

Article publié mardi 13 octobre 2015

La diffusion du livre numérique en 10 questions

Qu'est-ce que la diffusion du livre numérique ? Définition en 10 questions (et 10 réponses), suite à la formation organisée par Languedoc-Roussillon livre et lecture en octobre 2015.

Cette série de questions-réponses fait suite à une formation proposée par Languedoc-Roussillon livre et lecture, et assurée par Alexandre Levasseur de la société de diffusion numérique e-Dantès ([informations complémentaires](#)).

1. Quelle est la différence entre distribution et diffusion

La **distribution** concerne l'acheminement : pour les livres imprimés, il s'agit de l'envoi des livres de l'éditeur au libraire, ou l'inverse pour les retours. Pour les livres numériques, il s'agit du flux des métadonnées (notices des livres) et de l'accès aux fichiers (comprenant également la gestion des mesures techniques de protection, ou DRM). Le distributeur est le garant de la circulation des livres, aux formats papier ou numérique.

La **diffusion** concerne la circulation de l'information : comment vendre le bon livre au bon lecteur ? Dans le cas des livres imprimés, la diffusion est portée par les représentants qui se déplacent en librairie pour présenter les catalogues des nouveautés des éditeurs. Pour les livres numériques, il y a pour le moment peu de diffusion et de diffuseurs.

2. Quel est le panorama des revendeurs de livres numériques aujourd'hui ?

Les revendeurs (on parle plutôt de revendeurs que de libraires, le panel étant très large), se sépare en deux groupes qu'il faut bien dissocier :

- les acteurs dominants, qui représentent 90% du marché : Amazon, Apple, Kobo, Google, la Fnac ;
- les 10% restants : Feedbooks, ePage, Leslibraires.fr, Decitre, Chapitre, Carrefour, etc.

3. Qui sont les distributeurs numériques ?

Les distributeurs numériques sont, pour la plupart, issus de grands groupes d'édition : Hachette, Editis, Eden Livres, mais aussi Harmonia Mundi, Immatériel, The Ebook Alternative.

4. Quelles sont les qualités d'un bon distributeur de livres numériques ?

Un bon distributeur numérique doit permettre et garantir :

- la gestion des métadonnées, une seule fois pour l'éditeur (sous-entendu : l'éditeur ne doit pas fournir plusieurs fois ses métadonnées à plusieurs acteurs différents, c'est le distributeur qui se charge de cela) ;
- une prise en compte des modifications de ces métadonnées ;
- un temps de réaction inférieur à 24h pour ces modifications ;
- le raccordement le plus concurrentiel : c'est-à-dire que les références de l'éditeur doivent être visibles et à jour sur toutes les plateformes de revendeurs (Apple, Amazon, toutes les librairies numériques indépendantes, etc) ;
- la distribution dans le monde entier ;
- les chiffres et les statistiques de vente ;
- le respect de la loi sur le prix unique du livre numérique.

5. Quelle est la stratégie des principaux revendeurs ?

Chez les revendeurs (les acteurs dominants) il n'y a pas de libraires mais des *animateurs* : le soin apporté aux contenus des livres n'est sensiblement pas le même. Mais ces *animateurs* peuvent être orientés sur des choix argumentés, par un diffuseur par exemple, pour ne pas faire reposer les sélections et les propositions uniquement sur des algorithmes.

Certains revendeurs disposent d'un ou de plusieurs animateurs. En revanche, certains acteurs pourtant dominants n'ont parfois pas d'animateur dédié au livre numérique.

6. Qu'est-ce que la diffusion numérique ?

La diffusion du livre numérique consiste en un certain nombre d'outils et d'actions mis à disposition de l'éditeur. Le diffuseur joue un rôle de coordination, d'*entremetteur* entre l'éditeur et les revendeurs, et parfois entre l'éditeur et les lecteurs. Quelques exemples d'actions possibles par un diffuseur numérique :

- envoi aux revendeurs d'informations sur les nouveautés des éditeurs : titres, argumentaires, informations sur les auteurs (photos, interviews), propositions de bannières ;
- *mailings* via de la location de fichiers de contacts ;
- opérations de promotion avec diffusion de l'information sur des sites web et les réseaux sociaux ;
- retours réguliers sur les chiffres de vente ;
- etc.

7. Quelles sont les qualités d'un bon diffuseur numérique ?

Un bon diffuseur numérique assure ses fonctions en proposant des solutions à l'éditeur, en restant en lien avec le distributeur.

8. Quels sont les outils à disposition du diffuseur ?

Le diffuseur dispose de plusieurs outils :

- les pré-commandes : au moment de la sortie du numéro 3 d'une série, le numéro 4 peut être annoncé. Le distributeur doit permettre cela, avec au minimum les métadonnées, la couverture (qui peut évoluer au fil du temps), etc ;
- codes promo : Apple propose par exemple 250 codes promo par référence, cela peut permettre de mettre en place des opérations de promotion (par exemple : un jeu concours) ;
- "offres éclairs" ou flash : baisser le prix d'une référence pendant un temps donné ;
- annuaires de promotions : pour faire apparaître une vente flash ;
- remontée des chiffres : via le distributeur, afin de préciser la stratégie de l'éditeur ;

- événements sur les plateformes ;
- contacts avec les revendeurs pour affiner les stratégies et conserver de bonnes relations ;
- marketing direct, par exemple avec du *mailing* (envoi de courriels en masse).

9. Quelle est la répartition des rôles entre l'éditeur et le diffuseur, dans le cas du livre numérique ?

Le diffuseur travaille avec l'éditeur qui lui fournit les données et les informations nécessaires pour mettre en place les bons outils et faire les démarches nécessaires à la promotion des livres.

10. Vous avez encore des questions ?

N'hésitez pas à utiliser le formulaire ci-dessous !

Dernière édition : 7 janv. 2025 à 10:15

<https://auvergnerhonealpes-livre-lecture.org/articles/la-diffusion-du-livre-numerique-en-10-questions>