

# PRATIQUES DE LECTURE ET D'ACHAT DE LIVRES NUMÉRIQUES

Février 2013

Sciences Po. / médialab

D. Boullier, M. Trepel,  
A. Lohard, A. Jardin

 SciencesPo. | médialab

le MOTif

Cécile Moscovitz,  
Responsable des études

6, villa Marcel-Lods  
Passage de l'Atlas  
Paris 19<sup>e</sup>  
Métro Belleville

01 53 38 60 61  
contact@lemotif.fr

www.lemotif.fr

**le MOTif**  
Observatoire du livre  
et de l'écrit

 îledeFrance

## Méthodologie

L'étude comporte 3 types d'approche :

- Une étude des fonctionnalités des 20 principales plates-formes numériques (dont 4 accessibles depuis des terminaux mobiles dédiés) de vente d'ebooks.
- 44 entretiens approfondis auprès de personnes munies de leur tablette ou liseuse et dont 36 ont *acheté* au moins 1 livre numérique.
- Une enquête quantitative en ligne (été 2012) auprès de personnes ayant lu et/ou acquis au moins 1 livre numérique ; recueil de 726 réponses exploitables (53 questions).

## INTRODUCTION

Le MOTif et le médialab se sont associés pour observer les tendances majeures de la lecture, de l'achat de livres numériques et de l'offre fonctionnelle des plates-formes d'ebooks. Le moment choisi est crucial car l'équipement de tablettes et de liseuses se diffuse, les catalogues de livres numériques s'étoffent et la concurrence entre tous les acteurs du secteur est particulièrement incertaine. Le livre numérique est encore une innovation qui touche les adopteurs précoces *a priori* favorables aux techniques et intéressés par la lecture. Cette population possède des particularités qui la distinguent de la « majorité précoce », celle qui fera basculer le livre numérique vers la consommation de masse, mais il est possible d'apprendre à partir de ses pratiques d'achat et de lecture quels sont déjà les atouts et les freins du système socio-technique et commercial qui se met en place.

L'étude complète est disponible en ligne :  
[www.lemotif.fr](http://www.lemotif.fr) rubrique «Études et données»

## LES PLATES-FORMES DE VENTE

Ces plates-formes reprennent toutes les fonctionnalités indispensables à la vente en ligne. Les librairies, y compris « classiques », ont ainsi intégré les conventions de l'e-commerce. Mais si les conventions issues des sites marchands servent de référence, on ne voit pas apparaître de standards fonctionnels qui seraient spécifiques au livre. Pourtant, au-delà de ce socle commun, deux modèles d'innovation émergent. D'une part, la figure de l'utilisateur « lecteur » pour lequel des fonctionnalités spécifiques sont parfois proposées (gestionnaire de bibliothèque en ligne, production et partage d'avis, sélections des libraires, moteur de recherche basé sur les métadonnées, etc.). Malgré cela, la relation personnalisée au libraire semble encore difficile à traduire sur le web. D'autre part, l'utilisateur « internaute » pour lequel on développe des outils visant à connecter la plate-forme à d'autres services en ligne (intégration de flux d'actualité, liens avec les blogs et comptes des réseaux sociaux animés par les libraires, partage et diffusion des fiches de livre *via* les réseaux sociaux personnels des utilisateurs, etc.).

Quant à eux, les terminaux mobiles semblent entériner une division du travail entre exploration et achat sur le web (qui a souvent lieu sur un PC) et lecture sur un terminal dédié.

## LES USAGES

### Tablette vs. liseuse

Le taux d'équipement des répondants en tablettes est assez élevé, avec près d'un tiers de l'échantillon, mais seulement 16% déclarent utiliser ces types de terminaux en tant qu'appareil de lecture principal. Les caractéristiques les plus spécifiques des tablettes (multimédia/LCD) et des liseuses (encre numérique/poids/autonomie) sont assez clivantes dans la justification du choix de l'appareil utilisé, et dessinent deux types d'utilisateurs assez marqués. Cependant, cette opposition ne s'étend pas à d'autres pratiques de lecture, de navigation et d'achat. Les utilisateurs de liseuses représentent quant à eux 68% des personnes interrogées. On constate une assez forte proportion de personnes multi-équipées (23,5% utilisent liseuse et tablette).

### De grands lecteurs aux habitudes bien ancrées

Les personnes interrogées présentent majoritairement un profil de « grand lecteur » (en moyenne 6 livres par mois) et la moitié, en moyenne, des livres qu'ils lisent sont au format numérique.

Plus de la moitié de l'échantillon est composée d'« adopteurs précoces » (lecture de livres numériques depuis plus d'un an). Leur conversion au numérique est justifiée par des avantages techniques : quantité de livres embarqués, accès permanent. Cependant, ils n'ont pas modifié leurs pratiques de lecture : lecture de différents livres en parallèle, genres de livres lus.

**Les pratiques d'achat** de livres numériques se concentrent sur les plates-formes des grands opérateurs (Fnac, Amazon, Apple...), mais la variété des canaux d'achat utilisés reste grande, car l'offre est aussi très diverse. Les plates-formes *pure player* (Feedbooks, ePage, Immateriel...) semblent offrir une alternative aux grands opérateurs. D'autres lecteurs s'orientent plutôt vers une offre gratuite légale, ou une offre illégale (28%), ou encore vers les circuits de l'auto-publication et les sites de maisons d'édition (vente directe).

L'accès aux plates-formes passe essentiellement par le biais d'un ordinateur *via* le navigateur web ou des applications ; 38% déclarent toutefois utiliser leur liseuse pour acheter et télécharger. Les modes d'orientation opposent l'exploration ou *serendipité* à partir du web à une recherche ciblée mobilisant différents outils (moteur, filtres, comparateur), dont ceux des sites de vente.

Lorsque vous souhaitez accéder à des livres numériques, comment procédez-vous habituellement ? (5 réponses maximum)	
À partir d'un moteur de recherche sur internet (Google, Yahoo, etc.)	48 %
À partir d'un moteur de recherche sur le site d'un libraire	52 %
En utilisant les outils de filtre et de tri pour affiner une sélection	16 %
En utilisant un comparateur de prix	4 %
En parcourant le site d'un libraire (catalogue, sélection du libraire, etc.)	45 %
À partir d'un lien dans une newsletter ou une alerte d'un libraire	14 %
À partir d'un lien sur un site communautaire (réseau social, blog, etc.)	22 %
À partir d'un lien sur le web (actualité, webzine, etc.)	25 %
À partir d'un lien envoyé par mail par un ami	9 %
Autres	13 %

Les pratiques de lecture privilégient les formats recomposables, surtout l'ePub (64%), vs. le format PDF (8%); une faible proportion (8%) déclare ne pas connaître les différences entre formats.

La majeure partie utilise 1 application de lecture. Près d'un tiers se sert, sur ordinateur, des logiciels de gestion de bibliothèque apparentés aux plates-formes et 45% également d'un logiciel indépendant (ex. Calibre); 31,5% n'en utilisent pas.

Les transferts de fichiers se font surtout manuellement et un tiers utilise des systèmes de synchronisation automatique afin de mettre à jour les bibliothèques. Enfin, ils sont 43% à disposer de l'habileté technique suffisante pour convertir les fichiers ou supprimer les DRM.

Les livres gratuits issus de l'offre légale ou illégale représentent une part importante des livres possédés (entre 70% et 90% pour 36% des répondants), dans une logique de constitution d'un stock de livres plus important que la pratique de lecture effective.

## Les freins à l'achat et à l'utilisation

Parmi ces critères, pouvez-vous indiquer quels sont ceux qui vous incitent à ne pas acheter un livre numérique ? (5 réponses maximum)	
L'absence de certains formats parmi ceux proposés (epub, pdf, prc, etc.)	52 %
L'accès au livre uniquement en streaming	38 %
La présence de DRM (protection anti-copie)	54 %
Le prix trop élevé	84 %
Le manque d'informations sur le livre (édition, résumé, extrait)	24 %
L'impossibilité de lire une version intégrale gratuite en ligne (HTML, etc.)	7 %
L'impossibilité d'avoir les conseils ou de contacter un libraire	3 %
La qualité de mise en page du livre	29 %
La nécessité de confier vos coordonnées personnelles (identité, carte bleue, etc.)	17 %
Le nombre d'opérations à effectuer (création de compte, identification, etc.)	29 %
La difficulté à rechercher un livre / naviguer sur le site (recherche avancée, tri, filtre, etc.)	22 %
La difficulté technique et l'absence d'aide sur le site (téléchargement, paiement, etc.)	12 %
L'absence de fonctionnalités communautaires (avis, commentaire, évaluation, partage)	4 %
Autres	8 %

Les difficultés se concentrent autour de quatre points :

- la recherche d'information et de livres sur certaines plates-formes,
- les difficultés de transfert et de téléchargement,
- les difficultés liées à la mise en forme du texte,
- la compatibilité des fichiers téléchargés sur les terminaux dédiés.

Trois freins majeurs ont été mis en avant : le prix trop élevé des ebooks, la présence de DRM et l'absence de certains formats techniques. D'autres freins apparaissent également, liés au manque d'aide et d'assistance sur les plates-formes, ainsi qu'aux contraintes d'identification et à la qualité de la mise en page.

Les fonctions techniques de personnalisation du texte, d'annotation, de navigation hypertexte, etc., sont assez peu utilisées, à l'exception de la modification de la taille du texte adaptée pour le confort de lecture.

### **Les profils d'autonomie technique et commerciale**

Les difficultés techniques rencontrées ainsi que les obstacles commerciaux identifiés permettent d'orienter les profils des lecteurs selon qu'ils sont capables de garder une forme d'autonomie technique et /ou commerciale. Certains souhaitent une prise en charge pour se retrouver finalement dans un environnement fortement standardisé où prévalent la simplicité et le tout-intégré. D'autres, à l'opposé, veulent garder leur liberté de choix de plateforme, de terminal, de format, de façon à circuler dans l'offre sans en être captifs. Cette liberté est souvent corrélée à l'expertise mais les profils du « mono-monde » ne sont pas les moins technophiles.

D'autres combinaisons existent entre les deux, mais ce croisement de tensions dans les pratiques nous paraît de nature à questionner les stratégies à venir de l'offre. La diffusion des innovations comporte un moment-clé, celui du basculement de la population dite des adopteurs précoces à la majorité précoce. Or, les qualités de l'innovation de la première époque qui ont permis de gagner les adopteurs précoces sont parfois très différentes des qualités qu'il faut montrer pour gagner la majorité précoce. Au vu des difficultés déclarées, il semble alors nécessaire de réinventer assez substantiellement le livre numérique et de simplifier son utilisation (accès, archivage, etc.). La solution ne peut consister à s'appuyer uniquement sur la population de *geeks* autonomes techniquement et commercialement puisque ce groupe, ou en tout cas ses adultes actuels, restera par définition restreint. À l'opposé, s'il s'agit de s'appuyer sur ceux qui demandent une prise en charge totale de leur activité dans un seul univers technico-commercial, l'avantage de Kindle/Amazon apparaît rapidement.

### **La mutation des médiations de la lecture**

L'enquête fait apparaître le rôle joué par la personnalisation des recommandations de tous types que l'on peut trouver notamment sur les blogs littéraires et les réseaux sociaux, par opposition à l'orientation proposée par les médias traditionnels, qui reste cependant dominante. De même, les habitués du « conseil du libraire » se distinguent nettement de ceux qui prennent désormais leurs références sur les réseaux sociaux.

### **Des pratiques imprégnées par un débat de principes très vif**

Les pratiques que déclarent les personnes rencontrées en entretien sont souvent justifiées par des principes ou des valeurs qui constituent un cadre puissant d'orientation de ces pratiques elles-mêmes. Sans pouvoir en faire la démonstration statistique, il est cependant frappant de voir à quel point le débat sur les pratiques de lecture numérique fait appel à des clivages très marqués entre défenseurs du modèle français (prix unique du livre et préservation du rôle des libraires), et partisans prêts à accepter la prépondérance des grandes plateformes. Un troisième groupe apparaît fort actif dans ce débat, celui des défenseurs du libre et du gratuit. L'opposition est virulente et les attitudes souvent durablement formatées par ces principes.

## **CONCLUSION**

Ces observations sont caractéristiques d'une phase où le marché du livre numérique est encore en recherche d'un modèle économique innovant capable d'attirer des clientèles nouvelles, hors du marché des grands lecteurs favorables à la technique qui composent de fait la population majoritaire de ce type d'enquêtes actuellement.

Les jeux ne sont pas faits et les chances des éditeurs et des libraires restent intactes face aux rouleaux compresseurs des grandes plateformes. Étudier comment les usages et le marché sont ou non en phase permet d'interroger ce que constituerait précisément une offre attractive : prix, qualité, accessibilité, interopérabilité, services, échanges et prêts (y compris en bibliothèque). La nature juridique du livre numérique impliquant, en tant que bien immatériel, qu'un achat en autorise une licence d'accès et non une propriété au sens traditionnel, sa valeur s'en trouve fragilisée. C'est l'accès aux livres numériques qui semble disposer alors de cette valeur, et en particulier les outils technologiques facilitant cet accès (appareils, one-click, mobilité, interopérabilité, etc., impliquent un coût qui est moins remis en cause que celui des livres). Un des chantiers de réflexion peut alors porter sur la réhabilitation de la valeur intrinsèque des livres numériques (la valeur de la création ainsi que leur « plus-value » par rapport au papier), sur la façon dont elle s'articule avec le livre papier ainsi qu'avec les modes d'accès et leurs services associés.