

Le lent démarrage du livre en streaming

Plusieurs sociétés proposent une offre de lecture par abonnement sur Internet. Le nombre d'abonnés reste infime

L'engouement pour les abonnements donnant un accès illimité à de gigantesques catalogues d'œuvres convertit peu à peu tous les secteurs de la culture. Après Netflix, qui fidélise 139 millions de fans de séries et de films dans le monde, ou Spotify, qui compte 87 millions d'abonnés payants à son service de streaming musical, les éditeurs de livres ont tenté aussi l'aventure.

Le numéro un du secteur, l'américain Scribd, a annoncé triomphalement avoir franchi la barre du million d'abonnés payants la semaine dernière. D'abord conçue comme une plate-forme d'édition libre en 2007, à qui les éditeurs reprochaient de pirater des ouvrages, Scribd a proposé, depuis six ans, un accès payant mensuel à des livres. Il y a ajouté au fil des années les livres audio, les partitions musicales et un accès supplémentaire à un éventail de quotidiens et de magazines. Le cofondateur de cette start-up de San Francisco, Trip Adler, a convaincu les grands éditeurs américains, Simon & Schuster, Penguin Random House, Macmillan, HarperCollins, et également la filiale d'Hachette Livre, de le suivre.

Offre illimitée

Après avoir frustré ses grands lecteurs en ne leur donnant accès qu'à trois livres et un audio book

par mois, Scribd est revenu en 2018 à une offre illimitée pour 8,99 dollars par mois (7,9 euros) et 8 dollars de plus pour un accès au *New York Times*.

L'avance prise par Scribd s'explique par l'importance des fonds levés – 47,8 millions de dollars –, selon Crunchbase, auprès notamment de Redpoint Ventures et Khosla Ventures. Si bien que Trip Adler se dit aujourd'hui confiant pour envisager une extension internationale.

Une trésorerie qui lui a permis de faire face à l'arrivée d'Amazon dans ce marché. Le géant du commerce électronique a lancé son service d'abonnement en illimité en décembre 2014. Pour 9,99 euros par mois, Kindle Unlimited, qui n'a signé qu'avec HarperCollins et Simon & Schuster, propose aux Etats-Unis et dans cinq pays européens, dont la France, un accès illimité à plus de un million de titres – essentiellement en anglais. Parmi les 35 000 ouvrages en français, bon nombre sont issus de la filiale d'autoédition d'Amazon. Comme à son habitude, le groupe américain ne donne aucune information sur le nombre de ses abonnés.

En France, si Izneo s'est spécialisé dans la bande dessinée, deux autres acteurs généralistes indépendants, Youboox et YouScribe se démènent. Le premier revendique, selon Hélène Mérillon, sa cofondatrice et présidente, « plus de

100 000 abonnés payants » à son service de 9,99 euros pour accéder à un catalogue de plus de 30 000 livres et 2 euros de plus pour une kyrielle de journaux. Youboox a « noué des accords avec 500 éditeurs français, mais pas avec Hachette », détaille M^{me} Mérillon. « Nous reversons 50 % aux éditeurs, en fonction des pages lues », dit-elle, en ajoutant que son modèle « permet aux jeunes lecteurs qui ont peu de moyens d'accéder aux livres ».

Ses clients sont effectivement beaucoup moins âgés que ceux des librairies. Youboox développe aussi des partenariats avec des groupes d'hôtellerie (Accor) et des opérateurs de télécommunications, comme Free, SFR ou Orange. Une stratégie comparable à celle de YouScribe (*Le Monde* du 5 décembre 2018), qui, de son côté, s'est repositionné vers l'Afrique francophone. ■

NICOLE VULSER