

## L'ÉDITION FRANÇAISE À L'HEURE DE LA RUPTURE DU LIVRE NUMÉRIQUE

Elen Riot

De Boeck Supérieur | « [Entreprendre & Innover](#) »

2013/2 n° 18 | pages 31 à 40

ISSN 2034-7634

ISBN 9782804183431

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-entreprendre-et-innover-2013-2-page-31.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour De Boeck Supérieur.

© De Boeck Supérieur. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

---

# L'édition française à l'heure de la rupture du livre numérique

> *Elen Riot*

---

## Résumé

L'innovation est souvent présentée comme une amélioration dans une industrie. On retient que les entreprises qui ne s'adaptent pas assez rapidement sont alors en mauvaise posture, surtout s'il s'agit d'une innovation de rupture. Le rôle des traditions et des innovations antérieures est cependant sous-estimé. Une recherche menée auprès des maisons d'édition indépendantes en France montre que ces dimensions permettent d'expliquer la stratégie défensive des acteurs pris dans un jeu concurrentiel en plein changement du fait de l'introduction du livre numérique (e-book) sur le marché.

---

### Les points forts

- La résistance à l'innovation peut venir d'innovations antérieures ou de traditions fondamentales liées au métier.
- Deux modèles industriels, comme le livre papier et le livre numérique, peuvent coexister longtemps dans un même champ.
- Certains acteurs peuvent trouver un positionnement alternatif en partant du cœur de métier. Il est possible qu'ils dessinent l'avenir de l'industrie.

**A** lors que l'innovation est si célébrée, notamment parce qu'elle est un pilier de la stratégie des entreprises, elle demeure, par bien des côtés, fort méconnue du point de vue de ses causes et de ses effets. En particulier, les risques individuels liés à l'innovation sont bien souvent sous-estimés au regard des bénéfices collectifs, comme le soulignait déjà James March : « *Hélas, les fruits de l'imagination n'ont rien de gratuit. Y faire obstacle, c'est autant faire obstacle aux mauvaises idées qu'aux bonnes – les premières étant bien plus nombreuses. La plupart de nos fantaisies nous égarent, et dans l'ensemble, l'imagination a des conséquences désastreuses pour les individus et les organisations (...). De fait, nos chants à la gloire de l'imagination conduisent des innocents un peu inconscients à leur perte (ou si vous préférez, à l'altruisme).* » (1999 : 190).<sup>1</sup>

Non seulement l'innovation comporte des dangers pour certains acteurs, mais son adoption irréfléchie peut même entrer en contradiction avec des intérêts collectifs, comme la stabilité des revenus et leur équitable répartition, la transmission des savoir-faire et de la mémoire du métier ou encore la réputation d'une maison.

C'est en particulier le cas dans les industries dites culturelles et créatives, ou plutôt dans le monde de l'art et de la culture, domaines où la création et l'invention sont déjà au cœur des activités des artistes et des professionnels (Becker, 1988). Il est donc intéressant de comprendre les réactions du secteur éditorial et notamment la réticence des principales maisons d'édition françaises face au livre numérique. La prudence proverbiale des éditeurs

est-elle justifiée, ou cette profession est-elle définitivement dépassée à l'heure de la désintermédiation ? Nous allons tenter de décrire et d'interpréter cette stratégie défensive afin d'illustrer une situation où l'adoption d'une innovation se trouve en ballottage. Dans le cas des éditeurs français, nous évoquons les dangers liés au livre numérique, produit de substitution s'apparentant à une innovation radicale, et les moyens mis en œuvre par les acteurs dominants pour trouver d'abord des parades puis des accommodements raisonnables avec ce phénomène. En effet, nous mettons en partage cet aperçu avec une analyse des nombreuses initiatives liées à la création et à l'innovation numériques qui laissent penser que c'est plutôt à un frein temporaire à l'adoption qu'à un refus définitif que s'apparente la réaction du monde des lettres au livre numérique.

Cet article s'appuie sur une recherche de terrain auprès de plusieurs maisons d'édition françaises dans une approche ethnographique (Becker, 1978 ; Van Maanen, 1988)<sup>2</sup>. Nous ne cherchons pas à prendre position sur le bien-fondé des positions des uns et des autres, mais à illustrer ce phénomène complexe qu'est l'adoption d'une innovation.

## L'innovation comme phénomène

L'économiste Joseph Schumpeter définit l'innovation comme : « *une nouveauté commercialement exploitable* » (Schumpeter 1912/1987: 128f.). Les sources d'innovation sont innombrables,

1 March., J.-G., (1999) « The Future, Disposable Organizations, and the Rigidities of Imagination », in *The Pursuit of Organizational Intelligence*, Blackwell Publishing, Malden.

2 Van Maanen, J. (1988), *Tales of the field, Writing ethnography*, Chicago University Press, Chicago ; Becker, H.-S., (1998) *Tricks of the Trade*, The University of Chicago Press, Chicago.

Péréquation entre :	Éditions du Seuil	Éditions Gallimard
Sources de revenus	Série <i>Don Camillo</i>	Série Harry Potter (plus de 25 millions d'ex. vendus)
Activité moins rentables	Collection La couleur des idées	Collection Poésie Gallimard

qu'il s'agisse de produits, de services ou de modifications de la chaîne de valeur dont il est le centre<sup>3</sup>.

Cette définition nous semble bien adaptée à la question qui nous occupe. Elle permet d'identifier la logique économique qui est la sienne par opposition à des phénomènes naturels tels que le changement, le développement, l'évolution, la mutation ou encore la création (qui peut aussi caractériser le fait religieux ou l'art et la culture), des phénomènes sociaux (la croissance, la modernisation, la réforme, la révolution, le progrès), ou encore des événements scientifiques comme la découverte, l'imitation, l'invention et enfin des modes propres à la cognition comme l'intuition, ou l'imagination.

En particulier, ainsi définie, l'innovation se distingue nettement de notions telles que l'invention et la création, premières dans le domaine de l'art et de la culture, et encore très présentes dans la logique des industries culturelles et créatives où l'innovation prévaut désormais elle aussi (Hesmondhalgh, 2007)<sup>4</sup>. Cependant, cela ne va pas sans tension. Les biens culturels correspondent à des biens communs (dont la valeur ne décroît pas avec l'usage car il n'y a pas usure ou épuisement, mais expansion et renforcement). L'intention commerciale de l'innovation ne se pose

jamais de manière simple car elle consiste essentiellement à contrôler la logique de partage de ces biens afin d'en tirer des revenus. Nous verrons que dans le cas qui nous occupe, l'innovation correspond davantage à une dominante du projet qu'à son objectif exclusif. Dans la plupart des maisons d'édition, faute d'alignement entre les objectifs commerciaux et les buts artistiques, c'est une logique de péréquation qui s'est imposée comme le montrent les cas des éditions du Seuil et de la maison Gallimard.

Il nous semble intéressant de généraliser ce constat : l'innovation est une réponse à un certain nombre de problèmes, ici, en l'occurrence, l'accès aux contenus. Cette solution peut entrer en conflit avec des solutions élaborées antérieurement dans des industries déjà anciennes avec des méthodes éprouvées.

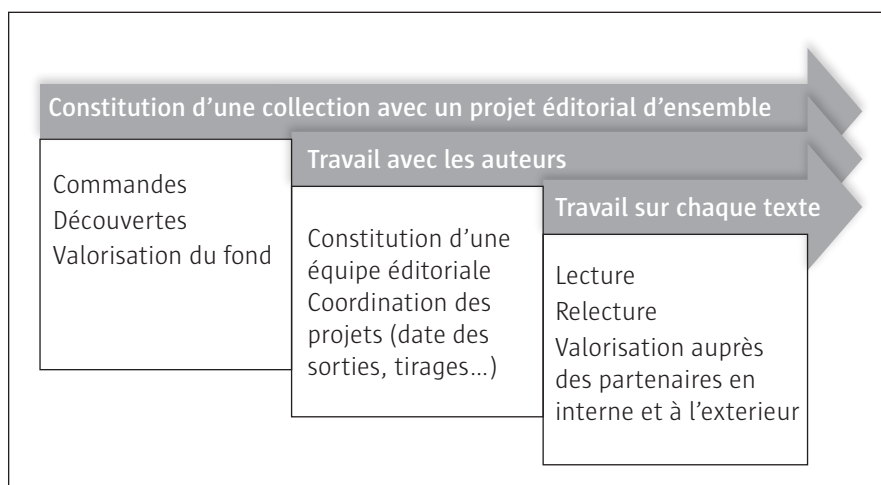
## L'innovation dans le secteur de l'édition

Actuellement, le secteur de l'édition de livres en France est largement concentré, puisque six groupes se partagent 90 % du marché intérieur<sup>5</sup>. Jusqu'à l'apparition du livre numérique, l'innovation incrémentale dominait dans le secteur en fonction de la logique concurrentielle entre les grandes maisons. La diffusion des

<sup>3</sup> Schumpeter, J.-A. (1987), *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (7. ed.). Berlin.

<sup>4</sup> Hesmondhalgh, D. (2007) *The Cultural Industries*, 2nd ed., London.

<sup>5</sup> Benhamou, F. et Guillon, O., (2010), *Modèles économiques d'un marché naissant : le livre numérique*, Ministère de la Culture et de la Communication.



inventions et des créations des œuvres de l'esprit passait plutôt par l'intégration verticale et la sous-traitance, c'est-à-dire la maîtrise de circuits de distribution (aval) et la maîtrise des coûts de production (amont). En apparence, le « métier » est le même, mais en fait le poids croissant de l'aval a sensiblement modifié le travail des éditeurs. Celui-ci combine plusieurs tâches complémentaires articulées autour d'une ligne éditoriale :

La ligne éditoriale détermine une autorité symbolique qui compte dans le monde des lettres et alentour. Récemment, plusieurs initiatives ont manifesté l'attachement des grandes maisons à la dimension créative du métier, source de « capital de réputation » (Bourdieu, 1992)<sup>6</sup> : les éditions Gallimard et les éditions du Seuil ont célébré le centenaire de leur création. À l'occasion de leur décès, le monde des lettres a célébré de grandes figures éditoriales (Christian Bourgois, Hubert Nyssen et, dans un tout autre style, Jean-Marc Roberts) comme ses Pygmalions.

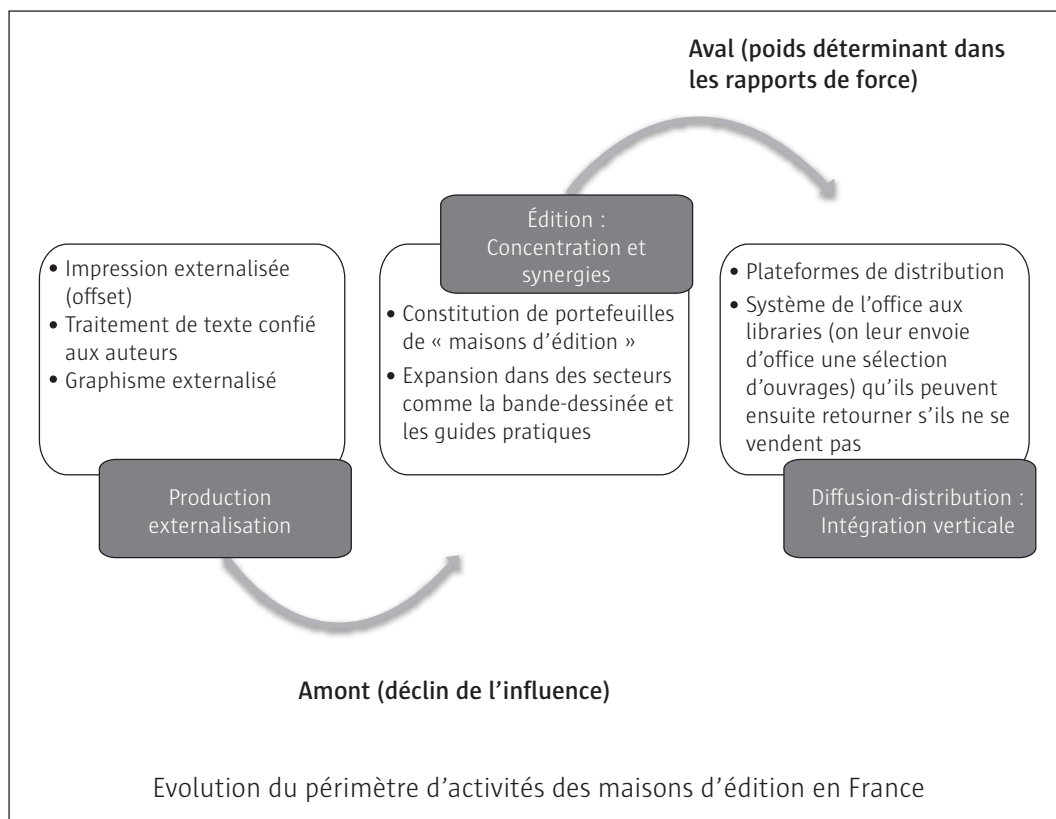
Au même moment, la dimension commerciale des paris éditoriaux est plus présente

que jamais, avec notamment un poids grandissant des best-sellers et une augmentation des droits dits « voisins » (pour l'adaptation notamment). Cette dernière cause un décalage de plus en plus grand entre les biens culturels à succès et les autres, ce qui tend à fragiliser la logique de péréquation qui avait jusqu'alors prévalu chez les maisons de qualité. Plus fondamentalement, le modèle de la chaîne du livre est en passe de s'ouvrir à d'autres médiations que celle des éditeurs. Or, jusqu'à présent, les innovations (de type incrémental) avaient été de leur cru. Ce n'est donc pas du fait de l'incompétence des éditeurs en matière d'innovation<sup>7</sup> mais au contraire du fait de lourds investissements consentis dans ce domaine que leur résistance au livre numérique peut s'expliquer.

La résistance des grandes maisons françaises à l'émergence du livre numérique peut en effet s'expliquer par les nombreuses innovations précédemment introduites par les éditeurs. Aujourd'hui, le livre numérique radicaliserait au profit de nouveaux venus comme Amazon, Apple

<sup>6</sup> Bourdieu, P. (1992), *Les règles de l'art, Genèse et structure du champ littéraire*, Éditions du Seuil, Paris.

<sup>7</sup> On les a parfois crus incompétents dans les domaines techniques et incapables en matière commerciale car de formation littéraire.



et Google le mouvement de concentration que les éditeurs avaient jusqu'alors orchestré par l'innovation.

Depuis les années 1970, on avait pu assister à une véritable évolution de la chaîne du livre traditionnelle, permettant une baisse des coûts de production en amont et un meilleur contrôle du secteur aval :

Ces innovations, baissant les coûts de production et garantissant des débouchés, ont cependant aussi eu pour conséquence de multiplier les projets. Cette surproduction de livres compense le risque incompressible des productions artistiques dans une logique du « tout peut marcher » (« anything goes », Caves, 2000)<sup>8</sup>. Mais elle provoque aussi un engorgement et condamne bien des ouvrages au pilon.

<sup>8</sup> Caves, R. 2000. *Creative industries: Between art and commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

D'ailleurs, le succès récent de certaines maisons de qualité, comme les éditions Sabine Wespieser ou les éditions Rue du Monde, montre que le respect du livre papier, un objet fabriqué avec soin en relation avec des imprimeurs et conçu collectivement pour être conservé longtemps, devient une source de différenciation.

Bien que cette surproduction soit décriée, elle bénéficie encore d'une coalition d'intérêts objectifs entre acteurs dominants et dominés (Fligstein, 2001)<sup>9</sup> et de surcroît d'un soutien public au nom de la diversité culturelle.

En réalité, la maîtrise de l'innovation par les grands groupes leur garantissait le contrôle de la chaîne du livre. Ce contrôle,

<sup>9</sup> Fligstein, N. (2001), *The architecture of markets: An economic sociology of twenty-first-century capitalist societies*. Princeton: Princeton University Press.

exercé depuis les origines du système éditorial à l'échelle nationale, notamment en France, pourrait leur échapper du fait des systèmes-monde d'Amazon et Apple.

## La réaction des « indépendantes » au sein de la chaîne du livre

La chaîne du livre telle qu'elle existe en France a permis la constitution de grands groupes éditoriaux, dont certains, comme Hachette, rivalisent avec d'autres conglomérats mondiaux. Au fil du temps, la logique de ces acteurs généralistes et celle des éditeurs de taille plus modeste, plus spécialisés, n'ont fait que diverger.

Si les conglomérats mondiaux proposent déjà des contenus en ligne, par contre les éditeurs moyens se définissent désormais « indépendants » en résistance contre la culture de masse. D'après eux, le livre numérique est porté par la seule logique d'audience propre à l'industrie du divertissement. Plusieurs précédents prouvent que ce point de vue n'est pas injustifié, « Ils ne mouraient pas tous, mais tous étaient frappés » :

aménagements pour laisser davantage de place à la gratuité et à la vie des idées, ce qui est en général le credo des producteurs dits indépendants.

De ce fait, la stratégie défensive des éditeurs français autoproclamés « indépendants » peut s'interpréter comme une tentative de gagner du temps afin de s'adapter de manière optimale à une innovation de rupture (Christensen, 2000)<sup>10</sup>. C'est visiblement au regard des pouvoirs publics que les grandes maisons françaises se définissent comme « indépendantes » en résistance. On les voit en particulier adopter une logique de bastions (par le biais de fusions) et de défense de leur position de différenciation par le haut en s'efforçant d'instaurer une échelle de valeurs pour la culture.

Si l'on analyse avec soin les serments d'intention des grandes maisons dites indépendantes (par mimétisme avec les producteurs de cinéma ou de musique), leur stratégie défensive s'avère relativement pugnace et créative, contrairement à ce que pourrait laisser penser des expressions telles que la résistance au changement souvent évoquées à leur

Nature du précédent :	Autres pays	Autres secteurs	Acteurs de l'amont	Acteurs de l'aval	Rôle de l'État
Symptômes :	USA (2012) ventes livres numériques (\$282 millions) > livres papiers (\$230)	Crise de la presse écrite, du disque et de Hollywood	Fournisseurs fragilisés par le tout numérique (délocalisation, mécanisation)	Déclin des librairies, dématérialisation, réticence à payer des clients, piratage	Échec des tentatives de légiférer Ex : Hadopi, la Halde

Toutefois, la montée en puissance des liseuses ou autres e-books paraît inéluctable. Tous les lecteurs en ligne n'étant pas forcément en quête de divertissement, des opportunités se présentent aussi. Ainsi peut-on envisager différents

propos. Leur stratégie passe par une communication qui oppose la diversité

<sup>10</sup> Christensen C. (2000), *The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business*. HarperBusiness, New York.

culturelle, dont ils se veulent garants (Schiffrin, 2005 ; 1999)<sup>11</sup>, à la globalisation marchande :

Dans cette lignée, longtemps chasse gardée du triumvirat « GalligrasSeuil », les prix littéraires correspondent à une consé-

Bon	Mauvais
Diversité culturelle, multiples acteurs → garantie de la liberté d'expression Primauté de l'artistique Cadre national pour fixer les prix (TVA à 5,5 % pour le livre papier)	Domination des géants du numérique grâce à l'innovation de rupture Hégémonie culturelle Primat de la rentabilité commerciale Dumping puis restriction de l'accès comme c'est déjà le cas avec Elsevier dans l'édition scientifique

Ce discours vise à légitimer auprès des pouvoirs publics et du monde des lettres leur constitution de bastions inexpugnables dans le domaine de l'offre éditoriale haut de gamme (au nom de l'excellence et de l'avant-garde). Deux types d'atouts semblent sous-tendre cette logique :

- les droits sur des catalogues riches et prestigieux
- l'obtention régulière de prix littéraires, qui permettent de démultiplier les ventes mais aussi de garantir la visibilité médiatique des collections et de la maison mère. Les « classiques » au catalogue de chaque maison sont l'occasion de nombreuses rééditions, offrant ainsi une source de profit stable (les vaches à lait).

Avec un chiffre d'affaires de 253 millions d'euros en 2011, Gallimard publiait 1 500 nouveautés par an et compte 1 000 salariés. Outre la maison Gallimard, avec son département jeunesse, le groupe détient une dizaine de maisons d'édition (Denoël, Mercure de France, P.O.L, La Table Ronde, Verticales, Joëlle Losfeld, Bleu de Chine...). En 2012, à la suite de sa fusion, le groupe Gallimard-Flammarion représente 500 millions d'euros.

11 Schiffrin, J., (1999), *L'Édition sans éditeurs*, éditions La Fabrique, Marseille et Schiffrin, J., (2005), *Le Contrôle de la parole*, éditions La Fabrique, Marseille.

cration qui témoigne de la stabilité des instances prescriptrices.

Celles-ci se sont jusqu'à présent accommodées des innovations en termes de diffusion et de distribution, qui sembleraient même avoir démultiplié leurs effets en multipliant les ventes primées et donc le pactole lié à l'obtention d'un prix.

### Limites de la stratégie défensive des Indépendants et alternatives

À longue échéance, la précédente parade contre l'innovation demeure fragile. D'une part, le livre numérique fait florès et accompagne la mondialisation des consommations culturelles. Ainsi, en 2011 aux États-Unis, les ventes de e-books ont représenté environ 20 % alors que les ventes papier ont décliné de 13 % sur la même année, un déclin qui s'est poursuivi en 2012.<sup>12</sup> Comment expliquer, dès lors, que l'on puisse se procurer un livre en version anglaise quand sa traduction française n'est pas disponible en ligne ?

Par ailleurs, des acteurs comme Amazon ou Apple peuvent également entrer dans une logique de prestige. Ainsi les voit-on se lancer dans des initiatives de création

12 Thompson J.-B. (2012) *Merchants of Culture*, Polity Books, New York.



en partenariat avec des acteurs culturels. Par exemple, aux États-Unis, Amazon distribue pour plus d'un million d'aides à des revues littéraires indépendantes. En faisant de même en France, les portails en ligne fragiliseraient le front commun des éditeurs indépendants qui leur a permis de bénéficier du soutien tacite du monde des lettres en France. Ce dernier est déjà en proie à des turbulences parce que la majorité des acteurs du monde des lettres est précarisée alors que les maisons « indépendantes » ont tout de même signé des accords, par exemple avec Apple, pour fixer le prix du livre à la hausse.

Face à la stratégie défensive des maisons d'édition, plusieurs initiatives ont été lancées, émanant d'auteurs qui y voyaient une occasion de découvrir de nouvelles interactions entre eux et avec les lecteurs. Remue.net, par exemple, est une coopérative d'écrivains. François Bon, romancier mais aussi ancien diplômé des arts et métiers et fasciné par la technique et la technologie, est l'un des initiateurs de ce projet lancé en 1996. Remettant en question le format du codex et les modes de production industriels du livre papier dans son ouvrage *Après le livre* (2011)<sup>13</sup>, cet auteur partait du constat que la logique commerciale de surproduction des éditeurs traditionnels avait sanctuarisé l'objet au détriment du travail sur le texte. Cela a notamment fragilisé un pilier de l'édition de qualité : le comité éditorial. A contrario, Remue.net favorise la collégialité :

Plus généralement, Remue.net combine une logique de confrontation face aux abus (ainsi à propos de la loi), une logique de partenariat pour la création avec les éditeurs traditionnels (format papier) et une logique d'invention favorisée par la Toile. L'espoir de la coopérative d'auteurs est d'amener le secteur à évoluer vers plus de solidarité, d'aborder ouvertement la question de la précarité (Menger, 2009)<sup>14</sup> et le désir de bâtir leur propre maison afin d'y accueillir des projets qui leur plaisent.

Dans l'ensemble, une initiative comme Remue.net permet de repenser l'innovation et de proposer de combiner à une logique purement commerciale des enjeux liés à la création et à l'invention, auxquels certains auteurs sont peut-être plus sensibles que les éditeurs aujourd'hui.

Le cas de Remue.net est exemplaire bien qu'il demeure encore relativement confidentiel. De ce fait, Remue.net repose largement sur le bénévolat et n'a pas fait la preuve de sa rentabilité économique. L'on se situe encore dans l'expérimentation et ce caractère est revendiqué. Plusieurs obstacles s'opposent pour l'instant à l'accès à une plus grande visibilité, et donc à la rentabilité de ce modèle en ligne, notamment du fait de l'absence d'alignement entre les objectifs d'autres acteurs avec qui des partenariats pourraient être envisagés :

	<b>Production de contenu</b>	<b>Ligne éditoriale</b>
Travail individuel	Œuvres pensées sur la durée ; fidélité au projet	Relecture par les membres du comité éditorial (binômes) Constitutions de collections
Travaux collectifs	Œuvres multimédia ; dialogue entre cultures	Réflexion autour du droit d'auteur par opposition au copyright ; diffusion d'informations et actions

<sup>13</sup> Éditions du Seuil, Paris.

<sup>14</sup> Menger, P-M. (2009), *Le travail créateur, s'accomplir dans l'incertain*, Éditions Gallimard/Le Seuil, Paris.

**Remue.net: modèle coopératif, filière numérique, contenu gratuit et contenus par abonnements, logique collective d'ouverture et de convergence**

\* Pas d'alignement net \*

Petits éditeurs indépendants français	Acteurs en pointe du livre numérique (filière de grands groupes), internationalisation	Grands acteurs du livre numérique, Entreprises globales
Engagement, liberté de la création; modèle papier (petits tirages)	Rentabilité et économies d'échelle, modèle industriel	Conquête de nouveaux secteurs d'activité dans les industries de contenu
Ex: Syllepse (1989), Raisons d'agir (1996), La Dispute (1996), Agone (1997), La Fabrique (1998) → Logique militante (bénévolat, souscription, ancrage local)	Ex: Arlequin (groupe Hachette) 15 % des ventes mondiales en ligne; prix inférieurs de 25 à 30 % → Primat du seuil de rentabilité dans une logique de standardisation sur un marché de masse	Ax: Apple logique exclusive de copyright et cloisonnement des standards (abandon d'EPUB) Ex: Google procès à cause des livres numérisés sans droits → Convergence des contenus par l'accès; logique d'expansion monopolistique et de diversification

À ce jour, Remue.net n'a pas encore pu bénéficier des alliances qui lui auraient permis d'atteindre une taille critique et une visibilité suffisante car son projet est profondément original. Toutefois, d'autres coopératives dans une logique participative pour la création grâce à l'innovation technologique se développent en parallèle quoique sur d'autres domaines.

## Les spécificités de l'innovation participative

Sur le modèle du projet Gutenberg, proposant en libre accès 42 000 e-books, textes essentiels mis en partage, l'innovation participative propose une logique bien adaptée pour les « biens communs ». L'innovation vient d'un large groupe d'utilisateurs qui le partagent avec d'autres sans avoir nécessairement pour objectif d'en tirer des bénéfices lucratifs (Von

Hippel, 1988)<sup>15</sup>. Certains secteurs très dynamiques de l'édition ont déjà mis à profit cette logique participative de manière entrepreneuriale, bénéficiant d'une large communauté de fans. Ainsi la bande dessinée, où les modèles gratuits et payants se combinent au gré des projets.

L'effervescence actuelle de la création de bandes dessinées ne saurait cependant dissimuler un vrai problème, caractéristique du modèle en ligne : l'absence de collections définie par une ligne éditoriale capable d'inscrire les interactions sur la durée. Il serait dommage que ces plateformes se limitent à proposer un vivier d'exploitation pour les grandes maisons, à ce genre d'innovation-risque personnel – qu'évoquait James March.

Il n'en reste pas moins que l'innovation participative ouvre un espace d'émergence et d'expression qui permet de combiner les

<sup>15</sup> Hippel, E. von (1988), *The Sources of Innovation*. New York: Oxford University Press.

Modèle entrepreneurial par souscription	Modèle gratuit	Modèle payant
<i>My Major Company</i> (quête de financements privés dit « crowdfunding »)	<i>Gutemberg Project</i> Blogs/webcomics (environ 15 000) Open source	<i>App Store</i> (vente de BD et de comics) pour I-Phone et I-Pods; <i>Anuman Interactive</i> (filiale d'un groupe d'édition Média Participation) logiciels multisupports (vente)
Auto-édition: ex- <i>Lulu.com</i>	Financement par la publicité (dépendant du taux de fréquentation)	<i>DigibiDi</i> (éditeur en ligne, location ou vente)
	<i>Ave! Comics</i> propose des téléchargements en mobilité contenus gratuits et/ou payants	

arts et de penser autrement la création et l'accès. Le maintien de la tradition des Lumières ne passe pas forcément par le livre papier, mais il faut veiller à conserver autant d'espaces ouverts à l'expression et à l'échange que possible. Plutôt que d'identifier l'innovation au progrès, il n'est pas inutile de se poser la question suivante : que serait le livre numérique sans le livre papier ?

L'éditeur Peter Mayer, ancien P-D.G. de Viking/Penguin et fondateur de sa maison indépendante, OverlookPress l'admet sans ambages : « *C'est très clair : les éditeurs doivent à nouveau convaincre les lecteurs et les auteurs de la valeur de leur contribution.* »

Le cas des maisons indépendantes françaises illustre la situation d'une industrie

nationale encore protégée et bénéficiant d'une rente de situation. Celle-ci s'est constituée au bénéfice de décennies de création de qualité puis grâce à des choix judicieux en matière d'innovation. Toutefois, cette rente ainsi que la légitimité de la profession éditoriale n'ont rien d'éternel si elles ne semblent plus au service de la création de qualité. Ainsi, la prudence dont ils ont jusqu'alors fait preuve face à l'innovation du livre numérique a semblé protéger les intérêts du monde des lettres françaises. Ce front commun ne saurait faire oublier la divergence croissante des intérêts entre ses membres.

**Elen Riot** est professeur de stratégie à la Reims Management School (RMS). Ses recherches portent sur les organisations associatives et plus particulièrement sur le rôle du travail collectif dans les domaines de l'art, de la culture et de la créativité.