

LES MÉTIERS

E-BOOKS

Apple donne le ton

La victoire de l'éditeur américain Macmillan sur Amazon.com et le lancement de l'iPad d'Apple marque un tournant dans la stratégie des marchés numériques.

Les négociations vont bon train outre-Atlantique. Après que Macmillan a remporté dimanche le bras de fer face au libraire en ligne Amazon.com, le monde de l'édition s'attend à ce que les autres grands éditeurs emboîtent le pas. « *Macmillan n'a pas juste négocié avec Amazon mais a signalé aux autres éditeurs ce qu'ils devraient faire* », explique Richard Nash, ancien directeur éditorial de Soft Skull Press, une maison new-yorkaise. Les nouvelles conditions imposées par Macmillan relèvent du nouveau mode de relations institué par Apple avec les éditeurs, plus proche de celui qui existe avec les agents. Ainsi, sous ce nouveau modèle, l'éditeur fixera lui-même le prix de chaque livre électronique et le distributeur touchera, comme un agent, une sorte de commission de 30 %.

Les cinq éditeurs américains qui ont d'ores et déjà passé un accord avec Apple (HarperCollins Publishers, Hachette Book Group, Penguin, Macmillan et Simon & Schuster) pourront fixer le prix eux-mêmes et faire payer aux lecteurs entre 12,99 dollars et 14,99 dollars pour les nouveautés et meilleures ventes. « *Les éditeurs sont heureux. La principale raison est qu'ils ne sont plus*



L'iPad d'Apple va instituer un nouveau mode de relations avec les éditeurs.

prisonniers d'une seule voie d'accès au marché Amazon », explique Mike Shatzkin, consultant pour les éditeurs et fondateur de The Idea Logical Company.

Auteurs et éditeurs y perdront financièrement sur le court terme. Amazon paie actuellement aux éditeurs l'équivalent de ce qu'il paierait pour un livre physique (c'est-à-dire entre 12,50 dollars et 17,50 dollars pour les nouveautés en version numérique). Selon le nouveau modèle,

les éditeurs gagneront entre 9 dollars et 10,50 dollars. Mais ils préfèrent limiter leurs profits numériques et « *se libérer de la tyrannie du dragon Amazon* », comme le formule l'un d'eux. Random House, le premier groupe d'édition américain de littérature générale, n'a cependant pas encore annoncé d'accord avec Apple, et plusieurs petits éditeurs contactés par Livres Hebdo gardent le secret. Tempérant l'optimisme de ses confrères, Richard Nash remarque : « *L'évolution vers système de commission permet certes aux éditeurs de fixer le prix. Reste à savoir s'il conviendra aux consommateurs qui attendent de payer très peu cher un livre électronique. Par ailleurs, il ne leur donne pas l'accès à l'adresse e-mail du client ni à son numéro de carte de crédit. Apple et Amazon détiennent ces informations et c'est là que réside le pouvoir.* »

Une note de bas de page sur le site d'Apple indique qu'« *iBooks est seulement disponible aux Etats-Unis* », sans aucune autre précision. Mais compte tenu de l'excellente image d'Apple en Europe, on peut supposer que les négociations avec les éditeurs européens devraient être rapidement entamées.

LAURE GUILBAULT

b 1/5 largeur 196*65