

HACHETTE, DISNEY: Amazon va au clash

▶ Devenu tout-puissant, Amazon est en train de se rebiffer contre les producteurs de contenu. Le consommateur observe, inerte

▶ En guerre avec Hachette depuis cinq mois, Amazon n'a jamais frêmi devant un gros poisson. L'entreprise de Jeff Bezos, devenue rien de moins que le plus grand supermarché du monde, peut même, aujourd'hui, se permettre de faire la forte tête devant une baleine bleue comme Disney...

Mais pourquoi le vendeur en ligne va-t-il chercher noise avec les producteurs de contenu ? Réponse : money, money, évidemment.

LE CONFLIT

HACHETTE

Amazon, si l'on y trouve aujourd'hui

de tout (meubles, fausses plantes, poussettes, ponceuses, chaussures de foot, etc.), n'a pas toujours été ce grand bazar 2.0. C'est le livre (papier), et la livraison de ce-

lui-ci dans les ménages américains, qui mit le titan debout. Le bémol, c'est que, non content d'être devenu le premier diffuseur de livres du monde, Amazon serait en train de mettre la main sur le savoir, et surtout sa monétisation...

L'e-commerçant a ainsi réduit les stocks de produits de la maison d'édition HBG (Hachette Book Group, filiale américaine du français Hachette), dont elle n'assure plus les précommandes.

Le nerf de la guerre ? Le prix des livres électroniques. Amazon les estime trop élevés, et pousse à une tarification uni-

que à 9,99 \$, tout en accusant Hachette Book Group d'entente sur les prix. Hachette ne l'entend pas de cette oreille et veut rester seul juge de la valeur de son catalogue. À une pétition à charge d'Amazon que 900 écrivains dont Stephen King, John Grisham ou Paul Auster cosignent, Amazon a répondu par une lettre de Jeff Bezos adressée à ses lecteurs/clients, dénonçant les pratiques de l'establishment de l'édition, et le protectionnisme de marges de son opposant. Les enjoignant à contacter le patron de Hachette Book Group, livrant son e-mail sur la place publique. Ambiance...

—LE CONFLIT DISNEY-MARVEL—

AMAZON, EN quête de profitabilité, est donc en train d'amorcer un virage à 180° auprès de fournisseurs avec qui il travaille depuis toujours, et qui lui ont permis de bâtir son succès. Il est toujours plus facile d'aller au bras de fer après avoir attrapé de gros biceps...

A. Ca.

Amazon ou Hachette, qui a raison ?

AMAZON

Dans le conflit Amazon vs Hachette, il est aisé de voter Hachette. Vu de loin, c'est le profit, la randomisation, d'une part, opposés, d'autre part, à l'art, l'indépendance. Cette vision manichéenne est biaisée. Amazon contre Hachette, ce n'est pas le fric contre l'art, c'est le fric contre le fric. David contre David. Hachette, c'est un chiffre annuel de deux milliards d'euros dont une partie due aux marges pantagruéliques réalisées sur les livres électroniques, peu coûteux à produire. O.K., un e-book, ce n'est pas juste un paquet de données. Mais un e-pub vendu une demi-poignée d'euros moins que son livre physique parent, il faut avoir le courage de dire que ça ne va pas, ni avec la webéconomie ni pour le respect du lecteur ! En quoi le combat d'Hachette, qui se veut garant de l'indépendance littéraire, serait plus noble que celui d'Amazon, qui se veut chantre de la démocratisation de la culture ? La réalité, c'est qu'aucun des deux joueurs n'a la vertu dont ils cherchent à se draper. Mais quoi qu'il advienne, Hachette peut s'entêter, et mobiliser toutes les grandes plumes qu'il veut : l'industrie de la musique a déjà très clairement illustré qui de Spotify, Deezer, iTunes et YouTube ou des maisons de disques gagnaient, à la fin...

HACHETTE

Le monde d'Amazon est un monde pour le moins étrange. Un monde dans lequel les livres se sont transformés en une somme de kilobytes ou de mégabytes. Un endroit où la culture et la tradition se vendent à un seul prix 9,99 €. Pas plus, pas moins. Pour le géant américain, il semblerait que tout s'achète tout se vend et – surtout – tout se vaut. Exit le travail et le talent. Fini aussi de valoriser la qualité et la créativité de nos écrivains. "Un McLivres, s'il vous plaît sans suppléments". Les auteurs ont raison de crier au scandale. Ils ont raison de se rassembler pour montrer qu'ils ne veulent pas se ressembler. La maison d'édition Hachette se montre d'ailleurs très courageuse dans le fait de les soutenir. Un livre est avant tout – enfin parfois – un chef-d'œuvre qui pourrait même être considéré d'utilité publique. Réduire les marges sous couvert de vouloir rendre accessible la culture au plus grand nombre est une stratégie dangereuse. La véritable question qui se pose est de savoir quels auteurs continueront à produire tout en sachant que leur travail ne leur rapportera presque plus rien.

PAR ALEXIS CARANTONIS ROMAIN DEMOUSTIER