

LES MÉTIERS

E-BOOK USA

Jane Friedman ouvre la route

L'ancienne P-DG d'HarperCollins Publishers Worldwide crée Open Road Integrated Media (ORIM), une entreprise de marketing de contenus centrée sur le livre électronique, avec une première parution en mars.

Jane Friedman a pris le virage du numérique. Ouvrant le sommet sur le livre électronique qui s'est tenu à New York les 15 et 16 décembre (1), la papesse de l'édition américaine, accompagnée du producteur de films Jeffrey Sharp, a annoncé qu'elle prévoyait de publier, cette année, 750 livres électroniques via Open Road [la route libre], la société qu'ils viennent de créer. Parmi eux, un catalogue d'ouvrages déjà parus comme ceux de William Styron, Pat Conroy et Iris Murdoch et une vingtaine de livres « nés numériques » (e-iginals). Les ouvrages anciens devraient représenter un quart de l'activité de l'entreprise. « *Ils sont une composante, pas la base de notre entreprise* », a-t-elle expliqué à *Livres Hebdo*.

Les partenariats avec les éditeurs indépendants sont un axe majeur de la stratégie de l'entreprise « *parce qu'ils n'ont pas la plateforme marketing qu'[Open Road] offre* ». Quid des éditeurs étrangers ? « *A Francfort, de nombreuses maisons d'édition étrangères se sont montrées intéressées. Je pense que nous devons d'abord commencer avec des auteurs de langue anglaise, précise-t-elle. Mais, dans le futur, [notre plateforme] sera mondiale parce que quand vous êtes en ligne, vous êtes mondial.* »

Cependant, avant la mise en orbite de l'entreprise, l'ancienne P-DG d'HarperCollins Publishers Worldwide s'est trouvée au cœur d'une polémique sur



les droits électroniques. Alors que la famille de William Styron a signé un accord avec Open Road cet automne, le P-DG de Random House, éditeur de l'écrivain, a envoyé une lettre aux agents et auteurs dans laquelle il soutient que Random House détient l'exclusivité des droits électroniques des auteurs de son catalogue. Mais, pour Jane Friedman, la question est en passe d'être résolue. « *Je déteste dépenser de l'énergie [sur cette question] alors que l'intention d'Open Road est de faire revivre des grands auteurs.* »

Le mille-feuille « Open Road »

Jane Friedman décrit Open Road comme un « mille-feuille » (multi-layered cake), formé de cinq strates : un catalogue de publications anciennes (author-branded backlist), des partenariats avec des éditeurs indépendants (comme Kensington Books et Grove Atlantic), des livres « nés numériques » (e-iginals), une division « découverte » qui inclut

l'auto-publication et, enfin, une section « divertissement », qui fait la part belle à la vidéo. Mais l'originalité d'Open Road tient aussi, selon Jane Friedman, à une stratégie « *à 360 degrés* », qui joue sur de l'agrégation de contenus. Ainsi, la plateforme dédiée à William Styron inclura des sites de réseaux sociaux et des vidéos. William Styron ayant un fort ancrage géographique en Virginie, l'entreprise pourrait également développer une application iPhone qui fonctionnera comme un GPS, indiquant les endroits phares de la région.

Par ailleurs, l'entreprise contacte actuellement des « e-distributeurs », car elle ne prévoit pas pour l'instant de lancer son propre site de ventes en ligne. Le livre électronique serait vendu au prix d'un livre de poche, soit 14 dollars (9,6 euros).

Tout en refusant de faire des prédictions, Jane Friedman a cependant avancé, lors du sommet sur le livre électronique de New York, que le marché se partagerait à 50/50 entre les livres physiques et numériques. En bonne logique, elle conteste la décision de certains éditeurs américains de différer la parution des livres électroniques, ce qui, selon elle, peut leur faire perdre des clients. « *Nous, éditeurs, nous avons besoin de chaque achat et de chaque client* », assure-t-elle.

LAURE GUILBAUT

(1) www.mediabistro.com/ebooksummit/program.asp