

Perspectives

par Jacques Attali/

AMAZON, ET APRÈS ?

La bataille que les auteurs et les éditeurs américains livrent contre le site de vente en ligne Amazon peut sembler anecdotique et loin de nos préoccupations. Anecdotique au regard des enjeux économiques et géopolitiques du monde actuel, loin de nos préoccupations, parce qu'elle ne paraît concerner que la répartition des recettes des ventes de livres numériques aux Etats-Unis. Il n'en est rien. Amazon, après s'être contenté de commercialiser des livres imprimés par correspondance, s'est mis à vendre de tout, des machines à laver à l'épicerie, et en particulier des livres numériques. Le voici en quasi-monopole du commerce en ligne, sans être encore rentable, à la différence de Google, de Facebook ou d'Apple. Conformément au pronostic émis depuis vingt ans, et négligé par tous les éditeurs, les lecteurs achètent, dans le monde entier, de plus en plus de livres sur écran. Aux Etats-Unis, pays le plus engagé dans cette voie, près de la moitié des livres acquis sont déjà des fichiers numériques ; bientôt, ce sera 75 % et les livres sur papier disparaîtront.

Amazon, qui détient 60 % du marché du livre digital et 35 % du marché papier, propose aux éditeurs de vendre leurs fichiers numériques beaucoup moins cher. Certains acceptent, espérant se rattraper sur la quantité ; beaucoup refusent, pour ne pas brader des droits acquis chèrement. Mille auteurs américains portent ce combat, en soutien de leurs éditeurs et libraires – en représailles, Amazon retarde la vente de leurs livres. Si Amazon l'emporte, si les auteurs cèdent, si les éditeurs capitulent, les consommateurs y gagneront, les auteurs de best-sellers aussi. Les autres vendront sans doute aussi plus de livres, mais en tireront des revenus beaucoup plus bas ; les éditeurs y perdront tout, comme les libraires.

Amazon n'en reste pas là et s'attaque au marché du cinéma, se posant en concurrent de Netflix et des majors. Le combat vient de commencer avec Disney. Demain, Amazon proposera aux auteurs et aux réalisateurs de se passer d'éditeur ou de producteur, de publier et de diffuser à compte d'auteur sur son site, puis, devenu une grande surface, créera une marque distributeur, et se posera enfin en concurrent de Square et de PayPal pour le paiement.

Plus tard, Amazon s'attaquera au marché européen, provisoirement plus rétif au livre numérique, ruinant les éditeurs, laissant les auteurs en tête-à-tête avec les librairies en ligne, dont Amazon sera le leader quasi monopolistique.

A terme, une fois de plus, les consommateurs l'emporteront, contre les salariés et les producteurs : les plates-formes de vente en ligne vendront de moins en moins cher aux lecteurs ce qu'elles paieront de moins en moins cher aux auteurs, gardant pour elles la rente, si elle existe. Ces plates-formes remplaceront l'un après l'autre tous les services rendus par les intermédiaires et participeront à la déflation technologique en marche, qui ruine bien des professions. Editeurs, libraires et auteurs doivent s'en prendre à eux-mêmes : s'ils avaient anticipé la révolution digitale, s'ils avaient aidé à la constitution d'un concurrent sérieux d'Amazon, on n'en serait pas là.

Editeurs et libraires peuvent nourrir un temps l'illusion que la baisse du cours de Bourse d'Amazon le fera changer de stratégie, cela ne suffira pas. A terme, Amazon installera un monopole, choisira les livres publiés et les langues dans lesquelles il trouvera rentable de les publier. Idem pour le cinéma et les journaux. Pour sauver le modèle culturel européen et ses acteurs, il faut imaginer des produits et des services nouveaux. Par exemple, comme les musiciens vivent de plus en plus de leurs concerts et moins de leurs disques, comme les journaux vivent de plus en plus des colloques qu'ils organisent et moins de leurs ventes, éditeurs, libraires et auteurs vivront de plus en plus des conférences qu'ils donneront. De nouvelles entreprises proposeront sur Internet des services de prêt de livres entre lecteurs : tant de bibliothèques dorment quand tant de gens rêvent de lire !

Aux éditeurs et aux libraires, pour une fois, d'anticiper sur la prochaine bataille. La diversité de la culture est à ce prix. ●