s'adapte à celle du Nord ; on peut commencer à travailler avec les matériaux déjà disponibles. Il serait bien évidemment extraordinaire de tabler sur 80 % de taux de pénétration internet en Afrique ou sur de grands investissements dans les infrastructures de toutes les régions en développement, mais – [comme le remarquait Steve Vosloo](#) –, cela n'arrivera peut-être jamais. Et si cela arrive un jour, il est fort possible qu'à ce moment-là les pays industrialisés aient déjà réalisé un autre saut technologique et que, du coup, le problème de la disparité des infrastructures se maintienne. L'option la plus efficace est donc de se mettre dès maintenant au travail, avec ce que l'on a.

Pour mettre en œuvre toutes les actions portant sur l'amélioration des infrastructures, la formation et la R&D, nous recommandons d'adopter la même stratégie d'essai et d'erreur que nous avons suggérée aux éditeurs. Selon nous, une voie pragmatique et hétérodoxe permettra de trouver des solutions et, en même temps, d'éviter la frustration que rencontrent souvent les professionnels du livre dans ce qui a trait aux nouvelles technologies. En ce sens, nous proposons que le laboratoire amorce ses activités le plus vite possible et qu'il se focalise sur un groupe déterminé de pays, ouvrant un plan pilote sur une durée de trois mois. Pour des questions d'ordre géographique et du fait de manifestations organisées antérieurement au sein de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants, on pourrait commencer le travail avec des professionnels d'Afrique subsaharienne et du monde arabe. Si cela était possible, nous suggérons d'adjoindre à l'équipe de travail un entrepreneur africain qui possède une expérience dans la distribution de textes pour téléphones portables, venant par exemple d'Afrique du Sud.

Avec ce groupe d'éditeurs, nous recommandons d'agir dans différentes directions :

- 1) Réaliser une rencontre de formation d'au moins trois journées au cours desquelles on traiterait de thèmes comme ceux-ci :
 - a. Quelles technologies connaissent les éditeurs, à quel degré leur usage est-il répandu au niveau local, comment les éditeurs élaborent-ils leurs pages web, comment travaillent-ils sur la mise en page de leurs livres, quelles opportunités et quels dangers imaginent-ils, etc. ?
 - b. Description de certains systèmes mis en œuvre aussi bien dans les nations industrialisées que dans d'autres pays en développement.
 - c. *Business models*, moyens de paiement et d'encaissement.
 - d. Contrats de droits d'auteur et conventions de distribution numérique.

» Conclusions «

- e. Software de mise en page – aussi bien propriétaires que libres –, polices de caractères, DRM.
- 2) En fonction de ce dont on débattrait au cours de la rencontre, mettre en route ces initiatives :
- a. Accompagner les éditeurs du groupe dans leur recherche de plate-formes internationales qui leur permettent de distribuer leurs publications, en format électronique et en impression POD.
 - b. Mettre en œuvre des mécanismes simples d'encaissement des dividendes obtenus.
 - c. Expérimenter des manières d'améliorer les infrastructures locales, quelles qu'elles soient.
 - d. Constituer un « pack de survie numérique », préparé spécialement pour les maisons d'édition des régions concernées, et incluant : des gabarits pour construire des sites web ; des instructions pour les activer ; des polices de caractères libres ; des guides expliquant comment exporter vers PDF et ePub à partir de Quark, InDesign, Scribus, PageMaker et tout autre programme utilisé par ces éditeurs ; des recommandations concernant la distribution de publications sur téléphones portables – en fonction des dispositifs existant dans ces pays – ; des notions de base concernant l'utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir des livres et des manifestations. Ce pack pourrait être complété par d'autres guides en ligne.
 - e. Encourager le *networking* professionnel entre les maisons d'édition et les représentants du milieu numérique local – programmeurs, web designers, développeurs de jeux vidéo, etc.

Ce premier projet pilote pourrait être prolongé par neuf autres mois d'activités conçues pour les éditeurs des autres régions étudiées, et par l'élaboration des premiers rapports tendant à influencer tant sur le secteur public que privé. À ce moment-là, le blog et les autres ressources du laboratoire devront déjà être complètement disponibles en ligne.

Point d'arrivée, point de départ

Nous remarquons dans l'introduction qu'étudier l'édition numérique dans les pays en développement est une démarche complexe, fascinante autant qu'incontournable. L'objet de cette étude s'avère si volatil que l'enquête conduit à démolir des lieux communs et à jeter des ponts conceptuels entre des domaines apparemment peu connexes. Cela peut don-

» Conclusions «

ner une idée de l'ampleur de la tâche à accomplir : avec des technologies très malléables qui ne terminent jamais de se cristalliser, dans un monde d'une variété infinie et qui se trouve en développement au sens littéral du terme, l'édition numérique du Sud est le territoire de tous les devenirs.

Mais si les technologies mutent et que les contextes locaux sont instables, cette industrie naissante ne va-t-elle pas connaître la même extrême fragilité ? L'édition électronique dans les pays en développement ne restera-t-elle pas excessivement exposée aux va-et-vient de l'histoire et à l'arbitraire des colosses nord-américains, européens et japonais, indépendamment de ce que mettront en œuvre ses protagonistes ?

En réalité non, à condition que les acteurs du Sud perçoivent que, y compris dans l'ère électronique, comprendre le contexte local constitue un facteur décisif. Nous ne nous référons pas ici à la géographie ou au climat, mais bien aux formes spécifiques d'interaction avec la technologie qui existent dans chaque région : formes structurées par l'histoire, la langue, la culture, la religion, la politique, entre autres aspects, et qui font que [si Taobao se bat dans le fleuve – c'est-à-dire sur son propre terrain – il parvient à vaincre le géant eBay](#). Pour reprendre la référence à La Genèse qui – comme nous le remarquons au début – se trouve condensée dans le logo d'Apple, nous pourrions ici évoquer une autre image biblique et suggérer que plus les grands acteurs du Nord cherchent à s'ériger eux-mêmes comme loi unique et universelle, élevant jusqu'au ciel leurs tours numériques, plus il s'avérera que l'édition électronique globale est en réalité composée d'une pluralité babélique de grammaires et d'industries complètement hétérogènes.

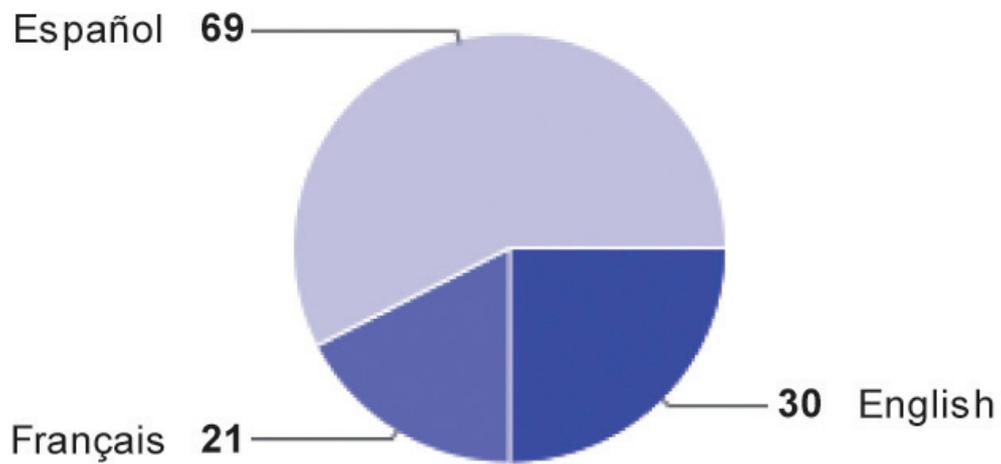
Nous concluons donc ce rapport en insistant sur la nécessité de ne jamais perdre de vue les particularités locales. À ce stade, un tel avertissement pourrait paraître une lapalissade et une redondance, mais il faut savoir que de telles enquêtes sur le numérique dans les pays en développement – celle-ci ou d'autres – peuvent déboucher sur des programmes très dissemblables. Respecter la spécificité de chaque zone signifie prêter attention aux questions techniques sans se laisser étourdir par le pouvoir de l'outil. Il s'agit donc de se focaliser sur l'authentique point ferme qu'il y a derrière le devenir et la multiplicité : avec le temps, les technologies deviennent obsolètes, mais les personnes restent, et c'est là-dessus qu'il faudra concentrer les meilleurs efforts.



ANNEXES

» Annexes «

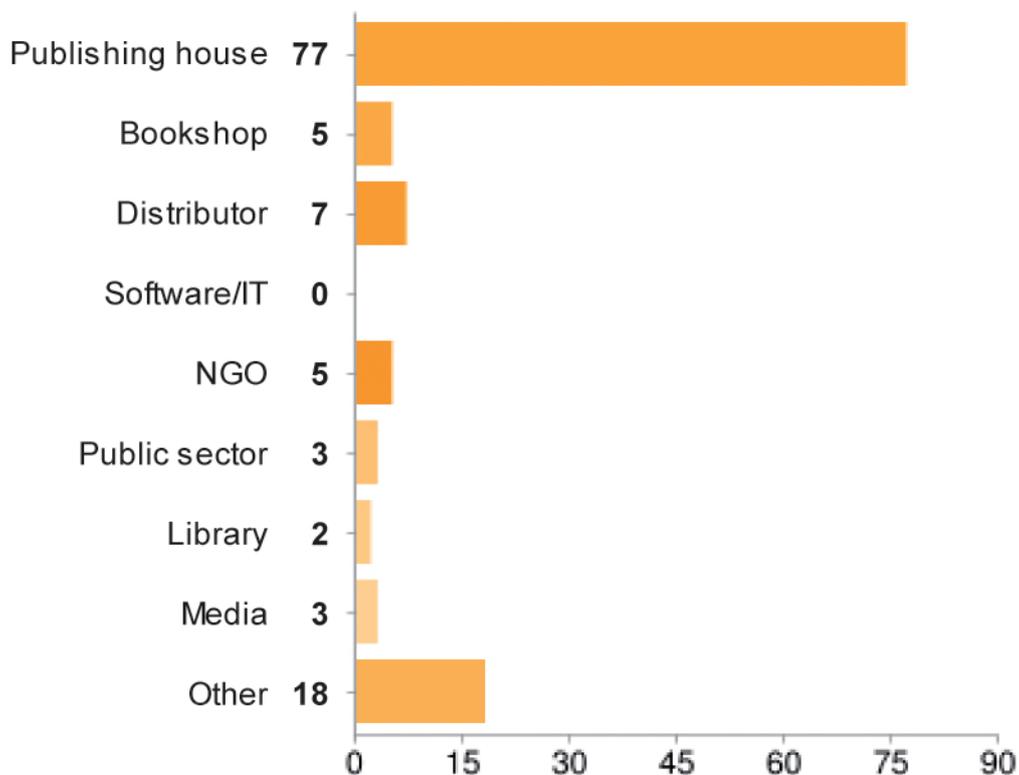
Enquête



English	30	25%
Français	21	18%
Español	69	57%

Langue

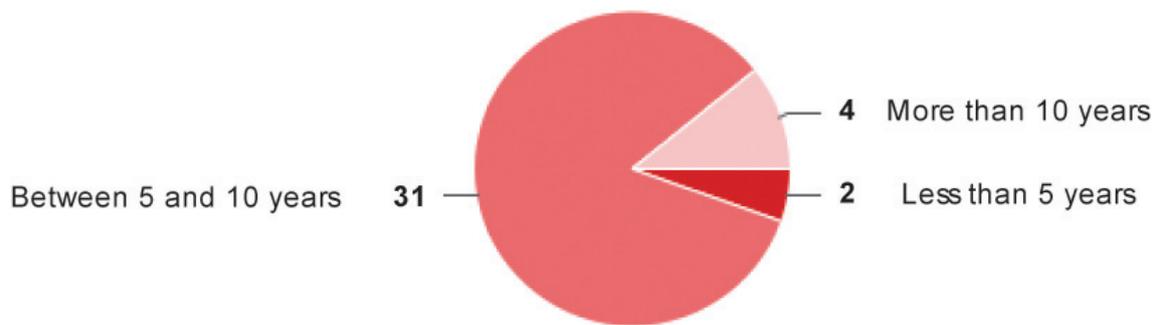
» Annexes «



Publishing house	77	64%
Bookshop	5	4%
Distributor	7	6%
Software/IT	0	0%
NGO	5	4%
Public sector	3	3%
Library	2	2%
Media	3	3%
Other	18	15%

Principale activité de votre entreprise-institution

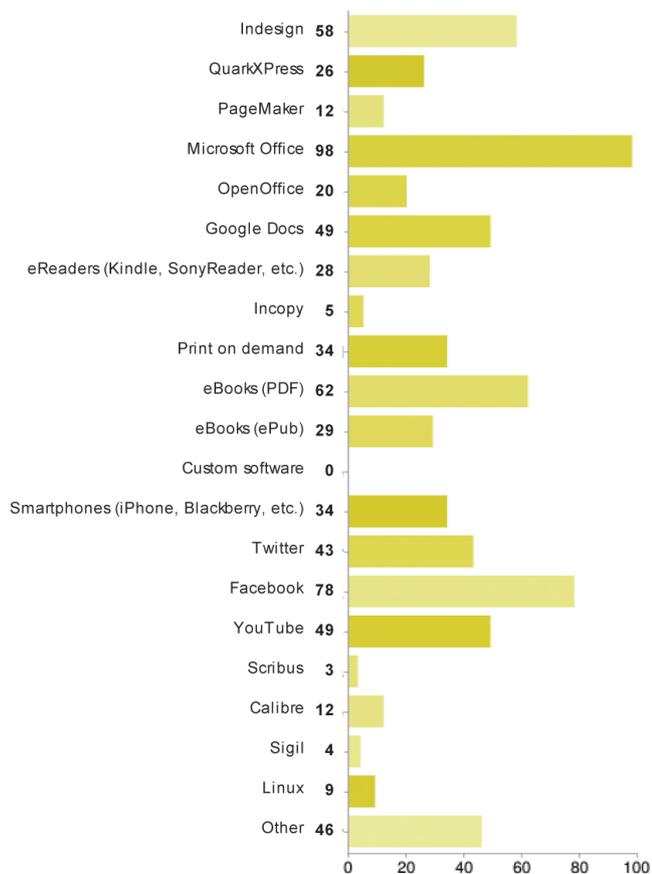
» Annexes «



Less than 5 years	2	2%
Between 5 and 10 years	31	26%
More than 10 years	4	3%

Années de travail dans l'industrie du livre

» Annexes «

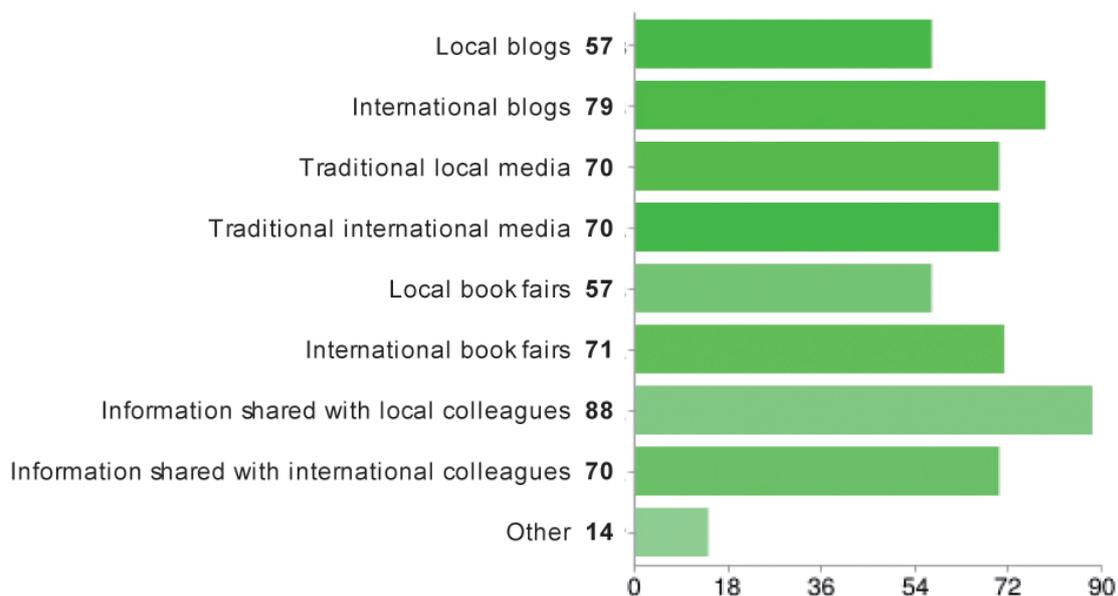


Indesign	58	48%
QuarkXPress	26	22%
PageMaker	12	10%
Microsoft Office	98	82%
OpenOffice	20	17%
Google Docs	49	41%
eReaders (Kindle, SonyReader, etc.)	28	23%
Incoppy	5	4%
Print on demand	34	28%
eBooks (PDF)	62	52%
eBooks (ePub)	29	24%
Custom software	0	0%
Smartphones (iPhone, Blackberry, etc.)	34	28%
Twitter	43	36%
Facebook	78	65%
YouTube	49	41%
Scribus	3	3%
Calibre	12	10%
Sigil	4	3%
Linux	9	8%
Other	46	38%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Quels outils numériques utilisez-vous dans votre travail ?

» Annexes «

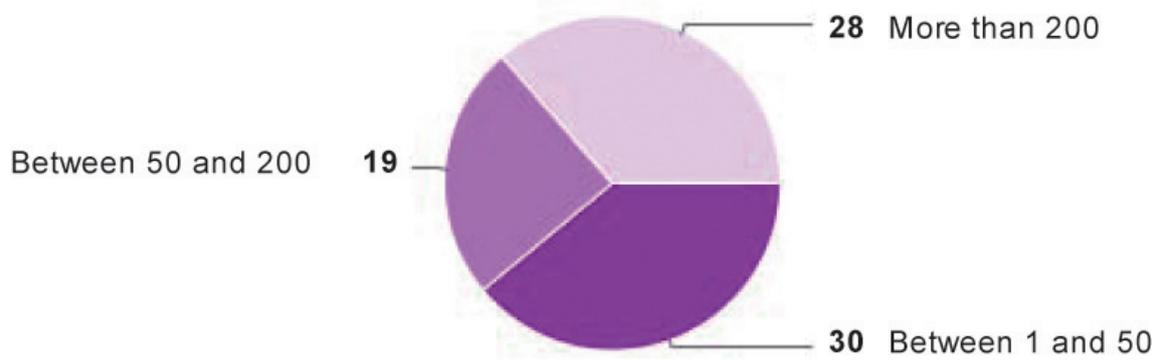


Local blogs	57	48%
International blogs	79	66%
Traditional local media	70	58%
Traditional international media	70	58%
Local book fairs	57	48%
International book fairs	71	59%
Information shared with local colleagues	88	73%
Information shared with international colleagues	70	58%
Other	14	12%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

***Quelles sources consultez-vous
pour être au courant des nouvelles technologies ?***

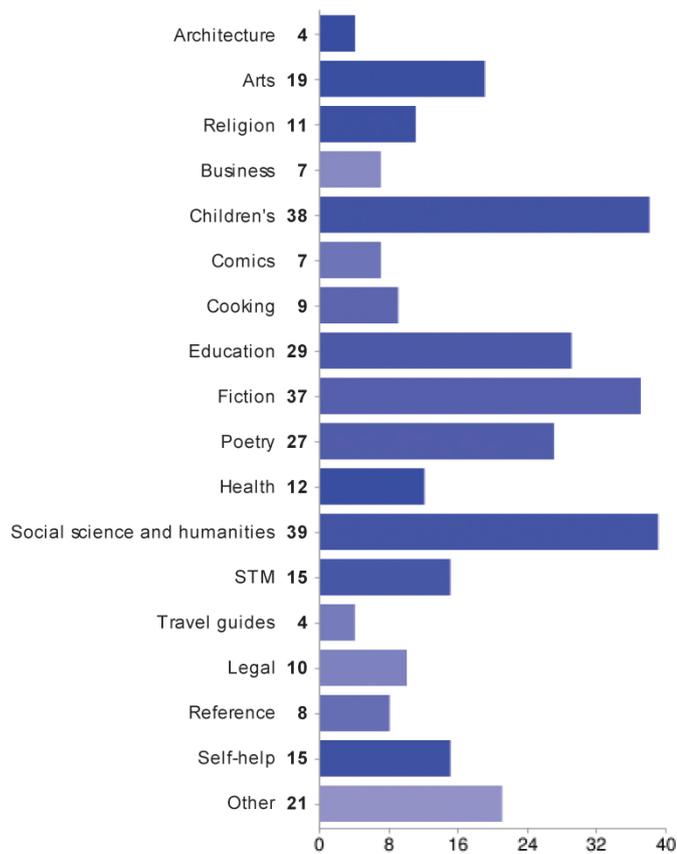
» Annexes «



Between 1 and 50	30	25%
Between 50 and 200	19	16%
More than 200	28	23%

Nombre de titres publiés

» Annexes «

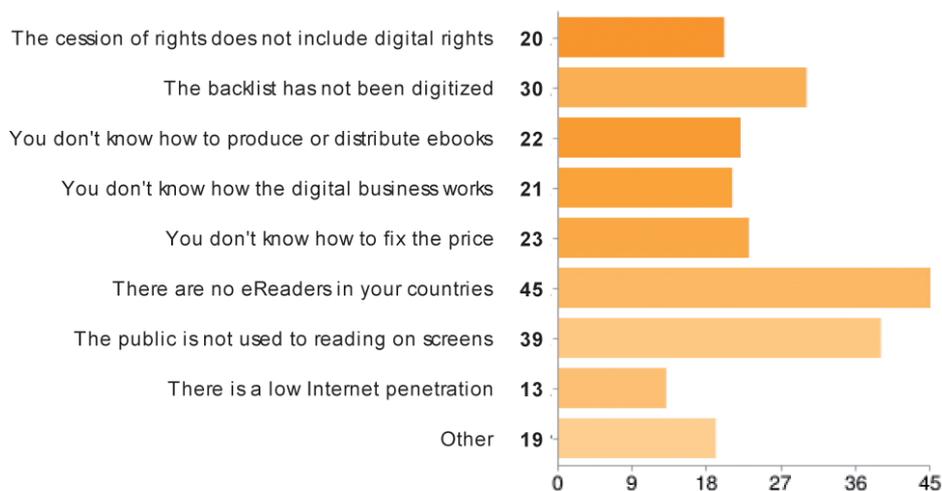


Architecture	4	5%
Arts	19	25%
Religion	11	14%
Business	7	9%
Children's	38	49%
Comics	7	9%
Cooking	9	12%
Education	29	38%
Fiction	37	48%
Poetry	27	35%
Health	12	16%
Social science and humanities	39	51%
STM	15	19%
Travel guides	4	5%
Legal	10	13%
Reference	8	10%
Self-help	15	19%
Other	21	27%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Genre de livres que vous publiez

» Annexes «



The cession of rights does not include digital rights	20	26%
The backlist has not been digitized	30	39%
You don't know how to produce or distribute ebooks	22	29%
You don't know how the digital business works	21	27%
You don't know how to fix the price	23	30%
There are no eReaders in your countries	45	58%
The public is not used to reading on screens	39	51%
There is a low Internet penetration	13	17%
Other	19	25%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Quels sont les principaux obstacles que vous rencontrez en ce qui concerne le livre numérique en tant que business ?

» Annexes «

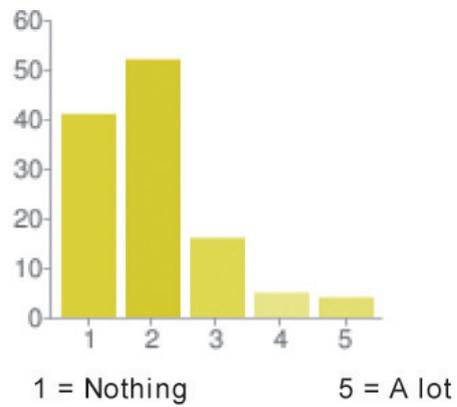


Renegotiating digital rights with authors	3	4%
Production of books in CD-DVD format	18	23%
Ebooks sales through third parties platforms (Amazon, Barnes&Noble, etc.)	36	47%
Ebooks sales through your own platform	21	27%
Book sales using with print on demand platforms	22	29%
Backlist digitization	36	47%
Other	57	74%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

Quelles actions avez-vous développées ou êtes-vous en train d'implémenter ?

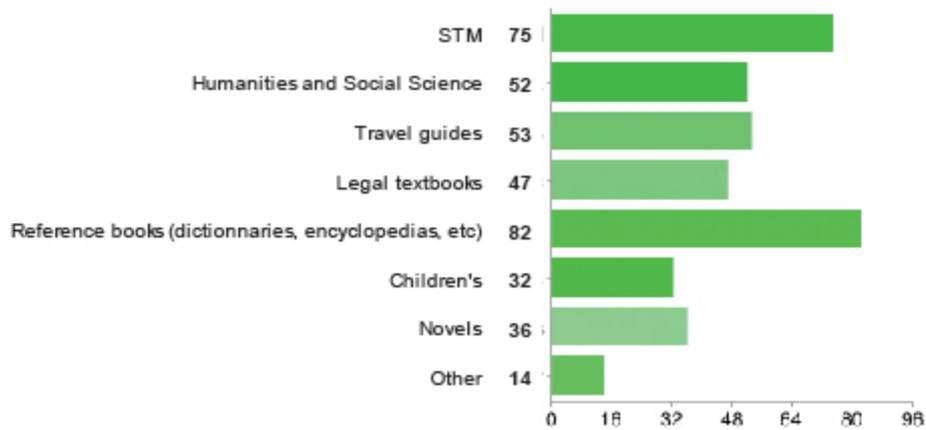
» Annexes «



1 - 1 = Nothing	41	34%
2	52	43%
3	16	13%
4	5	4%
5 - 5 = A lot	4	3%

Dans quelle mesure la technologie numérique est-elle intégrée dans les salons du livre dans votre pays ?

» Annexes «

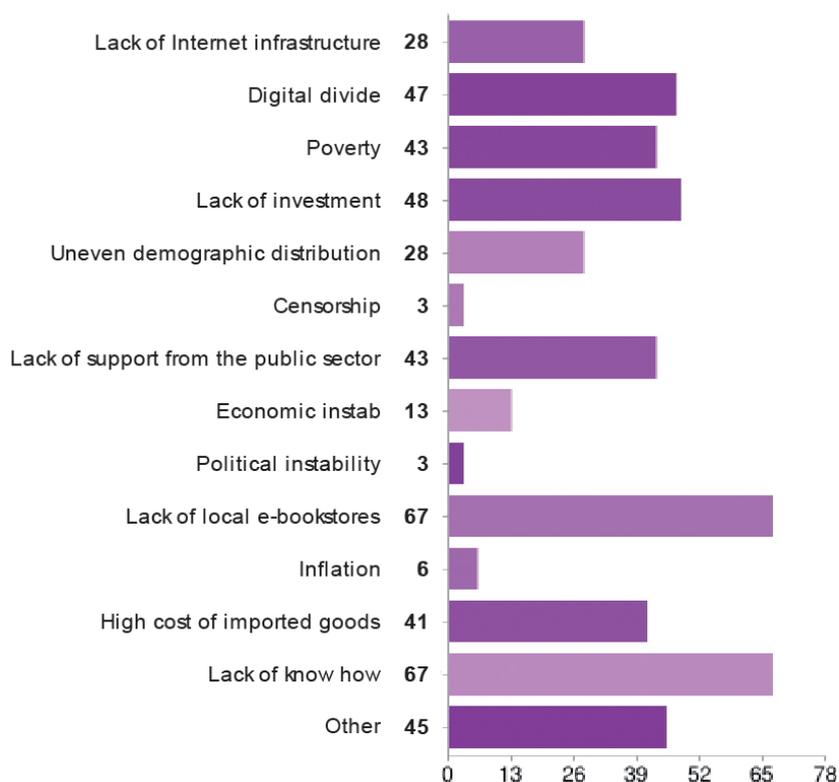


STM	75	63%
Humanities and Social Science	52	44%
Travel guides	53	45%
Legal textbooks	47	39%
Reference books (dictionaries, encyclopedias, etc)	82	69%
Children's	32	27%
Novels	36	30%
Other	14	12%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

À votre avis, dans quels domaines de l'édition le numérique aura un plus grand impact ?

» Annexes «

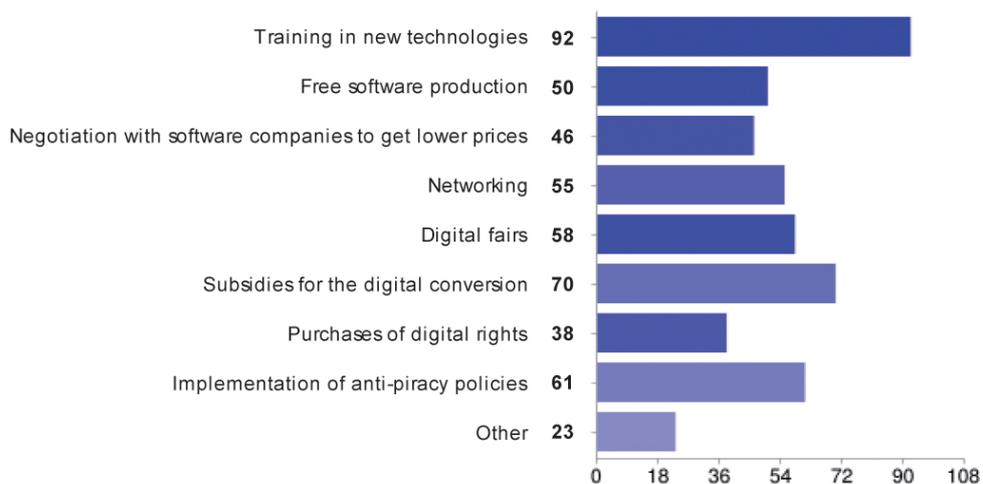


Lack of Internet infrastructure	28	24%
Digital divide	47	40%
Poverty	43	36%
Lack of investment	48	41%
Uneven demographic distribution	28	24%
Censorship	3	3%
Lack of support from the public sector	43	36%
Economic instability	13	11%
Political instability	3	3%
Lack of local e-bookstores	67	57%
Inflation	6	5%
High cost of imported goods	41	35%
Lack of know how	67	57%
Other	45	38%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

À votre avis, quels sont les principaux obstacles qui empêchent votre pays de profiter de l'âge numérique ?

» Annexes «

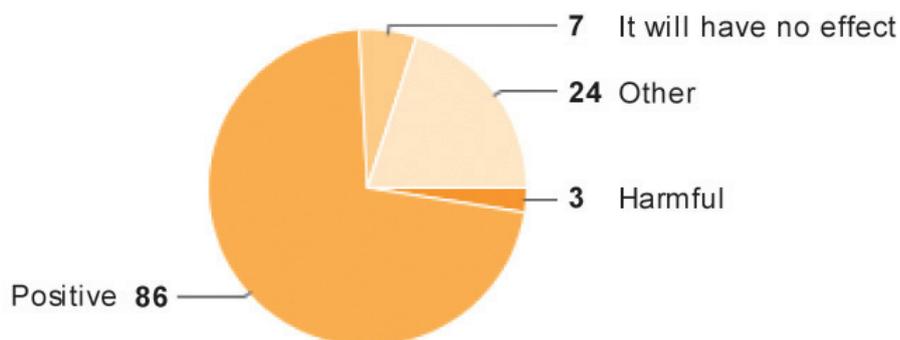


Training in new technologies	92	77%
Free software production	50	42%
Negotiation with software companies to get lower prices	46	39%
Networking	55	46%
Digital fairs	58	49%
Subsidies for the digital conversion	70	59%
Purchases of digital rights	38	32%
Implementation of anti-piracy policies	61	51%
Other	23	19%

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

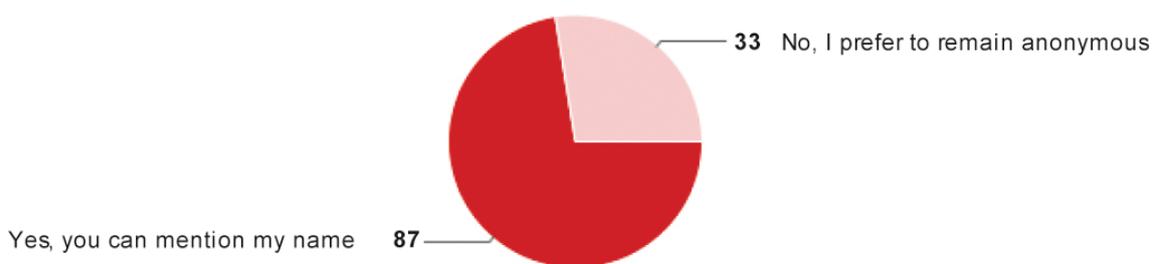
Indépendamment de votre réponse précédente, quelles lignes de soutien considérez-vous que l'industrie du livre a besoin de la part du secteur public ?

» Annexes «



Harmful	3	3%
Positive	86	72%
It will have no effect	7	6%
Other	24	20%

À votre avis, quel sera l'impact de la technologie numérique sur la biodiversité ?



Yes, you can mention my name	87	73%
No, I prefer to remain anonymous	33	28%

Pouvons-nous mentionner votre nom dans l'étude ou préférez-vous rester anonyme ?

E-books, impression à la demande, sites de vente en ligne, essor des téléphones portables... les nouvelles technologies transforment profondément le mode de circulation des textes. Dans les pays en développement, qui connaissent à différentes échelles de graves contraintes en infrastructure, l'enjeu est de taille.

Quels nouveaux acteurs apparaissent dans les pays du Sud, en marge des systèmes puissants déjà formés aux États-Unis, en Europe et au Japon ? Peut-on concevoir une évolution autonome des publications numériques dans les pays en développement par rapport à celle des pays riches ? Quelles politiques d'appui peuvent être mises en place pour encourager la croissance de cette nouvelle industrie et pour aider et accompagner les acteurs traditionnels à s'adapter aux changements ?

Des expériences numériques menées dans le Sud permettent d'entrevoir que les nouvelles technologies constituent une grande opportunité pour les pays en développement - notamment en termes de diffusion - à condition que les entrepreneurs locaux cherchent des modèles originaux, adaptés aux besoins concrets de leurs communautés.

Cette étude, confiée en octobre 2010 à **Octavio Kulesz** (**Editorial Teseo** et **Digital Minds Network**) par l'**Alliance internationale des éditeurs indépendants**, avec le soutien de la **Fondation Prince Claus**, est disponible en ligne et peut se lire gratuitement en espagnol, français et anglais.

Octavio Kulesz est diplômé en philosophie de l'université de Buenos Aires, où il a exercé comme professeur de philosophie ancienne jusqu'en 2006.

Il travaille dans le monde de l'édition depuis l'année 2000, année où il a créé avec son frère, Leopoldo Kulesz, la maison d'édition **Libros del Zorzal**. En 2007, après avoir participé au programme Jeune éditeur international de l'année (**British Council**), il a fondé les éditions **Teseo**, orientées vers la publication de textes académiques aux formats impression à la demande et livre électronique.

Finalement, en 2010, il a inauguré le réseau **Digital Minds Network** en collaboration avec Ramy Habeeb (Égypte) y Arthur Attwell (Afrique du Sud), dans le but de stimuler l'apparition de projets d'édition numérique dans les pays en développement.



Prince Claus Fund for
Culture and Development