

Une synthèse sur les modèles économiques du livre numérique

Colloque **Les modèles économiques du livre et le numérique**
15 juin 2010

Françoise Benhamou

Chaire innovation et
régulation
En partenariat avec le
CEPN

- Définition du livre numérique et relation support–contenu
- L’incertitude quant à la variété des usages potentiels
- Le rôle structurant du numérique pour la filière
- Quels *business models*
- Réflexions à propos de la régulation

1. Définition du livre numérique

- La relation support–contenu: du livre sur support dédié ou semi-dédié au livre sur support banalisé
- Du livre « homothétique » au livre enrichi
 - Enjeux industriels
 - Enjeux de politique publique



Vers des e-contenus ?

2. La variété des usages potentiels

- Etude IPSOS, quelques résultats mais le risque de l'extrapolation des comportements des utilisateurs précoces
 - Économie de l'expérience (bouquets de services) et de l'attention
 - Enjeux de contenus et de services
 - Effet de levier de la lecture de la presse?
 - La variété des lectures
 - Nomades (d'un type de contenu à l'autre)
 - de consultation
 - Fractionnées selon des cheminements nouveaux
 - Prédatrices
 - Nonchalantes (l'attention éphémère)
 - Industrielles (cf. Giffard)
- ↳ **Une variété d'usages potentiels qui ouvre la voie à une pluralité de politiques d'offre et de prix**

3. Le rôle structurant du numérique pour la filière

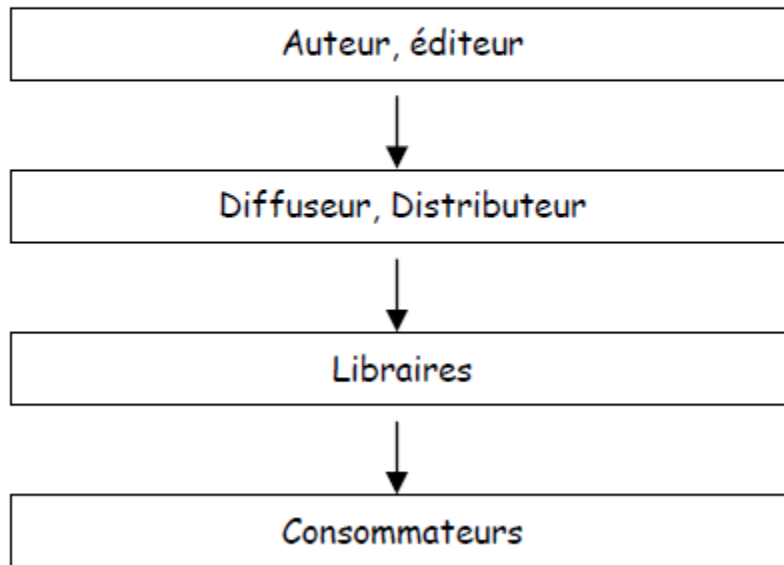
- Paradoxes:
 - Quasi absence de marché mais ‘concernement collectif’
 - Segments de l’offre inégalement affectés mais tout le marché transformé
- Deux scenarii possibles du côté des matériels
 - une logique de rente technologique capturée par quelques grands acteurs de l’aval. Verrouillage commercial
 - Une logique d’interopérabilité.
- En termes d’adaptation des contenus aux formats numériques,
 - un *continuum* entre les initiatives des éditeurs traditionnels et celles des *pures players*

- Disparition/apparition de métiers/ révision des modalités de l'exercice de certains métiers
- Concentration
 - Chez les éditeurs
 - Disposer de la trésorerie indispensable à des investissements pour partie à l'aveugle
 - du côté du commerce de détail
 - La perte d'une petite part de marché peut engendrer une menace pour la survie de nombre de librairies

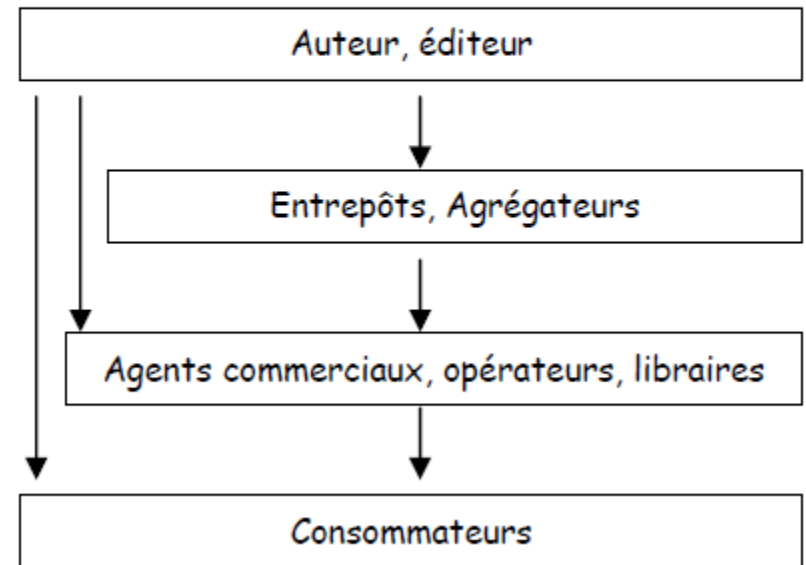
Disparition/apparition de métiers

Schéma 1. De la chaîne du livre papier à la chaîne du livre numérique

La chaîne du livre papier

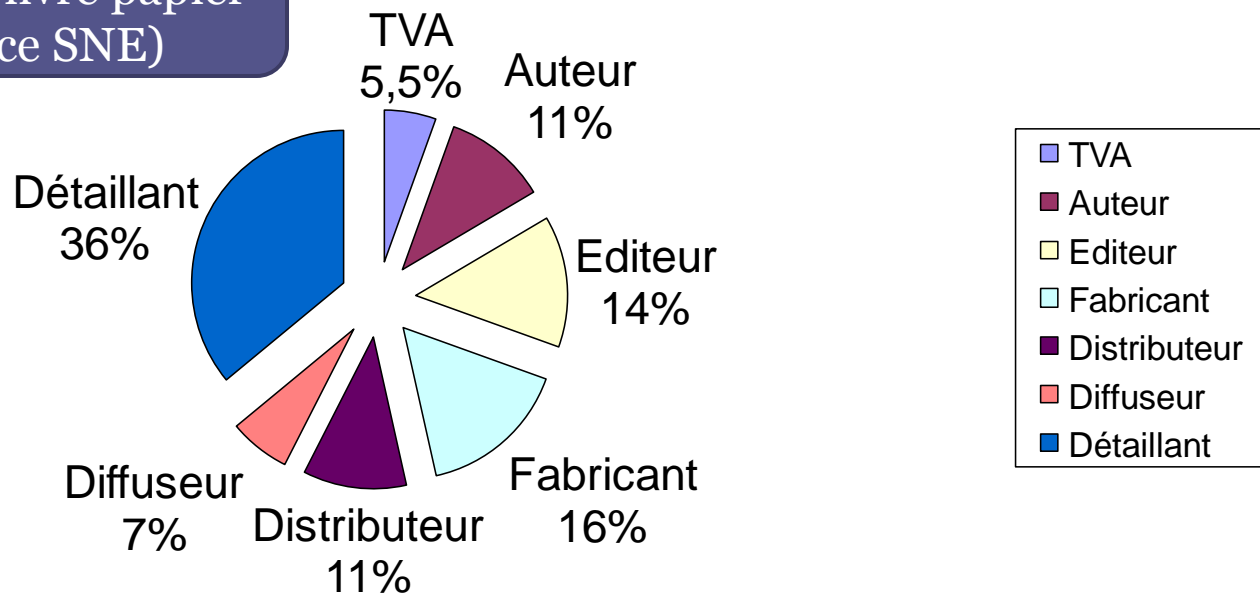


La chaîne du livre numérique



3. Du papier au numérique. L'évolution des coûts

Décomposition du prix d'un livre papier (source SNE)



- Des coûts inchangés

- De création
- D'édition

- Des coûts déplacés

- La prescription et la diffusion repensées (blogs, communautés)

- Des coûts additionnels



Incertitude quant au différentiel de coûts et *a fortiori* au différentiel de prix entre papier et numérique

	Imprimeur	Diffuseur/ distributeur	Détaillant
Coûts qui disparaissent	Coûts d'impression	Coûts de transport physique	Révision de la structure des coûts du détaillant entraînant une révision de sa marge ?
Coûts additionnels		Coûts de programmation Coûts de conversion des fichiers Coûts de stockage et de sécurisation des fichiers	Nouveaux coûts liés notamment aux métadonnées, à la facturation, etc.

5. Modèles d'affaires

- Les stratégies d'intégration verticale et de verrouillage
 - Amazon: vente des nouveautés à perte, prix imposés par le détaillant, partage 50/50
 - Vs. Apple: contrat de mandat ou d'agence, partage 30/70, mais la vente de livre simple « application »?
 - La stratégie de Google. Une logique de marché à double face?
- Les stratégies des *pure players*
 - Marchés de niche
 - Communautés

Modèles d'affaires (suite)

- Politiques de prix non stabilisées
 - Pas de visibilité sur les pratiques effectives (pas de possibilité d'extrapoler les pratiques observées)
 - Incertitude sur le consentement à payer
 - Période de tâtonnement

Les 3 modèles d'offre

- **Le modèle de la « gratuité »**

contenus pouvant servir de tremplin vers des accès payants de type miroir ou service.

Ex. Leroutard.com : financement par la publicité.

- **Le modèle du miroir :**

achat par téléchargement, pérennité d'accès.

Tarifification unitaire, avec une décote variable par rapport au papier

- **Le modèle du service**

le consommateur achète un service associé à un contenu éditorial plutôt qu'un livre



modèles commerciaux

- achat à l'unité
- Abonnement
- vente « à la découpe »: par chapitre, par page
- Location *vs.* achat pérenne
- Achat d'un droit à un nombre limité de téléchargements
- *pay per view*
- vente de bouquets, etc.

- La rémunération des auteurs
 - Coûts transactionnels pour la rétroconversion
 - Incertitude sur l'assiette et le montant.
 - Vers des contrats glissants?
- Le spectre du piratage
 - (leçons de la filière musicale)
 - Coûts induits de la lutte contre le piratage (DRM)
 - Watermarking

6. Régulations

- A côté de l'aide à la numérisation, la question de la recherche développement (domaine éducatif notamment)
- La TVA: économie de biens ou de services?
 - La nécessaire double harmonisation
 - Pour tous les e-contenus
 - Au sein des filière sculturelles
- La loi
 - Un argumentaire évolutif
 - La question de la diversité culturelle dans l'univers du numérique
 - Le Droit sans l'Etat. Le cas US

Conclusion

- Des segmentations du marché du livre qui s'accroissent avec le numérique, tandis que les écarts avec les autres marchés culturels se réduisent
- Vers une révision de l'argumentaire en faveur de réglementations par secteur