

Mémoire
de M1

Université Paris Dauphine
2012

**Livre numérique, entre métaphore
et rupture: le pixel doit-il
s'affranchir du papier?**

Axel Alif
Estelle Pepe
Sous la direction
de Bérangère Brial

SOMMAIRE

PARTIE 1 : ETUDE BIBLIOGRAPHIQUE	4
PREAMBULE	4
DU PAPYRUS A L'HYPERTEXTE, QUELLES FRONTIERES POUR L'OBJET-LIVRE ?	7
I. DEFINITIONS.....	7
II. HISTOIRE(S) LIVRESQUE(S).....	8
III. LECTURE ET MONDE SOCIAL.....	10
IV. LA NUMERISATION DE LA PENSEE.....	11
V. LIVRE ECRAN ET LIVRE MIROIR.....	12
LE MARCHÉ DU LIVRE NUMÉRIQUE AUJOURD'HUI.....	13
I. QUELQUES CHIFFRES POUR LE MARCHÉ DU LIVRE NUMÉRIQUE.....	13
II. LES ACTEURS DU MARCHÉ DU LIVRE NUMÉRIQUE.....	14
III. QUEL(S) MODÈLE(S) ÉCONOMIQUE(S) POUR LE MARCHÉ DU LIVRE NUMÉRIQUE ?.....	16
IV. PRINCIPAUX ENJEUX	19
LE CONSOMMATEUR ET SON RAPPORT A L'OBJET-LIVRE.....	21
I. PORTRAIT DU LECTEUR DE LIVRES NUMÉRIQUES.....	21
II. PRINCIPAUX FREINS ET MOTIVATIONS.....	21
III. UN RAPPORT A L'OBJET EN TRANSITION	22
CONCLUSION.....	26
PARTIE 2 : PROBLÉMATIQUE ET MÉTHODOLOGIE.....	28
PROBLÉMATIQUE	28
I. PROBLÉMATIQUE MARKETING.....	28
II. PROBLÉMATIQUES DE RECHERCHE.....	28
III. HYPOTHÈSES DE RECHERCHE	29
MÉTHODOLOGIE.....	31
I. CHOIX DE LA MÉTHODE D'ÉTUDE	31
II. PROCESSUS D'ÉCHANTILLONNAGE	31

III. CONSTRUCTION DU QUESTIONNAIRE.....	31
IV. ADMINISTRATION DU QUESTIONNAIRE	32
V. LIMITES	33
PARTIE 3: ANALYSE DES RESULTATS.....	34
PRINCIPAUX RESULTATS.....	36
I. DONNEES PREALABLES	36
II. L'ACHAT DE LIVRES NUMERIQUES	37
III. LA LECTURE DE LIVRES NUMERIQUES	41
VALIDATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE.....	45
CONCLUSION GENERALE	46
BIBLIOGRAPHIE.....	48

PARTIE 1: ETUDE BIBLIOGRAPHIQUE

PREAMBULE

« La croissance rapide des technologies de l'information et de la communication et l'innovation dans les systèmes numériques sont à l'origine d'une révolution qui bouleverse radicalement nos modes de pensée, de comportement, de communication, de travail et de rémunération. Cette révolution numérique ouvre de nouvelles perspectives à la création du savoir, à l'éducation et à la diffusion de l'information »¹

Au cours de l'histoire, nous pouvons relever un grand nombre de discours similaires, qui attestent à la fois l'essor et le bénéfice de ce que l'on nomme communément les NTIC². Depuis la Guerre froide et l'invention de l'intelligence artificielle, le progrès électronique est en effet perçu comme étant le dernier pendant de la société post-industrielle, à même de changer radicalement nos existences et ainsi contribuer à extirper nos sociétés d'une crise vécue comme une crise de civilisation. De nombreux décideurs politiques et économiques se font ainsi l'écho d'une sorte de « paradigme techno-informatique »² lequel, par le biais d'un remodellement de l'ordre culturel, économique et social à l'échelle de la planète, serait caution d'un monde plus solidaire, transparent, libre et égalitaire. A l'inverse, une deuxième série de discours viennent au contraire critiquer cette techno-utopie, en dénonçant les pulsions quasi religieuses et la tonalité moraliste de certains partisans du web et des TIC³, voire en considérant la technologie comme une sorte de fléau moderne responsable, entre autres, de l'abrutissement des masses, de la montée de la violence et de la désagrégation des relations sociales. Loin de nous questionner sur le bien-fondé de l'une ou l'autre de ces positions, nous souhaitons ici simplement nous intéresser à un fragment de cette « révolution numérique » : la dématérialisation.

La littérature, la bande dessinée, le cinéma et même les médias placent en effet les nouvelles technologies comme symptôme et emblème d'un phénomène qui tendrait à réduire la place des objets matériels dans les activités humaines⁴. Depuis les années 1990, conformément à ce fantasme (ou à cette vision), nous assistons à la perte croissante de matérialité d'un grand nombre d'objets entourant notre

¹ Sommet Mondial sur la Société de l'Information, 2005

² Armand Mattelart. Histoire de la société de l'information, 2009

³ Nicholas Carr. L'amoralité du web 2.0, 2005

⁴ Marie Roustan. Peut-on parler d'une « dématérialisation de la consommation » ?, Crédoc, 2004

quotidien : la monnaie, les transactions financières, les données, et même l'art⁵. Un phénomène qui bouleverse également nos industries culturelles, obligeant ses acteurs à réinventer un nouveau marché et à identifier de nouvelles sources de création de valeur. L'industrie du disque en a été le premier théâtre : l'unité de l'œuvre musicale s'est vue fragmentée de l'album au morceau, les modes de consommation sont devenus plus nomades et plus diversifiés, les majors, les artistes et les filières de distribution classiques se sont vues menacées par le téléchargement légal et illégal, et par cette fameuse « culture du gratuit » inhérente au monde numérique. Dix ans plus tard, c'est cette fois l'industrie du film qui connaît un sort similaire, via de nombreux services allant de la location de films et de séries dématérialisés, les plateformes d'hébergement de contenus vidéo tels que Youtube ou Dailymotion, et bien entendu les sites de téléchargement illégal et de partage. C'est à présent au tour du secteur de l'édition d'être concerné par la dématérialisation, en la personne du livre numérique. *Mais cette révolution, relativement tardive, est-elle pour autant moins brutale que celle ayant touché la musique et le cinéma, les acteurs du marché pouvant s'inspirer des échecs de leurs confrères afin de ne pas commettre les mêmes erreurs stratégiques?*

Comme nous l'avons évoqué précédemment, il apparaît évident que les débats autour de l'impact des technologies numériques sur notre société ne sont jamais exempts de considérations politiques⁶ et de théories utopistes ou risquophobes, a fortiori lorsqu'ils touchent un objet aussi fragile et étroitement lié aux rituels d'identification de la vie sociale que les pratiques culturelles⁷. Outre l'ensemble des débats juridiques autour des prérogatives des ayants-droit, il semble par ailleurs exister un lien curieux entre l'importance et l'ancienneté d'une forme culturelle donnée dans l'histoire de l'humanité d'un côté, et la violence des débats autour de la dématérialisation de cette même forme culturelle de l'autre. C'est précisément en cela que les problématiques autour du livre numérique sont particulièrement intéressantes à étudier. Le livre papier, portée aux nues par ses siècles d'existence, objet-fétiche symbolisant la culture de l'écrit au travers de laquelle nos sociétés sont nées et se sont structurées, objet incarné associant lecture, souvenir de cette lecture et instrument de réalisation de cette lecture, semble de toute évidence être la forme culturelle la plus « sacrée » dans l'imaginaire collectif, dans tout ce que cela suppose de « mythes »⁸ et de résistance au changement. Perçue comme étant la plus « légitime » des pratiques culturelles, la lecture et par extension le livre, sans distinction entre contenu et contenant, sont perçus

⁵ Initiative Google Art Project, ayant pour objectif de rendre les collections de centaines de musées accessibles directement depuis un ordinateur.

⁶ L'intervention musclée du FBI pour la fermeture du site de partage MegaUpload et l'arrestation de son fondateur Kim Dotcom, en janvier dernier, en est la preuve la plus tangible, ainsi que les débats houleux autour des lois SOPA/PIPA aux États-Unis.

⁷ Pierre Bourdieu. *La Distinction. Critique sociale du jugement*, 1979

⁸ Roland Barthes. *Mythologies*, 1957

comme les instruments d'une distanciation permettant de s'échapper de son quotidien. Une réflexivité qui, semble-t-il, serait amené à disparaître avec l'avènement du numérique.

« La lecture est une activité essentiellement solitaire, silencieuse, intériorisée, matrice de tous les apprentissages intellectuels et instrument principal de la circulation des informations et des idées »⁹

Le livre numérique n'ébranle donc pas seulement le marché de l'édition d'un point de vue strictement économique-légal, comme l'avait fait avant lui le MP3 sur le marché musical : il ébranle également l'ensemble de la symbolique gravitant autour de l'objet-livre et de l'activité de lecture, consolidée depuis des siècles par les institutions et les élites, et incarne plus que jamais un serpent de mer annonçant la mort imminente de la « culture légitime ». Pourtant, 53% des individus de 15 ans et plus n'ont jamais entendu parler du livre numérique, et seulement 5% d'entre eux ont déjà personnellement lu en entier ou en partie un livre numérique, tous genres et supports confondus¹⁰ : une absence concrète des usages qui semble paradoxalement alimenter les craintes des éditeurs et des intellectuels. C'est pourquoi, loin de nous contenter d'identifier les nouveaux modes de consommation qu'implique le livre dématérialisé, notre étude tentera également de s'intéresser aux fantasmes entourant l'objet-livre, des croyances puissantes qui, sans aucun doute, empêchent l'ensemble des acteurs du marché (éditeurs, écrivains et consommateurs) de réaliser le plein potentiel du livre numérique.

⁹ Philippe Coulangeon. Sociologie des pratiques culturelles, 2010

¹⁰ Bruno Schmutz. Les publics du livre numérique, Ipsos MediaCT, 2010

DU PAPYRUS A L'HYPERTEXTE, QUELLES FRONTIERES POUR L'OBJET-LIVRE ?

I. Définitions

Trouver une définition acceptable du livre papier est extrêmement simple : il s'agit communément d'un « assemblage de feuilles imprimées et réunies en un volume, broché ou relié »¹¹. Cette définition est cependant centrée sur le support, et se contente de mentionner l'objet physique et non l'objet littéraire. Or, comme nous l'avons mentionné précédemment, le livre papier possède la particularité d'être à la fois un contenant (l'objet matériel) et un contenu (l'œuvre intellectuelle ou esthétique). D'un part, il est le résultat d'une chaîne d'opérations de fabrication, la plupart du temps acquis par un acheteur via un acte de consommation, doté d'une valeur intrinsèque dépendant de la quantité de travail direct et indirect nécessaire à sa fabrication. D'autre part, il est aussi une œuvre, un discours adressé à un public, lui aussi doté d'une valeur intrinsèque, cette fois beaucoup plus volatile et subjective¹². Dans les faits, s'agissant du livre papier, ces deux dimensions sont indissociables. Cependant, depuis l'apparition du livre numérique, défini comme « un fichier numérique reproduisant certaines des caractéristiques du livre papier adaptées à la lecture active sur écran »¹³, nous assistons justement à une scission entre la composante matérielle et spirituelle du livre, puisqu'une même œuvre peut être lue sur de multiples supports. Cerner l'essence de ce que constitue un livre est devenu aussi complexe que nécessaire : cette dualité, auparavant masquée par l'unicité de l'objet-livre, est à présent concrètement visible et rend particulièrement difficile la conduite d'une réflexion autour de la lecture et de ses supports matériels. *Quid du maintien de ce qui fait la valeur d'un livre (d'un point de vue monétaire mais aussi affectif) au sein d'une technique qui ne délimite plus les frontières entre contenus et contenants ?*

« La nouveauté du présent, c'est que cette relation entre des classes d'objet et des types de discours se trouve brisée, puisqu'il y a continuité textuelle qui est donnée à lire sur l'écran et que l'inscription matérielle sur cette surface illimitée ne correspond plus à des types d'objets »¹⁴

¹¹ Selon le Petit Larousse

¹² Emmanuel Kant. Fondation de la métaphysique des mœurs, 1785

¹³ Brigitte Juanals. Le livre et le numérique : la tentation de la métaphore. Communication et langages, n°145, 2005

¹⁴ Ivan Jablonka. Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier, 2008

II. Histoire(s) livresque(s)

Ce n'est pourtant pas la première fois, au cours de l'histoire, que la question du transfert du patrimoine écrit d'un support à l'autre se pose : le livre est un objet matériel, historique et daté, et ses formes d'inscription ont bien évidemment évolué au cours des siècles, non sans incidence d'ailleurs sur ses modes d'appropriation. Dix-sept mille ans avant notre ère, l'invention de l'écriture idéographique, puis syllabique et enfin alphabétique accompagnèrent l'essor des grandes civilisations de l'humanité. Le support de l'écrit, quant à lui, évolua évidemment au fil des âges et des progrès techniques : l'argile, le papyrus, le rouleau, puis le codex (qui offrit pour la première fois la possibilité de plier et de coudre différents feuillets entre eux), conditionnèrent époques après époques la manière de lire. Les premiers livres, exclusivement produits par les monastères, de grande taille et de maniement difficile, servaient avant tout à véhiculer la parole divine via la lecture publique, à destination d'une population analphabète : la lecture oralisée était à la fois une forme de partage et une variable essentielle à la compréhension des textes. Les livres commencèrent seulement à la fin du 12^{ème} siècle à couvrir des domaines plus larges que le strict champ religieux, une diversification rendue possible par l'apparition des scribes laïcs et le développement des universités : le rapport au texte se déplaça alors du simple déchiffrement vers l'analyse, la discussion et le commentaire. La lecture, plus silencieuse et visuelle, entraîna d'ailleurs une nouvelle forme d'inscription des textes, en particulier l'introduction de la séparation entre les mots, ce qui n'existait pas dans la plupart des textes latins¹⁵.

Mais le véritable bouleversement du rapport à la lecture intervient à partir du milieu du 15^{ème} siècle, lors de l'invention de l'imprimerie par Gutenberg : les livres, produits en plus grande quantité, à moindre coût et de maniement plus facile, se diffusent alors dans toute l'Europe. A cette époque déjà, différents formats de livres permettent une utilisation de l'écrit et des formes de lecture diversifiées¹⁶ : l'in-seize, ancêtre du livre de poche, est utilisé pour les livres destinés à un large public et une lecture personnelle, tandis que l'in-folio, plus grand format, est avant tout destiné à l'étude. Le livre imprimé devient un support courant, abouti et détaché du mode manuscrit. Parallèlement, les formes du texte continuent à se modifier : outre des formats de meilleure maniabilité, l'arrivée des alinéas, des retraits et des retours à la ligne rend la mise en page plus agréable et accroît sensiblement la lisibilité¹⁷. Une nouvelle vague de hausse de la production livresque intervient alors à partir du 18^{ème} siècle : l'invention en 1775 de la presse métallique par Didot donne la possibilité d'imprimer des feuilles de grands formats à

¹⁵ Ivan Jablonka. Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier, 2008

¹⁶ Jean François Gilmont. Jean Calvin et le livre imprimé, 1997

¹⁷ Lucien Febvre et Henri-Jean Martin. L'apparition du livre, 1958

partir de bobines de papier ; et l'apparition de la linotype, machine imprimant en bloc chaque ligne de caractère formée sur un clavier, permet d'accélérer considérablement la composition des textes. Feuilletons hebdomadaires ou quotidiens dans les journaux, publications par livraison, ouvrages pour cabinets de lecture, anthologies d'un seul auteur ou d'œuvres diverses, œuvres complètes : à partir du 19^{ème} siècle, le livre commence ainsi à prendre des formes matérielles multiples. La diffusion de livres aux contenus variés et de formats divers, la diminution de leurs coûts et l'extension de l'instruction rendent la lecture de plus en plus généralisée et individualisée.

« La pratique de la lecture devint plus diversifiée, individuelle, silencieuse, privée, donc non soumise au contrôle d'autrui, faite par et pour soi »¹⁸

La polémique autour de l'apparition du livre de poche, dans les années 1950, préfigure de bien des façons les débats qui seront menés à propos du livre numérique quelques décennies plus tard. Cet objet-livre bon marché, encollé, cartonné et illustré fut en effet associé pendant des années à l'idée d'une « culture au rabais », certains auteurs refusant même d'être publiés dans cette collection. Cependant, il semble que ce qui était dénoncé n'était pas tant la vulgarisation du livre « classique », mais plutôt le glissement progressif du livre vers un produit de consommation courante, fabriqué « industriellement », destiné à être consommé, et bien entendu interchangeable ; au détriment, semble-t-il, de la création littéraire et artistique. Enfin, à la fin du 20^{ème} siècle, le livre électronique fait son apparition et marque une nouvelle étape dans l'histoire ô combien riche de cet objet culturel : on peut enfin bénéficier de la capacité de stockage de l'ordinateur tout en profitant de la maniabilité du livre. Les éléments historiques relatés plus haut rendent bel et bien compte qu'à travers les siècles, chaque forme de publication a induit des pratiques différentes vis-à-vis du texte. Pour autant, l'impact de cette nouvelle technologie sur ces éléments ainsi que sur les modes d'appropriation du livre reste tout entier à déterminer.

¹⁸ Chantal Horellou-Lafarge et Monique Segré. Sociologie de la lecture, 2007

III. Lecture et monde social

L'analyse des pratiques de lecture implique évidemment d'accorder une attention toute particulière aux supports et à la matérialité des textes, mais également à la diffusion de ceux-ci au sein de la population, avec ce que cela suppose en termes d'inégalités d'accès à la culture livresque. D'abord réservée aux clercs, émissaires de la parole divine pour les bénéficiaires de la collectivité, la lecture devient ensuite réservée aux « lettrés ». Pour des raisons économiques et culturelles, la possession de livres resta en effet longtemps le privilège d'une élite sociale : à cette époque, l'achat d'un roman de nouveauté coûtait le tiers du salaire mensuel d'un ouvrier agricole. La noblesse de robe et la bourgeoisie d'office se constituèrent d'impressionnantes bibliothèques, enrichies de génération en génération : apparaissant comme un signe de réussite sociale, la lecture s'éleva en tant que véritable instrument de distinction, et le livre comme le ciment d'une « sociabilité cultivée et mondaine »¹⁹. Le livre ne se massifie véritablement qu'à partir des progrès de l'alphabétisation au 18^{ème} siècle puis le développement des écoles primaires au 19^{ème} siècle. A un niveau plus fin, cette massification recouvre en vérité une diffusion très inégale des pratiques de lecture, à travers la glorification de la « lecture littéraire »²⁰ et son corolaire, la dépréciation de la « lecture de divertissement »²¹. Une distinction s'opère en fait entre les « bonnes » et les « mauvaises » lectures : les œuvres littéraires d'un côté, dont la lecture est « gratuite, désintéressée, esthétique, voulue pour-elle-même »²², légitimée par le système scolaire ; et les œuvres populaires de l'autre, ne servant qu'à passer le temps et à investir des intérêts spécifiques.

Il est clair qu'au fil de l'histoire, un lien tangible est visible entre la « morphologie » de la lecture et la réalité des pratiques quotidiennes, une relation qui a évidemment affecté cette fameuse « norme » de légitimité scolaire et culturelle. En effet, à mesure que ses supports gagnaient en accessibilité, la lecture semble s'être peu à peu écartée de cette « sacralité » qui la caractérisait pour devenir à la fois plus désinvolte et plus mobile²³. La venue du numérique s'accompagne vraisemblablement d'une angoisse similaire : de la même façon que la Bibliothèque Bleue, dès le début du 17^{ème} siècle, contribua à la diffusion massive d'œuvres spécifiquement destinées à un public populaire²⁴, le livre numérique et ses promesses sont certainement perçus comme un nouvel échelon dans la désacralisation de la lecture. La relation entre contenus et supports permettait en effet de différencier les types de publications imprimées,

¹⁹ Chantal Horellou-Lafarge et Monique Segré. *Sociologie de la lecture*, 2007

²⁰ Christian Baudelot. *Et pourtant ils lisent*, 1999

²¹ Gérard Mauger et Claude Poliak. *Les usages sociaux de la lecture. Actes de la recherche en sciences sociales*, n°123, « Genèse de la croyance littéraire », 1998

²² Pierre Bourdieu. *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*, 1992

²³ Ivan Jablonka. *Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier*, 2008

²⁴ Chantal Horellou-Lafarge et Monique Segré. *Sociologie de la lecture*, 2007

et donc les attentes des lecteurs, guidés dans leurs choix par l'organisation et la matérialité du support. La rupture de cette relation imposée par la numérisation apparaît comme une mutation des repères de lecture, de la classification et de la hiérarchisation des œuvres, désormais toutes disponibles sur n'importe quel support numérique. *Quid des impacts, sur ce fameux « ethnocentrisme lettré »¹⁸ d'œuvres détachées de tout support, éminemment volatiles, « écrasées » sur un écran et donc difficiles à appréhender en termes de quantité et de contenu, et placées, dans leur mode d'existence même, sur un pied d'égalité ? Les réserves des ardents défenseurs du livre papier sont-elles poussées par la peur d'une altération, voire d'une disparition de cette « culture légitime » ?*

« La multiplicité des pratiques disséminées comme celle des appropriations de l'écrit peut être considérée comme révélatrice des divisions qui fracturent le monde social et des ressources fort différentes grâce auxquelles les individus peuvent mieux se connaître ou mieux connaître les autres »²⁵

IV. La numérisation de la pensée

La numérisation du livre, outre son impact évident sur les croyances et les fantasmes coagulés autour du livre imprimé, impose-t-elle oui ou non une mutation plus forte que celle impliquée par la translation des contenus de support en support ? Plus globalement qu'un simple bouleversement économique, légal et culturel, l'arrivée du numérique semble proposer un nouveau mode de pensée en mouvement perpétuel, moins structuré et plus mobile. De la même façon que la transition de la culture orale vers la culture écrite ne marquait pas seulement un changement de mode de communication, mais également une transformation une modification des rapports avec la pensée²⁶, le passage de la culture écrite à la culture numérique (car c'est bel et bien cela dont il s'agit, au-delà des problématiques que soulève seul le livre dématérialisé), suppose lui aussi un réaménagement de l'information, du discours et de la réflexion. En effet, l'écrit a permis de dépasser les limites de la transmission orale : le stockage de l'information, bien sûr, mais aussi son réaménagement, et la possibilité de réfléchir sur la pensée, de s'en détacher, de la critiquer²⁷. De la même façon que la transmission écrite pouvait être vue comme la clef vers un développement de la rationalité et de l'objectivité, il semble évident que la « transmission numérique », en remettant complètement en question la fixité de l'objet-livre, propose elle aussi une nouvelle façon d'appréhender le discours, et est amené à modifier notre façon de penser le monde. Le numérique permet en effet de modifier considérablement l'espace de l'information : l'idée n'est plus fixée

²⁵ Ivan Jablonka. Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier, 2008

²⁶ Jack Goody. Pouvoirs et savoirs de l'écrit, 2007

²⁷ Jack Goody. Pouvoirs et savoirs de l'écrit, 2007

au sein d'un simple objet en trois dimensions, mais se modifie constamment, « sans espace ni temporalité fixes »²⁸, de manière presque kaléidoscopique.

« Le livre numérique n'est plus tout à fait un livre, en ce qu'il autorise un usage qui n'est pas limité par la nature même de l'objet. On passe ainsi du livre objet au livre étendu, du livre monument au livre flux »²⁹

V. Livre écran et livre miroir

Il est intéressant de noter que les premières liseuses, ces sortes d'ordinateurs de poche permettant de stocker et de lire des livres, ont connu un échec retentissant lors de leur lancement en grande pompe dans les années 2000. En plus des bouleversements induits par le passage au numérique, cet échec peut également s'expliquer par les caractéristiques techniques insatisfaisantes de ces appareils : poids d'environ 1kg, autonomie insuffisante, rétroéclairage générant une fatigue visuelle, offre éparse d'ouvrages numérisés ... Pourtant, telles qu'elles ont été commercialisées auprès du grand public entre 1998 et 2001 (Rocket eBook, REB1200, SoftBook Reader ou encore Cybook), la démarche adoptée par les constructeurs semble avoir été une simple transposition du livre imprimé sur un autre support³⁰. En effet, les fonctions proposées dans ces nouveaux objets (taille, volume, posture physique de lecture, activités associées...) semblaient s'inscrire majoritairement dans une démarche d'imitation des actions effectuées en lisant un livre, sans disposer d'un confort de lecture équivalent : un véritable « processus de métaphorisation »²⁶ qui illustre l'attachement au livre imprimé comme outil de lecture, mais également la recherche par les outils informatiques d'une certaine légitimité culturelle. D'ailleurs, même si les liseuses d'aujourd'hui dépassent de très loin leurs ancêtres d'un point de vue technique et sont donc beaucoup plus attractives, elles semblent encore se constituer comme simple « miroir » du livre imprimé (taille, forme, prise en main...). Enfin, du côté non pas du support mais des œuvres, la prééminence du format PDF ne fait qu'affirmer la volonté de restreindre le livre numérique à une fonction de préservation du livre papier, via la reproduction à l'identique d'un certain nombre de caractéristiques qui, dans l'imaginaire collectif, « font » le livre (page de couverture, typographie, mise en page)³¹.

²⁸ Alain Cordier. Le livre numérique, Internet et la pensée. Communication et langages, n°122, 1999

²⁹ Ivan Jablonka. Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier, 2008

³⁰ Brigitte Juanals. Le livre et le numérique : la tentation de la métaphore. Communication et langages, n°145, 2005

³¹ Milad Doueïhi. Le livre numérique : objet fétiche, objet de résistance. Les Cahiers de la librairie, n°7, 2009

LE MARCHE DU LIVRE NUMERIQUE AUJOURD'HUI

I. Quelques chiffres pour le marché du livre numérique

Le marché du livre numérique en France n'en est qu'à un stade embryonnaire et représente moins de 1% des ventes de livres. La faiblesse du chiffre d'affaires du livre numérique s'explique notamment par le fait que seul un livre sur dix est disponible en version numérique sur le marché français, avec une nuance notable pour les best-sellers dont un tiers sont accessibles aux lecteurs sur liseuse³². *Ces chiffres traduisent-ils une résistance des éditeurs français face à la révolution qui les guette ou sont-ils le reflet d'une population qui n'est pas prête à expérimenter une nouvelle forme de lecture ?* Au regard d'une étude IPSOS de mars 2010³³, il semble que le livre numérique ne jouisse pas d'une bonne notoriété puisque seul 47% des plus de 15 ans déclarent avoir déjà entendu parler du livre numérique et 5% déclare l'avoir expérimenté. Mais le problème ne réside pas uniquement dans un manque d'informations : en effet, parmi les non lecteurs 64% déclarent ne pas présenter un intérêt pour le livre numérique et ne se laisseraient donc pas séduire par cette technologie.

Par ailleurs, rares sont les éditeurs français qui adoptent une démarche proactive, la plupart se préparant à la révolution du livre numérique qui paraît inévitable au regard des marchés étrangers sans pour autant tenter de déclencher le phénomène en France. Le marché américain du livre numérique se présente alors pour les éditeurs comme un marché pilote car il est de loin le premier au monde et a enregistré une très forte progression entre 2008 et 2011 : la part du numérique y est en effet passée de 1,2 % à 18 %³⁴. Ainsi, l'Association des Editeurs Américains a annoncé que, pour la première fois, les ventes de livres numériques ont dépassé en valeur les ventes de livres reliés aux Etats-Unis durant le premier semestre 2012³⁵. Conséquence directe, les Etats-Unis sont également les plus équipés en liseuses d'un point de vue qualitatif aussi bien que quantitatif car les marques y proposent en priorité leurs appareils. Amazon y domine le marché de la distribution de livres numériques puisque plus de 70% des utilisateurs passent par le Kindle Store qui propose plus de 80% de ses livres à moins de 9,99 dollars. En Europe, la dématérialisation du livre est la plus avancée en Grande-Bretagne où elle concerne 13% des livres. Cela

³² Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les auteurs et les éditeurs, note d'analyse n°270 du Centre d'Analyse Stratégique, mars 2012, www.strategie.gouv.fr

³³ Bruno Schmutz. Les publics du livre numérique, Ipsos MediaCT, 2010

³⁴ Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les auteurs et les éditeurs, note d'analyse n°270 du Centre d'Analyse Stratégique, mars 2012, www.strategie.gouv.fr

³⁵ Etude ne prenant en compte ni les livres pour enfants, ni les livres de poche.

Salque A., Etats-Unis : les ventes d'ebooks dépassent celles des livres papier, 18 juin 2012, www.01net.com

s'explique par une disponibilité importante des ouvrages en anglais, déjà numérisés pour le marché américain³⁶.

II. Les acteurs du marché du livre numérique

Le rapport *Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique*³⁷ destiné au Ministère de la Culture et de la Communication, permet de recueillir de précieuses informations sur un marché du livre numérique encore émergent. Il traite d'une part, de la diversité des modèles économiques susceptibles de s'imposer sur le marché et d'autre part, des acteurs du marché, aussi bien acteurs traditionnels que nouveaux entrants, et de leur avenir au sein de la chaîne de valeur du livre numérique.

L'éditeur de livre numérique est celui qui produit le fichier numérique. Le passage du papier au numérique n'affecte donc pas ses missions principales qui consistent notamment en la définition d'une politique éditoriale, la conception de collections, le recrutement des auteurs, la mise en page des ouvrages et le contrôle de leur qualité³⁸. Cependant deux types d'éditeurs se rencontrent sur le marché du livre numérique. Les éditeurs traditionnels produisent déjà leurs ouvrages sous format papier et proposent une offre numérique selon 3 stratégies : (1) le reflet du papier, (2) l'adaptation du contenu aux supports numériques ou (3) le développement de livres utilisant les fonctionnalités nouvelles permises par le support numérique, telles que le son ou la vidéo. Cette dernière étant l'illustration d'un pari favorable quant à l'avenir du numérique et demandant un fort investissement. Les éditeurs pure players ont, quant à eux, développé leur activité exclusivement sur Internet et produisent directement et exclusivement une version numérique du livre. Actuellement, le marché est dominé par quelques grands groupes éditoriaux qui sont les seuls en mesure d'investir sur un marché qui n'est pas rentable et où les expérimentations sont nombreuses. C'est notamment le cas du groupe international Hachette qui compense son investissement sur le marché du livre numérique français encore balbutiant, par son succès rencontré à l'étranger et notamment aux Etats-Unis. Les barrières à l'entrée sont donc importantes et ne favorisent pas l'arrivée de nouveaux entrants dans le domaine de l'édition, la plupart d'entre eux adoptent en conséquence une stratégie de niche.

³⁶ The Global Ebook Market : une étude complète sur le marché des ebooks, 12 octobre 2011, <http://actu-des-ebooks.fr>

³⁷ Benhamou F. et Guillon O., *Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique*, commandé par le Ministère de la Culture et de la communication, février 2010

³⁸ <http://chemins-de-traverse.fr>

Les plates-formes ont deux missions stratégiques dans l'univers numérique : le stockage et le référencement. Le référencement est fondamental pour le libraire car il est le gage d'un catalogue avec lequel il peut aisément s'interfacer et d'une bonne qualité de recherche pour le consommateur. C'est pourquoi une standardisation des référencements bibliographiques est primordiale, d'autant plus que le référencement prend aujourd'hui une dimension dynamique avec des mises à jour automatiques et une dimension communautaire avec l'utilisation des réseaux sociaux qui permettent un partage des bibliothèques numériques. L'éclatement des plates-formes est actuellement un frein au développement du livre numérique en France. En effet, avoir accès à une plate-forme ne peut se faire sans le paiement d'un abonnement souvent très coûteux, c'est pourquoi les revendeurs choisissent de ne travailler qu'avec une partie de ces plates-formes et sacrifient alors leurs chances de proposer à leur clientèle une offre numérique exhaustive et de qualité.

Les libraires exercent une activité de vente et de conseil. L'arrivée du numérique leur demande l'acquisition de nouvelles compétences et les met face à d'autres prescripteurs qui ne sont pas forcément des experts tels que les blogs et les réseaux sociaux. Leur valeur ajoutée consistera donc en la livraison de services distinctifs dans le domaine du conseil, du téléchargement et de l'impression à la demande.

Les bibliothèques jouent quant à elles un rôle clé dans le développement de l'offre numérique et notamment de l'offre gratuite, car elles disposent d'importants fonds constituant le patrimoine écrit numérisable. On peut notamment penser à la BNF qui a lancé dès 1997 le projet Gallica visant à faciliter la consultation de nombreux ouvrages, et ce de manière totalement gratuite. Les bibliothèques sont également prescriptrices et peuvent aider à l'adoption des nouveaux usages liés au livre numérique.

L'amélioration des qualités techniques du matériel de lecture est une condition primordiale à l'adoption du livre numérique, c'est pourquoi les constructeurs, bien qu'ayant des métiers éloignés de la culture à l'origine, sont de nouveaux acteurs clés du marché. Les constructeurs sont nombreux à lancer leur propre modèle et à tenter d'établir un standard par une stratégie de verrouillage du marché. Leur alliance avec un producteur de contenu est alors d'autant plus importante que la clientèle est consciente de sa captivité lors de l'achat d'un appareil dédié à la lecture et intégrera dans ses critères de choix l'envergure du catalogue auquel elle aura accès.

Nouveaux acteurs de l'industrie du livre, les opérateurs de téléphonie mobile voient les contenus culturels comme de nouvelles opportunités de croissance. L'affinité du téléphone portable avec des contenus de types feuillets (accessibles par abonnement) ou bandes dessinées leur permet de

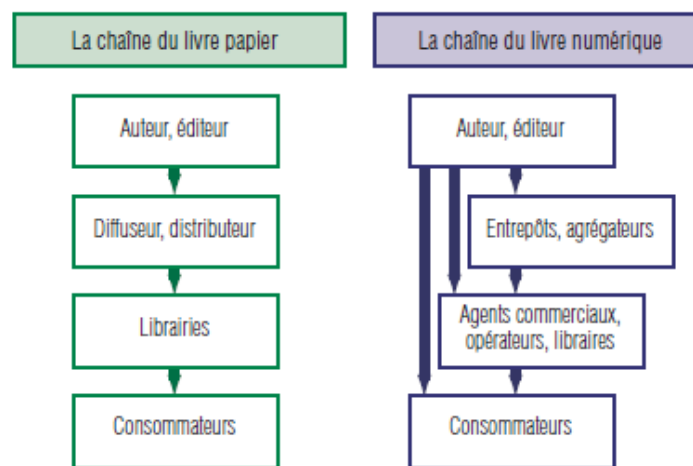
développer des produits éditoriaux séduisant des lecteurs occasionnels mais familiers avec le portable. A titre d'exemple, les applications de BD gratuites comme payantes rencontrent un franc succès sur l'AppStore.

III. Quel(s) modèle(s) économique(s) pour le marché du livre numérique ?

Variations de coûts.

Le passage au numérique bouleverse les postes générateurs de coûts au sein de l'industrie du livre. Bien que les coûts fixes liés à la création de l'œuvre persistent, certains coûts variables, dépendants du nombre d'exemplaires produits, disparaissent avec le livre numérique. Il s'agit du coût d'impression, du coût de distribution lié au transport physique et d'une partie des coûts de diffusion et de stockage. On estime que la disparition de ces coûts permet une économie de jusqu'à 50% du prix de revient du livre papier. En revanche, de nouveaux coûts résultent de la numérisation et de la sécurisation des fichiers. En effet la numérisation, c'est-à-dire la génération d'un fichier à un format donné à partir d'un livre papier, comprend à la fois un fort investissement initial et des coûts variables dépendant de la qualité du texte. C'est l'équilibre entre ces coûts entrants et ces coûts sortants qui permet au livre numérique d'imposer un prix plus bas que son ancêtre papier, ce qui est primordial pour sa survie car le critère « prix » semble être déterminant pour ses acheteurs actuels et potentiels.

Chaîne de valeur.



De la chaîne du livre papier à la chaîne du livre numérique.

Source : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication

Vocabulaire :

- Editeur : produit le fichier
- Entrepôt : assure le stockage du fichier
- Agrégateur : collecte le fichier sur l'entrepôt le livre et le sécurise (équivalent du distributeur)
- Opérateur : réalise l'interface avec le terminal de lecture. Ex : lecture sur un téléphone

Dans la chaîne de valeur du livre numérique comme dans celle du livre papier, on observe un phénomène d'intégration verticale qui tend à donner le pouvoir à quelques acteurs du marché. D'une part, les éditeurs intègrent verticalement des maillons en aval de la chaîne, c'est le cas d'Hachette qui a racheté la plate-forme Numilog. D'autre part, les éditeurs traditionnels se retrouvent en concurrence avec les acteurs de la distribution en ligne qui procèdent à une intégration verticale en amont. On peut notamment penser à Amazon, leader dans la diffusion des livres numériques via sa liseuse Kindle, qui est devenu fin 2011 un éditeur de littérature générale, de thrillers et de science-fiction. La multiplicité de ses activités, à la fois distributeur, éditeur et propriétaire d'une solution technologique dominante sur le marché des liseuses, donne à Amazon un pouvoir de négociation commerciale redoutable, grâce auquel sa branche édition pourrait être à même d'offrir aux auteurs des conditions de rémunération nettement plus attrayantes que les éditeurs traditionnels.³⁹

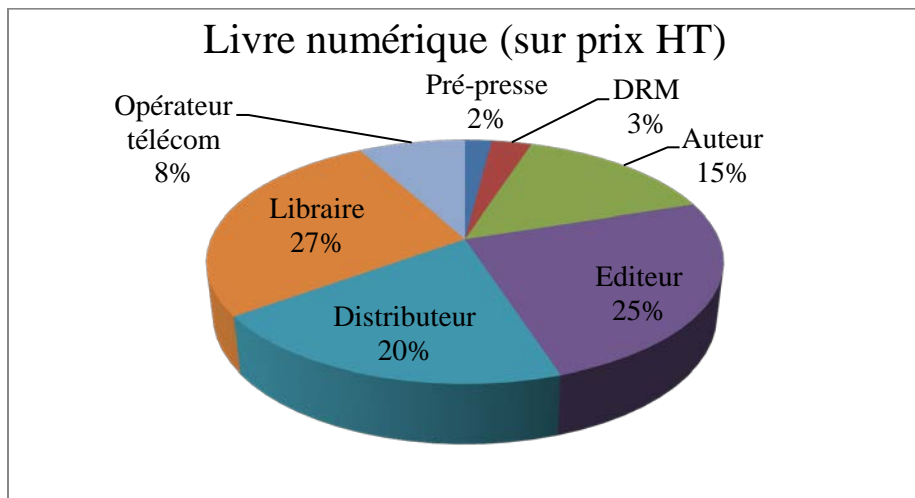
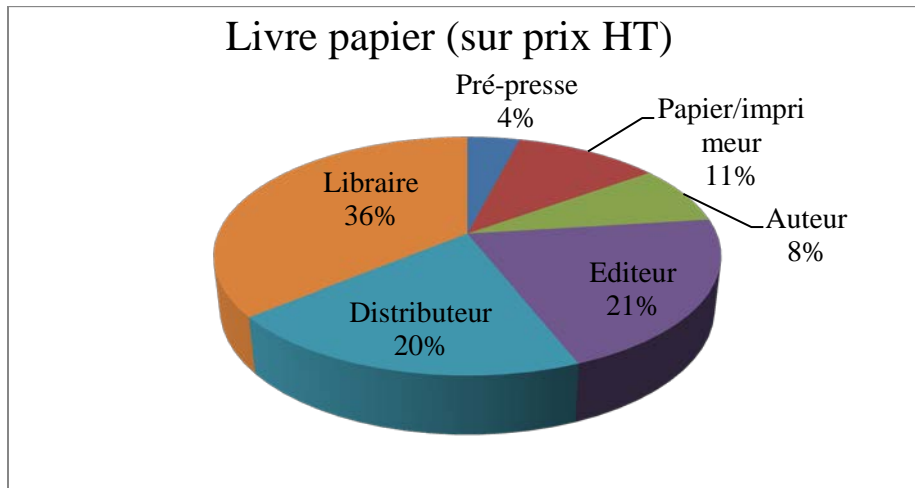
Par ailleurs, différence majeure avec la chaîne de valeur du livre papier, la chaîne de valeur du livre numérique offre la possibilité aux éditeurs et aux auteurs de traiter directement avec les agents commerciaux, voire les consommateurs eux-mêmes. J.K. Rowling, l'auteure de la saga Harry Potter, a ainsi choisi d'adopter cette stratégie et de ne passer ni par un éditeur, ni par une major de la distribution telle que Apple ou Amazon, ce qui lui permet de ne verser aucune commission et de recevoir la quasi-totalité des bénéfices. Les sept tomes de la saga sont disponibles en version numérique via un site Internet, *Pottermore*. Ils n'ont pas été verrouillés ce qui permet leur lecture sur l'ensemble des supports du marché et fait voler en éclats le modèle de couplage entre un terminal de lecture et un distributeur de contenu, qui semble pourtant s'imposer actuellement sur le marché. Cette approche demande une grande notoriété de la part de l'auteur et de son œuvre car elle peut conduire à être absent des principaux sites de distribution, et donc à perdre en visibilité auprès des consommateurs. A titre d'exemple, Harry Potter est absent de l'iBookstore. Cependant, l'intérêt de cette stratégie ne réside pas uniquement en la captation d'une plus grande part des bénéfices par l'auteur, c'est également le gage d'une meilleure gestion de la

³⁹Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les auteurs et les éditeurs, note d'analyse n°270 du Centre d'Analyse Stratégique, mars 2012, www.strategie.gouv.fr

relation avec la clientèle et d'une meilleure compréhension de ses besoins, puisqu'on se passe d'intermédiaire.

Partage de la valeur.

Quel pourcentage revient aux principaux acteurs du livre numérique ?



Chiffres moyens.

Source : Combien coût un livre numérique ?, le MOTif, H. Bienvault, avril 2010

Alors que la position des éditeurs et des distributeurs restent sensiblement la même, celle des libraires est affectée par le passage au numérique puisqu'ils ne captent plus que 27%, contre 36% pour le livre papier, du prix HT du livre. Des jours difficiles semblent donc s'engager pour la profession qui doit

trouver sa place et sa valeur ajoutée au sein de la chaîne du livre. En effet, afin que le consommateur ne privilégie pas d'autres agents commerciaux, le libraire doit lui proposer une offre de conseils et de services distinctive. De nouveaux acteurs, les opérateurs télécom, captent déjà 8% de la valeur bien qu'ils n'en soient qu'à un stade réduit de développement sur le marché. Ce sont donc des acteurs à surveiller car les possibilités qui leur sont offertes avec le numérique sont encore sous-exploitées et les avancées technologiques sur les appareils tels que les smartphones vont pousser le marché à encore se développer.

Différentes orientations possibles.

Un modèle économique va-t-il s'imposer sur le marché du livre numérique ou allons nous vers une pluralité des modèles ? Une orientation se dessine actuellement sur le marché du livre numérique avec le couplage de la liseuse Kindle et du premier distributeur de contenu numérique : Amazon. Cette stratégie de verrouillage par le standard vise à rendre la clientèle captive soit du fait de la compatibilité des fichiers avec un unique appareil, soit du fait d'une offre commerciale sous forme d'abonnement. Une concentration des acteurs permet alors une meilleure lisibilité pour le consommateur qui peut aisément repérer les principales offres. Cependant, le risque pour le marché est de créer d'importantes barrières à l'entrée puisque l'accès à la technologie est limité, et donc de ne pas stimuler la concurrence pourtant source d'innovations aussi bien technologiques que commerciales. Une solution consisterait alors en l'adoption de normes techniques communes qui permettraient de lire un même livre sur différents supports sans aucun coût de transfert. Le consommateur serait dès lors face à un choix plus vaste, ce qui augmenterait la qualité de la lecture numérique.

Par ailleurs, on peut se demander si le marché va plébisciter un modèle en miroir du livre papier ou tirer pleinement profit des nouvelles fonctionnalités permises par le livre numérique en adoptant un modèle de services. Le modèle en miroir consiste en un achat à l'unité via le téléchargement, ce qui pose la question du prix du livre numérique relativement à celui du papier. Le modèle de services consiste pour le consommateur à ne plus acheter un simple livre, mais un ensemble de services liés à un contenu éditorial. Une multitude de nouveaux usages sont alors permis par ce livre hybride et le modèle de l'abonnement est alors parfaitement envisageable.

Principaux enjeux.

D'après une note du Centre d'Analyse Stratégique datant mars 2012⁴⁰, trois enjeux majeurs se distinguent quant à la question de l'avenir du livre numérique (1) le développement de l'offre, (2) la protection de la propriété intellectuelle et (3) la centralisation de la distribution.

(1) Seul un cinquième des nouvelles parutions est disponible au format numérique en France, et un tiers des best-sellers. Les distributeurs en ligne français tel que Fnac.com ne sont donc en mesure de proposer qu'un choix restreint aux lecteurs de livres numériques comparé au géant américain Amazon qui offre plus d'un million de titres au téléchargement légal. Le développement de l'offre en France est cependant favorisé par la loi du 1^{er} mars 2012 qui vise à redonner vie au patrimoine éditorial national, en permettant de commercialiser en version numérique les ouvrages épuisés du 20^{ème} siècle, c'est-à-dire les ouvrages n'étant pas encore tombés dans le domaine public mais n'étant plus vendus en version imprimée. Cette mesure concerne environ 500 000 titres et pourrait motiver des lecteurs potentiels de livres numériques. Mais bien qu'abondant en volume, ce marché reste relativement restreint en valeur car le public plébiscite les best-sellers.

(2) Le risque de piratage s'amplifie lorsque la demande vient à croître de manière importante et que l'offre légale ne suit pas, scénario constaté il y a quelques années dans l'industrie musicale. Le livre numérique permet des flux infinis entre l'acheteur et son réseau en ligne et n'offre plus la protection de la propriété intellectuelle permise par le livre papier. Pour preuve la bande dessinée est aujourd'hui la cible privilégiée des pirates car seul 24 des 50 titres les plus vendus sont disponibles au format numérique. Il est donc primordial d'instaurer une législation protégeant les auteurs. Cependant, celle-ci doit retenir les leçons de l'échec de la loi Hadopi, mise en vigueur alors que les pratiques de piratage étaient déjà bien installées.

(3) Alors que les États-Unis bénéficient d'une plateforme de distribution unique pour les livres numériques, qui nécessite donc le paiement d'un seul abonnement par les revendeurs, la distribution française est nettement éclatée et demande à faire des choix. En effet, certains revendeurs sont tentés soit de se tourner vers un seul grand acteur au risque de se priver d'une offre exhaustive, soit de revendre directement sur leur site leurs ouvrages au format numérique aux côtés des livres papier. Cette dernière solution est déjà adoptée par les éditions sentimentales Harlequin. Une centralisation de la distribution en France semble nécessaire afin de simplifier l'accès aux livres numériques aux lecteurs français, et en la matière tout est encore possible y compris l'arrivée d'un nouvel acteur de la distribution.

⁴⁰ Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les auteurs et les éditeurs, note d'analyse n°270 du Centre d'Analyse Stratégique, mars 2012, www.strategie.gouv.fr

LE CONSOMMATEUR ET SON RAPPORT A L'OBJET-LIVRE

I. Portrait du lecteur de livre numérique

Plusieurs études s'accordent sur le fait que le lecteur de livres numériques d'aujourd'hui est plutôt un homme, âgé de moins de 35 ans, habitant la région Ile-de-France et de catégorie socioprofessionnelle supérieure. Par ailleurs, la majorité des lecteurs de livres numériques sont déjà de gros lecteurs de livres papier. L'émergence du livre numérique ne séduit donc pas de nouveaux lecteurs mais permet de nouvelles pratiques. En effet, les lecteurs de livres numériques lisent plus tout en dépensant moins pour leurs acquisitions, cela s'explique car la moitié d'entre eux acquièrent à titre gratuit et un sur cinq avoue le faire via le téléchargement illégal. Les acheteurs, quant à eux, privilégient le paiement à l'acte et non l'abonnement, et s'approvisionnent chez les grands opérateurs comme Amazon, Apple Store et Google Books et dans une moindre mesure chez les grands distributeurs tels que la Fnac ou Virgin. Tout comme dans les bibliothèques physiques, ce sont les romans qui sont les plus plébiscités, avec les essais et les livres pratiques⁴¹.

II. Principaux freins et motivations

De nombreuses études visent à déterminer les motivations à la lecture de livres numériques et les freins à dépasser pour qu'il ne s'agisse plus d'une pratique marginale en France. Nous avons choisi de nous baser sur une étude récente : le baromètre des usages du livre numérique mené par OpinionWay en mars 2012 et réalisé pour le compte du Syndicat National de l'Édition. Les principales motivations à la lecture de livres numériques chez les lecteurs actuels sont : (1) le prix pour 41% des lecteurs sondés, (2) la facilité de stockage et (3) la facilité de transport pour 35% d'entre eux, (4) la facilité à trouver et acheter le livre que l'on recherche pour 28%. La principale motivation est donc le prix, ce qui en fait un fort enjeu pour les distributeurs, qui a l'image d'iTunes et de son morceau de musique à 0,99 dollars, doivent déterminer un prix acceptable pour les lecteurs, compte-tenu de la perte de l'objet physique, et qui suffirait à les détourner de la tentation du piratage. Le seuil d'acceptabilité serait d'environ -40% sur le prix du livre papier quel que soit le genre de l'ouvrage⁴².

Les trois motivations suivantes sont liées au caractère pratique du livre numérique.

⁴¹ Torre M., Les liseuses numériques dynamisent le marché du livre, 15 mars 2012, www.latribune.fr/technos-medias

⁴² Bruno Schmutz. Les publics du livre numérique, Ipsos MediaCT, 2010

FREINS	Lecteurs de livre numérique	Lecteurs potentiels de livres numériques	Non lecteurs de livre numérique
L'amour des livres imprimés	45%	57%	58%
Par habitude	16%	49%	34%
Confort de lecture	37%	26%	25%
Moins facile à utiliser, moins pratique	19%	12%	5%
Par principe	6%	20%	18%
Prix	15%	15%	11%

Source : Baromètre des usages du livre numérique

Les principaux freins à la lecture de livres numériques varient selon les publics mais le plus important est toujours l'amour des livres imprimés. Ce frein paraît difficilement surmontable dans la mesure où pour venir concurrencer le livre imprimé il faudrait recréer une sensorialité et une histoire commune autour d'un objet technologique tel qu'une liseuse ou une tablette. Bien que possible sur certains points comme le plaisir de tourner les pages reproductible grâce au geste de droite à gauche et aux sons, seules des améliorations extrêmement artificielles permettraient de reproduire ce qui est pourtant si simple avec un livre papier. C'est pourquoi il est nécessaire de communiquer sur d'autres atouts du livre numérique qui viendraient compenser ce frein majeur et modifier les habitudes bien ancrées des lecteurs français.

III. Un rapport à l'objet en transition

Le livre comme objet social.

Activité la plupart du temps solitaire et silencieuse, la lecture n'en est pas moins une pratique hautement sociale qui, à travers l'objet-livre, engage le lecteur dans des interactions sociales puissantes. De nombreux lieux encouragent ainsi le lecteur à faire de l'objet-livre le cœur de sa relation à l'autre : les cercles de lecteurs ou les clubs de lecture, évidemment, mais aussi des librairies-restaurants, bars ou salons de thé cherchant à conjuguer jouissances intellectuelles et plaisirs gourmands ; ou encore certaines

librairies étrangères à Paris qui exaltent parfois un sentiment de « convivialité ethnoculturelle »⁴³. En effet, le livre est véritablement un support d'échange avec autrui, intellectuel ou matériel, un instrument de sociabilité à part entière : l'objet-livre, tout sauf anonyme, s'échange, s'offre et se prête, la plupart du temps de la main à la main, accompagné de discussions et de conseils. Cette circulation n'est jamais neutre, en ce qu'elle révèle les signes intimes de celui qui donne, et est une marque d'affection, de confiance et d'intérêt envers celui qui reçoit⁴⁴. Une sociabilité qui, paradoxalement, peut tout à fait s'exprimer unilatéralement, comme le montre l'importance des bibliothèques privées : le livre est alors exposé aux yeux des visiteurs, à la manière d'une œuvre d'art, comme une sorte de trophée marqueur de l'appartenance à un milieu social et culturel donné.

Le livre comme objet intime.

La grande particularité de l'objet-livre repose également dans le caractère parfois extrêmement sensoriel voire expérientiel de sa consommation. A travers la couverture, tout d'abord, qui peut en grande partie déterminer l'attrait ou le rejet de l'objet : ainsi, le livre de poche, avec sa couverture douce et souple, évoque dans sa forme même son accessibilité, au contraire d'un « beau livre » qui, souvent plus rigide, de matière plus « noble », de format moins maniable, provoque des sensations différentes au toucher⁴⁵. Il est également important, pour certains lecteurs, de percevoir physiquement l'intérieur même du livre : l'épaisseur et la granularité du papier, la qualité de l'impression, le bruit des pages qui se tournent, l'odeur de l'encre... Ainsi, du 18^{ème} siècle à aujourd'hui, il est évident que l'ensemble de ces éléments déterminent le plaisir de ceux que l'on nomme les « bibliophiles »⁴⁶, qui entretiennent une relation autant intellectuelle que physique avec l'objet-livre. Ce constat est d'autant plus fort pour certains types d'ouvrages, dont la numérisation promet pourtant beaucoup en termes d'interactivité, notamment les livres de jeunesse. En effet, un grand nombre de parents considèrent l'objet-livre comme l'exaltation d'une intimité avec leurs enfants : ensemble, ils découvrent l'ouvrage, manipulent les pages et les textures, effectuent les différentes activités (coloriage, collage...) : une véritable découverte sensorielle et affective du livre. A un degré plus élevé, la sensibilité de certains lecteurs aux livres papier se constitue également dans sa fragilité, son usure, sa soumission au temps : la proximité qu'ils entretiennent avec le livre se situe dans son histoire, les traces laissées par ses lecteurs précédents, ses pages froissées et jaunies, ses annotations manuscrites datant d'une autre époque. Le bouquiniste de quartier ou la librairie

⁴³ Jean-Marie Privat. Sociabilités du livre et communautés de lecteurs, trois études sur la sociabilité du livre, 1996

⁴⁴ Chantal Horellou-Lafarge et Monique Segré. Sociologie de la lecture, 2007

⁴⁵ Denise Dupont-Escarpit. Plaisir de lecture et plaisir de lire, Communication et langages, n°60, 1984

⁴⁶ Robert Darnton. Apologie du livre : demain, aujourd'hui, hier, 2010

d'occasion, lieux plus profanes et plus personnels, sont alors généralement préférés aux grandes surfaces. A ce stade, tout livre est unique et rare, en ce sens où il exhale une histoire unique et palpable, à la fois intellectuellement et matériellement. L'objet physique, prolongement du soi et reflet des choix et des préférences de l'individu, devient alors irremplaçable⁴⁷.

« Usées, façonnées par l'utilisation que nous en faisons, les choses dressées ou apprivoisées entretiennent notre intimité en nous rappelant les voies que nous avons frayées de concert »⁴⁸

Un livre numérique matériel ?

Mais alors le passage au numérique n'est-il pas le gage d'une perte de sens dans les relations autour du livre ? Comment redonner une âme à un objet technologique tel qu'une liseuse ? Quelle place pour cette culture matérielle dans la transition vers le numérique ? Le livre peut-il reproduire ou se réapproprier un « usage social qui s'ajoute à la pure matière »⁴⁹ ? Peut-il se constituer en véritable centre de gravité d'expériences partagées, aussi riches que celles proposées par le livre imprimé ? Peut-il devenir, comme son ancêtre, à la fois vecteur de sociabilité, vitrine sociale et berceau de sensations et d'affectivité ? Que ce soit comme signe ostentatoire de la richesse⁵⁰, pour marquer l'appartenance à une classe sociale⁵¹, ou comme ressource conversationnelle ou matérielle, la valeur d'un bien, a fortiori immatériel⁵², est en effet construite socialement. Bien entendu, le partage et l'échange constituent le noyau de la culture numérique, et les réseaux sociaux et divers forums ne laissent aucun doute sur les potentialités du livre-pixel de mobiliser des communautés de lecteur. De la même manière, certains chercheurs s'efforcent à reproduire l'ensemble des éléments sensoriels qui constituent un livre⁵³.

Un parallèle avec l'industrie de la musique déjà victime de la dématérialisation laisse entrevoir quelques pistes quant à l'avenir du livre papier et à la création d'une relation à l'objet technologique. Le chemin qu'a suivi le MP3 depuis les années 2000 est en effet annonciateur de ces tentatives d'adaptation : auparavant fichier anonyme qui s'affichait dans Windows Media Player via des animations abstraites, il est dorénavant géré via des plateformes comme iTunes ou Spotify qui, en plus de proposer une relation

⁴⁷ Belk Russell W., Possessions and the *Extended Self*, Journal of Consumer Research, 1988

⁴⁸ Laurent Thévenot. L'action qui convient, dans Patrick Pharo et Louis Quéré, Les formes de l'action, 1990

⁴⁹ Roland Barthes. Mythologies, 1956

⁵⁰ Thorstein Veblen. Théorie de la classe de loisir, 1899

⁵¹ Pierre Bourdieu. La Distinction, critique sociale du jugement, 1979

⁵² Valérie Beaudoin. Prosumer, Communications, n°89, 2011

⁵³ Par exemple, la plupart des tablettes tactiles reproduisent l'aspect et le bruit d'une page qui se tourne, et certains chercheurs planchent même sur un système baptisé « Olly » qui permettrait à une liseuse d'exhaler des odeurs.

très personnelle à la musique digitale, permettent également d'en faire une activité éminemment connectée et sociale. Quoiqu'il en soit, soulignons que la génération iTunes n'est pas le synonyme d'une perte totale de matérialité : un certain nombre de passionnés se retrouvent en effet autour des éditions collector et des vinyles alors même que le disque connaît un important déclin. Ainsi, on imagine que la standardisation du livre numérique ne signera pas la mort du livre papier ; bien au contraire, elle pourra amener à une contestation marquée par la recherche de livres rares collectionnés précieusement dans de belles bibliothèques. Les industries culturelles connaissent donc deux phénomènes simultanés mais radicalement opposés, d'une part une démocratisation du fait de la numérisation qui rend les biens culturels accessibles au grand public, et d'autre part une raréfaction avec un culte pour les objets physiques uniques⁵⁴.

Pour autant, quid de l'historicité de ces fichiers dématérialisés, qu'ils soient littéraires ou musicaux ? La reproductibilité des biens culturels dématérialisés semble en effet constituer un obstacle insurmontable à leur véritable appropriation par les consommateurs. Un livre numérique est un objet nu qui, même s'il est annoté, surligné et partagé, même si ses formes d'inscription et d'existence se posent en ersatz du livre imprimé ; perdure lecture après lecture, et empêche son lecteur de se nourrir de sa vie passée. Une immortalité matérielle qui semble se traduire par une mort affective ou, autrement dit, un objet qui parvient à pénétrer dans le registre utilitaire et reste aux portes du registre symbolique⁵⁵. Le contre-exemple de l'iPod d'Apple illustre pourtant le succès d'un objet technologique par la création d'une consommation expérientielle : Steve Job a su créer une nouvelle ère digitale à partir d'un objet high-tech désincarné prenant vie uniquement sous les doigts de son propriétaire via la technologie tactile. Par le biais du design et de fonctionnalités intuitives, il a su donner une âme, une personnalité à un objet technologique, le différenciant de l'ensemble des concurrents présents sur le marché. *Le succès du livre numérique devra-t-il de la même façon se faire à travers son support, une sorte de liseuse universelle associant technologie de qualité et univers propre, et qui viendra compenser l'apparente absence de dimension personnelle dont il souffre ?*

⁵⁴ Marie Roustan. Peut-on parler d'une « dématérialisation de la consommation » ?, Crédoc, 2004

⁵⁵ Bernard Blandin. La construction du social par les objets, 2002

CONCLUSION

« A chaque nouvelle invention, de nombreux savants et ingénieurs affirment que l'humanité fait un pas vers son bonheur. D'autres acteurs sociaux redoutent au contraire des catastrophes qui sont presque le symétrique des espérances exprimées. Un ensemble de fantasmes se mêle aux arguments rationnels, dans les rapports d'experts, dans les premières publicités, dans les médias, dans les discours de tous les jours»⁵⁶

Le livre numérique devra faire face à de nombreux obstacles avant de pouvoir émerger sur le marché français, mais il est déjà au cœur des espérances et des craintes de l'ensemble des acteurs de ce dernier. Sorte d'héritier illégitime d'un ancêtre qu'il bouleverse, à la fois dans ses formes d'inscription, dans son rayonnement culturel et dans sa manière de structurer la pensée, il doit également proposer une alternative crédible à un modèle économique existant depuis des siècles tout en satisfaisant les velléités sociales et sensorielles des consommateurs. En 10 ans, les éditeurs ainsi que les constructeurs de liseuse ont fait de nombreux progrès, proposant d'une part des ouvrages innovants, plus interactifs et pratiques, et d'autre part des terminaux qui égalent presque le confort procuré par le livre imprimé. Cependant, contrairement à ce qu'affirme Brigitte Juanals, il semble que les acteurs du marché de l'édition numérique appréhendent encore le livre dématérialisé comme simple « métaphore »⁵⁷ du livre papier : il continue en effet à épouser les formes de son ancêtre, tant en termes de supports, d'œuvres que d'usages de consommation. Le texte électronique se trouve ainsi fixé et stabilisé, à la fois dans ses formes matérielles et dans ses catégories mentales et intellectuelles.

La question de l'éventuelle percée de cette nouvelle forme culturelle se pose plus que jamais. Outre un travail gigantesque à entreprendre d'un point de vue économique-légal, qui sera probablement engagé dans les années à venir (perfectionnement des appareils de lecture et baisse de leur prix, réflexion autour d'un DRM à la fois protecteur sans être entravant, éducation à la lecture sur écran, constitution de bibliothèques en ligne, mise en place d'un réseau de distribution viable...), l'enjeu le plus crucial se situe certainement à un niveau socio-culturel beaucoup moins palpable. *Quoiqu'il en soit, est-il véritablement dans l'intérêt des acteurs de l'édition dématérialisée de proposer une innovation en demi-teinte qui, par*

⁵⁶ Sandrine Ville. Les imaginaires inspirés par les nouvelles technologies, *Consommations et Sociétés*, n°4, 2004

⁵⁷ Brigitte Juanals. *Le livre et le numérique : la tentation de la métaphore*. *Communication et langages*, n°145, 2005

son engluement dans les travées laissées par son ancêtre, semble condamnée à y être perpétuellement comparée et donc sous-estimée ? En lieu et place de propositions qui ne semblent être que de simples parades aux défenseurs séculaires du papier, les auteurs, éditeurs et constructeurs ne gagneraient-ils pas à rompre l'ensemble des codes caractéristiques du livre et de la lecture classiques ? Loin d'envisager le livre dématérialisé comme une étape nouvelle dans l'histoire du livre, quid d'un affranchissement complet de cette nouvelle forme culturelle qui viserait, non pas à proposer le même objet sous une forme technologique, mais au contraire à se servir de l'ensemble des potentialités numériques pour inventer une sorte de « super-média » ? Faut-il véritablement penser le livre-pixel à l'aune du livre-papier ou faut-il en faire un objet « numériquement pur »⁵⁸ amené à bouleverser les usages de lecture et d'écriture, et briser l'unité de l'objet-livre telle qu'on la connaît depuis des siècles ?

⁵⁸ Milad Doueïhi. *Le livre numérique : objet fétiche, objet de résistance*. Les Cahiers de la librairie, n°7, 2009

PARTIE 2 : PROBLEMATIQUE ET METHODOLOGIE

PROBLEMATIQUE

I. Problématique de recherche

« Le passage au numérique n'est pas la « livraison » sous forme numérique d'un produit préexistant.
C'est l'invention d'une **nouvelle expérience**. »⁵⁹

Notre conviction personnelle, que nous allons tenter de vérifier, est la suivante : pour se faire une place, le livre numérique ne doit pas se positionner comme l'héritier du livre papier mais comme un objet hybride et nouveau permettant des usages différents de son ancêtre. Il doit s'extirper des contraintes et des pouvoirs du livre papier afin de redéfinir un espace d'expression. Cela doit se faire sans tenter d'enserrer le livre numérique dans des catégories pratiques qui viendrait à l'encontre de la mobilité infinie de ce qui fait son essence : le numérique⁶⁰.

Notre problématique de recherche a pour but d'appréhender l'espace actuel occupé par le livre numérique et les usages susceptibles de s'imposer à l'avenir ; et plus généralement, si oui ou non les acteurs du marché doivent continuer à proposer un objet épousant les schémas du livre papier, ou au contraire imaginer un objet nouveau obéissant aux règles et aux potentialités propres à la culture numérique. *La culture de l'écran doit-elle nécessairement être pensée au mieux comme complément, au pire comme adversaire de la culture livresque ? L'attachement au support papier suppose-t-il une aversion absolue envers les promesses du numériques ? La cible que les acteurs de l'édition numérique et les constructeurs de liseuse tentent de convertir souhaite-t-elle réellement un support conçu comme la simple « métaphore » du support papier ?*

⁵⁹ Bruno Patino pour le Ministère de la culture et de la communication, Rapport sur le livre numérique, juin 2008

⁶⁰ Ivan Jablonka. Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier, 2008

LE LIVRE NUMERIQUE DOIT-IL S’AFFRANCHIR SON ANCETRE LE LIVRE PAPIER ET IMPOSER DE NOUVEAUX USAGES SUR LE MARCHE FRANÇAIS ?

Explication des termes de la problématique.

- « Un usage, dans le processus de construction d’un secteur numérique, est une expérience suffisamment satisfaisante pour que le consommateur lui reconnaisse une valeur. »⁶¹
- S’affranchir : se libérer des contraintes⁶² liées à l’existence du livre papier qui a imposé pendant des siècles un standard de l’objet au centre de la lecture.

II. Problématiques marketing

- *Quels sont les freins et les motivations à la lecture de livre numérique ?*
- *Quels sont les nouveaux prescripteurs à intervenir dans le choix d’un livre numérique ?*
- *Quel prix les consommateurs sont-ils prêts à payer pour l’achat d’un livre numérique ? Est-il différent du prix pour l’achat d’un livre papier ?*
- *Quels genres de livre sont plébiscités au format numérique ? Sont-ils différents des genres plébiscités au format papier ?*
- *Quels lieux de lecture sont plébiscités au format numérique ? Sont-ils différents des lieux plébiscités au format papier ?*
- *Quels nouveaux usages permis par le livre numérique sont susceptibles d’émerger ?*

III. Hypothèses de recherche

- H1 : Le livre numérique souffre d'un manque de notoriété en France.
- H2 : Les personnes téléchargeant (légalement ou illégalement) des livres numériques sont plutôt des hommes, âgés de 18 à 35 ans, gros lecteurs et de catégorie socioprofessionnelle supérieure.
- H3 : Le lecteur de livre numérique est plutôt un homme, âgé de 18 à 35 ans, gros lecteur et de catégorie socioprofessionnelle supérieure.
- H4 : Les prescripteurs à l’achat de livres numériques comprennent des experts. La prescription est rassemble celle d’un objet technologique et d’un objet culturel.

⁶¹ Rapport sur le livre numérique, PATINO B. pour le Ministère de la culture et de la communication, juin 2008.

⁶² Dictionnaire Larousse

- H5 : En moyenne, un individu est prêt à payer moins cher pour un livre numérique que pour un livre papier.
- H6 : Le livre numérique est plus adapté à un usage nomade que le livre papier.
- H7 : Les livres pratiques et professionnels sont les plus plébiscités au format numérique.
- H8 : La sociabilité générée par le livre numérique existe et est aussi importante que celle générée par le livre papier.
- H9 : Les motivations à la lecture numérique sont surtout d'ordre pratique.

METHODOLOGIE

I. Choix de la méthode d'étude

Etant donné la relative jeunesse de l'édition dématérialisée et de sa pénétration encore faible (en termes d'offre et de demande), nous avons d'abord songé à une étude qualitative, qui nous aurait permis de dévoiler les processus décisionnels, les attitudes, les motivations et les valeurs des individus vis-à-vis d'une pratique encore relativement peu répandue, et donc difficilement « intellectualisable ». Cependant, la multiplicité des items à traiter nous a finalement décidés pour une étude quantitative : il nous semblait nécessaire de mesurer, croiser et regrouper les différentes informations déjà mises en relief par une revue de littérature relativement dense, et ainsi dresser une cartographie complète et lisible en termes de pratiques de consommations. Une décision confirmée par le fait que la plupart des études actuellement disponibles sur le livre numérique sont également quantitatives.

II. Processus d'échantillonnage

Notre population cible est constituée des lecteurs occasionnels ou réguliers, à la fois de livres papiers et de livres numériques. Ce ciblage large nous semble pertinent compte tenu de notre problématique marketing et nos problématiques d'études : en effet, déterminer les conditions selon lesquelles le livre dématérialisé est amené à proposer une nouvelle expérience implique d'interroger à la fois des individus familiers et néophytes en matière de lecture numérique. Etant donné notre cible relativement étendue, nous préférons opter pour un échantillon de convenance afin de faciliter la collecte des réponses.

III. Construction du questionnaire

Notre questionnaire a pour objectif global de traverser l'ensemble du processus de consommation relatif au livre papier en général et au livre numérique en particulier, afin de mettre en exergue le rapport à ces deux types de supports et ainsi confronter l'expérience de la lecture physique à celle de la lecture dématérialisée. En définitive, ce parallèle nous permettra de révéler les potentielles sources de valeur pour le livre numérique, et ainsi déterminer s'il a ou non intérêt à s'affranchir du livre papier.

Il est structuré autour de trois thèmes :

- 1) Une introduction contenant des questions relatives à la notoriété et la définition perçue du livre numérique.
- 2) Une première partie contenant des questions relatives à l'achat de livres numériques (lieux et modes d'acquisition, prescripteurs, freins et motivations, prix psychologique)
- 3) Une deuxième partie contenant des questions relatives à la lecture de livres numériques (supports, lieux et genres de lecture, bénéfices perçus en matière de fonctionnalités, attitude post-consommation)

Une dernière partie visant à collecter l'ensemble des données sociodémographiques nécessaires aux croisements sous SPSS puis aux interprétations (fréquence de lecture, degré d'attachement au livre papier, comportements de consommation numérique, âge, sexe, CSP)

Notre questionnaire présente plusieurs particularités :

- Un certain nombre de questions sont dédoublées et abordent à la fois les expériences sur livre papier et livre numérique : comme précisé plus haut, l'objectif est de mettre en évidence les éventuelles différences de pratiques entre ces deux expériences.
- Les questions relatives au livre numérique sont de type « projectives » (imaginez que...) afin que l'ensemble des individus, lecteurs ou non lecteurs de livres numériques, soient à même de pouvoir répondre.
- Plusieurs propositions d'innovation en rupture avec les schémas du livre papier sont explicitement mises en avant (insertion de liens hypertexte marchands, achat d'un livre par chapitre, acquisition d'un ouvrage en streaming...) afin de tester leur attrait potentiel auprès des répondants.

IV. Administration du questionnaire

Notre questionnaire a d'abord été pré-testé auprès d'une dizaine de volontaires, afin de repérer et d'éliminer d'éventuelles questions ambiguës ou difficiles à comprendre. Après ces quelques corrections effectuées, nous avons opté pour une auto-administration par voie électronique, via email et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter). Ce mode de collecte nous a permis une collecte rapide, une plus grande dispersion des répondants (tant sociodémographique que géographique – il nous semblait en effet important de toucher une cible plus large que celle des étudiants parisiens dans notre entourage) et nous a permis de faciliter le traitement des résultats. L'objectif était également de toucher une cible d'internautes qui, même s'ils n'étaient pas forcément familiers avec le livre numérique, l'étaient en tout cas avec la dématérialisation et étaient donc à même de se « projeter » et d'imaginer certaines des potentialités offertes par le livre numérique. Au total, 116 répondants ont accepté de répondre à notre questionnaire,

hommes et femmes, gros et faibles lecteurs, à la fois de livres physiques et de livres numériques, attachés ou non au livre papier, ce qui constitue une population relativement diversifiée.

V. Limites

Malgré le soin pris à diffuser le questionnaire de la manière la plus large possible, on constate néanmoins une surreprésentation de la population jeune (68% des répondants entre 18-25 ans) et étudiante (58% des répondants sont étudiants). De plus, les questions projectives, à cheval entre une méthode qualitative et quantitative, ont sans doute dérouté certains répondants incapables de déclarer des comportements de consommation potentiels et non effectifs. Enfin, l'utilisation quasi-exclusive de niveaux de mesure nominaux et ordinaux a probablement provoqué un effet de halo (répondants cochant plusieurs cases de manière automatique), même si dans les faits il aurait été difficile de mettre en place d'autres types de questions pour les items que nous souhaitions implémenter.

PARTIE 3 : ANALYSE DES RESULTATS

L'analyse des résultats de notre étude quantitative a été réalisée en deux phases. L'interprétation du résumé des réponses à notre formulaire nous a d'abord permis de formuler un certain nombre de conclusions évidentes. Puis, après l'implémentation sous SPSS de la base de données exportée (et notamment du codage de l'ensemble des items qualitatifs en variables binaires), nous avons été en mesure de réaliser un certain nombre de croisements (la quasi-totalité étant des tests du Khi²). La liste détaillée des croisements ainsi que leur objectif concret dans notre étude est la suivante :

Croisement 1 :

3. Avez-vous déjà téléchargé (légalement ou illégalement) un livre numérique ?

Croisée avec caractéristiques personnelles de l'individu : sexe, âge, CSP, gros lecteur, utilisation du téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels.

Objectif : établir le profil type de l'acheteur de livre numérique

Croisement 2 :

4. Si oui, où vous êtes-vous procuré ce(s) livre(s) numérique(s) ?

Croisée avec caractéristiques personnelles de l'individu : sexe, âge, CSP, gros lecteur, utilisation du téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels.

Objectif : établir un lien entre les lieux d'achat de livres numériques et les caractéristiques du répondant

Croisement 3 :

5. Si non, pourquoi n'avez-vous jamais téléchargé de livre(s) numérique(s) ?

Croisée avec caractéristiques personnelles de l'individu : sexe, âge, CSP, gros lecteur, utilisation du téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels.

Objectif : établir un lien entre les freins à l'achat de livre numérique et les caractéristiques du répondant

Croisement 4 :

7. Imaginez vous prévoyez d'acheter un livre au format papier, mais décidez finalement d'opter pour le format numérique. Qu'est-ce qui pourrait vous avoir fait changer d'avis ?

Croisée avec 5. Si non, pourquoi n'avez-vous jamais téléchargé de livre(s) numérique(s) ?

Objectif : déterminer des leviers d'action et proposer des pistes d'arguments publicitaires

Croisement 6 :

3. Avez-vous déjà lu en entier ou en partie un livre numérique, quel que soit l'écran ?

Croisée avec caractéristiques personnelles de l'individu : sexe, âge, CSP, gros lecteur, utilisation du téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels.

Objectif : établir le profil type du lecteur de livre numérique et le comparer à celui de l'acheteur

Croisement 7 :

13. Si oui, sur quel(s) support(s) ?

Croisée avec caractéristiques personnelles de l'individu : sexe, âge, CSP, gros lecteur, utilisation du téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels.

Objectif : établir un lien entre le support de lecture et les caractéristiques personnelles de l'individu

Croisement 8 :

15. Où lisez-vous le plus souvent des livres papiers ?

Croisée avec 16. Imaginez vous êtes en train de lire un livre numérique. Quel(s) lieu(x) vous paraît/paraissent les plus adaptés ?

Croisement 9 :

17. Parmi les genres de livres suivants, quels sont ceux que vous avez lu sur format papier durant les 12 derniers mois ?

Croisée avec 18. Imaginez : vous êtes en train de lire un livre numérique. A quel(s) genre(s) est-il le plus susceptibles d'appartenir ?

Croisement 10:

21. Imaginez : vous êtes en train de lire un livre numérique. Quel(s) aspect(s) du livre papier regrettez-vous le plus ?

Croisée avec 25. Diriez-vous que le livre imprimé est un support auquel vous êtes...

Objectif : établir une hiérarchie dans les différentes variables du manque

Croisement 11 :

23. Quelles sont les 3 premières raisons qui pourraient vous inciter à lire des livres numériques ?

Croisée avec caractéristiques personnelles de l'individu : sexe, âge, CSP, gros lecteur, utilisation du téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels.

Objectif : établir un lien entre les motivations à la lecture de livre numérique et les caractéristiques de l'individu.

PRINCIPAUX RESULTATS

I. Données préalables

Le livre numérique ne souffre pas d'un manque de notoriété en France, tant en termes de connaissance formelle que d'usages concrets.

Contrairement aux études quantitatives plus anciennes, on constate que seulement 3% des répondants déclarent n'avoir jamais entendu parler du livre numérique. Une notoriété qui est d'ailleurs relayée dans les pratiques de consommation, puisque près de 46% des répondants affirment déjà avoir téléchargé légalement ou illégalement un livre numérique, et 53% d'entre eux ont déjà lu en entier ou en partie un livre numérique, tous genres et écrans confondus.

Ce gain considérable de notoriété déclarée et cette arrivée dans les pratiques de consommation peut s'expliquer par deux facteurs : un échantillon peu représentatif du fait de ses caractéristiques sociodémographiques et comportementales (population jeune, étudiante, parisienne et connectée) ou une pénétration extrêmement rapide de cette nouvelle technologie durant les dernières années (campagnes de publicité pour de nombreuses liseuses sur les médias de masse).

La distinction contenu/contenant opérée par le livre numérique est encore confuse, et la perception de cette technologie par les consommateurs biaisée.

La dématérialisation engendre une confusion entre contenu et contenant. Pour deux tiers des interrogés le livre numérique est un fichier (contenu), pour le dernier tiers il s'agit d'une tablette de lecture (contenant). Un travail pédagogique reste donc à faire auprès du grand public.

II. L'achat de livres numériques

Les étudiants de 18-25 ans ne téléchargent pas de livres numériques, alors que la tranche d'âge supérieure, les 26-35 ans, oui.

Comme vu précédemment 46% des répondants ont déjà téléchargé légalement ou illégalement un livre numérique. Afin de déterminer le profil type d'un individu qui télécharge des livres numériques nous avons croisé cette variable qualitative avec les caractéristiques personnelles du répondant soit : son sexe, son âge, sa catégorie socioprofessionnelle, le fait qu'il ait déjà utilisé ou non le téléchargement illégal pour acquérir des biens culturels et le fait qu'il soit ou non un gros lecteur. (Annexe : croisement 1)

Seuls trois tests se sont avérés significatifs avec une intensité de la relation faible. Les 18-25 ans et les étudiants sous-représentés parmi les personnes téléchargeant des livres numériques. Tandis que les 26-35 ans sont surreprésentés parmi les personnes téléchargeant des livres numériques.

Premier paradoxe, la génération Y, bien que digital native, ne semble pas intéressée par le téléchargement de livres numériques. Pour mieux comprendre ce phénomène nous avons croisé les freins à la lecture de livres numériques avec les caractéristiques personnelles de l'individu (Annexe : croisement 3).

Les principaux freins à la lecture de livres numériques chez les étudiants et les jeunes sont d'ordre physique et pécuniaire. Alors que les principaux freins chez les femmes relèvent de l'affect et de comportements d'habitude.

Les étudiants ne téléchargent pas de livres numériques car ils ne trouvent pas agréable la lecture sur écran. Ce résultat peut s'expliquer de deux façons : d'une part, les étudiants ne sont pas informés des nouveautés technologiques, telles que l'écran mat s'approchant très fortement d'une feuille de papier, qui permettent une lecture très confortable. Un argument publicitaire peut donc être développé ici pour séduire le public étudiant. D'autre part, on peut imaginer qu'étant quotidiennement face à des écrans – smartphone, ordinateur, tablette, télévision – la lecture sur papier se positionne pour eux comme un moment de répit.

Les jeunes de 18-25 ans ne téléchargent pas de livres numériques car ils ne possèdent pas de liseuse. Compte-tenu du prix encore relativement élevé des liseuses sur le marché, les jeunes n'ont pas les moyens de s'équiper et en conséquence ne téléchargent pas de livres numériques. Pourtant, la lecture peut se faire

sur de multiples supports, cela révèle donc un désir de lire sur un appareil uniquement dédié à la lecture telle qu'une liseuse.

Enfin, les femmes ne téléchargent pas de livres numériques car elles leur préfèrent les livres papiers qu'elles ont l'habitude d'utiliser. Rentre donc en jeu une dimension affective et le poids des habitudes qu'il va falloir dépasser en mettant en avant d'autres arguments compensatoires.

Les individus qui déclarent ne pas aimer la lecture sur un écran surmontent difficilement ce frein. En revanche, l'habitude peut être bouleversée par un prix des livres numériques moins cher que celui du livre papier.

Afin de déterminer les leviers d'action possibles qui permettraient de dépasser les freins des individus au téléchargement de livres numériques, nous avons croisé les freins déclarés avec la question 7 qui propose un scénario de changement d'avis. (Annexe : croisement 4)

Il en ressort que les personnes déclarant ne pas aimer la lecture sur un écran sont sous-représentées parmi celles qui changeraient d'avis en faveur d'un livre numérique car il est moins cher, plus pratique, plus facile à acquérir ou car elles ont déjà testé la lecture sur liseuse/tablette. Proposer un argumentaire commercial lié au prix ou au caractère pratique du livre numérique serait donc un échec auprès du public qui n'apprécie pas la lecture sur un écran.

En revanche une communication autour du prix peut faire basculer les individus qui ne téléchargent pas de livres numériques car ils ont l'habitude du livre papier.

L'approvisionnement est globalement fragmenté. Les répondants préfèrent se tourner vers les pure players pour acheter des livres numériques, mais le téléchargement illégal gagne du terrain.

53% des personnes ayant téléchargé un livre numérique sont passées par des sites d'opérateurs et/ou par une recherche sur Internet via les moteurs de recherche. 28% ont eu recours au téléchargement illégal et/ou à un échange de supports physiques. En revanche, les sites des grandes surfaces spécialisées et d'acteurs spécialisés dans la vente de livre rencontrent un faible succès (9% chacun), ainsi que les collections numérisées de la BNF (14%)

Alors qu'aux Etats-Unis, Amazon a su se distinguer comme le distributeur incontournable de livres numériques et domine actuellement le marché, en France, aucun mode de distribution n'a encore su s'imposer auprès des consommateurs.

Par ailleurs, on peut se demander si le téléchargement illégal en hausse est le signe annonciateur d'un développement du marché français comme cela a été précédemment le cas dans l'industrie musicale.

Plus particulièrement : les sites d'opérateurs séduisent les 26-35 ans et au contraire ne sont pas plébiscités par les 18-25 ans et les étudiants. Les hommes sont surreprésentés parmi les personnes utilisant le téléchargement illégal. Les gros lecteurs téléchargent suite à une recherche Internet.
(Annexe : croisement 2)

Les 26-35 ans sont surreprésentés parmi les individus téléchargeant des livres numériques et ils plébiscitent les sites d'opérateurs. Ce modèle de distribution se distingue donc actuellement sur le marché français puisqu'il est adopté par ses premiers acheteurs.

Cependant, les 18-25 ans et les étudiants, déjà sous-représentés parmi les individus téléchargeant des livres numériques, n'utilisent pas les sites d'opérateurs. Ce phénomène laisse donc une porte ouverte à de nouveaux acteurs sur le marché qui pour séduire un public jeune doivent penser une offre en rupture avec les codes actuels de la vente de livres numériques.

Les prescripteurs à l'achat de livres numériques comptent des experts en nouvelles technologies.

Dans le cadre d'un scénario, les répondants s'imaginent aller chercher des informations pratiques au sujet du livre numérique sur des sites Internet spécialisés dans les nouvelles technologies (63%), sur des forums et des blogs (54%) et auprès de proches (39%).

La prescription est donc à la fois celle d'un objet technologique, qui fait appel à des experts et des leaders d'opinion, et celle d'un objet culturel où la subjectivité des proches et bloggeurs peut intervenir.

Les répondants sont intéressés par un mode d'achat assez similaire à celui du livre papier, et ne voient pas l'intérêt d'autres modes d'achat propres au numérique.

Respectivement 61% et 22% des répondants sont intéressés par l'achat de leur livre numérique par téléchargement ou sur fichier physique, 36% sont également tentés par le téléchargement illégal. Les autres modes d'achat, inspirés de la musique et de la VOD, comme le streaming, l'abonnement ou la location, rencontrent un succès moindre (respectivement 9%, 12% et 16%)

Les répondants sont prêts à payer moins cher leurs livres numériques relativement au livre papier.
(Annexe : croisement 5)

34% des répondants dépensent en moyenne entre 5 et 9 euros pour l'achat d'un livre papier, 50% entre 10 et 20 euros.

Les individus dépensant en moyenne 5 à 9 euros pour l'achat d'un livre papier ne sont pas prêts à dépenser le même prix pour un livre numérique mais l'échelon de prix inférieur soit 1 à 4 euros. De la même manière, les individus dépensant en moyenne 10 à 20 euros sont prêts à dépenser 5 à 9 euros. Cependant, ces derniers sont sous-représentés parmi ceux qui souhaiteraient acheter leur livre numérique entre 1 à 4 euros. Il semble donc qu'il y ait un véritable étalonnage sur le prix du papier.

Le pourcentage des répondant désirant obtenir leurs livres numériques gratuitement ou à moins de 1 euro est relativement faible (18% en tout), signe que les acteurs du marché peuvent tout à fait monétiser leurs ouvrages.

Les répondants ne sont pas intéressés par le fait d'acquérir un livre numérique chapitre par chapitre, et souhaitent conserver la même unité d'achat qu'au format papier.

62% des répondants rejettent la possibilité d'acheter leur livre numérique chapitre par chapitre, que ce soit pour maintenir le suspense, tester si le livre leur plaît avant l'achat définitif, lire uniquement la partie de l'ouvrage qui les intéresse ou encore s'adapter à un mode de publication au compte-goutte (utile par exemple pour les romans policiers).

III. La lecture de livres numériques

La lecture sur ordinateur portable est pratiquée par les étudiants et les jeunes, alors qu'elle est boudée par les 26-35 ans qui lui préfèrent la lecture sur liseuse. Les gros lecteurs lisent sur leur smartphone. (Annexe : croisement 7)

Nous avons vu que les 26-35 ans achètent des livres numériques via des sites d'opérateurs et ce comportement d'achat est couplé à une lecture sur liseuse. Ce constat confirme l'orientation du marché vers un verrouillage technologique.

A l'inverse les jeunes préfèrent la lecture sur ordinateur portable c'est-à-dire sur un support multitâches, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'aucun investissement supplémentaire n'est nécessaire, les jeunes étant souvent déjà détenteurs d'un ordinateur personnel.

Les répondants rejettent l'idée d'un support unique dédié à la lecture de livre numérique, et envisagent de lire des livres numériques dans des lieux divers et appartenant à des genres divers, conformément à la tendance ATAWAD - anytime, anywhere, any device (Annexe : croisements 8 et 9)

Les répondants lecteurs de livres numériques sont nombreux à utiliser plusieurs supports de lecture, ce qui confirme la tendance à la multiplicité des écrans : ordinateurs fixes (25%) et portables (49%), téléphones mobiles (31%), liseuses (26%) ou tablettes tactiles (28%).

66% des répondants totaux (lecteurs ou non lecteurs) déclarent préférer un appareil multitâches s'ils devaient s'équiper pour la lecture numérique. Cela s'explique notamment par la répartition des risques : l'utilisateur partage son investissement entre différents loisirs dont la lecture et n'est pas dépendant d'un unique distributeur de contenu comme Amazon pour le Kindle. Attention cependant au biais, puisque nous avons cité l'iPad en exemple pour cet item, un objet particulièrement attractif.

S'agissant des lieux, les répondants affirment aussi bien lire des livres numériques à leur domicile (59%), dans les transports (64%), en vacances (47%) ou pendant les moments d'attente (53%). Des usages aussi diversifiés que le livre papier, même si d'un format à l'autre on constate que les réponses s'orientent vers des pratiques plus « mobiles » (-14 points sur l'item « à votre domicile », +13 points sur l'item « durant les moments d'attente »). S'agissant des genres, ils sont eux aussi très divers et se modifient peu lors du

passage du papier au numérique : les livres lus sont aussi bien pratiques (36% pour le papier, 25% pour le numérique), scientifiques (42% pour le papier, 37% pour le numérique) ou policiers (42% pour le papier, 40% pour le numérique)

Ce constat est consolidé par les tests de χ^2 effectués sous SPSS. L'étude des résidus non standardisés indiquent ainsi que les répondants qui déclarent lire des livres papier dans les transports déclarent également lire des livres numériques dans les transports, un constat également valable pour les répondants déclarant lire des livres papier sur leur lieu de vacances et dans les moments d'attente.

Les répondants déclarant lire des livres papier pratiques déclarent également lire des livres numériques pratiques, un constat également valable pour les répondants déclarant lire des livres papier policiers, encyclopédiques, de bande dessinée, scientifiques, classiques, de science fiction et contemporains. Il s'agit là encore d'une preuve que les usages du papier au numérique évoluent peu, puisque les lecteurs ne déclarent pas modifier leurs genres de livres d'un support à l'autre

Les fonctionnalités du livre numérique rencontrant le plus de succès auprès des répondants sont celles d'un « super-livre » papier, proposant en version plus accessible ce qu'il est déjà possible de faire sur ce format (Annexe : croisement 12)

Les fonctionnalités totalisant entre 50 et 60% des réponses sont le surlignage et l'annotation, le marquage, la recherche par mot clé, le dictionnaire/encyclopédie/traducteur intégré et la possibilité de modifier la taille ou la typographie du texte. Les fonctionnalités plus en rupture (sur le modèle de ce que proposent Soundcloud ou Spotify, par exemple) comme la possibilité de consulter les bibliothèques de ses amis, de partager ses activités de lecture sur les réseaux sociaux ou d'accéder aux commentaires des précédents lecteurs du même ouvrage mobilisent seulement entre 15 et 30% des réponses.

Quant à la question ouverte visant à tester l'intérêt des répondants envers la possible insertion de liens hypertextes marchands dans leur livre numérique (en lien avec l'objet de leur lecture), on constate que le concept est massivement rejeté, la totalité des réponses étant soit négatives, soit mitigées. Les raisons pour lesquelles les répondants refusent l'apparition de liens marchands sont, classées par occurrences croissantes :

- L'aversion envers la publicité (46 occurrences) : système perçu comme intrusif et parasitant, rapport conflictuel au marketing en général et à la consommation en particulier, crainte de l'utilisation des données personnelles à des fins commerciales.

- La dénaturation de la lecture (22 occurrences) : système perçu comme en contradiction avec les bénéfices recherchés lors de la lecture (culture, évasion, détente, mise à l'écart)
- Le refus d'être distrait pendant sa lecture (21 occurrences) : système perçu comme dérangent, inconfortable, susceptible de rompre la concentration.
- La « pureté » de l'acte de lire (8 occurrences) : système perçu comme totalement inutile, la lecture se suffisant à elle-même, le reste du temps pouvant tout à fait être employé à rechercher soi-même des informations ou des produits.

A l'inverse, les raisons pour lesquelles les répondants seraient amenés à trouver un intérêt dans l'apparition de liens marchands sont, classées par occurrences croissantes :

- La possibilité d'accéder à des contenus moins chers ou gratuits grâce à des livres numériques financés grâce aux recettes publicitaires (11 occurrences)
- L'accès à des sites marchands centrés exclusivement sur l'auteur et son œuvre (3 occurrences)
- L'accès à des produits spécialisés liés à domaines techniques, comme la cuisine, la photographie ou le jardinage (3 occurrences)
- L'insertion de l'ensemble de ces liens marchands à la toute fin du livre, laissant le choix au lecteur de les consulter ou non (2 occurrences)

Enfin, les raisons les plus souvent citées comme pouvant pousser à lire des livres numériques sont l'accès à des livres épuisés au format papier (65%), moins chers qu'au format papier (70%), un accès facile et instantané aux livres (56%) et la possibilité de transporter plusieurs livres au sein d'un même support (65%). Là encore, il s'agit de motivations relativement pragmatiques qui semblent uniquement combler les faiblesses du livre papier (durabilité, prix, accessibilité, volume...) sans proposer de réelle rupture avec ses schémas. Par exemple, l'interactivité (sons, illustrations, schémas, liens hypertexte...) n'intéresse qu'un nombre assez faible de répondants (17%)

Il est particulièrement intéressant de noter qu'une relation inverse lie les jeunes répondants (déclarant avoir entre 18 et 25 ans) et la préférence pour les fonctionnalités interactives du livre numérique (image, sons, liens hypertexte). Un constat plutôt troublant pour une tranche d'âge particulièrement sensible à des supports plurimédias. D'autre part, la plupart des répondants déclarant être d'important lecteurs (plus de 20 livres lus durant les 12 derniers mois) semblent être intéressés par le fait de pouvoir accéder à des livres papier épuisés au format numérique. Un tel constat peut simplement s'expliquer par le fait que les gros lecteurs voient certainement plus d'intérêt que les faibles lecteurs à la capacité du numérique à « immortaliser » et à rendre accessible des œuvres indisponibles autrement. Enfin, les lecteurs

conséquents (entre 6 et 10 livres ces 12 derniers mois) semblent davantage attirés par la possibilité de transporter plusieurs livres numériques au sein d'un même support, et ainsi contourner la contrainte matérielle du volume et du poids inhérente au livre papier.

Les répondants regrettent l'ensemble des aspects sensoriels du livre papier, surtout les éléments tactiles (texture, prise en main) et sociaux (absence de bibliothèque physique visible)

Lorsqu'ils lisent ou s'imaginent lire un livre numérique, 69% des répondants affirment regretter la texture des pages, 67% la prise en main de l'ouvrage (poids, volume), et 55% de ne pas pouvoir exposer le livre dans une bibliothèque visible.

Le passage au numérique ne fait pas faiblir les vellétés sociales des consommateurs

Entre 19 et 37% des répondants déclarent souhaiter prêter, échanger, donner, offrir ou revendre leur livre numérique une fois leur lecture terminée. Seulement 12% d'entre eux auraient envie de supprimer le fichier. En revanche, 30% des répondants ne sont intéressés par aucune de ces propositions.

VALIDATION DE NOS HYPOTHESES

H1 : Le livre numérique souffre d'un manque de notoriété en France.

Hypothèse rejetée

H2 : Les personnes téléchargeant (légalement ou illégalement) des livres numériques sont plutôt des hommes, âgés de 18 à 35 ans, gros lecteurs et de catégorie socioprofessionnelle supérieure.

Hypothèse vérifiée (en partie uniquement)

H3 : le lecteur de livre numérique est plutôt un homme, âgé de 18 à 35 ans, de catégorie socioprofessionnelle supérieure et qui est un gros lecteur.

Aucun test significatif, impossibilité de conclure

H4 : Les prescripteurs à l'achat de livres numériques comprennent des experts. La prescription est rassemblée celle d'un objet technologique et d'un objet culturel.

Hypothèse vérifiée

H5 : En moyenne, un individu est prêt à payer moins cher pour un livre numérique que pour un livre papier.

Hypothèse vérifiée

H6 : Le livre numérique est plus adapté à un usage nomade que le livre papier.

Hypothèse rejetée

H7 : Les livres pratiques et professionnels sont les plus plébiscités au format numérique.

Hypothèse rejetée

H8 : La sociabilité générée par le livre numérique existe et est aussi importante que celle générée par le livre papier.

Hypothèse vérifiée

H9 : Les motivations à la lecture numérique sont surtout d'ordre pratique.

Hypothèse vérifiée

CONCLUSION GENERALE

A travers notre revue de littérature, nous avons parcouru l'histoire du livre et ses modes d'appropriation successifs, par le biais d'un angle à la fois sociologique, économique et marketing, afin de nous interroger sur les potentielles sources de blocage du livre dématérialisé. Comme nous l'avons vu, cette nouvelle forme culturelle doit accuser des obstacles relatifs à la grande puissance de l'objet-livre, et ce à différents niveaux d'abstraction (nature même de l'objet, mode de production et de distribution, poids historique et affectif, fixation de la pensée et de la réflexion). Des obstacles auxquels les acteurs de l'édition dématérialisée répondent par des objets (livres numériques et liseuses) encore circonscrits aux formes et aux pouvoirs du livre papier afin, sans doute, de s'approprier la même légitimité auprès des consommateurs et ainsi rentabiliser leurs investissements sur un marché en bourgeonnement. Cependant, comme l'affirment un grand nombre de chercheurs, la question de savoir si le livre numérique gagnerait à s'affranchir de son ancêtre, tant en termes de supports, d'œuvres et d'usages, restait entière et plausible, une hypothèse que nous avons donc placée au centre de notre recherche.

Le livre numérique doit-il s'affranchir de son ancêtre le livre papier ? L'analyse des résultats montre bel et bien que les consommateurs actuels et potentiels de livre numérique, même s'ils tendent à croître, envisagent eux aussi cet objet comme le simple successeur du livre papier, et non comme une forme culturelle à part entière répondant à ses règles propres. En effet, l'ensemble des pistes développées par les constructeurs de liseuses – le chapitre comme unité d'achat, l'insertion de liens hypertextes, le partage social des bibliothèques de lecture - ont systématiquement été rejetées par notre échantillon. Ces conclusions, obtenues grâce à une étude quantitative et donc uniquement basées sur du déclaratif, gagneraient à être approfondies par une étude qualitative qui serait à même de révéler les besoins latents inconscients des consommateurs et leur éventuelle propension à adopter de nouveaux usages en matière de lecture numérique. Un travail sur les premiers adeptes du livre numérique, connus comme étant les 25-36 ans d'après notre étude, est également à envisager car ils sont les seuls à posséder l'expérience de l'utilisation des liseuses et comme souvent dans le domaine des nouvelles technologies sont susceptibles d'être des leaders d'opinion capables de diffuser l'innovation technologique.

Les résultats de notre étude déroutent et mettent à mal la majorité de nos hypothèses ; alors que nous pensions le livre numérique comme un objet nomade aux possibilités infinies, il est envisagé comme un produit marketing qui ne fait que transposer une technologie existante à un objet culturel pourtant déjà complet. Pour autant les acteurs du marché ne peuvent ignorer la révolution qui les guette, en effet, la

faillite du deuxième groupe éditorial des Etats-Unis, Border Group, début 2011 souligne le caractère stratégique du virage numérique. Le succès sur ce marché appartiendra donc au constructeur qui saura donner du sens à cette technologie, créer une véritable valeur ajoutée pour le client, et comme nous l'avons vu, celle-ci peut être parfois bien différente des croyances des professionnels.

Innovation, droit, économie, histoire, marketing, psychologie... Rares sont les objets cristallisant autant d'enjeux et de domaines d'études que le livre numérique. Forme culturelle hybride, symptomatique des paradoxes d'une société postmoderne constamment innovante et pourtant ancrée dans un passé qu'elle regrette, il tente de faire cohabiter technologie et culture. En admettant qu'il y parvienne un jour, est-il amené à perdurer ? Existera-t-il à terme une musique numérique, un art numérique, une littérature numérique ou bien, comme l'ont pensé avant nous les figures de proue de la cyberculture, un simple océan de données dématérialisées qui se confondent et s'entremêlent, un « tout numérique » rendant les pratiques de consommation toujours plus mobiles et diversifiées ? Notre étude se clôt comme elle a commencé, dans l'imaginaire et l'hypothétique. Il s'agit là peut être d'une piste de réflexion toute différente : celle de l'extrême difficulté de pouvoir fixer sa pensée sur des objets (et des rapports à ces objets) eux-mêmes mouvants et impalpables, et le refuge dans les promesses ou les menaces d'un phénomène dont les frontières ne seront jamais connues.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- Armand Mattelart. Histoire de la société de l'information, 2009
- Nicholas Carr. L'amoralité du web 2.0, 2005
- Pierre Bourdieu. La Distinction. Critique sociale du jugement, 1979
- Philippe Coulangeon. Sociologie des pratiques culturelles, 2010
- Emmanuel Kant. Fondation de la métaphysique des mœurs, 1785
- Jean François Gilmont. Jean Calvin et le livre imprimé, 1997
- Lucien Febvre et Henri-Jean Martin. L'apparition du livre, 1958
- Chantal Horellou-Lafarge et Monique Segré. Sociologie de la lecture, 2007
- Christian Baudelot. Et pourtant ils lisent, 1999
- Pierre Bourdieu. Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire, 1992
- Jack Goody. Pouvoirs et savoirs de l'écrit, 2007
- Jean-Marie Privat. Sociabilités du livre et communautés de lecteurs, trois études sur la sociabilité du livre, 1996
- Robert Darnton. Apologie du livre : demain, aujourd'hui, hier, 2010
- Laurent Thévenot. L'action qui convient, dans Patrick Pharo et Louis Quéré, Les formes de l'action, 1990
- Thorstein Veblen. Théorie de la classe de loisir, 1899
- Bernard Blandin. La construction du social par les objets, 2002

Articles de recherche

- Brigitte Juanals. Le livre et le numérique : la tentation de la métaphore. Communication et langages, n°145, 2005
- Gérard Mauger et Claude Poliak. Les usages sociaux de la lecture. Actes de la recherche en sciences sociales, n°123, « Genèse de la croyance littéraire », 1998
- Alain Cordier. Le livre numérique, Internet et la pensée. Communication et langages, n°122, 1999
- Milad Doueïhi. Le livre numérique : objet fétiche, objet de résistance. Les Cahiers de la librairie, n°7, 2009
- Denise Dupont-Escarpit. Plaisir de lecture et plaisir de lire, Communication et langages, n°60, 1984

- Belk Russell W., Possessions and the Extended Self, Journal of Consumer Research, 1988
- Valérie Beaudoin. Prosumer, Communications, n°89, 2011
- Sandrine Ville. Les imaginaires inspirés par les nouvelles technologies, Consommations et Sociétés, n°4, 2004

Articles de presse

- Salque A., Etats-Unis : les ventes d'ebooks dépassent celles des livres papier, 18 juin 2012, www.01net.com
- Torre M., Les liseuses numériques dynamisent le marché du livre, 15 mars 2012, www.latribune.fr/technos-medias

Etudes et rapports

- Marie Roustan. Peut-on parler d'une « dématérialisation de la consommation » ?, Crédoc, 2004
- Bruno Schmutz. Les publics du livre numérique, Ipsos MediaCT, 2010
- Les acteurs de la chaîne du livre à l'ère du numérique : les auteurs et les éditeurs, note d'analyse n°270 du Centre d'Analyse Stratégique, mars 2012, www.strategie.gouv.fr
- The Global Ebook Market : une étude complète sur le marché des ebooks, 12 octobre 2011, <http://actu-des-ebooks.fr>
- Benhamou F. et Guillon O., Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique, commandé par le Ministère de la Culture et de la communication, février 2010
- Bruno Patino pour le Ministère de la culture et de la communication, Rapport sur le livre numérique, juin 2008

Divers

- Ivan Jablonka. Le livre : son passé, son avenir. Un entretien avec Roger Chartier, 2008
- <http://chemins-de-traverse.fr>