

Les écrits à l'heure du numérique

Une étude Bain & Company pour le Forum d'Avignon



BAIN & COMPANY

Synthèse

Découverte, apprentissage, connaissance, information, loisirs : l'écrit joue depuis toujours un rôle essentiel dans la société humaine. Liseuses, tablettes et autres supports numériques, dans les mains de 15 à 20 % de la population d'ici 2015, peuvent susciter une mutation en profondeur de l'écosystème de l'écrit, une évolution des modes d'écriture eux-mêmes.

En première analyse, les risques, pour l'industrie du livre, d'un choc similaire à celui subi par l'industrie musicale semblent limités. Attachement des lecteurs au papier, "moments de lecture" complémentaires et moindre prévalence du piratage sont autant d'atouts permettant d'envisager une évolution en douceur vers le numérique. L'étude menée par Bain & Company auprès de 3 000 lecteurs dans six pays (États-Unis, Japon, Allemagne, France, Royaume-Uni, Corée du Sud) et trois continents souligne que les "lecteurs numériques" déclarent consommer plus de livres qu'avant. Autre bonne nouvelle, une large majorité d'entre eux achète plus de la moitié de ses ebooks, le solde étant composé d'œuvres classiques, disponibles gratuitement.

Pour autant, avec 15 à 25 % des ventes de livres en format numérique d'ici cinq ans, l'industrie du livre s'oriente vers une transformation radicale. Auteurs, éditeurs, distributeurs et libraires doivent repenser leurs modes de fonctionnement et leurs relations. La politique de prix numériques demeure un enjeu stratégique. La préservation d'un équilibre entre distribution numérique et physique est également essentielle dans une industrie aux coûts fixes élevés et dont les réseaux de distribution demeurent clés dans l'exposition de la diversité et de la création. La question du partage de la valeur et des droits d'auteurs est de plus en plus d'actualité.

Les équilibres de marché en train de s'établir doivent être étudiés à l'aune de ces enjeux. Les éditeurs en particulier devront développer de nouvelles compétences pour renforcer leur valeur ajoutée auprès des auteurs comme des lecteurs, notamment autour de la notion de service, consolidant ainsi leur rôle essentiel dans l'univers de la création. Si les équilibres actuels sont maintenus, on peut enfin envisager une migration numérique créatrice de valeur pour la création.

La presse devrait bénéficier en théorie de l'émergence de "plus de payant" numérique, mais elle continue de faire face à des enjeux qui dépassent les nouvelles plates-formes. Notre étude souligne qu'une majorité de consommateurs s'est durablement habituée à l'information en ligne gratuite, réservant ses dépenses à certains segments spécifiques tels que l'information économique ou locale, y compris sur les tablettes. Ces supports ne représentent donc qu'un canal de distribution supplémentaire pour une industrie qui doit encore repenser son modèle économique et l'équilibre entre gratuit et payant.

Quel que soit le segment considéré, l'émergence de nouveaux supports de lecture implique d'abord une évolution des modes d'écritures. La simple transposition "homothétique" de contenus écrits pour le papier ne suffira pas à faire des tablettes une source de création de valeur pérenne. C'est dans l'expérimentation de nouveaux formats - non-linéaires, hybrides, interactifs, sociaux que réside l'opportunité "d'inventer" les écrits numériques.

Introduction

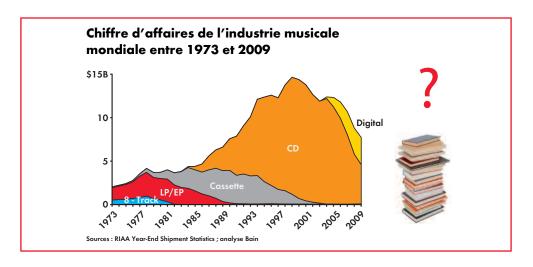
Depuis bientôt vingt ans, les migrations numériques successives du texte, du son et de l'image ont déstabilisé les fondements économiques des industries florissantes qu'étaient la presse, l'édition musicale ou encore la vidéo. Longtemps "protégé" par l'absence de support numérique adapté, le livre n'avait pas encore connu de telle révolution. L'émergence de nouveaux supports numériques adaptés au grand public, comme la liseuse dédiée ou la tablette multifonction a mis fin à ce répit.

Le livre est-il "le prochain sur la liste" à subir les assauts des nouvelles technologies ? La presse doit-elle y voir la panacée susceptible de rétablir son équilibre économique ? Aujourd'hui, la question de l'écrit à l'heure du numérique est plus que jamais d'actualité, et cette phase de transition est cruciale pour les différents acteurs.

Bain & Company a mené une enquête auprès de 3 000 consommateurs dans six pays (États-Unis, Japon, Allemagne, France, Royaume-Uni, Corée du Sud) afin de mieux appréhender la migration de l'écrit vers le numérique. Cette étude permet de décoder les nouveaux usages des lecteurs et d'évaluer leurs implications économiques sur le livre et la presse.

Dans quelle mesure la pénétration des supports numériques peut-elle modifier les usages et comportements de lecture du grand public ? La migration vers le numérique sera-t-elle d'une ampleur suffisante pour modifier profondément les industries de l'écrit ? Son impact économique se soldera-t-il par un véritable "choc", un jeu à somme nulle, ou peut-on espérer, enfin, observer une migration numérique source de valeur pour la création ?

Les éléments de réponse que nous pouvons apporter aujourd'hui à ces questions soulèvent plusieurs pistes pour les différents acteurs de "l'écosystème de l'écrit", auteurs, éditeurs, distributeurs et libraires en premier lieu. Au-delà des enjeux de répartition de la valeur, c'est une véritable redéfinition du rôle de chacun qui doit s'opérer, et à terme une évolution des modes d'écriture eux-mêmes pour faire du numérique un moteur de création de valeur.



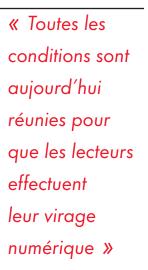
Tablettes, liseuses : quelles perspectives d'adoption ?

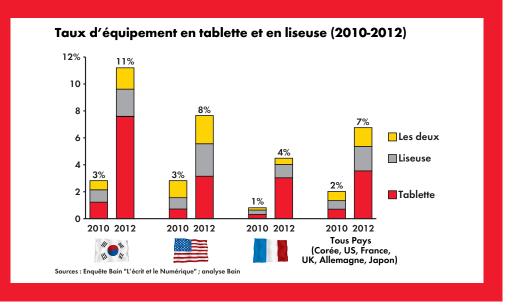
Des technologies mûres, enfin accessibles

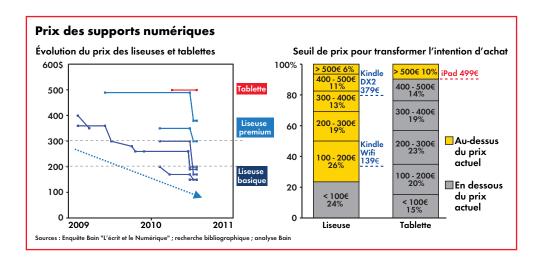
La liseuse dédiée et la tablette multifonction se démocratisent enfin. Condition préalable à l'émergence d'un nouvel écrit numérique, l'adoption de ces supports devrait atteindre 15 à 20 % de la population dans les pays développés. Les pionniers comme les Etats-Unis et la Corée donnent la cadence et devraient atteindre ces taux dès 2015. Les autres pays, notamment en Europe, devront d'abord combler leur retard avant d'atteindre des taux de pénétration comparables.

Toutes les conditions sont aujourd'hui réunies pour que les lecteurs effectuent leur "virage numérique". Les prix des supports passent en dessous des seuils psychologiques d'achat - c'est déjà le cas pour les liseuses à 139 dollars ; le confort de lecture et l'ergonomie progressent avec la technologie.

Quel support les consommateurs vont-ils privilégier ? Un scénario équilibré se dessine entre les liseuses dédiées, comme le Kindle d'Amazon, et les tablettes multi-fonctions, aujourd'hui incarnées par l'iPad d'Apple. Les premières pourraient capter jusqu'à un tiers du marché, en s'appuyant sur un avantage prix amené à perdurer et un confort de lecture plus proche du papier. Si le prix des secondes demeure au-delà du seuil psychologique d'adoption par le grand public (en dessous de 299 dollars), elles bénéficient d'ores et déjà d'une forte dynamique. Elles pourraient représenter la majorité du marché à terme, touchant un public plus large grâce à leurs capacités multimédia et à la baisse de prix que l'élargissement de leur audience provoquera inévitablement. Associant le livre numérique et la presse à de nombreuses autres fonctionnalités, elles représentent un véritable "cheval de Troie" pour assurer la pénétration des écrits numériques dans les foyers.







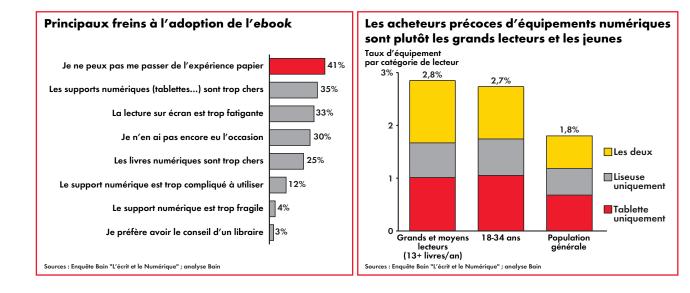
 De nouvelles occasions de consommer des contenus »

Le grand public à portée de main

Les premiers adeptes des liseuses et tablettes sont principalement les grands consommateurs de livres, les hommes et les catégories socio-professionnelles supérieures.

Ces lecteurs qui s'engagent dans une migration vers le numérique y trouvent de nouvelles occasions de consommer des contenus, et une facilité d'utilisation qui suggère un avenir prometteur à de nouveaux formats numériques complémentaires aux usages papier.

La seconde vague de migration devrait quant à elle élargir l'audience : parmi les lecteurs qui comptent s'équiper prochainement, on note ainsi un rééquilibrage en faveur des femmes et des plus de 35 ans.



Des comportements de lecture prometteurs

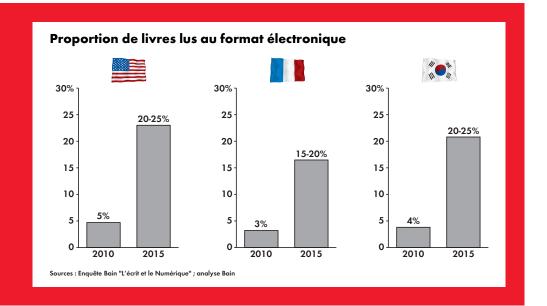
Davantage de lecture ?

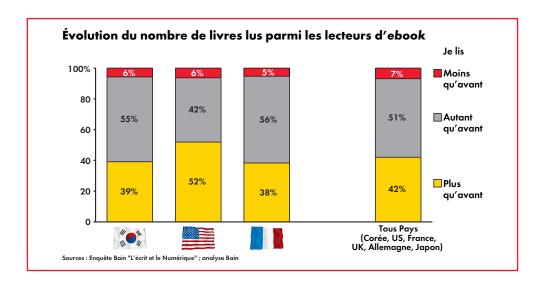
Le livre ne devrait pas connaître de scénario catastrophe similaire à celui de l'industrie musicale. Plusieurs indicateurs émanant de l'étude étayent ce constat. Les lecteurs qui ont effectué leur migration vers le numérique restent profondément attachés à la lecture papier, et trouvent à l'ebook des usages complémentaires. Cet ancrage dans la lecture du papier se vérifie également au sein des nouvelles générations, pourtant nées avec le numérique. En parallèle, des facteurs sousjacents assurent à l'industrie du livre une stabilité au moins temporaire sur laquelle l'industrie musicale n'a pas pu compter : une fragmentation des contenus limitée, en particulier pour la littérature, et un piratage modéré même parmi les jeunes lecteurs, au moins en ce qui concerne la "première vague" d'utilisateurs.

« Les ebooks pourraient représenter de 15 à 25 % du marché du livre à l'horizon 2015 »

L'appétit pour le numérique est cependant bien réel, et les ebooks pourraient représenter de 15 à 25 % du marché du livre à l'horizon 2015. Les marchés les plus avancés comme les États-Unis et la Corée ont peu de temps pour se mettre en ordre de marche : environ 5 % des volumes y sont déjà vendus en numérique. Cette mutation devrait s'accélérer pour atteindre 20 à 25 % du marché dans les cinq prochaines années, à mesure que le numérique dématérialisé se substitue notamment aux volumes commercialisés par internet aujourd'hui. Les pays comme la France migreront plus graduellement avant que le numérique n'atteigne autour de 15 % du marché à l'horizon 2015 - en partie du fait de réseaux de distribution physiques encore denses, rendant le produit papier plus immédiatement accessible.

La migration vers les lectures numériques s'accompagne de deux tendances de fond qui pourraient animer une industrie à la croissance limitée depuis plusieurs années.

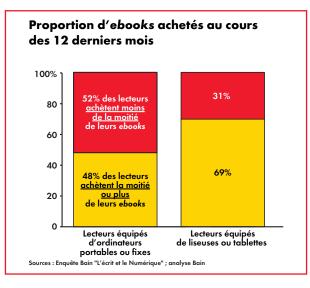




Première bonne nouvelle, la migration vers le numérique présente une opportunité de renverser les tendances de marché. La simplification de l'acte d'achat et la portabilité de la bibliothèque représentent en effet des facteurs de consommation supplémentaire. Plus de 40 % des lecteurs équipés de support numérique déclarent lire plus qu'auparavant. Certes, les écrits numériques bénéficient d'un effet de nouveauté qui pourrait s'estomper au cours du temps. Mais quand bien même il s'agirait d'un phénomène de court terme, la constitution de "bibliothèques numériques" par les lecteurs pourrait s'avérer bénéfique pour l'industrie du livre, tout comme le renouvellement des audiothèques fut l'un des moteurs de croissance du Disque Compact.

De plus, une majorité de consommateurs se disent prêts à payer pour les ebooks qu'ils consomment, et 70 % des utilisateurs de tablettes et autres liseuses déclarent acheter aujourd'hui la

majorité de leurs ebooks alors que la consommation d'ebooks sur ordinateur n'a jamais déclenché d'acte d'achat significatif.



 70 % des utilisateurs de tablettes et liseuses déclarent acheter la majorité de leurs ebooks » « La littérature devrait rester
le genre le plus
en pointe
de la migration
numérique »

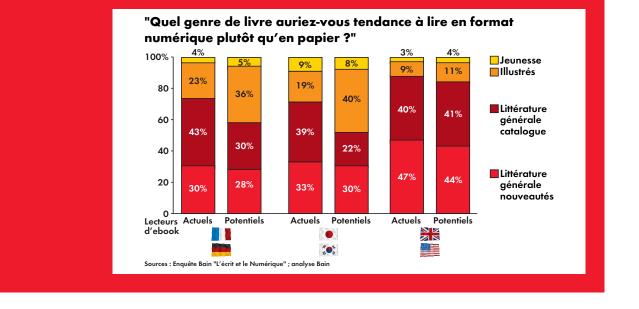
Des segments inégalement affectés

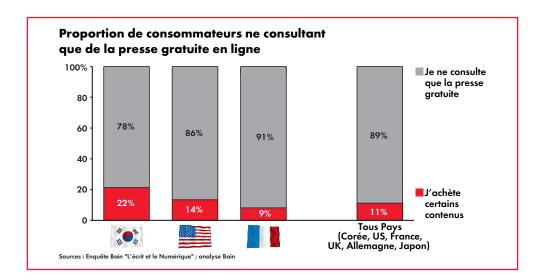
L'impact des comportements de lecture doit néanmoins être nuancé en fonction de la nature des écrits considérés. Littérature, pratique, illustré, jeunesse, information présentent en effet des potentiels de monétisation clairement différenciés.

Certains écrits de référence, comme les encyclopédies et les cartes ont déjà effectué leur migration vers le numérique, au profit de modèles gratuits sur internet, provoquant une forte diminution des ventes papier.

Aujourd'hui, avec l'arrivée de formats électroniques encore largement "statiques", éditeurs et consommateurs d'ebooks ont donné la part belle à la littérature. À l'horizon 2015, la littérature générale devrait rester le genre le plus en pointe de la migration numérique pour l'industrie du livre.

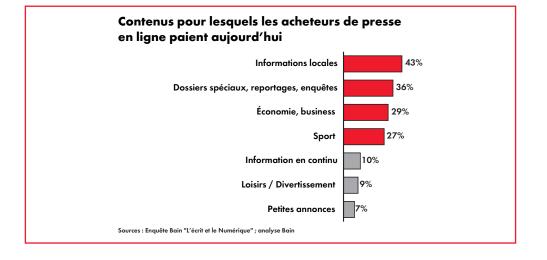
À l'inverse, les livres pratiques, illustrés et à destination de la jeunesse sont aujourd'hui sousreprésentés dans les catalogues numériques par rapport à leur poids dans le livre papier - du fait d'une offre limitée et peu adaptée aux potentialités des supports numériques. Ces segments apparaissent néanmoins prometteurs, avec des attentes consommateurs prononcées selon notre étude, notamment en Europe et en Asie. Mais là encore, la concurrence d'acteurs non traditionnels, magazine et pure players Internet en tête, pourrait limiter les perspectives de création de valeur pour l'industrie de l'édition. À moins que celle-ci ne développe les compétences, produits et services susceptibles de satisfaire de nouveaux usages.





Le monde de l'information écrite a quant à lui pour partie déjà subi son bouleversement économique. Avec Internet, les consommateurs ont massivement migré vers un format numérique omniprésent, instantané et gratuit, dessaisissant la presse papier de son statut traditionnel de source première d'information. Près de 90 % des consommateurs interrogés au cours de l'étude reconnaissent ainsi ne consulter que des contenus d'information gratuits sur Internet. Sur les nouveaux supports comme les tablettes, ce constat demeure : moins de 10 % d'entre eux se disent prêts à y payer des contenus d'information générale. Au-delà des spécificités culturelles comme la prévalence des micro-paiements en Corée du Sud, les modèles payants semblent cantonnés à des domaines spécifiques : information économique, locale, investigation et analyse. La modération reste ainsi de mise, ces mêmes lecteurs affirmant n'être prêts à dépenser pour l'information numérique que trois fois moins que pour du contenu papier.

% 90 % des
consommateurs
ne lisent que
de l'information
gratuite sur
Internet »



Une migration numérique enfin créatrice de valeur ?

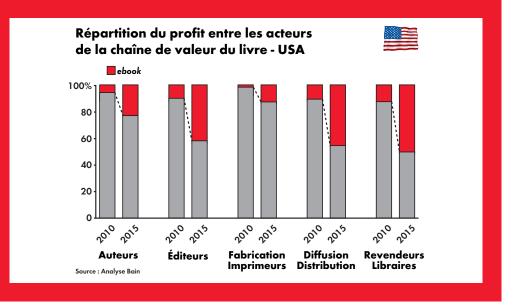
De nouveaux équilibres

L'industrie du livre ne bénéficiera pas économiquement de la migration numérique sans une évolution importante, prenant acte de la redistribution de la valeur à tous les niveaux : libraires, distributeurs, éditeurs, jusqu'aux auteurs eux-mêmes.

Sur la base des usages suggérés par notre étude consommateurs, l'apparente stabilité du marché littéraire pourrait bientôt cacher une "révolution silencieuse". Le numérique pourrait ainsi représenter 20 à 28 % des profits de l'industrie. Le modèle de partage de ce "dividende numérique" reste à définir, et les acteurs en présence commencent d'ores et déjà à se positionner.

« Le modèle de partage du dividende numérique reste à définir »

Grandes bénéficiaires de la migration numérique, de puissantes plates-formes de distribution virtuelle ont émergé. Plusieurs acteurs apparaissent incontournables : Amazon, bénéficiant d'un avantage au premier entrant avec le Kindle, Apple, auréolé du succès d'iTunes, et bientôt Google. Ces plates-formes s'appuient sur des algorithmes de "data mining" et d'analyse des données clients pour tenter de suppléer le rôle de prescription du libraire, essentiel à la diversité et à l'émergence des auteurs à succès de demain. Ce faisant, elles pourraient remettre en cause les équilibres établis dans les réseaux de distribution physique, notamment entre best-sellers et auteurs émergents, voire contribuer à l'émergence de véritables marchés mondiaux.

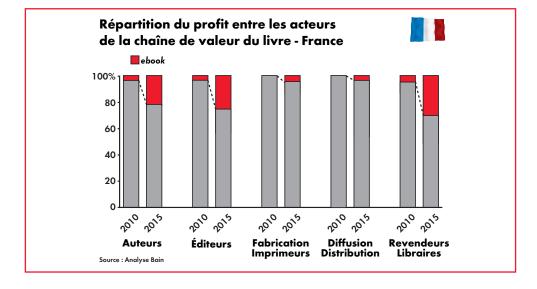


L'émergence de ces nouveaux distributeurs ne sera pas neutre pour les acteurs traditionnels, dont la structure de coûts principalement fixe sera affectée par la baisse des volumes physiques. Au risque de voir leurs marges s'éroder rapidement, les plates-formes de distribution sont ainsi soumises à la nécessité d'agir. Économies d'échelle et effets de réseau seront plus que jamais décisifs, poussant les différents acteurs à la conquête de parts de marché. La migration numérique pourrait donc accélérer la consolidation de la distribution autour des quelques acteurs bénéficiant des plus importantes économies d'échelle, y compris dans le monde physique.

En matière de vente au détail, quelques rares revendeurs peuvent aujourd'hui capitaliser sur leur notoriété et leur taille critique pour lancer des plates-formes numériques compétitives, tels Barnes & Noble aux États-Unis. Mais avec 20 à 30 % de migration attendue à terme, se pose forcément la question de la structure des réseaux de distribution physique, de leur densité et de leur nature même.

La "nouvelle donne" numérique remet en cause la maîtrise historique des éditeurs sur la chaîne de valeur de l'écrit. Leur capacité à redéployer leurs ressources vers les canaux numériques, imaginer de nouveaux services pour les lecteurs comme pour les auteurs, sera un élément clé de leur future position et de leur "pouvoir" face aux nouvelles plates-formes numériques.

« La nouvelle donne numérique remet en cause la maîtrise historique des éditeurs sur la chaîne de valeur de l'écrit »



11

« Les auteurs sont aujourd'hui idéalement placés pour bénéficier du numérique » En amont, l'éditeur doit offrir aux auteurs les moyens d'exister en ligne. Si les auteurs à succès sont largement capables de mettre en place leur propre infrastructure, et ne s'en privent pas, les auteurs émergents pourraient y trouver une valeur ajoutée nouvelle de l'éditeur, complétant les services de marketing et de distribution déjà rendus dans le monde physique. Au même titre, les éditeurs ont un rôle crucial à jouer dans la définition des nouveaux produits numériques, fort de leur expertise en matière de contenus, qu'ils devront renforcer avec de nouvelles compétences, spécifiques aux produits numériques

En aval, l'éditeur doit développer une nouvelle gamme de produits et de services à l'intention des lecteurs numériques. Vook.com diffuse ainsi des bandes-annonces sous forme de mini-films ; Leezam.com des romans courts et des miniséries adaptées aux supports mobiles ; Gallimard Jeunesse a créé un univers multimédia ludique autour des livres de la série Harry Potter ; le lancement du livre pour enfants "Skulduggery Pleasant: Playing with Fire" par Derek Landy a été accompagné d'un jeu viral appelé "The Munchkin Army". Le développement de sites et communautés à destination des lecteurs permet non seulement de stimuler la demande mais de se poser en partenaire incontournable pour les auteurs, en créant un lien direct avec les consommateurs. En ce sens, l'univers numérique donne l'opportunité à l'éditeur, qui jusqu'à présent n'avait pas de lien direct avec le lecteur et ne traitait qu'avec les libraires et autres détaillants, de devenir un véritable acteur "Business-to-consumer", distribuant produits et services directement aux lecteurs sur ses propres plates-formes. La réinvention du club de lecture n'est pas loin.

Les auteurs sont aujourd'hui idéalement placés pour bénéficier du numérique : les écrivains à succès notamment disposent d'un pouvoir de négociation réel avec les éditeurs et les distributeurs, leur permettant d'accroitre la part des profits de l'industrie leur revenant à l'horizon 2015. Aujourd'hui, certains n'ont pas hésité à dissocier les droits numériques des droits physiques de leurs œuvres pour augmenter leur pouvoir de négociation. Par exemple, Paulo Coelho a passé en 2010 un accord de distribution numérique exclusif avec Amazon pour 17 de ses œuvres. Ian McEwan, vainqueur du prix Booker, a signé la même année un contrat avec Rosetta Books, une maison d'édition spécialisée dans le livre électronique, pour monétiser ses droits numériques. En France, Marc Levy s'appuie sur Versilio, société spécialisée dans le marketing du livre pour gérer ses droits numériques, et non sur son éditeur traditionnel.

Enfin, en ce qui concerne les éditeurs de presse, c'est une véritable redéfinition de la valeur ajoutée journalistique qui est en cours dans un monde où l'information est omniprésente. Les éditeurs abandonnent partiellement leur rôle de producteur d'information brute et s'orientent vers l'investigation, le décryptage et la modération des contributions et du débat, tout en redéfinissant les limites entre information gratuite et information payante.

Dépasser le "jeu à somme nulle"

À moyen terme, les industries de l'écrit doivent améliorer la "valeur perçue" des écrits numériques pour en préserver l'économie.

En ce qui concerne le livre tout particulièrement, l'ensemble du modèle qui se dessine aujourd'hui repose en effet sur une politique de prix qui ne "décroche pas" de façon dramatique par rapport au prix de vente du papier. Cette contrainte explique en grande partie le débat sur les ambitions initiales d'Amazon de vendre le livre numérique à 9,99 \$, aujourd'hui dépassé suite aux accords "d'agent" passés en 2010 entre éditeurs et plates-formes de distribution en ligne. Ces derniers ont progressivement ramené le livre numérique dans une gamme de prix plus proche du produit papier, avec des niveaux de remise numérique autour de 30 %.

La politique de prix demeure aujourd'hui un enjeu important pour l'écosystème du livre. Au-delà des accords passés en 2010, elle pose la question de la traduction numérique des "fenêtres" d'édition (par exemple : Grand Format et Poche en France), à la fois en termes de calendriers de sorties et de prix.

La notion de valeur perçue touche enfin au rôle de l'État et à la réglementation, comme le prix unique en France, la TVA dans la plupart des pays Européens, ou encore les mesures anti-concentration dans chacun des grands marchés mondiaux. Plus encore, maintenir un prix "premium" pour le produit littéraire numérique suppose la stimulation de l'appétit de lecture, en capitalisant sur les nouveaux usages pour que la proposition de valeur numérique ne se limite pas seulement à un avantage tarifaire.

Pour l'ensemble des acteurs du monde de l'édition, la simple transposition des contenus écrits pour le papier ne suffira donc pas à faire de ces supports une source de création de valeur pérenne. C'est dans l'expérimentation de nouveaux formats - non-linéaires, hybrides, interactifs, sociaux - que réside l'opportunité. « La simple transposition des contenus écrits pour le papier ne suffira pas »

Demain : de nouveaux modes d'écriture ?

À de multiples reprises dans l'Histoire, l'émergence de nouvelles technologies de diffusion de l'écrit a suscité de nouveaux formats et modes d'expression pour satisfaire, parfois devancer, les besoins de la société. Que ce soit pour le livre ou pour la presse, la migration des usages vers de nouvelles plates-formes numériques représente aujourd'hui l'opportunité d'écrire une nouvelle page dans l'histoire de cette évolution, en plaçant le lecteur et le plaisir de la lecture au cœur du débat.

Du livre numérique à l'écrit numérique

Le numérique permet aujourd'hui l'expérimentation de nouveaux formats d'écriture, à même de rencontrer les besoins d'un public à la fois attaché à l'écrit papier et à la recherche de contenus innovants.

Hybrides. Devenu numérique, l'écrit s'expose à de nouveaux métissages. La lecture non-linéaire, complétée par des contenus adjacents au sujet et à sa narration, devient une expérience multimédia. Le vook offre ainsi au lecteur une expérience enrichie de vidéos haute-définition. Scroll Motion et Sesame Street ont créé des ebooks à destination des plus jeunes, agrémentant le texte de pistes audio (Elmo's ABC book). Random House développe également des applications mêlant texte, musique et narration via Ocean House Media.

Non linéaires. Dans la presse, des sites comme Memeorandum offrent une compilation d'articles professionnels et de blogs politiques, sélectionnés par un algorithme parmi plusieurs centaines de sites aux opinions les plus variées. La juxtaposition de contenus et de sources aussi diverses crée une expérience de lecture nouvelle, mais pose clairement la question de la véracité et de la qualification de l'information.

Interactifs. La notion même de participation du lecteur peut sembler incongrue dans l'univers du livre, industrie de l'offre par excellence, animée par le génie du créateur. Pourtant, certaines expériences originales suggèrent la possibilité de nouveaux formats à même d'attirer les jeunes générations, avides de co-création, vers l'univers de la littérature. Ainsi, dans The Amanda Project, le lecteur est impliqué dans la rédaction d'un manuscrit qui devient une écriture collaborative. À partir d'un contexte donné, l'internaute est invité à rédiger sa propre histoire, les meilleures contributions étant publiées au format papier. Ce type d'initiative ne se cantonne pas aux plus jeunes générations. Guy Kawasaki, auteur américain d'origine japonaise, invite régulièrement ses lecteurs à participer à ses ouvrages par l'intermédiaire de son blog "How to change the world". Il encourage les internautes à définir le thème de son prochain livre puis les invite à partager des histoires personnelles qu'il incorporera à son œuvre.

Sociaux. L'écrit numérique permet enfin un "circuit retour" par lequel l'auteur peut communiquer directement avec ses lecteurs, et ces derniers communiquer entre eux. Authonomy.com, opéré par HarperCollins, propose aux auteurs de créer leur propre page web, mettre en ligne et offrir aux visiteurs leur manuscrit. Les lecteurs peuvent alors voter et commenter le manuscrit qui sera publié au format papier s'il rencontre le succès. Amazon a récemment acquis Shelfari.com, une communauté de lecteurs qui partagent leurs goûts et leurs coups de cœur au travers d'une bibliothèque virtuelle. Une initiative comparable aux efforts de certains éditeurs, comme le site MyBoox en France édité par Hachette Livre.

 « Le numérique permet aujourd'hui l'expérimentation de nouveaux formats d'écriture »

De l'éphémère au patrimoine

L'avènement de l'écrit numérique soulève la question de la pérennité des œuvres. Assurer le recensement et la préservation des écrits pour que le patrimoine universel reflète la diversité à l'ère numérique représente un nouveau défi pour les acteurs, privés comme publics. Nombre de bibliothèques, nationales et privées, se sont déjà lancées dans la numérisation et la préservation des écrits originellement créés sous forme papier. Une tâche titanesque, mobilisant aujourd'hui d'importants investissements. Mais l'écrit créé directement sous forme numérique, non-linéaire, hybride et social, pose à l'industrie le défi de recenser, codifier et sélectionner les écrits susceptibles d'entrer dans le patrimoine, avant même de les acquérir et de les conserver.

Au-delà des contraintes techniques d'un tel chantier, comment assurer la sélection d'écrits potentiellement éphémères et multiformes (des blogs personnels, réseaux sociaux et autres auto-publications à la portée d'un clic) ? Conserver un tel patrimoine suppose une réflexion de fond sur la définition même de l'écrit, les modalités de codification et de dépôt légal des ouvrages de demain.

De l'écrit à la connaissance

Comment appréhender l'impact de la numérisation sur la culture et la connaissance dans un monde où l'information est accessible "partout, tout le temps" ? La pédagogie va-t-elle évoluer vers un enseignement où l'on entraine moins la mémoire que l'agilité à naviguer dans une abondance, un excès d'informations ?

Il est encore trop tôt pour juger de l'importance et de la pérennité de ces transformations, mais elles posent déjà la question de l'impact que les écrits numériques pourront avoir sur la connaissance et, à terme, la construction de la pensée elle-même. Un beau livre,
c'est celui qui
sème à foison
les points
d'interrogation »
Jean Cocteau

Contacts Bain & Company

Auteurs :

Patrick Béhar est associé du cabinet de conseil en stratégie Bain & Company et dirige le pôle Médias pour l'Europe et le Moyen Orient. Il travaille depuis plus de dix-huit ans pour l'ensemble des grands acteurs européens et mondiaux du monde des Médias et de l'Entertainment, et notamment les diffuseurs de télévision, les producteurs de contenus, l'édition, la presse quotidienne, magazine et professionnelle, les "majors" de la musique et du cinéma, et les nouveaux médias • <u>patrick.behar@bain.com</u>

Laurent Colombani est senior manager au sein du pôle Médias dont il dirige les activités françaises. Il travaille depuis plus de 10 ans avec les acteurs majeurs du secteur des Médias et de l'Entertainment • <u>laurent.colombani@bain.com</u> Sophie Krishnan est manager au sein du pôle Médias • <u>sophie.krishnan@bain.com</u>

Contributeurs :

Jennifer Binder-Le Pape, Caroline Detalle, Bertrand Escoffier, Piero Galli, Mathilde Haemmerle, Marc-André Kamel, Charlie Kim, Jean-Marc Le Roux, Pierre Morel-Fatio, Stamatia Nikolakakis, Dave Sanderson

Contacts Presse :

Caroline Detalle, Bain & Company • Tél. : + 33 1 44 55 75 75 • <u>caroline.detalle@bain.com</u> Albane de la Hitte, Bain & Company • Tél. : + 33 1 44 55 77 03 • <u>albane.delahitte@bain.com</u> Flore Larger, Image 7 • Tél. : + 33 1 53 70 74 91 • <u>flarger@image7.fr</u>

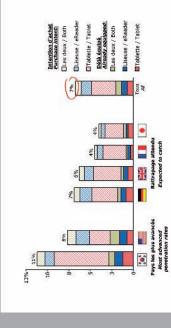
Bain & Company est un des leaders mondiaux du conseil en stratégie et management, présent sur les cinq continents. Depuis sa création en 1973, Bain privilégie la mise en œuvre de ses recommandations et l'obtention de résultats concrets. Symbole de son engagement auprès de ses clients, Bain propose, lorsque la nature de la mission le permet, de lier une partie de sa rémunération aux résultats obtenus. <u>www.bain.com</u>

Contacts Forum d'Avignon

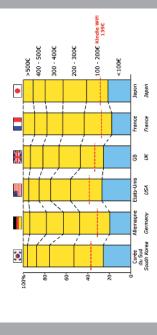
Laure Kaltenbach, Directeur Général • Tél. : + 33 1 42 25 69 10 • <u>laure.kaltenbach@forum-avignon.org</u> Alexandre Joux, Directeur • Tél. : + 33 1 42 25 69 10 • <u>alexandre.joux@forum-avignon.org</u>

Annexe : résultats de l'étude consommateurs Apendix: survey results

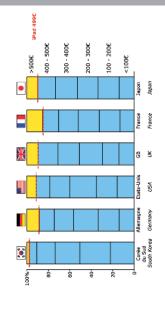


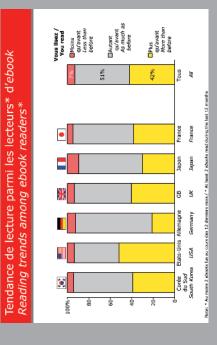


Seuil de prix pour transformer l'intention d'achat d'une liseuse Price point that triggers a purchase (eReader)

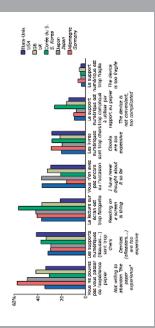


Seuil de prix pour transformer l'intention d'achat d'une tablette Price point that triggers a purchase (Tablet)

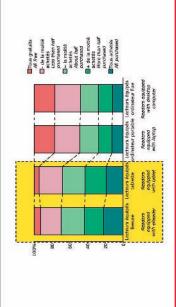




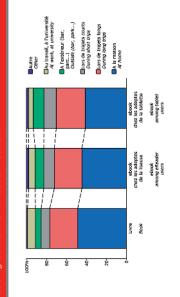
Principaux freins à l'adoption de l'*ebook* pour les lecteurs Barriers to ebook adoption for readers



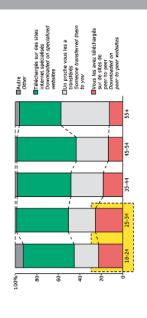
Ebooks achetés vs. reçus gratuitement (12 derniers mois) Purchased ebooks vs. received for free (last 12 months)



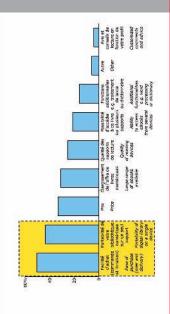
Occasion de lecture pour les lecteurs d'e*book* Reading occasions for ebook readers



Source d'acquisition des ebooks non achetés chez les lecteurs Source of ebooks not purchased by readers



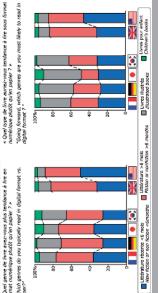
Drivers d'adoption de l'ebook par les lecteurs d'ebook Ebook adoption drivers among ebook readers



Genre de livres lus en format numérique et futures tendances ital format and future trends es read in Book

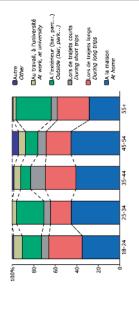


Potentiels futurs consommateur: Potential future ebook readers

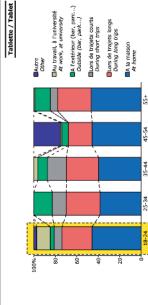


Occasion de lecture de l'*ebook* chez les lecteurs d'*ebook* Ebook reading occasions among eReader users adeptes de la liseuse

Liseuse / eReader



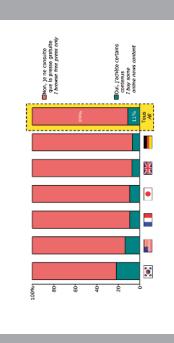
Occasion de lecture de l'ebook chez les lecteurs d'ebook Ebook reading occasions among tablet users adeptes de la tablette



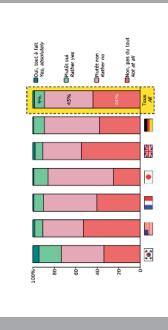
Fréquence de lecture de presse papier vs. numérique Reading frequency of print vs. online news



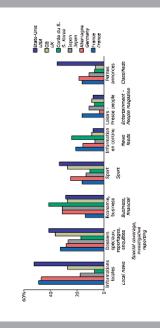
Proportion de lecteurs ne lisant que de la presse gratuite Share of readers only reading free news



Etes-vous prêt à payer pour des contenus d'information en Are you willing to pay for online news? ligne?



Pour quelles offres de presse numérique payez-vous? Which news categories do you pay for today?



Bain & Company solely for the use of our client ; it is not This information is confidential and was prepared by to be relied on by any 3^{rd} party without Bain's prior Source: Enquête Bain "L'écrit et le Numérique" N=2837 ; Analyse Bain ; Bain Analysis written consent