
Acquisition
de droits
numériques

&

Cession de
droits numériques
en traduction

Panorama de
pratiques
internationales

Bureau international de
l'édition française



Étude réalisée par Karen Politis

Décembre 2013

Remerciements

Nous remercions l'ensemble des professionnels des maisons d'édition et agences littéraires qui ont eu l'amabilité et la patience de répondre aux 130 questions qui leur étaient soumises en ligne.

Cette étude est le fruit du savoir et de l'expérience qu'ils ont accepté de partager, en matière de droits et de modalités contractuelles relatives à l'édition numérique.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude aux membres du comité de pilotage cités ci-dessous. Leur professionnalisme, leur disponibilité et leur aide tout au long de ce projet ont largement contribué à la mise en place et à la réalisation de cette étude. Qu'ils en soient ici sincèrement remerciés.

- Marion Andron (Hachette)
- Jean Arcache (Place des éditeurs)
- Anne-Laure Aymeric (Place des éditeurs)
- Paul Bernard (Hemma)
- Rebecca Byers (Plon-Perrin)
- Virginie Clayssen (Editis)
- Valérie Genest (Flammarion)
- Jean Mattern (Gallimard)
- Christine de Mazières (SNE)
- Gregory Messina (Place des éditeurs)
- Camille Mofidi (SNE)
- Anne-Solange Noble (Gallimard)
- Vincent Piccolo (Lamartinière)
- Carole Saudejaud (Fayard)
- Lore Viale-Touraille (SNE)

Etude réalisée par Karen Politis

© BIEF

Décembre 2013

Contact : k.politis@bief.org

SOMMAIRE

NOTE LIMINAIRE & REMARQUES METHODOLOGIQUES	4
<i>ACQUISITION DE DROITS NUMERIQUES</i>	<i>7</i>
SYNTHESE	8
A -REDACTION DU CONTRAT	11
B - PRODUCTION.....	23
C - REMUNERATION.....	31
D -POLITIQUE COMMERCIALE	38
<i>CESSION DE DROITS NUMERIQUES EN TRADUCTION</i>	<i>45</i>
SYNTHESE	46
A -REDACTION DU CONTRAT	49
B - REMUNERATION.....	56
C- POLITIQUE COMMERCIALE.....	63
<i>ANNEXES - QUESTIONNAIRES.....</i>	<i>64</i>
ACQUIRING DIGITAL RIGHTS: WHAT ARE YOUR PRACTICES ?.....	65
LICENSING DIGITAL RIGHTS: WHAT ARE YOUR PRACTICES ?	70

Note liminaire & remarques méthodologiques

En mars 2011, dans un contexte où les contours exacts de l'écosystème du livre numérique restaient largement à définir, le BIEF publiait une étude s'intitulant « Achats et ventes de droits de livres numériques : panorama de pratiques internationales ».

Réalisée à partir d'entretiens menés avec des professionnels du livre en Allemagne, en Espagne, au Royaume-Uni, en Italie, aux États-Unis, au Brésil et au Japon, cette étude abordait une palette de questions concrètes à la fois contractuelles, techniques, économiques et commerciales.

Ayant reçu un très bon accueil auprès des adhérents du BIEF ainsi qu'un écho positif auprès des éditeurs étrangers, le BIEF a décidé en 2013, de réaliser un deuxième volet de cette étude.

Un « deuxième volet » plus large

Comme pour la première fois, c'est un groupe de travail (composé d'éditeurs, de responsables de droits et de juristes) qui a fait émerger les thématiques clefs et les sujets sur lesquels interroger nos partenaires étrangers.

Mais c'est une nouvelle méthodologie qui a été appliquée à ce « deuxième volet » car la manière de collecter les réponses a été modifiée en profondeur. C'est par le biais de questionnaires en ligne (130 questions semi-fermées) que les professionnels ont été interrogés. En raison du degré de précision attendu sur certaines réponses, celles-ci ont été traitées de manière à préserver l'anonymat de nos interlocuteurs.

En outre, le périmètre du panel de l'étude a été élargi. En plus des professionnels du livre rencontrés en 2011, à nouveau sollicités, 30 nouveaux contacts ont accepté de participer au projet. Et l'Argentine est venue s'ajouter aux sept pays représentés la première fois.

Deux questionnaires distincts

Les problématiques relatives au contrat d'édition numérique prennent un éclairage différent selon que l'on est acheteur ou cessionnaire des droits.

C'est pourquoi il nous a paru plus pertinent et opérant d'établir deux questionnaires distincts : le premier interroge les professionnels du livre sur leurs pratiques d'acquisition de droits numériques (auprès de leurs auteurs ou auprès d'éditeurs étrangers), le second porte sur leurs pratiques de cession de droits numériques de traduction.

Une large palette de sujets abordés

Contrat unique ou contrat séparé pour les droits numériques, durée d'exploitation des droits numériques par rapport aux droits papier, possibilités de renégociation, conditions de fin de contrat, assignation des territoires dans le contexte d'une diffusion dématérialisée, toutes ces problématiques sont communes aux acheteurs et cessionnaires de droits numériques. Elles sont donc abordées dans les deux questionnaires, tout comme les questions relatives à la

rémunération des auteurs : demande d'avance spécifique, base de calcul des royalties, définition des recettes nettes, taux moyens, calcul de la rémunération en cas d'abonnement, de prêt à une personne ou à une bibliothèque, fréquence de reddition des comptes, etc.

En revanche, d'autres thématiques ont été adressées spécifiquement aux acheteurs de droits numériques. Il s'agit, par exemple, des questions techniques portant sur les formats de production, ainsi que sur les mesures techniques de protection et de lutte contre le piratage. Les pratiques économiques et commerciales ont aussi été interrogées : types d'offre et politique de prix, opérations promotionnelles, etc.

Un intérêt partagé de la part de nos partenaires étrangers

41 représentants d'agences ou de maisons d'édition (de toutes tailles) ont répondu au questionnaire portant sur leurs pratiques d'acquisition de droits numériques, tandis qu'ils étaient 31 à compléter celui sur leurs pratiques de cessions de droits numériques.

Le périmètre des échantillons de sondés pour les deux questionnaires n'étant pas strictement identique, ce sont 53 personnes différentes qui ont accepté de contribuer à l'étude – et ce, malgré les enjeux stratégiques soulevés par certaines questions sur des sujets parfois confidentiels

Les questionnaires ont été complétés en entier : sans doute faut-il y voir une preuve de la pertinence des questions soulevées et un intérêt partagé de nos interlocuteurs étrangers sur les thématiques abordées.

Finalité de l'étude

L'analyse et la synthèse de leurs réponses sont publiées ici. Certains résultats pourront conforter des intuitions ou des convictions répandues dans la profession. D'autres apporteront un regard neuf sur des sujets moins fréquemment traités.

En tout état de cause, compte tenu de la taille et de la nature de l'échantillon, la finalité de l'étude n'est aucunement de présenter des conclusions statistiquement précises.

Espérons, plus modestement, que la dimension internationale de cette démarche et son caractère novateur puissent contribuer à éclairer et enrichir les discussions entre auteurs et éditeurs en France.

Acquisition de droits numériques

Synthèse

DES PRATIQUES QUI SE SYSTÉMATISENT

RÉDACTION DU CONTRAT

- Les droits numériques sont obtenus pour une exploitation primaire mais aussi, de plus en plus fréquemment, pour une exploitation secondaire (possibilité de les céder à un tiers) y compris pour une cession en langues étrangères
- Les éditeurs obtiennent les droits verbatim dans 90% des cas. Ils obtiennent également fréquemment les droits pour produire des contenus enrichis ou multimédia.
- 80% des maisons d'édition du panel sont réticentes à acquérir les droits numériques séparément des droits papier.
- Les droits numériques sont généralement acquis pour la même durée que les droits papier, avec des nuances selon les pays.
- Le principe d'une clause de révision se systématise dans les négociations.

PRODUCTION

- Les ouvrages de texte constituent l'essentiel de l'offre disponible. Les livres illustrés restent encore fréquemment exclus de l'offre numérique.
- Les éditeurs ne se contentent pas de numériser leurs nouveautés : pour une grande majorité d'entre eux, la numérisation de leur fonds est en cours.
- Toutes les maisons sondées ont recours aux DRM pour protéger leurs fichiers.

RÉMUNÉRATION

- Dans le cas d'un avenant pour l'acquisition des droits numériques, aucun éditeur ne propose de *refresh-advance* de manière systématique.
- Concernant la rémunération des auteurs, l'application d'un taux compris entre 21 et 25%, assis sur la somme nette perçue par l'éditeur, semble être une pratique largement répandue.

POLITIQUE COMMERCIALE

- Si leur législation nationale le leur permet, la principale offre promotionnelle mise en place par les maisons d'édition passe par une baisse du prix du livre numérique

DES PRATIQUES QUI ÉMERGENT

RÉDACTION DU CONTRAT

- Des refus de céder les droits numériques apparaissent, notamment chez les auteurs du fonds.
- L'insertion d'une clause de résiliation spécifique à l'édition numérique (ventes minimales) apparaît dans les contrats d'acquisition.

PRODUCTION

- Certaines maisons mettent en place un bon à diffuser numérique, principalement pour des livres illustrés.
- De plus en plus de maisons ont désormais leur propre entrepôt virtuel, les autres stockent leurs fichiers sur une plateforme extérieure.
- Les livres numériques sont majoritairement diffusés en téléchargement mais l'offre en streaming se développe.
- La moitié des éditeurs du panel a commencé à développer des applications.
- Avec l'apparition des formats propriétaires, de plus en plus d'éditeurs envisagent de ne plus crypter leurs données à l'avenir.

RÉMUNÉRATION

- Les demandes d'à-valoir spécifiques pour les ventes numériques existent mais sont rares.
- Certaines maisons acceptent de mettre en place des rémunérations par paliers.
- De plus en plus de maisons envoient des relevés de comptes séparés pour les ventes numériques.

POLITIQUE COMMERCIALE

- Les maisons d'édition sont de plus en plus fréquemment sollicitées par les agents qui souhaitent négocier une décote maximale ou une remise maximum accordée au distributeur.
- Flexibilité dans la fixation du prix : les maisons d'édition mettent en place une politique de prix dynamique.
- Toutes les maisons utilisent désormais comme levier marketing la possibilité, pour le lecteur, de télécharger gratuitement une partie de l'ouvrage.

DES PRATIQUES QUI SE CHERCHENT

RÉDACTION DU CONTRAT

- La définition d'un ouvrage « épuisé » dans le contexte du numérique n'est pas harmonisée.
- La gestion des territoires dans un contexte de dématérialisation pose encore problème pour les titres en langue anglaise, espagnole et portugaise.

PRODUCTION

- Les pratiques d'envoi de justificatifs de parution ne sont pas standardisées.

RÉMUNÉRATION

- Aucune pratique homogène ne semble émerger en termes de calcul de la rémunération de l'auteur dans les cas de ventes spéciales, de prêt numérique à un particulier ou de prêt à une bibliothèque.
- Les maisons d'édition expérimentent de nouveaux schémas de type *digital-first* ou *digital-only list*, sans pratique homogène en termes de rémunération des auteurs.

1/ 20 QUALIFICATION DE L'ÉCHANTILLON

Q.1 À 7 → PROFIL DES MAISONS D'ÉDITION, AGENCES ET PERSONNES SONDÉES

41 professionnels du livre ont répondu au questionnaire sur les acquisitions de droits numériques. Ils ont complété le questionnaire dans sa totalité (91 questions).

29 professionnels travaillent au sein d'une structure qui publie principalement du livre de texte et 8 au sein d'une structure qui publie principalement des livres illustrés.

Identification des participants

Pays	Type de publication	Fonction au sein de l'entreprise (transcription littérale des réponses)
Argentine	Texte	Editor
Argentine	n/a	President
Argentine	Texte	Editor
Argentine	Texte	Director
Brésil	Texte	Digital Manager
Brésil	Texte	Executive Publisher
Brésil	Texte	Marketing
Brésil	Texte	Rights Coordinator
Brésil	Texte	Executive Director
Brésil	Illustré	Director for children's books
Brésil	Illustré	Manager
Brésil	Texte	Editorial director
Royaume-Uni	Texte	Translator and online marketing assistant
Royaume-Uni	Texte	Digital Rights Manager
Royaume-Uni	Texte	Publisher At Large
Royaume-Uni	Texte	n/a
Royaume-Uni	Texte	Digital Product Manager
Allemagne	Texte	Manager Foreign Rights
Allemagne	Illustré	Contracts Manager
Allemagne	Texte	Editor in chief
Allemagne	Texte	Head of Rights
Allemagne	Texte	Editor
Allemagne	n/a	n/a
Allemagne	Illustré	Publishing director
Allemagne	Illustré	International Sales Director
Allemagne	Texte	Productmanager
Italie	Texte	Editor in chief
Italie	n/a	Rights & Acquisitions Director
Italie	Texte	Rights And Acquisitions Director
Japon	Illustré	General manager
Japon	Texte	Editor in chief
Japon	Texte	VP & Board Member
Japon	Texte	Manager
Espagne	Texte	Foreign Rights Manager
Espagne	Illustré	Digital content manager
Espagne	Texte	Publisher Director
Espagne	Texte	Head of Mass Market & Digital Dept.
Espagne	Illustré	Publishing director
États-Unis	Texte	VP, Director of Subsidiary Rights
États-Unis	Texte	n/a
États-Unis	n/a	Director

A - Rédaction du contrat

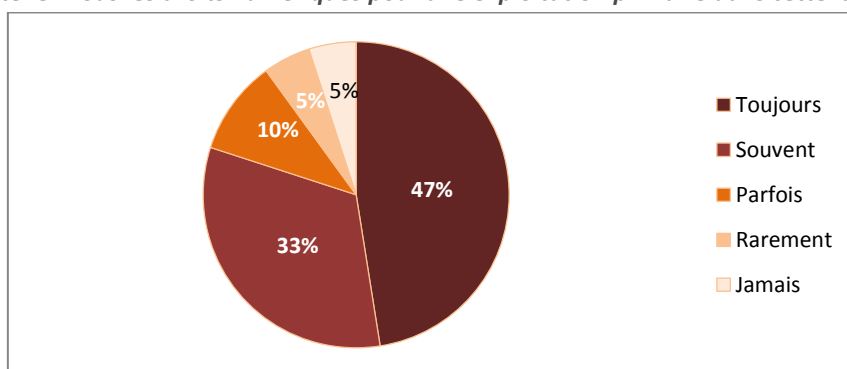
2/20 CONTRAT D'ACQUISITION AUPRÈS DE L'AUTEUR

Q.8 → ACQUISITION DES DROITS NUMÉRIQUES : EXPLOITATION PRIMAIRE

Cette première partie concerne le contrat premier établi avec un auteur (en direct ou par l'intermédiaire d'un agent) qui écrit directement dans la langue de publication de la maison d'édition.

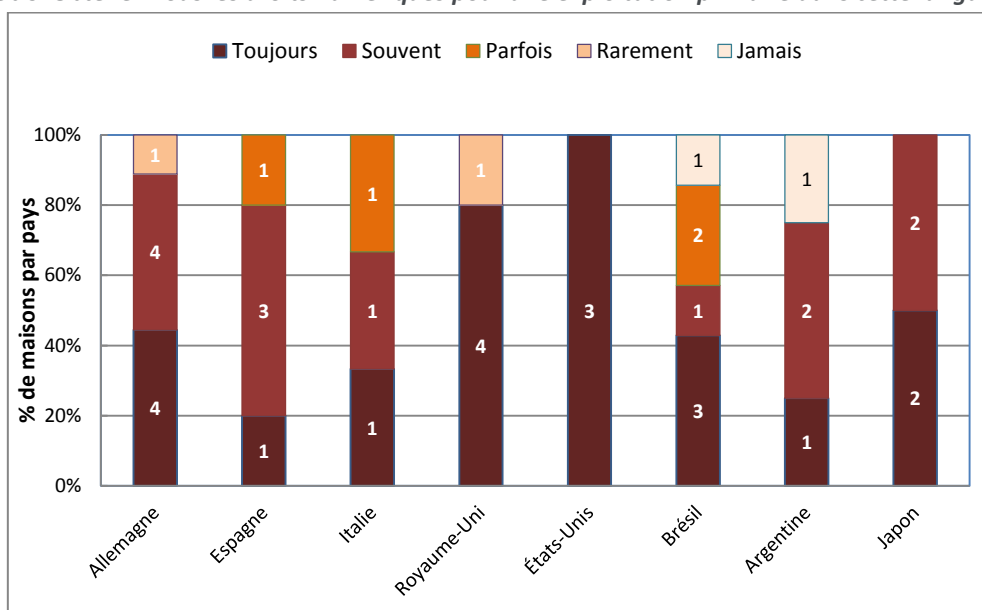
La première tendance qui apparaît est que les droits numériques pour une exploitation primaire sont très largement obtenus. 80% des maisons d'édition sondées (32 maison sur 40) obtiennent ces droits de manière quasi systématique.

8. Obtenez-vous les droits numériques pour une exploitation primaire dans cette langue ?



(40 réponses)

8bis. Obtenez-vous les droits numériques pour une exploitation primaire dans cette langue ?

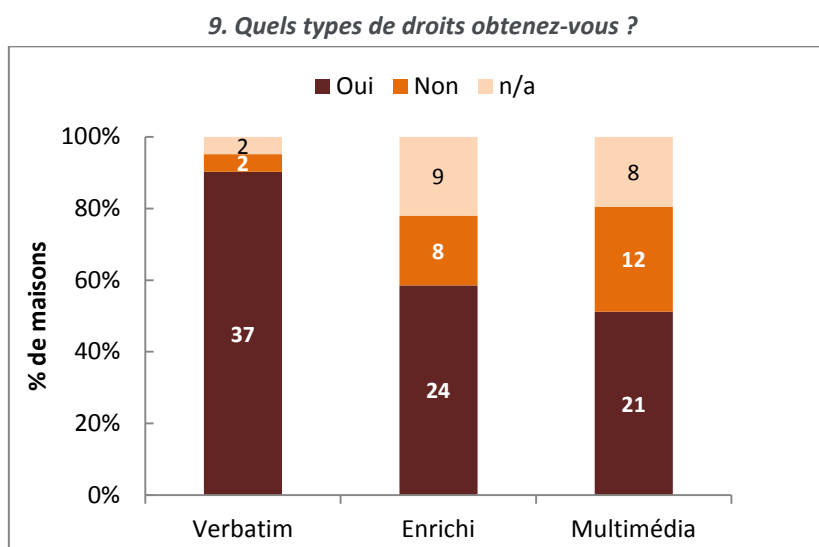


(40 réponses)

Q.9 → TYPES DE DROITS NUMÉRIQUES ACQUIS

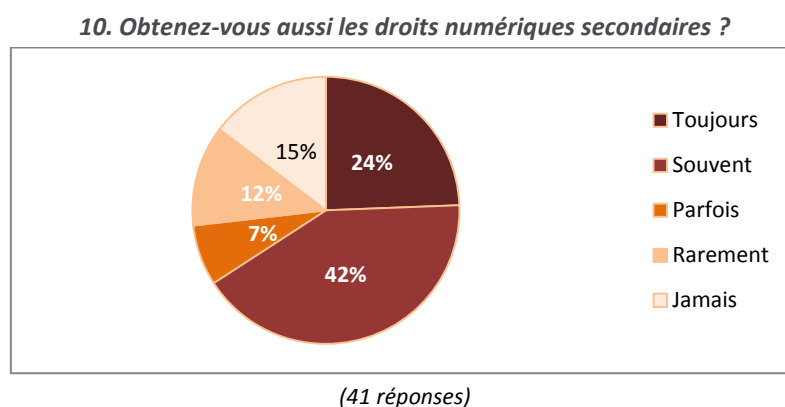
Comme c'était déjà le cas en 2011, pour 90% des maisons d'édition l'acquisition des droits numériques concerne les droits *verbatim*, c'est-à-dire ceux nécessaires à la production d'une version homothétique à la version papier (textes et images numérisés).

En revanche, si en 2011 l'acquisition des droits numériques de l'œuvre augmentée (enrichie ou multimédia) était encore limitée, en 2013, elle devient beaucoup moins marginale : 24 maisons sur 41 (58%) obtiennent l'accord des ayant-droits pour produire des contenus enrichis et 21 maisons (51%) obtiennent celui de produire des contenus multimédia.

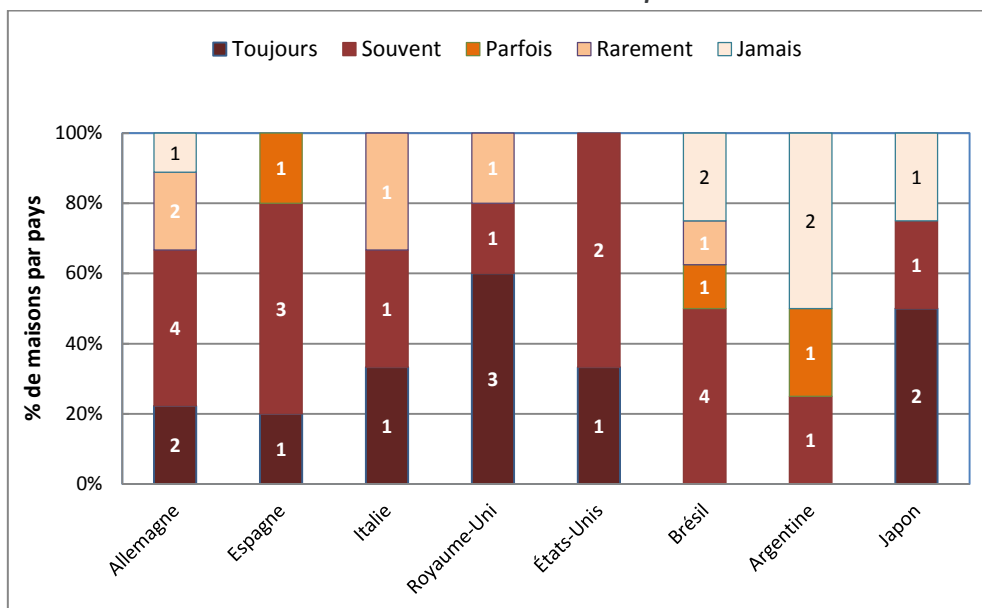


Q.10 → EXPLOITATION SECONDAIRE

Deux-tiers des maisons d'édition interrogées (27 maisons sur 41) – lorsqu'elles obtiennent les droits numériques pour une exploitation primaire – obtiennent également fréquemment les droits pour une exploitation secondaire, c'est-à-dire la possibilité de céder les droits numériques à un tiers.



10bis. Obtenez-vous aussi les droits numériques secondaires ?

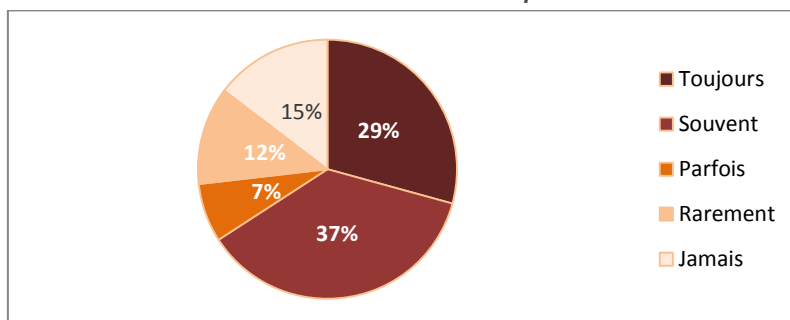


(41 réponses)

Q.11 → DROIT DE CESSION EN LANGUE ÉTRANGÈRE

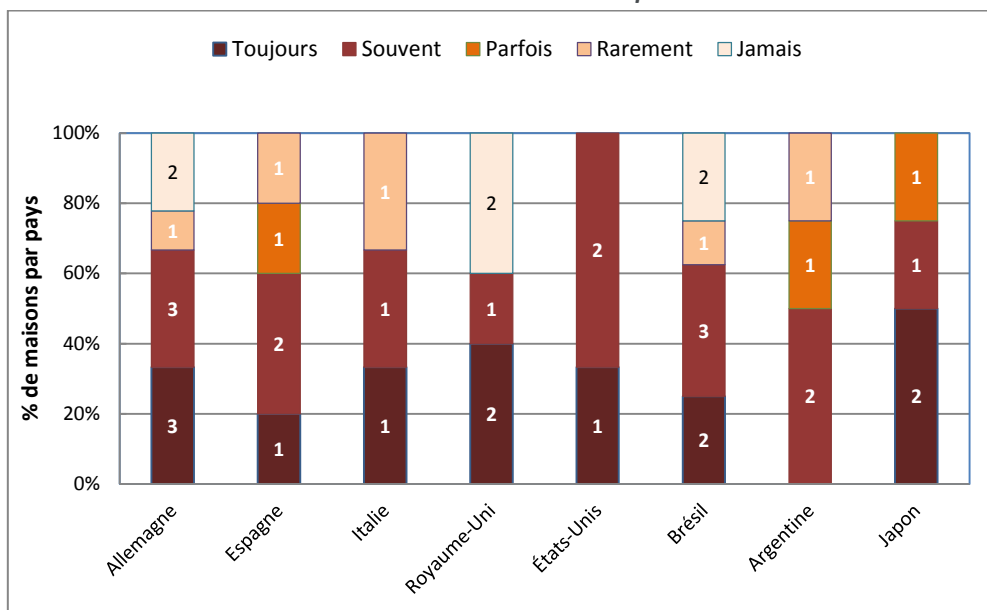
Tout comme pour les droits d'exploitation secondaire, deux tiers des maisons sondées (27 maisons sur 41) obtiennent également fréquemment, auprès de leurs auteurs, les droits numériques de traduction (qui seront cédés ultérieurement par le département des droits étrangers).

11. Obtenez-vous aussi les droits numériques de traduction ?



(41 réponses)

11bis. Obtenez-vous aussi les droits numériques de traduction ?



(41 réponses)

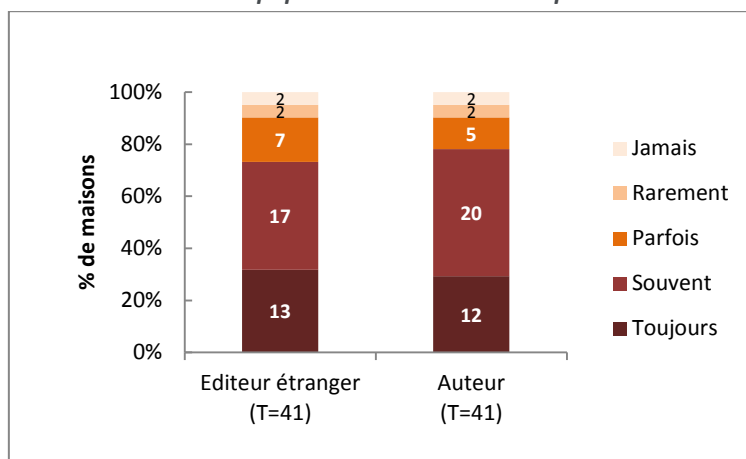
3/20 CONTRAT D'ACQUISITION D'UN TITRE ÉTRANGER

Dans un second temps, nous avons interrogé les éditeurs sur leur pratique d'acquisition des droits numériques d'un titre étranger (qu'ils envisagent de publier en traduction), que cette acquisition se fasse auprès d'un éditeur étranger (directement ou par l'intermédiaire d'un sous-agent) ou auprès d'un auteur (généralement représenté par son agent).

Q.12 ET 14 → ACQUISITION DES DROITS PAPIER ET NUMÉRIQUES DE MANIÈRE SIMULTANÉE

De manière assez généralisée, lors de l'acquisition d'un titre étranger, les droits numériques sont acquis en même temps que les droits papier.

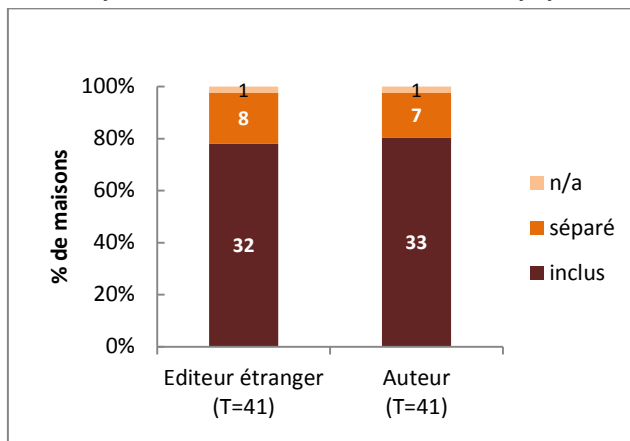
12 et 14. Obtenez-vous les droits papier et les droits numériques de manière simultanée ?



Q.13 ET 15 → CONTRAT COMMUN OU SÉPARÉ

L'acquisition des droits numériques d'un titre étranger se fait généralement au sein d'un même contrat (papier + numérique).

13 et 15. Droits numériques : contrat commun avec les droits papier ou contrat séparé ?



Q.16 → Dans le cas où la maison obtient les droits papier et numériques de traduire et de publier un titre, il a été demandé qui conservait les droits sur la traduction, lorsque le contrat prenait fin.

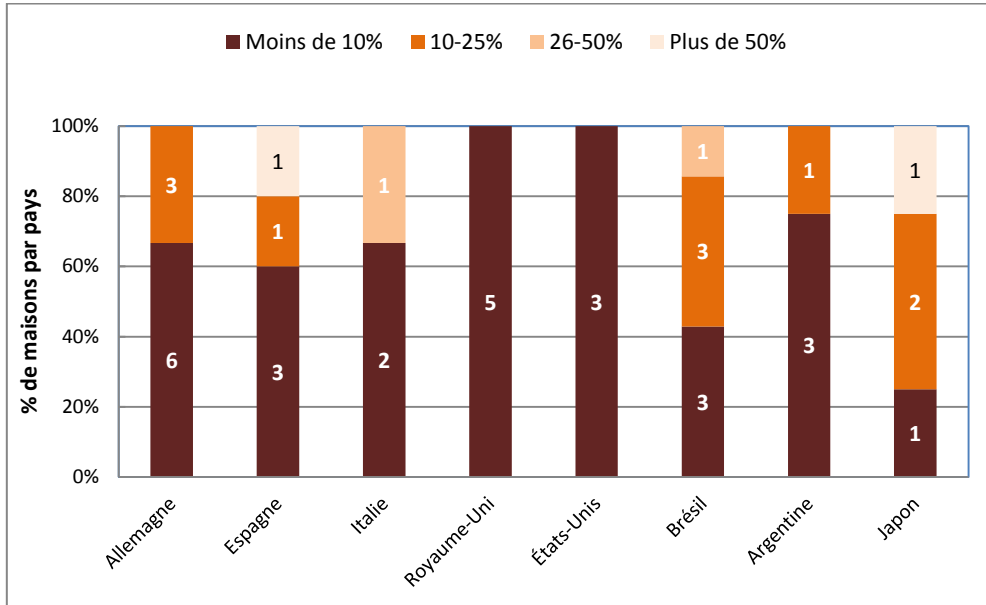
Sur 39 maisons, 31 ont répondu que c'était elles qui conservaient la propriété légale de la traduction. Les 8 autres ont répondu que c'était le traducteur, ce qui signifie qu'elles perdent, dans ce cas, la reconnaissance de la plus-value de leur travail éditorial.

4/20 LES AUTEURS ET LEURS DROITS NUMÉRIQUES

Les incertitudes liées au développement de l'édition numérique pèsent souvent sur les relations entre auteurs et éditeurs. Cependant, il est difficile de savoir si les auteurs qui émettent des réticences à céder leurs droits numériques sont plus nombreux ou moins nombreux qu'il y a deux ans. En effet, les pourcentages d'auteurs qui conservent leurs droits numériques sont généralement faibles (moins de 10%). Ils sont aussi fonction du niveau de développement de l'édition numérique dans chacun des pays.

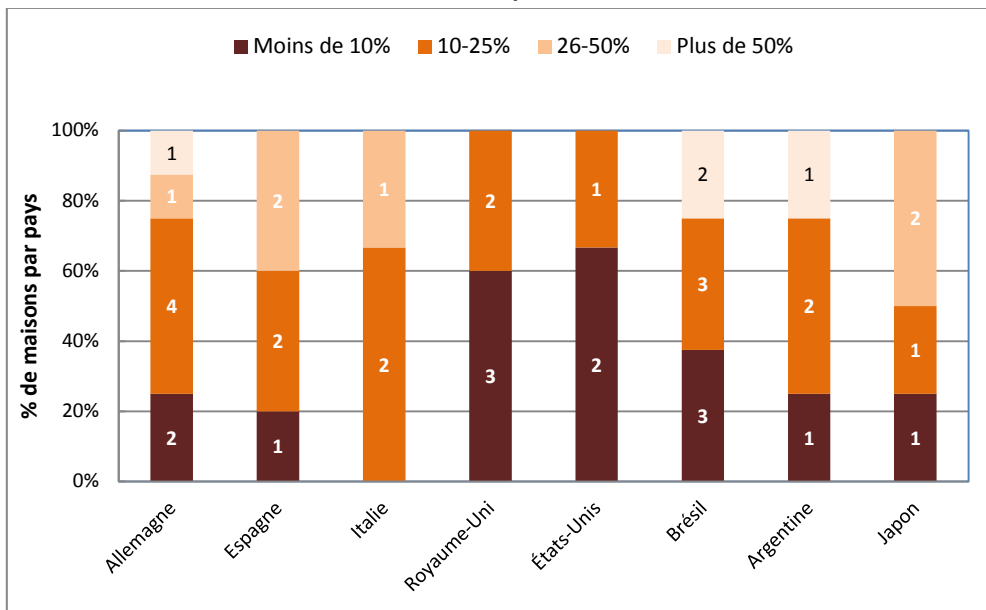
Il se peut également que certains auteurs du fonds « conservent » leurs droits numériques tout simplement parce que la maison d'édition n'a pas encore demandé à les acquérir...

17. Durant l'année écoulée, combien d'auteurs ont conservé leurs droits numériques ?



(40 réponses)

17 bis. Au sein de l'ensemble de votre catalogue, combien d'auteurs conservent leurs droits numériques ?

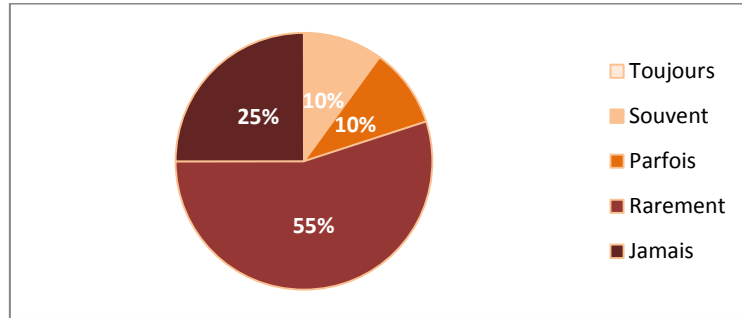


(40 réponses)

Q.18 → LA NÉGOCIATION AVEC LES AUTEURS : QUELLE MARGE DE MANŒUVRE ?

Face à des auteurs qui souhaiteraient dissocier la cession de leurs droits numériques de celles de leurs droits papier, 80% des maisons d'édition interrogées (33 maisons sur 41) se montrent peu – voire pas du tout – enclines à négocier.

18. Acceptez-vous d'acquérir les droits papier et les droits numériques de manière séparée ?



(41 réponses)

Q.20 → LA POLITIQUE DU TOUT OU RIEN

Dans l'éventualité où un auteur refuserait de céder ses droits numériques en même temps que ses droits papier, certaines maisons d'édition sont prêtes à annuler l'ensemble de la négociation. Cette politique du « tout ou rien », au caractère dissuasif est nettement le fait des maisons anglo-saxonnes : 2 maisons américaines sur les 3 interrogées refusent d'acquérir les droits papier si les droits numériques ne sont pas inclus et 3 maisons britanniques (sur 4) annulent de manière identique la négociation si les droits numériques leurs sont refusés.

Les maisons d'édition des autres pays sont moins intransigeantes dans leurs négociation hormis pour une maison allemande et une autre brésilienne.

Q.19 → LES RAISONS DU REFUS

Dans le cas où l'auteur a refusé de céder ses droits numériques, les raisons invoquées sont principalement d'ordre commercial.

En effet, la première cause de désaccord porte sur le montant de la rémunération : montant des droits (citée par 23 maisons) ou celui de l'à-valoir (12 maisons).

Les réponses n'étant pas exclusives les unes des autres, d'autres divergences alimentent les refus : par exemple, certains auteurs sont tentés par l'autoédition et envisagent de commercialiser une version numérique de leur ouvrage en direct (réponse citée par 12 maisons). D'autres prévoient de céder les droits à un éditeur tiers, qui ne publie que du numérique (citée par 2 maisons).

Les maisons d'édition soulignent le fait que parfois, certains auteurs refusent de céder leurs droits car ils sont réticents (voire hostile) à l'égard du numérique, quand ce n'est pas tout bonnement leur agent qui refuse. Pour certains, il peut y avoir la crainte qu'une version numérique de l'ouvrage ne porte préjudice aux ventes d'exemplaires imprimés. À l'extrême inverse, une maison d'édition américaine a cité le cas d'un auteur ayant refusé de céder ses droits numériques car il avait d'abord autoédité son ouvrage au format numérique avant de se tourner vers la filière traditionnelle de l'édition papier.

5/20 CONTENU ENRICHİ ET PROPRIÉTÉ LITTÉRAIRE

Q.21 → LA PROPRIÉTÉ DU CONTENU

« Qui est le propriétaire du contenu enrichi ? ». À cette question ouverte, quelques maisons se sont abstenues de répondre, invoquant une réalité objective : elles n'ont pas encore produit de livre numérique à contenu enrichi.

Pour les autres, la réponse majoritaire place la maison d'édition comme propriétaire des droits des contenus enrichis.

Certaines maisons de grande taille – dont la pratique en livre numérique enrichi est sans doute plus développée – ont néanmoins précisé que leur maison d'édition ne détenait ces droits que si le contenu enrichi avait été conçu et produit en interne.

Dans le cas contraire, on peut supposer que le contenu enrichi fasse l'objet d'un contrat avec le développeur. Le développeur est alors propriétaire du logiciel, des codes sources et de l'interface du contenu enrichi et en cède les droits d'exploitation à l'éditeur.

Q.22 → LA PROPRIÉTÉ DU « CONTENANT »

« Qui est propriétaire des fichiers techniques ? » : la réponse à cette question ouverte est quasi unanime. C'est la maison d'édition qui est propriétaire des fichiers techniques. Seule une minorité de maisons d'édition ont émis une réserve, précisant qu'elles n'étaient propriétaires des fichiers techniques que dans les cas où elles en avaient elles-mêmes assuré la production.

6/20 LA DURÉE D'EXPLOITATION DES DROITS NUMÉRIQUES ET LA CLAUSE DE RÉEXAMEN OU DE « RENDEZ-VOUS »

Compte-tenu des incertitudes sur les modalités de développement du marché numérique, il semblerait qu'auteurs et éditeurs s'obligent, plus encore qu'en 2011, à ne pas se lier d'une manière trop rigide ou qui deviendrait vite caduque. Les possibilités de limiter la durée des cessions (y compris dans les pays où les contrats sont conclus pour la durée de la propriété intellectuelle) ou de renégocier les termes du contrat après quelques années (notamment en termes de rémunération) sont donc de plus en plus fréquentes.

Q.23 → DURÉE IDENTIQUE AUX DROITS PAPIER OU DURÉE LIMITÉE ?

Bien que l'on puisse supposer que les maisons d'édition restent encore réticentes à l'idée d'une durée limitée pour les droits numériques – qui les contraindrait à renégocier la rémunération ou les obligerait à entrer en concurrence avec d'autres éditeurs –, force est de constater que dans plus d'un tiers des cas (16 maisons sur 41), elles n'obtiennent pas les droits papier et numériques pour des durées identiques. Cela constitue une véritable évolution par rapport à 2011 où, les maisons qui n'acquerraient pas les droits pour des durées identiques faisaient figure d'exception.

Parmi ces 16 maisons, quatre sont d'origine espagnole, ce qui est peu surprenant car en Espagne, la durée de la cession de ses droits par un auteur est d'ores et déjà limitée à 15 ans par le législateur. En revanche, cette différence de durée de cession entre droits papier et numérique concerne également des pays comme le Japon (2 maisons sur 4), l'Allemagne (4 sur 9) et l'Argentine (2 maisons sur 4).

Q.24 ET 25 → MÊME SI PAS ENCORE MISE EN ŒUVRE, LA CLAUSE DE « RÉEXAMEN » EST EN PASSE DE DEVENIR LA NORME

À défaut d'une limitation dans le temps de la cession des droits numériques, le principe d'une clause de « rendez-vous » ou de « réexamen » semble en passe de devenir la norme dans la rédaction des contrats. En effet, 80% des maisons (33 maisons sur 41) affirment inclure dans leurs contrats, la possibilité de renégocier les clauses pour l'exploitation numérique – passé un certain nombre d'années.

Parmi les maisons qui incluent cette clause, 13 d'entre elles le font de manière systématique et les 20 autres de manière occasionnelle.

En pratique, cette clause n'est encore peu ou pas mise en œuvre. Il n'y a dans le panel, que sept maisons à avoir, dans les faits, déjà renégocié les termes pour la partie numérique (Japon, Brésil, Italie, Allemagne, États-Unis et deux en Espagne).

Ce « manque d'expérience » ne permet donc pas de savoir ce qui se passerait en cas de désaccord entre l'auteur et l'éditeur à l'occasion de cette renégociation des termes du contrat.

Q.26 → Néanmoins, la tendance qui se dégage majoritairement chez les sondés est de dire que si la renégociation n'aboutissait pas, ils envisageraient une rupture de la partie numérique du contrat et non une rupture totale du contrat (papier et numérique).

7/20 FIN DU CONTRAT, RÉTROCESSION DES DROITS ET NOTION D'OUVRAGE « ÉPUISÉ »

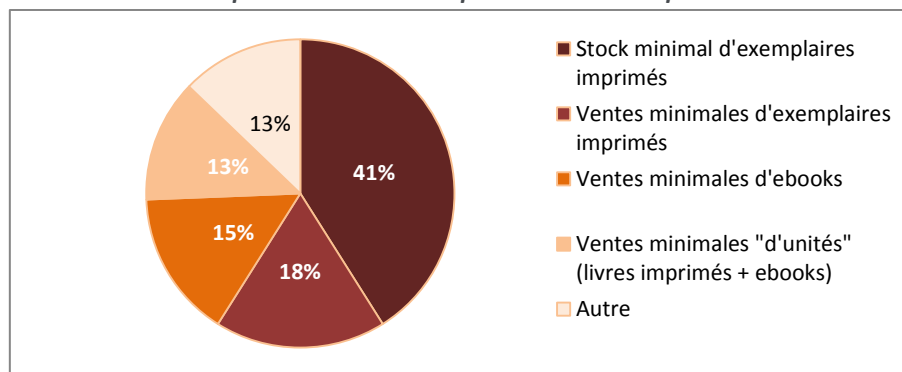
Dès lors qu'une version numérique de l'œuvre existe, se pose la question de la définition d'un livre « épuisé ».

Q.27 → Les réponses à cette question montrent que les pratiques ne sont pas encore installées et qu'il ne se dégage pas, pour le moment, de tendance propre à chaque pays.

Il est intéressant de constater que 16 maisons d'édition sur 39 restent attachées à la notion d'épuisement des exemplaires imprimés pour ouvrir droit à la rétrocession des droits.

Ce qui est nouveau, c'est le nombre de maisons pour lesquelles l'indicateur qui ouvre droit à restitution est celui des ventes. Et surtout, le fait que le détenteur des droits accepte que le seuil minimal de ventes de livres en dessous duquel il peut activer sa clause de réversion, inclue également les ventes d'exemplaires numériques.

27. Si dans vos contrats, les droits sont restitués à l'auteur si l'ouvrage est épuisé, comment définissez-vous « épuisé » maintenant que le livre numérique existe ?



(39 réponses)

Q.28 ET 29 → CLAUSE ET MODALITÉS DE RÉSILIATION

En 2011, aucune des maisons interrogées n'utilisait de clause de résiliation spécifique à l'édition numérique. Or en 2013, à la question « est-ce qu'il vous est souvent demandé une clause de ventes minimales », 17 maisons ont répondu par l'affirmative et 22 par la négative.

En revanche, peu d'auteurs encore demandent à ce que le fichier original soit détruit si l'exploitation des droits numériques par la maison d'édition venait à cesser.

29 maisons ont répondu qu'on ne leur demandait pas la destruction du fichier source. 7 maisons ont répondu le contraire dont notamment trois maisons d'édition japonaises sur les quatre interrogées.

8/20 TERRITOIRES DE LA CESSION

Q.30 → Le numérique ouvrant la brèche de la déterritorialisation du marché de l'édition, il a été demandé aux maisons d'édition de quelle manière elles s'assuraient que leurs livres numériques étaient vendus uniquement sur les territoires qui leur avaient été assignés par contrat.

Les situations sont différentes selon les pays et selon le degré de nécessité d'une vérification. Pour les maisons d'édition de certains pays, la question de la territorialité a moins de pertinence car le bassin linguistique de diffusion de leurs ouvrages est restreint. Ainsi, des maisons d'édition de pays comme l'Allemagne, l'Italie ou le Japon précisent qu'en matière de numérique, elles acquièrent les droits mondiaux. Il n'y a donc pas de vérifications à effectuer.

Pour les maisons d'édition qui effectuent une vérification, l'éventail des réponses est assez large, certaines étant plus « laxistes » que d'autres. Quoi qu'il en soit, qu'ils soient inopinés ou systématiques, ces contrôles sont réalisés *a posteriori*, à partir des rapports de ventes.

La meilleure parade pour se prémunir de ventes en dehors des territoires assignés reste les modalités de travail avec les distributeurs.

Certaines maisons choisissent de ne travailler qu'avec des entreprises tierces qui leur garantissent une distribution sur le territoire national.

Mais la plupart du temps, et quels que soient les pays, les maisons d'édition veillent à ce qu'une clause dans leurs contrats avec leurs partenaires (plateformes de distribution, revendeurs, libraires) inclue les territoires disponibles pour chaque titre mis en vente.

Une maison d'édition britannique expliquait ainsi avoir un distributeur pour l'Amérique du Nord et un autre pour le reste du monde et ne pas rencontrer de problème particulier car les territoires sont mentionnés de manière explicite et contractuelle.

Cette obligation technique du distributeur de s'assurer que les livres ne soient vendus que sur les territoires assignés est parfois assortie d'une DRM, ou d'un logiciel de géolocalisation dans les métadonnées (ou des deux).

Q.31 → Dans quelle mesure l'existence des livres numériques a-t-elle affecté votre processus de décision sur le périmètre des droits à acquérir ?

Soit parce qu'il s'agit d'une part encore embryonnaire de leur activité, soit tout simplement parce que les maisons d'édition continuent, comme avant, à acquérir directement les droits mondiaux, le numérique ne semble pas, pour le moment impacter en profondeur leur politique éditoriale.

Il faut toutefois noter que deux grands groupes d'envergure internationale affirment désormais n'accepter « que » les droits mondiaux, afin de s'assurer la possibilité de vendre leurs livres numériques sans limitation de territoire.

9/20 SOUS-LICENCES

Q.32 ET 33 → SOUS-LICENCE À UN ÉDITEUR TIERS ET ACCORD DU DÉTENTEUR DES DROITS

La possibilité d'accorder une sous-licence des droits numériques à un éditeur tiers (pour une édition en club de livres par exemple), ne semble pas être une pratique très répandue. 9 maisons d'édition sur 41 ont répondu avoir déjà sous-licencié des droits numériques.

Il a également été demandé aux maisons d'édition si elles avaient déjà essuyé un refus, de la part des détenteurs des droits numériques, au sujet d'une cession à un éditeur tiers. Hormis trois maisons de très grande taille (qui brassent un grand nombre de contrats), toutes les autres maisons ont répondu par la négative.

Q.35 → CHAPITRES OU EXTRAITS

Il a été demandé aux maisons d'édition si elles avaient déjà acquis les droits numériques pour des extraits ou des chapitres de l'œuvre.

12 maisons sur 41 ont répondu que cela leur était déjà arrivé, avec toutefois, une surreprésentation des maisons d'édition brésilienne (6 maisons).

Q.36 → CROSS-MÉDIA, « MODÈLE A 360° », PASSERELLES ET CONCURRENCE

6 maisons d'édition sur 40 (15%) ont obtenu les droits numériques d'un ouvrage illustré, précédemment adapté d'un film ou d'un jeu vidéo. Cette réponse positive émane des maisons d'édition de deux pays en particulier (le Japon et l'Allemagne), ainsi que de l'Espagne et du Brésil.

Même si le questionnaire ne l'évoque pas, on peut imaginer qu'à court ou moyen terme, les éditeurs pourront rencontrer des difficultés à obtenir les droits numériques pour réaliser des livres augmentés ou des applis, car ils seront en concurrence avec les producteurs. En effet, ces derniers peuvent se positionner sur le terrain de la production numérique d'autant plus facilement qu'ils ont déjà investi dans la production de contenus audiovisuels ou multimédias. Cette tendance est à suivre d'autant que contrairement aux pratiques européennes, sur les marchés anglo-saxons, les agents et auteurs cèdent habituellement les droits audiovisuels à des studios de cinéma plutôt qu'à leur maison d'édition.

B - Production

10/20 PRODUCTION

Q.37 → DROIT MORAL DE L'AUTEUR : LE BON À DIFFUSER NUMÉRIQUE

Afin d'éviter litiges ultérieurs et procédures, certaines maisons d'édition mettent en place un système de validation du fichier de l'œuvre numérique avant sa diffusion, à l'instar du « bon-à-tirer » des œuvres imprimées. Sur les 41 maisons d'édition à qui l'on a demandé si le cessionnaire des droits exigeait de donner son approbation avant la production du livre numérique, seules 8 ont répondu par l'affirmative dont 3 sont des maisons qui produisent principalement des livres illustrés. 4 d'entre elles sont situées au Brésil, 2 au Japon, une en Argentine et une en Italie.

Q.38 → STOCKAGE DES FICHIERS

Afin de stocker ses fichiers et de les rendre disponibles au public (directement, ou par l'intermédiaire d'une librairie en ligne), la maison d'édition peut créer sa propre plateforme et en être pleine propriétaire. En 2011, cette formule n'était adoptée que par une minorité d'éditeurs, en raison des investissements importants qu'elle nécessite et qui doivent être supportés individuellement.

L'autre possibilité est de stocker les fichiers sur une plateforme extérieure qui peut être commune à plusieurs éditeurs (ex : Librandia en Espagne) ou propriété d'un distributeur en ligne (type Amazon).

À ce jour, toutes les maisons de grande taille interrogées stockent leurs fichiers sur un serveur interne, ce qui leur permet de conserver un contrôle direct sur tous leurs fichiers sources. Plus surprenant en revanche, des maisons de taille moyenne ou même des petites maisons d'édition ont, elles aussi, adopté ce système malgré les coûts qu'il engendre.

Sur 41 maisons interrogées, 18 ont désormais leur propre entrepôt virtuel tandis que 20 stockent leurs fichiers sur une plateforme extérieure. Deux maisons ont recours aux deux formules à la fois.

11/20 PRODUCTION : FORMATS DE LECTURE

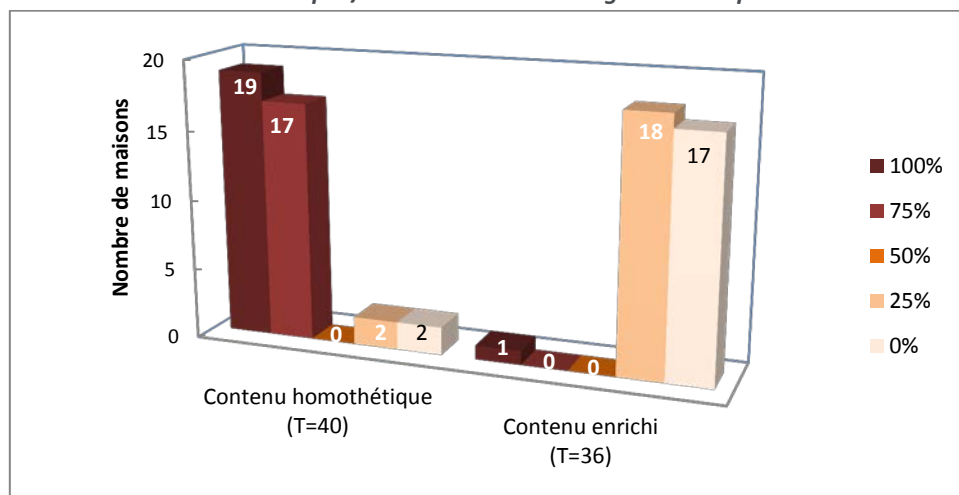
Q.39 → LE DÉVELOPPEMENT DES CONTENUS ENRICHIS

Si la production de contenus enrichis demeurait tout à fait marginale parmi les éditeurs interrogés en 2011, les expérimentations semblent plus prometteuses en 2013.

Certes, la moitié des maisons ayant répondu à la question ne produit pas de contenu augmenté. Mais l'autre moitié (soit 18 maisons) affirme que jusqu'à 25% de sa production de livres numériques est enrichie.

Incontestablement, l'arrivée sur le marché en 2010 de nouveaux supports de lecture comme l'iPad (et leur ancrage durable sur le marché), puis de tablettes Android à bas prix, a incité les éditeurs à se pencher sur les nouvelles possibilités techniques et les fonctionnalités interactives. Des interrogations subsistent néanmoins sur la viabilité économiques et les conditions d'exploitation de ces livres numériques enrichis.

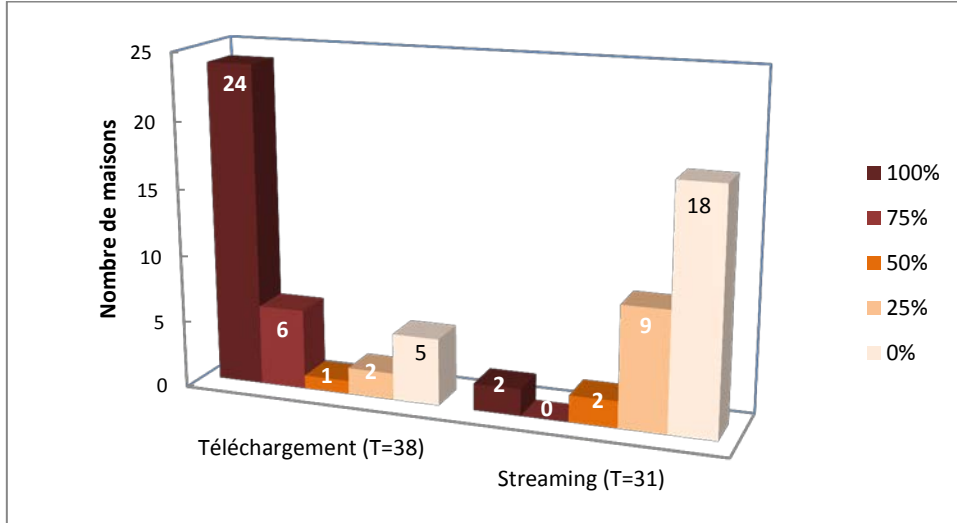
39. Part du contenu homothétique / enrichi dans le catalogue numérique des maisons d'édition



Q.40 → LES FORMATS DE DIFFUSION : TÉLÉCHARGEMENT ET STREAMING

Le mode de diffusion des livres numériques passe majoritairement par la voie du téléchargement : 31 maisons d'édition sur 39 proposent entre 75% et la totalité de leur catalogue numérique en téléchargement. La diffusion en flux (*streaming*) est beaucoup plus modeste mais nettement moins anecdotique qu'il y a deux ans. En effet, en 2011, elle était pratiquement inexistante, hormis au Japon notamment du fait d'une offre non négligeable de mangas sur téléphones portables. En 2013, on constate que 11 maisons d'édition proposent entre un quart et la moitié de leur catalogue en streaming. Deux maisons européennes (l'une espagnole, l'autre britannique) proposent désormais la totalité de leur catalogue en streaming.

40. Part du catalogue des maisons d'édition proposé en téléchargement ou en streaming



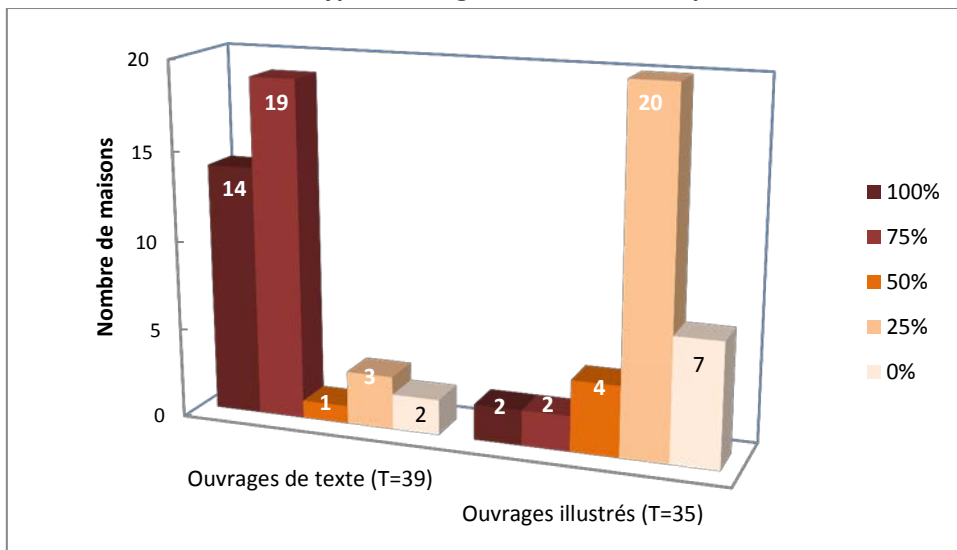
Q.41 → LES OUVRAGES ILLUSTRÉS RESTENT PEU NUMÉRISÉS

La majorité des maisons d'édition interrogées numérisent principalement des livres de texte : entre 75% et 100% de leur production numérique est consacrée aux ouvrages de texte.

Seules huit maisons consacrent la moitié ou plus de leur production numérique aux livres illustrés. Parmi elles, on trouve trois maisons d'édition japonaises – où le genre d'édition numérique prédominant est le manga.

Les livres illustrés restent donc, comme en 2011, encore fréquemment exclus de l'offre numérique (ou ne représentent qu'une part mineure de celles-ci). Cela s'explique soit par des difficultés d'ordre technique soit pour des questions de complexité sur le plan juridique. En effet, les livres illustrés requièrent, de la part de l'éditeur, de s'assurer de la possession des droits numériques pour chacune des images, un processus souvent long et aux résultats incertains.

41. Quel type d'ouvrage numérisez-vous le plus ?



Q.42 → FORMATS DE PRODUCTION ET CAS PARTICULIER DU JAPON¹.

Pensé à l'origine pour les ouvrages sans illustration, l'*ePub reflowable* ou « dynamique », permet d'afficher du texte sur tous types de supports, en adaptant l'affichage à la taille de l'écran. C'est, sans surprise, le format standard de production du livre numérique, utilisé par la majorité des maisons d'édition (23 réponses).

L'*ePub fixed layout* permet d'afficher des ouvrages richement illustrés en conservant la mise en page exacte du livre papier (maquette figée). C'est le format cité par six maisons d'édition, dont trois d'entre elles publient principalement des livres illustrés.

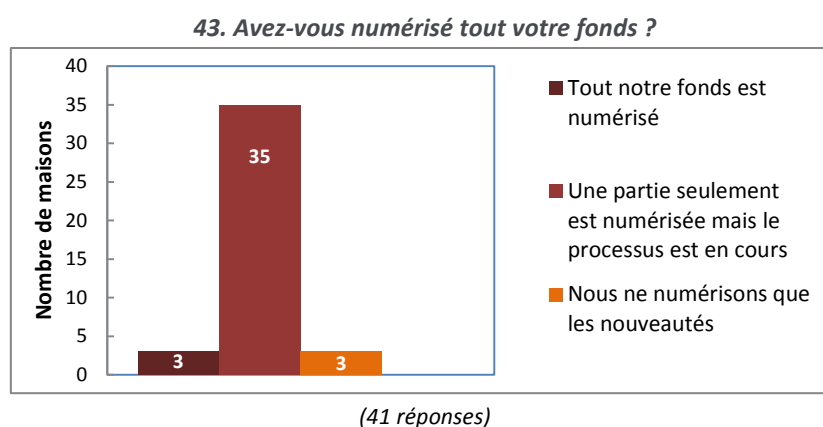
Dernière version de la norme, l'*ePub 3* intègre des fonctionnalités supplémentaires permettant davantage d'interactivité et de scénarisation et offre un support amélioré pour les langues internationales comme le Japonais. Elle n'est pas encore supportée par la majorité des moteurs de lecture et n'est utilisée que par six maisons d'édition pour le moment.

En 2011, nous avons mentionné une spécificité de l'édition japonaise concernant la production des fichiers. En effet, le format *ePub*, n'intégrant pas les caractères japonais, il n'était que peu usité : les livres numériques étaient produits sous d'autres formats, notamment XMDF et DotBook.

Les réponses des quatre maisons d'édition interrogées en 2013 montrent une évolution intéressante. La première publie principalement de l'illustré et utilise l'*ePub fixed layout*. La deuxième utilise d'autres formats que l'*ePub* et la troisième s'est convertie à l'*ePub 3*. Quant à la dernière, elle utilise le format *ePub*.

Q.43 ET 44 → NUMÉRISATION DU FONDS

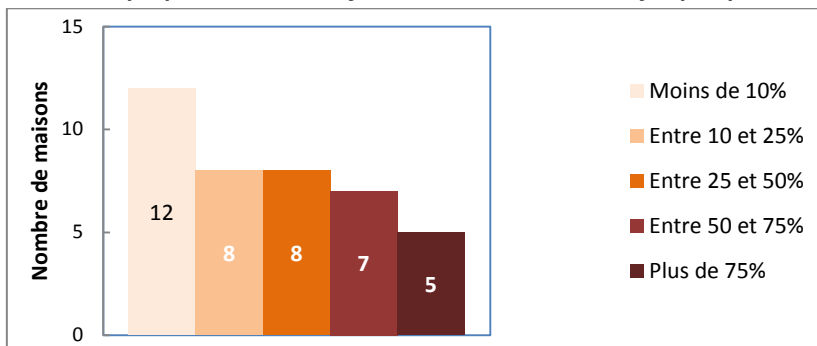
La numérisation du fonds est un processus en cours pour l'ensemble de la profession. Seuls trois éditeurs sur l'ensemble des 41 répondants affirment ne numériser que leurs nouveautés. Pour tous les autres, la numérisation de l'ensemble des titres de leur catalogue est en cours.



¹ Source des définitions techniques : « Guide du numérique à l'usage des éditeurs », SNE, groupe Normes & Standards, mars 2012

Sans surprise, le volume du fonds numérisé est souvent plus important au sein des maisons de grande taille ou dans les pays où le marché local est plus avancé (États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne).

44. Quelle proportion de votre fonds avez-vous numérisé jusqu'à présent ?



(40 réponses)

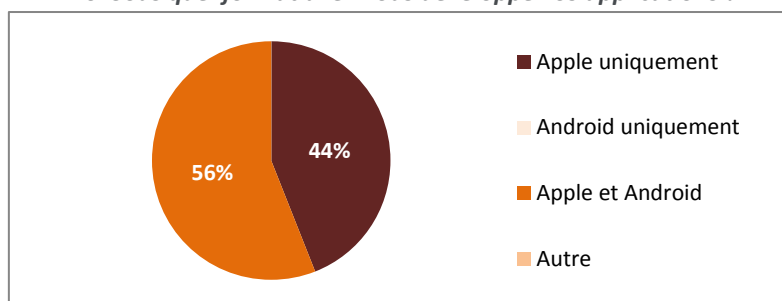
Q.45 ET 46 → DÉVELOPPEMENT DES APPLICATIONS POUR LE LIVRE ILLUSTRÉ

La moitié des éditeurs interrogés (20 sur 40) déclarent avoir commencé à créer ou à développer des applications pour leurs livres illustrés et six autres ont pour objectif de se lancer à court ou moyen terme. Comparés aux résultats de 2011, ces nouveaux chiffres sont en croissance exponentielle. Il est vrai qu'avec des prix de vente peu élevés, les applications se vendent souvent mieux que les livres numériques illustrés, ce qui a sans doute incité de nombreux éditeurs à se positionner sur ce marché.

À ce jour, l'arbitrage entre format applicatif et format ebook illustré ne semble pas tranché : 27 éditeurs ont numérisé des livres illustrés et parmi eux, 20 ont développé des applications. Il est vrai que chacun de ces choix éditoriaux répond à des équations économiques complexes, notamment en termes de rentabilité et de retour sur investissement.

En revanche, tous les éditeurs se rejoignent autour d'Apple qui est, sans conteste, le canal principal pour les ventes d'applis et un canal incontournable pour la diffusion de leurs livres numériques.

46. Sous quel format avez-vous développé vos applications ?



(25 réponses)

12/20 JUSTIFICATIFS DE PARUTION, EXEMPLAIRES GRATUITS

Q.48 → ENVOI D'UN JUSTIFICATIF DE PARUTION

En matière d'envoi de justificatifs numériques, les pratiques ont un peu évolué par rapport à 2011. Les maisons d'édition qui envoient systématiquement un exemplaire du livre numérique à l'auteur ou à l'agent sont plus nombreuses qu'il y a deux ans, en revanche, les pratiques ne sont toujours pas standardisées.

Parmi les réponses reçues, on peut distinguer trois ensembles :

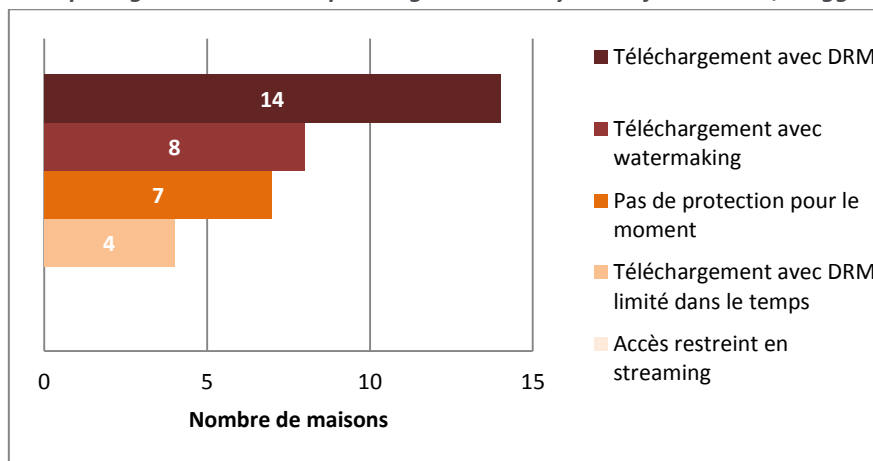
- Les maisons d'édition qui n'envoient aucun justificatif de parution, ou alors uniquement sur demande, ou alors qui envoient un exemplaire papier.
- Les maisons qui envoient un exemplaire uniquement : le plus souvent il s'agit d'un lien ou d'un « voucher » pour télécharger le livre directement sur la plateforme du distributeur.
- Les maisons qui envoient deux exemplaires gratuits ou plus (jusqu'à cinq) : des codes d'accès pour des téléchargements gratuits sont transmis à l'auteur et/ou à l'agent.

D'autres maisons expliquent ne pas encore avoir de politique claire à ce sujet, d'autres choisissent au cas par cas (selon les titres), d'autres encore se sont engagées contractuellement à envoyer un justificatif mais reconnaissent ne pas le faire systématiquement...

Q.49 ET 50 → PROTECTION DES ENVOIS EN SERVICE DE PRESSE

La plupart des maisons d'édition envoient leurs exemplaires destinés à la presse avec un système de téléchargement protégé par DRM.

50. Comment protégez-vous les exemplaires gratuits envoyés aux journalistes, blogueurs, etc... ?



(Plusieurs réponses possibles)

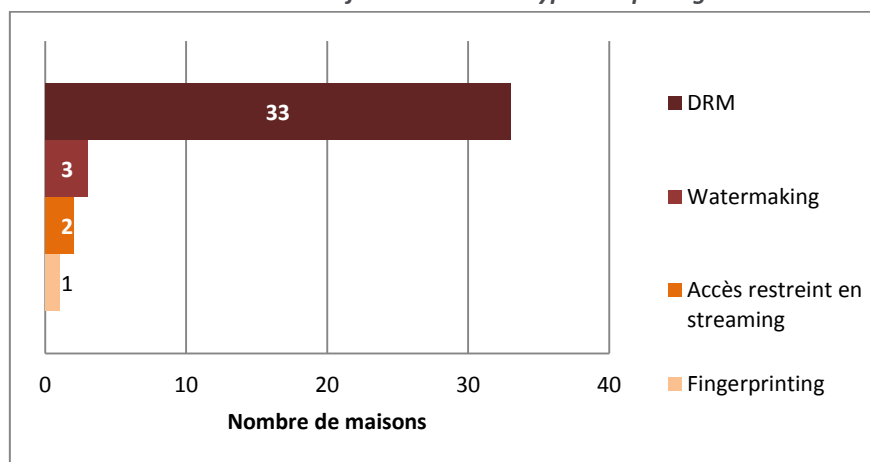
13/20 LUTTE CONTRE LE PIRATAGE

Q.51 → CRYPTAGE ET PROTECTION DES DONNÉES

Pratiquement toutes les maisons interrogées ont recours aux mesures techniques de protection ou *DRM* (Digital rights management) pour protéger leurs fichiers.

En revanche, les technologies du *watermarking* (tatouage numérique) et du *fingerprinting* (empreinte numérique) sont encore peu utilisées au sein de l'échantillon de maisons sondées².

51. Comment vos fichiers sont-ils cryptés et protégés ?



(Plusieurs réponses possibles)

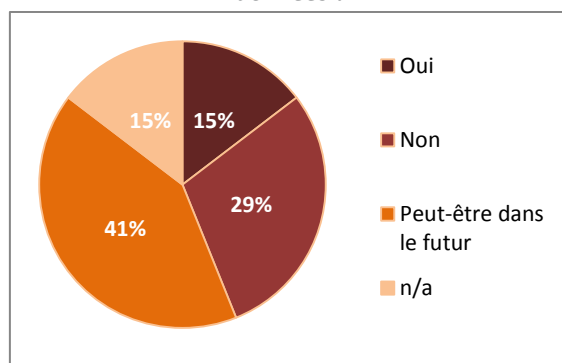
Q.52 → LES FORMATS PROPRIÉTAIRES : UNE PROTECTION SUFFISANTE ?

Du fait que la plupart des grands distributeurs de livres numériques verrouillent leurs fichiers avec des systèmes propriétaires, il a été demandé aux maisons d'édition quelle politique elles comptaient adopter : vont-elles continuer à utiliser des DRM alors que les formats propriétaires constituent, de fait, un verrouillage de leurs fichiers ?

Les positions ne sont pas tranchées mais 17 d'entre elles envisagent peut-être, dans le futur, de ne plus crypter leur données.

² Pour rappel, « ces technologies regroupées sous l'appellation *forensic content protection technologies* (investigation numérique légale pour la protection des droits d'auteur), n'empêchent pas l'utilisation non autorisée de contenus, mais permettent de rechercher sur Internet d'éventuelles copies en vue de fournir la preuve qu'un contenu a fait l'objet d'une utilisation non autorisée », Cf. Assises du livre numérique, *DRM et moyens techniques de protection : quels enjeux ?*, 8.11.2012

52. Avec les systèmes de protection des distributeurs, envisagez-vous de ne plus crypter de vos données ?



(41 réponses)

Q.53 → PIRATAGE : MOYENS D'ACTION

Outre les mesures techniques de protection des données, d'autres actions sont mises en œuvre par les maisons d'édition afin de lutter contre le piratage.

Certaines maisons ont un service en interne dédié à la recherche de copies illégales sur Internet et à l'action juridique. D'autres externalisent cette tâche auprès de cabinets d'avocats qui surveillent principalement les best-sellers de la maison et mènent les actions en justice lorsque nécessaire.

Une fois le piratage avéré, plusieurs maisons en réfèrent aux associations interprofessionnelles comme l'ABDR³ au Brésil, le CEDRO⁴ en Espagne, l'AIE⁵ en Italie, le ©IP⁶ au Royaume-Uni. Certaines de ces organisations gèrent les droits de reproduction des œuvres mais sont aussi mandatées pour effectuer les démarches juridiques lorsqu'on leur signale des sites hébergeant des copies illégales.

³ ABDR : Associação Brasileira de Direito Reprográficos

⁴ CEDRO : Centro Español de Derechos Reprográficos

⁵ AIE : Associazione Italiana Editori

⁶ ©IP : The Publishers Association's Copyright Infringement Portal

C - Rémunération

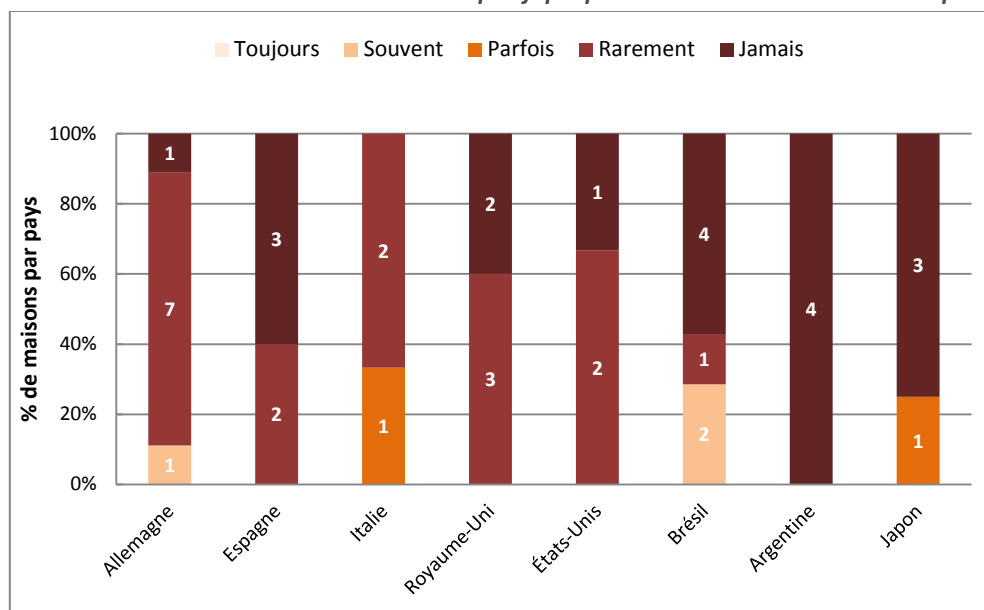
14/20 RÉMUNÉRATIONS : AVANCES ET ROYALTIES

A. Avance spécifique

Q.55 → À-VALOIR SUR LES VENTES NUMÉRIQUES

En 2011, la pratique d'un à-valoir global, remboursé sur les ventes papier et numériques semblait se généraliser et aucune maison interrogée à l'époque n'avait payé d'à-valoir spécifique pour le numérique. En deux ans, les ventes de livres numériques étant devenues plus significatives, les maisons d'édition se retrouvent, plus fréquemment qu'avant, en face d'auteurs qui souhaitent obtenir un à-valoir spécifique en prévision de leurs ventes numériques. En revanche, on ne sait pas si ces demandes sont acceptées par les maisons d'édition.

55. Les auteurs demandent-ils un à-valoir spécifique pour les ventes de livres numériques ?



(41 réponses)

Q.56 ET 57 → À-VALOIR SUR LES VENTES NUMÉRIQUES LORS DE LA RÉDACTION D'UN AVENANT POUR UN TITRE DU FONDS

Pratiquement toutes les maisons d'édition interrogées (37 maisons sur 41) ont déjà rédigé un avenant afin d'acquiescer les droits numériques d'un de leurs titres du catalogue.

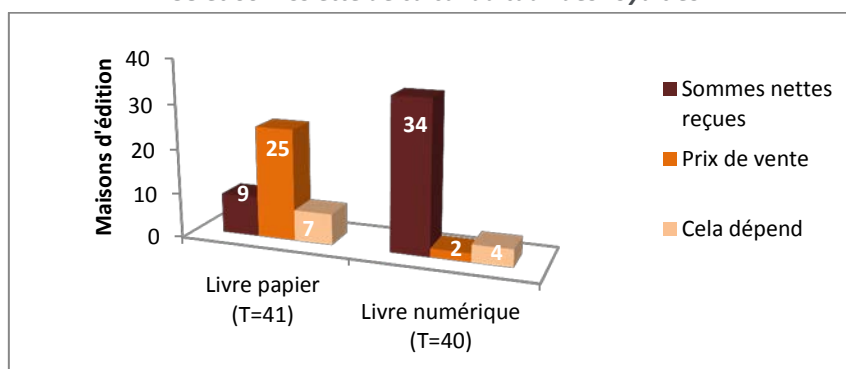
Lors de la rédaction de cet avenant, aucune maison ne propose, de manière systématique, de remettre à niveau de l'à-valoir pour les ventes numériques à venir (*refresher advance*). En revanche, 11 maisons sur 40 (28%), plutôt de grande taille, disent en proposer de manière occasionnelle.

B. Royalties

Q.58.59.60.61 → ASSIETTE DE CALCUL DU TAUX DES ROYALTIES

Alors que le taux de rémunération de l'auteur pour les ventes papier est généralement assis sur le prix public hors taxe (25 maisons sur 41), dans le cas des ventes d'ouvrages numériques, ce taux est quasi uniformément assis sur la somme nette perçue (34 maisons sur 40). Le livre numérique étant destiné à être commercialisé sur une grande variété de supports, le choix du chiffre d'affaires intermédiaire de l'éditeur comme assise des droits numériques semble plus praticable que celle du prix de vente au détail.

58 et 60. Assiette de calcul du taux des royalties



Q.62 → DÉFINITION DES SOMMES NETTES REÇUES

Si, au premier abord, la définition de la somme nette reçue semble recouvrir des périmètres différents, elle est en réalité assez consensuelle (chiffre d'affaires de l'éditeur, net de commissions).

Chacune des personnes interrogées a défini le périmètre des sommes nettes reçues tel qu'il est en usage au sein de sa maison d'édition. En voici un florilège :

Argentine	Ce que je reçois de chaque vente.
	10% du montant vendu au distributeur/ libraire.
	Le montant effectivement perçu de l'e-distributeur, ce qui signifie le prix de vente moins le pourcentage de commission de l'e-distributeur.
Brésil	Sur les ventes.
	Prix de vente public moins la remise.
	Les montants payés à l'éditeur moins les remises attribuées aux distributeurs partenaires.
	Valeur que la maison d'édition reçoit de la librairie.
Royaume-Uni	Recettes brutes moins les coûts de distribution.
	Le montant d'argent que nous recevons après que le distributeur et le détaillant aient été payés.
	Cash net reçu avant la commission du vendeur.
	Recettes provenant du détaillant, parfois moins les commissions sur les ventes

Allemagne	Prix de vente au détail moins la TVA et les remises
	Prix de vente au détail moins 50% (remise libraire, provisions pour les représentants, frais de stockage)
	Prix de vente au détail moins la TVA
	Les « sommes nettes reçues » devraient signifier l'argent reçu des ventes de l'ouvrage moins la TVA et les remises ou charges payées aux distributeurs
	Recettes brutes moins la TVA et les remises libraires
	Prix net moins les coûts
Italie	Prix du téléchargement moins la TVA (21% en Italie) moins les remises détaillants et les coûts de plateforme
	Prix du téléchargement moins la TVA moins les commissions aux e-distributeurs, moins les coûts de distribution s'il y en a
	Total moins la distribution
Japon	La définition est difficile. Parfois les éditeurs incluent les coûts de traduction par exemple mais nous essayons de ne pas le faire.
	Recettes d'argent
Espagne	Prix de vente au détail moins le pourcentage de commission du détaillant
	Le montant reçu par l'éditeur après les taxes et les retenues de la plateforme de distribution
	Prix catalogue moins la TVA

Le périmètre des sommes nettes perçues par les éditeurs n'est donc pas exactement le même selon les pays ou selon les maisons d'édition. Une grande diversité caractérise également les contextes fiscaux nationaux et les taux d'imposition.

Ces différences affectent logiquement le montant absolu des droits perçus par les auteurs sur les ventes numériques, quand bien même le taux de rémunération et l'assiette sont les mêmes.

Q.63 ET 64 → TAUX MOYEN DES ROYALTIES

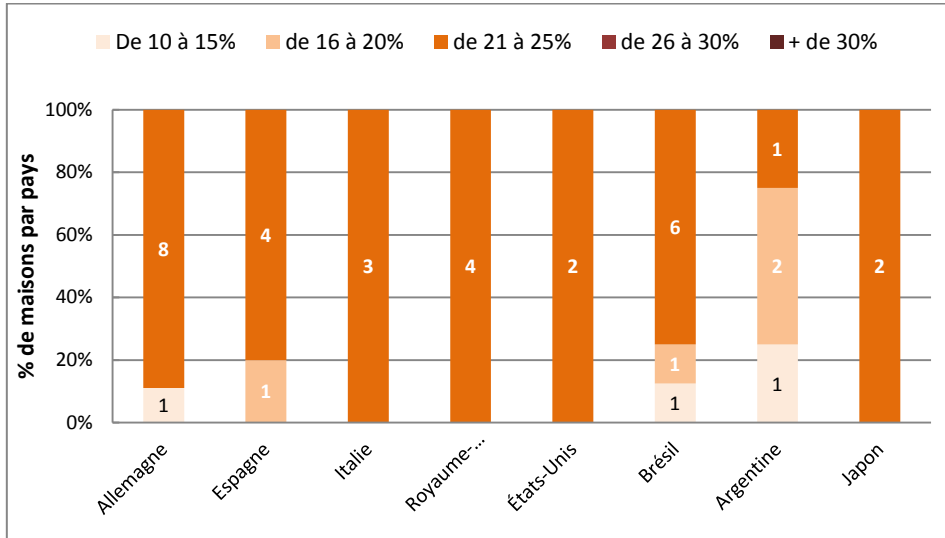
Concernant la rémunération de l'auteur, l'application d'un taux compris entre 21 et 25%, assis sur la somme nette perçue par l'éditeur, semble être une pratique largement répandue.

Même l'Allemagne – qui faisait figure d'exception, en 2011, avec un consensus de la profession sur un taux de 20% de la somme nette reçue – semble avoir évolué et aligne désormais ses taux sur la tranche 21-25%.

Certaines presses universitaires ou maisons de petite taille brésiliennes et argentines proposent à leurs auteurs des taux compris entre 10 et 20%.

Aucune maison sondée, y compris parmi les maisons anglo-saxonnes, ne propose à ses auteurs un taux de royalties supérieur à 25%.

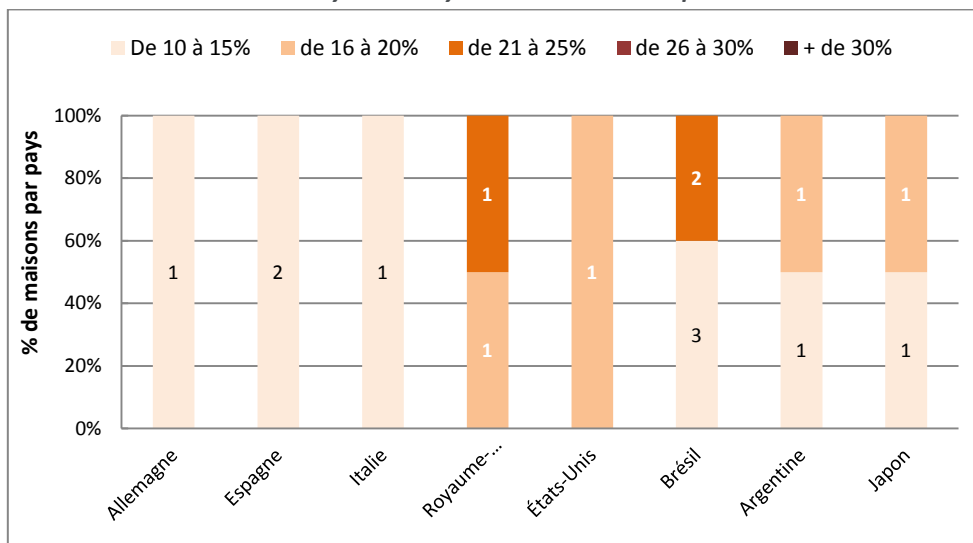
63. Taux moyen des royalties sur la base des recettes nettes



(39 réponses)

Si la majorité des maisons d'édition assoit l'assiette des taux de rémunération de leurs auteurs sur les sommes nettes reçues, certaines proposent toutefois une rémunération sur le prix de vente du livre numérique, ou prix au « téléchargement ». Les taux sont alors généralement compris entre 10 et 15%, parfois entre 16 et 20%, plus rarement entre 21 et 25%.

63 bis. Taux moyen des royalties sur la base du prix de vente*



*(sur la base de 17 réponses uniquement)

Q. 64 → LE POURCENTAGE EST-IL FIXE OU VARIABLE (SELON UNE ÉCHELLE PROPORTIONNELLE AUX VENTES).

En 2011, toutes les maisons rencontrées pratiquaient des taux de rémunération fixes, estimant que le volume des ventes numériques était trop limité pour justifier une rémunération par paliers. En 2013, 12 maisons sur 41 (soit 30% de l'échantillon) précisent qu'elles utilisent tantôt un taux fixe tantôt des paliers de rémunération.

Q.65 ET 66 → BAISSÉ DES ROYALTIES DANS LE CAS DE LIVRES NUMÉRIQUES ENRICHIS ?

Il a été demandé aux maisons d'édition si elles avaient prévu des taux de rémunération différents pour leurs auteurs dans le cas de livres numériques enrichis.

Une douzaine de maisons d'édition n'ont pas répondu à cette question tout simplement parce qu'elles n'ont jamais publié de contenus enrichis (cf. : à la question 39, elles avaient répondu qu'un pourcentage nul de leur production numérique était consacré à de l'enrichi).

10 maisons ont répondu que les royalties restaient identiques mais on peut douter de la fiabilité de leur réponse car dans la réalité, elles n'ont jamais publié de contenu enrichi (elles avaient répondu 0% à la question 39).

Parmi les 15 maisons qui consacrent jusqu'à un quart de leur production numérique à des versions enrichies, 13 versent à leur auteurs des rémunérations à un taux identique à celui versé pour une production homothétique.

Il n'y a que deux maisons (l'une britannique et l'autre brésilienne) qui ont signalé qu'elles modifiaient le taux des royalties dans le cas de livres numériques enrichis – qu'il s'agisse d'un contenu enrichi produit par la maison d'édition ou par celui qui en cède les droits.

Dans ce cas, la maison brésilienne a expliqué que lorsque la somme investie pour produire le livre numérique le nécessitait, le taux des royalties était revu à la baisse.

Q.67, 68 ET 69 → CALCUL DE LA RÉMUNÉRATION DE L'AUTEUR DANS LE CAS DE VENTES SPÉCIALES, DE PRÊT DU LIVRE NUMÉRIQUE À UN PARTICULIER OU DE PRÊT À UNE BIBLIOTHÈQUE.

Il existe plusieurs cas où le mode de calcul des royalties se complexifie. Par exemple, comment calculer les royalties lorsque le lecteur paye un abonnement à une plateforme proposant un « bouquet » d'œuvres, ou dans le cas de ventes spéciales (par exemple ventes couplées livre papier / livre numérique) ?

Cette question a soulevé un fort taux de non-réponse (plus de 50%). Une bonne dizaine de maisons qui se sont prononcées, ont répondu qu'elles n'avaient jamais expérimenté ce type de commercialisation ou encore qu'elle n'avait pas encore d'idée précise sur la question.

On peut citer quelques réponses éparses :

- 25% des sommes nettes reçues : une maison espagnole et une britannique
- 10% des sommes nettes reçues : une maison brésilienne
- Calcul identique à celui d'une vente ordinaire : une maison allemande
- Calcul sur la base des sommes nettes reçues : une maison espagnole

La question prend également toute son importance dans le cas du prêt numérique, mais visiblement, les éditeurs ne sont pas encore prêts à trouver des solutions. Dans le cas d'un prêt de livre numérique à un particulier, les réponses des éditeurs sont très imprécises et ne peuvent être exploitées. Pour le prêt numérique en bibliothèque, trois maisons (Royaume-Uni, Espagne, Allemagne) calculent – ou s'apprêtent à calculer – les royalties sur la base de 25% des sommes

nettes reçues. Une maison italienne a expliqué ses modalités de coopération avec les bibliothèques (maximum de 60 emprunts possibles puis la bibliothèque doit racheter le livre numérique) mais sans répondre à la question de la rémunération de l'auteur.

Q.70 ET 71 → DIGITAL-ONLY LIST ET ROYALTIES

Sur des segments de niche et afin d'élargir leur audience à de nouveaux lecteurs, 21 maisons d'édition sur 41 (de tous pays confondus) s'apprêtent ou ont d'ores et déjà lancé des collections de titres uniquement au format numérique (*digital-only list*). Dans ces cas-là, les maisons d'édition ne prévoient pas spécialement d'augmenter le montant des royalties. 5 maisons annoncent un taux de 25% sur les sommes nettes reçues et une autre, une tranche comprise entre 15 et 25%. Trois maisons proposent des tranches (20-30%) ou un taux (25%) mais sans en préciser l'assiette. Une maison italienne indique qu'elle propose les mêmes royalties que pour une édition originale au format poche. Enfin une maison d'édition espagnole avance un taux de 40-50% mais sans indiquer l'assiette de référence.

Q.72 → DIGITAL-FIRST LIST

Quant à la stratégie qui consiste à choisir le format numérique comme premier format de publication – pour ensuite décider d'éventuellement publier au format papier – on note qu'elle intéresse de plus en plus les éditeurs. En effet, ils sont 19 (sur 40 répondants), de tous pays confondus, à avoir affirmé qu'ils songeaient à développer une *digital-first list*.

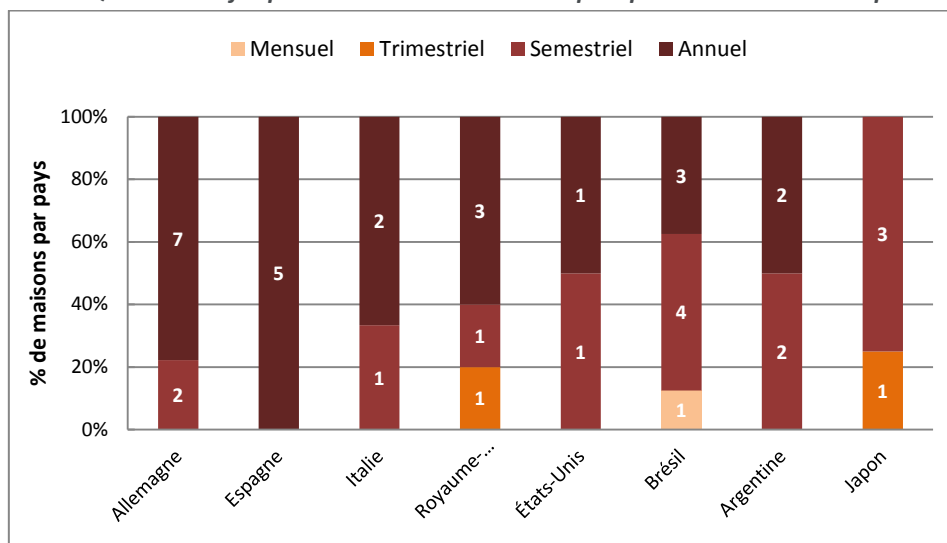
15/20 REDDITION DES COMPTES

Q.73 ET 74 → RELEVÉS DE COMPTE SÉPARÉS ET PÉRIODICITÉ

En 2011, il avait été constaté que le paiement des droits aux auteurs se faisait, dans une majorité des cas, de manière groupée. Les relevés incluait à la fois les ventes papier et les ventes numériques. L'enquête de 2013 montre une nette évolution dans le sens d'une plus grande précision : 21 maisons d'édition sur 41 envoient désormais des relevés de comptes séparés pour les ventes numériques.

La reddition des comptes pour le numérique a lieu à une fréquence annuelle ou semestrielle dans la plupart des pays. La périodicité des paiements est sensiblement plus élevée au Japon.

74. Quelle est la fréquence de reddition des comptes pour les livres numériques.



(41 réponses)

Q.75 → ACCÈS AUX VENTES EN TEMPS RÉEL

À l'instar de ce que proposent les plateformes d'autoédition et de publication numérique, les éditeurs ne prévoient pas de mettre à la disposition immédiate de leurs auteurs, les chiffres de ventes numériques.

Ils ne sont que 11 éditeurs sur 40 à avoir la volonté d'instaurer prochainement un système d'information sur les ventes en temps réel, accessible à leurs auteurs.

Parmi eux, on compte des groupes d'envergure internationale et des presses universitaires.

D -Politique commerciale

16/20 POLITIQUE COMMERCIALE : PRICING

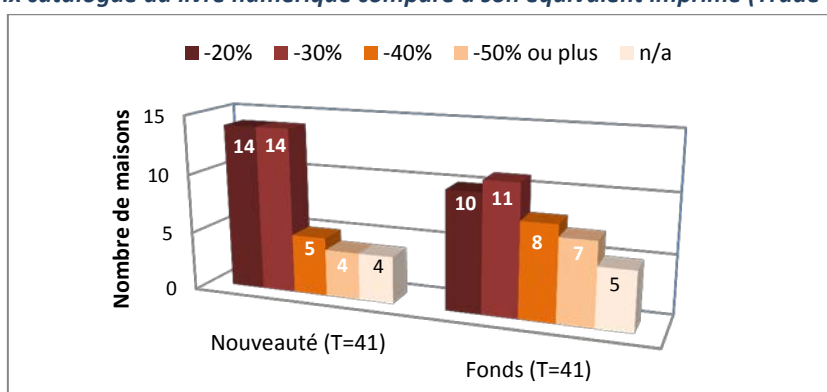
Q.76 ET 77 → PRIX DE VENTE OBSERVÉS

L'étroitesse relative de l'échantillon ne permet pas de donner une analyse fine et représentative du niveau moyen de décote entre le prix du livre imprimé et le prix du livre numérique, d'autant que certaines maisons n'ont pas souhaité communiquer sur leur politique de prix.

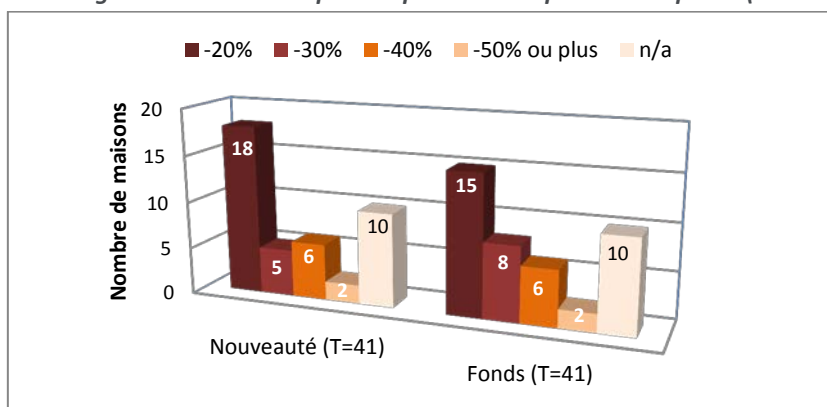
Pour les plus petites ou pour celles ayant peu d'expérience en matière de numérique, il n'est pas certain qu'elles suivent des règles strictes et le questionnaire à choix multiples ne leur permet pas de nuancer leurs réponses.

Les différences de traitement fiscal entre les éditions numériques et papier constituent également un facteur important dans la détermination du prix (dans certains pays, la TVA sur le livre numérique absorbe peu ou prou la décote entre l'édition papier au format poche et l'édition numérique).

76. Prix catalogue du livre numérique comparé à son équivalent imprimé (Trade edition)



76. Prix catalogue du livre numérique comparé à son équivalent imprimé (édition poche)



Q.78 ET 79 → RÔLE DES AGENTS DANS LA FIXATION DU PRIX DE VENTE

En 2011, l'intervention des agents dans la fixation du prix de vente relevait de cas minoritaires. Aujourd'hui, la pratique semble être plus fréquente. 12 maisons d'édition sur 40 (soit 30% de l'échantillon) disent être fréquemment sollicitées par des agents qui souhaitent négocier le différentiel de prix entre l'édition numérique et l'édition au format poche et donc imposer une décote maximale au prix de vente de l'édition numérique.

Sans imposer de limite basse sur le prix de vente, les agents sont également plus actifs qu'auparavant pour négocier la remise maximum accordée aux distributeurs de livres numériques. 12 maisons sur 40 ont déjà été confrontés à cette demande de la part d'agents et 11 l'ont accepté. 3 autres maisons n'ont pas eu à faire face à cette demande mais se disent prêtes à l'accepter si cela devait se produire.

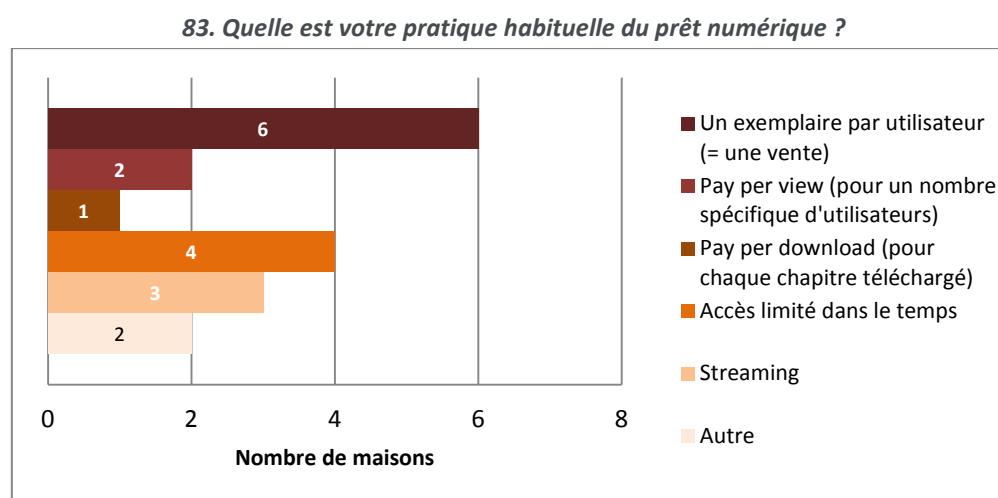
17/20 POLITIQUE COMMERCIALE : PRÊT NUMÉRIQUE

Q.81, 82 ET 83 → LE PRÊT NUMÉRIQUE ET SES MODALITÉS

Alors que cette question n'avait pas été abordée en 2011, la pratique du prêt numérique connaît un réel essor et concerne un quart des maisons interrogées. Les 10 maisons qui ont déjà établi et commercialisé une offre de prêt numérique, l'ont fait en direction des bibliothèques. La plupart d'entre elles sont de grandes maisons d'envergure internationale.

Seule une maison britannique commercialise deux types d'offres : une pour les bibliothèques et une autre destinée aux particuliers par l'intermédiaire d'un distributeur (ex. *Kindle Owner's Lending Library* d'Amazon).

S'il n'est pas encore possible de tirer de conclusions sur les offres commerciales proposées par les maisons d'édition en termes de prêt numérique (l'échantillon de 10 maisons est encore trop restreint), le graphique ci-après donne un premier aperçu des pratiques les plus communes.



(Plusieurs réponses possibles)

18/20 POLITIQUE COMMERCIALE : ESTIMATION DES VENTES

Q.84 ET 85 → ESSOR DES REVENUS TIRÉS DES VENTES NUMÉRIQUES

Lorsque l'on demande aux éditeurs si les revenus de leurs ventes numériques ont augmenté durant les deux dernières années, on obtient, sans surprise, un « oui » majoritaire (32 maisons sur 41). Quelques maisons réservent encore leur réponse car elles n'ont démarré la commercialisation de livres numériques que récemment. Trois maisons seulement estiment que les revenus de leurs ventes numériques sont restés stables sur les deux années écoulées.

L'échantillon disponible ne permet pas de quantifier pour quel type de structure éditoriale (petite, moyenne, grande, presses universitaires, etc.), ou pour quel marché (avancé comme aux États-Unis ou embryonnaire comme en Argentine), les revenus des ventes numériques ont eu le plus fort taux de progression. On constate simplement que pour certaines maisons les revenus ont augmenté, en valeur absolue, de manière exponentielle.

85. Pourcentage d'augmentation des revenus tirés du numérique en deux ans

Pays d'origine de la maison d'édition	% augmentation
États-Unis	2-4%
Espagne - Italie	20%
Japon	30%
Allemagne (x2) - RU - Brésil	50%
Espagne	70%
Allemagne	80%
Allemagne (x2) - Italie	100%
Brésil (x2) - RU - Espagne	200%
Italie - RU - Argentine	300%
RU	500%
Espagne	x 7

Q.86 → « CANNIBALISATION » DES VENTES PAPIER ?

« Vos ventes numériques ont-elles augmenté au détriment des ventes papier ? » : cette question agitait naturellement les maisons rencontrées en 2011, certaines craignant un risque de « cannibalisation » du marché papier. En 2013, sept maisons ont répondu par l'affirmative à cette interrogation. Il est intéressant de noter que pour chacun des pays représenté (États-Unis, Allemagne, Japon, Brésil, Italie), ces réponses positives émanent de maisons d'édition de très grande taille.

19/20 POLITIQUE COMMERCIALE : PROMOTION

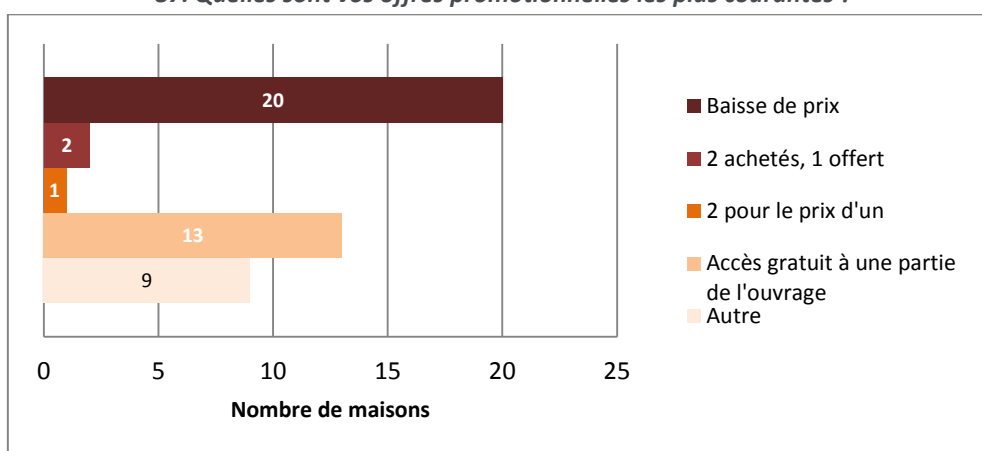
Q.87 ET 88 → MODALITÉS ET FRÉQUENCE DES OFFRES PROMOTIONNELLES

Si leur législation nationale le leur permet, il a été demandé aux maisons d'édition quels types d'opérations promotionnelles elles proposaient.

Toutes n'ont pas répondu à cette question, et en particulier les maisons argentines et certaines petites maisons brésiliennes, du fait de leur manque d'expérience en la matière.

Quant aux autres, la baisse des prix est citée comme le premier levier d'action pour promouvoir les livres numériques. Donner au lecteur la possibilité d'accéder gratuitement à une partie de l'ouvrage vient en deuxième intention. Les maisons sondées semblent, en revanche, moins familières des offres commerciales du type « 2 achetés, 1 offert », ou « deux pour le prix d'un ». D'autres pratiques ont été citées comme la possibilité d'avoir gratuitement le premier livre d'une série si l'on achète le second volume de cette même série, des journées spéciales « téléchargement gratuit », des promotions thématiques (qui se traduisent par une baisse du prix).

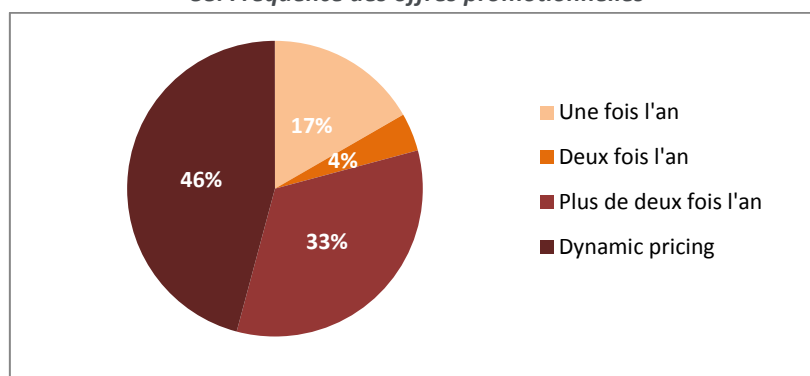
87. Quelles sont vos offres promotionnelles les plus courantes ?



(Plusieurs réponses possibles)

Hormis pour un petit groupe de maisons d'édition qui propose des offres promotionnelles au maximum une à deux fois l'an, pour la majorité des maisons sondées, les offres et promotions font partie intégrante de leur politique commerciale. La plupart d'entre elles ont d'ailleurs adopté une politique de tarification dynamique, les outils électroniques leur permettant de changer leurs prix pratiquement en temps réel. Cette très grande flexibilité dans la fixation des prix laisse supposer que les offres promotionnelles sur les livres numériques n'obéissent pas forcément à une saisonnalité particulière.

88. Fréquence des offres promotionnelles



(25 réponses)

Q.89 → ROYALTIES ET OFFRES PROMOTIONNELLES

Les offres promotionnelles impactant principalement le prix de vente du livre numérique, il a été demandé aux maisons d'édition comment leur comptabilité auteur intégrait ces variations.

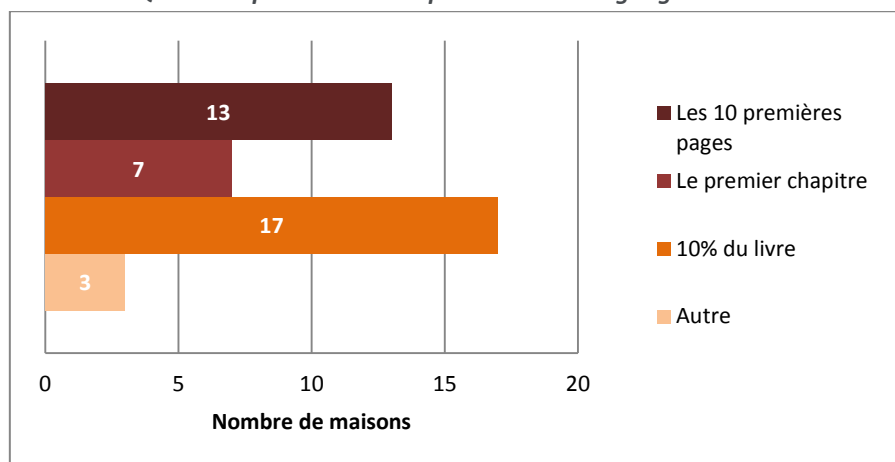
Pour la majorité des maisons qui se sont prononcées, la réponse est claire : les royalties sont payées sur les sommes nettes reçues uniquement. En d'autres termes, le pourcentage de royalties ne change pas, quand bien même le revenu net varierait (en l'occurrence à la baisse).

Deux maisons allemandes ont eu des réponses plus nuancées. La première a indiqué qu'elle payait les royalties selon ce qui avait été décidé dans le contrat (mais sans plus entrer dans le détail des possibilités). La seconde a précisé que ce point devait toujours être discuté avec l'auteur au moment de la signature du contrat. Elle indique que ses auteurs reçoivent généralement 25% de la somme nette basée sur le prix le moins cher. D'autre part, si la maison offre un livre numérique gratuitement pour une courte période, les auteurs doivent donner leur accord à l'avance et ils ne perçoivent pas de rémunération.

Q.90 → ACCÈS GRATUIT

Le format numérique offre des voies novatrices en termes de marketing, comme la possibilité de proposer aux lecteurs de télécharger gratuitement une partie de l'ouvrage. Alors qu'en 2011 cet outil promotionnel était l'apanage des grandes maisons d'édition, à peu près toutes les maisons interrogées y ont désormais recours.

90. Qu'est-ce que vos lecteurs peuvent télécharger gratuitement ?

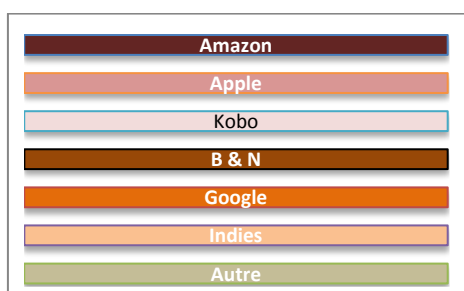


(Plusieurs réponses possibles)

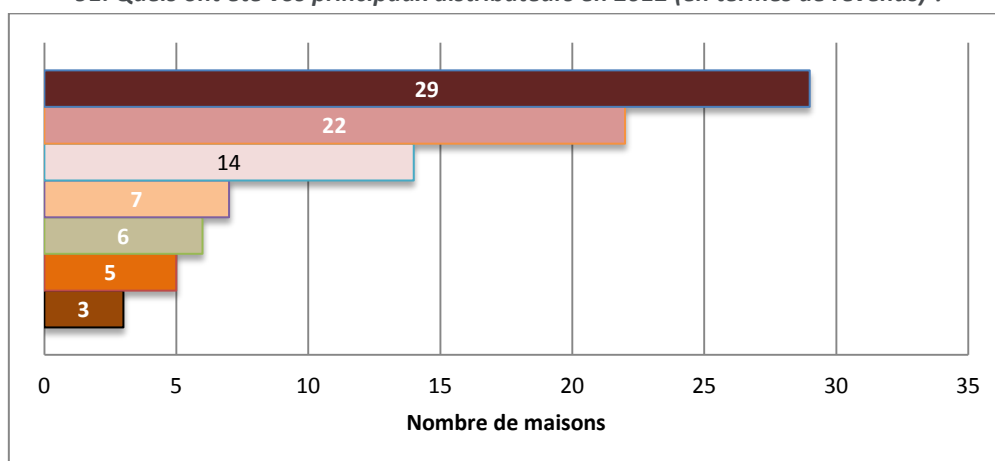
20/20 POLITIQUE COMMERCIALE : DISTRIBUTEURS

La dernière question posée aux maisons d'édition avait pour objectif d'identifier les principaux acteurs de la distribution de livres numériques. En leur laissant la possibilité de sélectionner plusieurs choix, il a été demandé aux maisons d'édition quels avaient été leurs principaux distributeurs en 2012 (en termes de revenus).

Le classement fait apparaître en trio de tête Amazon, Apple et Kobo. Une présentation des résultats par pays, montre un éventail plus coloré, mais compte-tenu de l'étroitesse de l'échantillon, il n'est pas possible d'en tirer de conclusions statistiques.

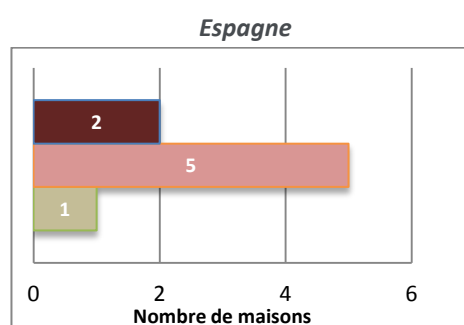
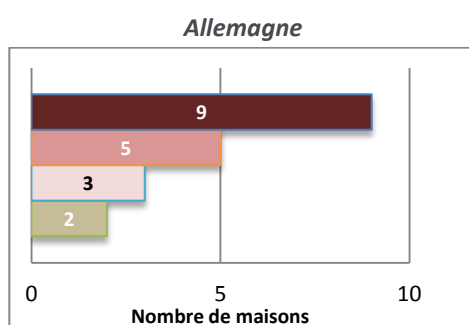


91. Quels ont été vos principaux distributeurs en 2012 (en termes de revenus) ?

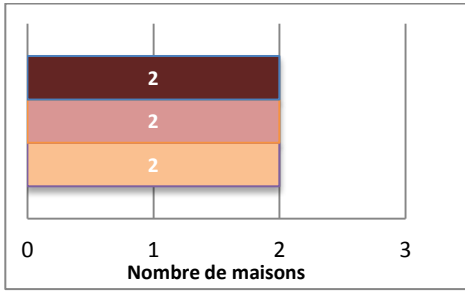


(Plusieurs réponses possibles)

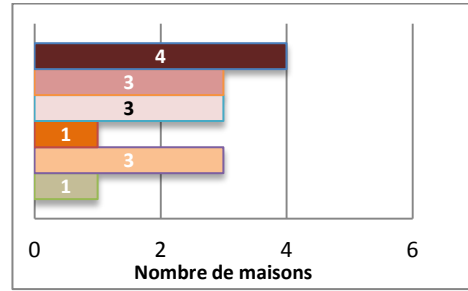
91 bis. Classement des réponses par pays.



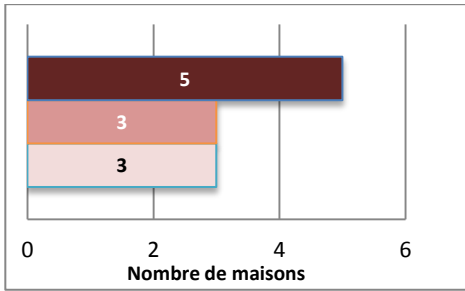
Italie



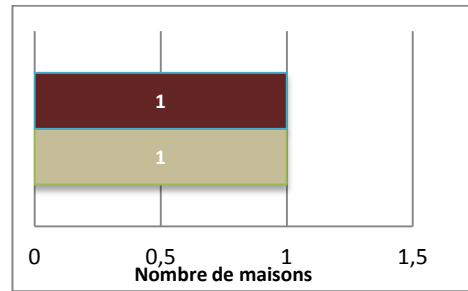
Brésil



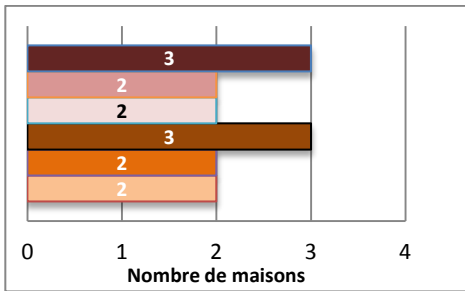
Royaume-Uni



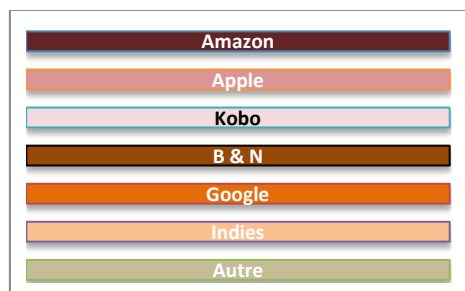
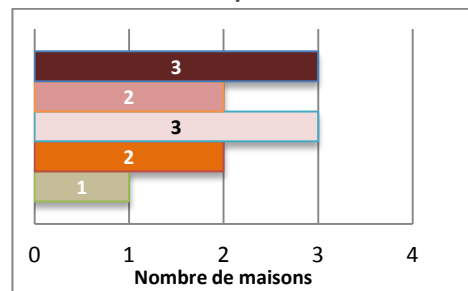
Argentine



États-Unis



Japon



*Cession de droits numériques
en traduction*

Synthèse

DES PRATIQUES QUI SE SYSTÉMATISENT

RÉDACTION DU CONTRAT

- Il arrive que la cession des droits numériques de traduction fasse l'objet d'un contrat séparé par rapport aux droits papier. Dans ce cas, elle se fait systématiquement auprès de l'éditeur qui a déjà acquis les droits papier (et non auprès d'un éditeur tiers).
- Les droits numériques de traduction sont généralement cédés pour des durées identiques aux droits papier.
- Le principe d'une clause de révision se systématise dans les négociations.

RÉMUNÉRATION

- Concernant la rémunération de l'éditeur cessionnaire, l'application d'un taux compris entre 21 et 25%, assis sur la somme nette perçue par l'éditeur étranger, semble être une pratique largement répandue.

DES PRATIQUES QUI ÉMERGENT

RÉMUNÉRATION

- Certaines maisons (américaines et japonaises notamment) demandent la mise en place de rémunérations par paliers.
- Les demandes d'à-valoir spécifiques pour les ventes numériques existent mais sont rares.
- La moitié des maisons sondées demandent à recevoir des relevés de comptes séparés pour les ventes numériques.

DES PRATIQUES QUI SE CHERCHENT

RÉDACTION DU CONTRAT

- La cession simultanée des droits numériques avec les droits papier se fait souvent au cas par cas.
- Pour diverses raisons (notamment d'ordre financier : pas d'accord trouvé sur le montant des royalties), plusieurs éditeurs ou agents ont déjà refusé de céder les droits numériques de traduction.
- La définition d'un ouvrage « épuisé » dans le contexte du numérique n'est pas harmonisée.
- La gestion des territoires dans un contexte de dématérialisation pose encore problème pour les titres en langue anglaise, espagnole ou portugaise.
- Les pratiques d'envoi de justificatifs de parution ne sont pas standardisées.

RÉMUNÉRATION

- Aucune pratique homogène ne semble émerger en termes de calcul de la rémunération de l'auteur dans les cas de ventes spéciales, de prêt numérique à un particulier ou de prêt à une bibliothèque.
-

1/10 QUALIFICATION DE L'ÉCHANTILLON

Q.1 À 7 → PROFIL DES MAISONS D'ÉDITION, AGENCES ET PERSONNES SONDEES

31 professionnels du livre ont répondu au questionnaire sur les cessions de droits numériques en traduction. Ils ont complété le questionnaire dans sa totalité (42 questions).

Parmi eux, 27 travaillent au sein d'une maison d'édition et 4 dirigent une agence littéraire (2 au Royaume-Uni, un en Allemagne, un aux États-Unis).

18 professionnels travaillent au sein d'une structure qui publie principalement du livre de texte et 10 au sein d'une structure qui publie principalement des livres illustrés.

Identification des participants

Pays	Type de publication	Fonction au sein de l'entreprise (transcription littérale des réponses)
Argentine	Texte	President
Argentine	Texte	Editor
Brésil	Texte	Editorial Director
Brésil	Texte	Executive Publisher
Brésil	Illustré	Manager
Royaume-Uni	Texte	International Rights Manager
Royaume-Uni	Texte	Foreign Rights Director
Royaume-Uni	Texte	Managing Director
Royaume-Uni	Texte	Managing Director / Literary Agent
Royaume-Uni	Texte	Publisher At Large
Royaume-Uni	Texte	Digital Rights Manager
Allemagne	Illustré	International Sales Director
Allemagne	Texte	Manager Foreign Rights
Allemagne	Texte	Editor
Allemagne	Illustré	Rights Agent
Allemagne	Illustré	Rights Director
Allemagne	Illustré	Foreign Rights Manager
Allemagne	Illustré	Rights Director
Italie	Texte	Director rights and acquisitions
Italie	n/a	Rights & Acquisitions Director
Japon	Illustré	General manager
Japon	Texte	VP & Board Member
Japon	Illustré	Senior Manager
Japon	n/a	Digital division chief
Espagne	Texte	Foreign Rights
Espagne	Illustré	Digital content manager
Espagne	Illustré	Publishing director
États-Unis	Illustré	VP, Director of Subsidiary Rights
États-Unis	n/a	President and owner
États-Unis	Texte	Rights Director
États-Unis	Texte	Rights Director

A - Rédaction du contrat

2/10 RÉDACTION DU CONTRAT

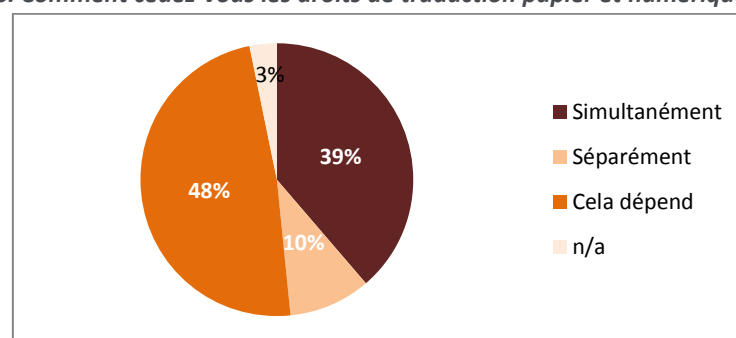
Q.8 → CESSION DES DROITS DE TRADUCTION PAPIER ET NUMÉRIQUES

La première question posée aux maisons d'édition et aux agences portait sur leur pratique. Lorsqu'elles sont en charge des droits de traduction d'un ouvrage, il leur a été demandé si elles cédaient les droits papier et les droits numériques en même temps ou séparément.

Douze maisons sur 31 ont répondu qu'elles cédaient d'office, les droits papier et les droits numériques en même temps, tandis qu'elles étaient au nombre de trois (deux japonaises et une allemande) à céder systématiquement les droits papier et les droits numériques séparément.

En revanche, une bonne moitié des maisons et agences sondées ont montré qu'elles n'avaient pas de pratiques strictes et prédéfinies mais qu'elles adaptaient leur décision au cas par cas.

8. Comment cédez-vous les droits de traduction papier et numériques?



(31 réponses)

Pour plusieurs maisons d'édition et agences (dont deux grands groupes d'envergure internationale), la cession des droits de traduction se fait, par défaut, pour la version papier uniquement. Elle est étendue à la version numérique seulement si l'acquéreur en fait la demande explicite.

Certaines maisons soulignent que leur politique en matière de cessions est différente selon qu'il s'agit d'un livre de texte ou d'un livre illustré. Dans le premier cas, la cession papier/numérique est généralement faite de manière simultanée. En revanche, pour les livres illustrés, les modalités sont plus complexes et la cession des droits numériques se fait séparément.

Une agence britannique souligne que concernant les pays d'Asie, les droits de traduction papier et numérique sont souvent cédés séparément.

Une autre agence, britannique elle aussi, opère une distinction entre les nouveautés et les titres plus anciens. Elle explique qu'en général, pour une nouveauté, elle cède les droits papier et les

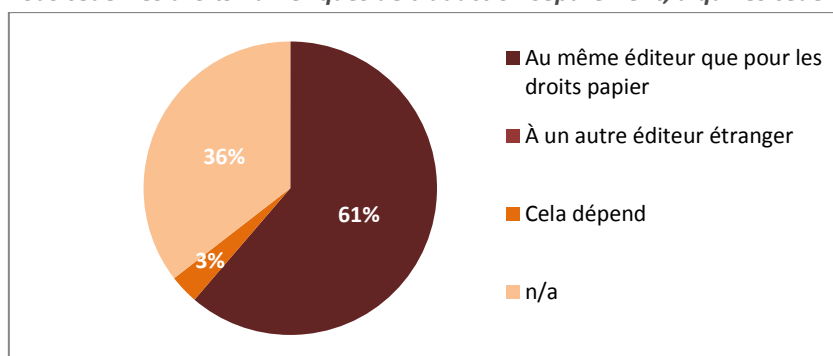
droits numériques dans le même contrat. En revanche, il lui arrive de recevoir des demandes d'éditeurs souhaitant céder uniquement les droits numériques lorsque les droits papier ont été cédés et ont expiré et lorsqu'il n'y a désormais plus ou peu de demande pour l'édition papier. Elle cède également les droits numériques séparément sur des titres où les droits papier ont été vendus il y a plusieurs années (la licence est toujours valide) et l'éditeur souhaite produire un livre numérique.

Q.10 ET 11 → CESSION DE MANIÈRE SÉPARÉE : MODALITÉS

S'il est arrivé à certaines maisons d'édition et agences de céder les droits numériques de traduction séparément, toutes l'ont fait auprès de l'éditeur qui avait déjà acquis les droits papier. Pour le moment aucune d'entre elles n'a encore cédé les droits de traduction numériques à un éditeur étranger différent de celui qui détient les droits papier.

Ceci étant, une agence britannique explique que, même si elle ne l'a pas encore mis en pratique, elle se garde la possibilité de céder les droits numériques à éditeur étranger différent de celui à qui elle cède les droits papier – notamment si ce dernier ne publie pas encore de livres numériques. Elle estime en effet, qu'elle perdrait trop d'argent si elle donnait l'autorisation à l'éditeur étranger d'accorder une sous-licence pour les droits numériques à un éditeur tiers (avec un partage des gains à 50/50).

10. Si vous cédez les droits numériques de traduction séparément, à qui les cédez-vous ?

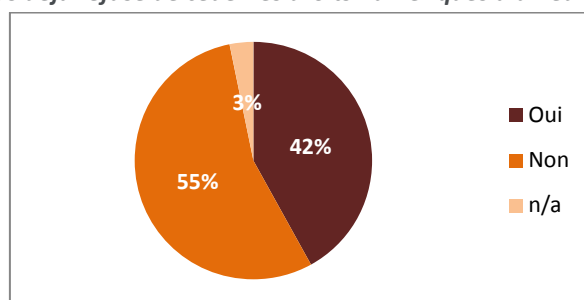


(31 réponses)

Q.12 ET 13 → REFUS DE CÉDER LES DROITS NUMÉRIQUES

Le fait de refuser de céder les droits numériques de traduction ne semble pas relever de l'exception. En effet, l'enquête montre qu'il est déjà arrivé à 13 maisons d'édition ou agences sur 31 de refuser de céder les droits numériques de traduction à un éditeur étranger, ce qui représente presque une moitié de l'échantillon.

12. Avez-vous déjà refusé de céder les droits numériques à un éditeur étranger?



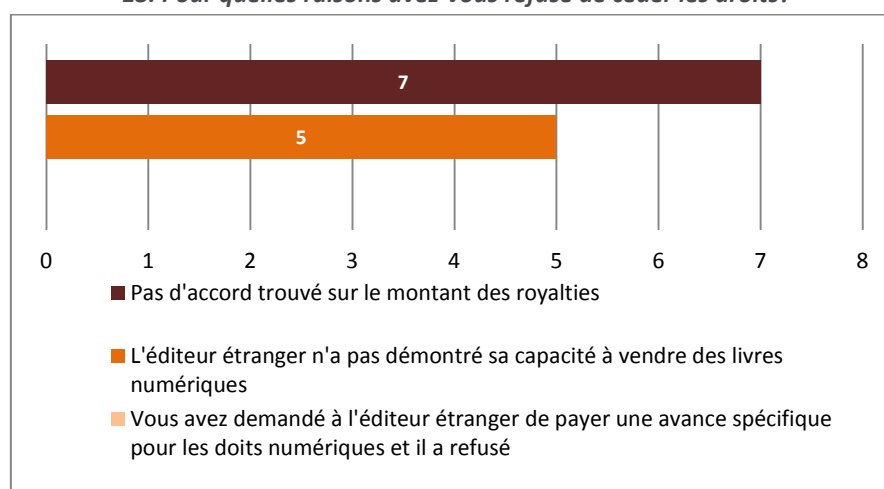
(31 réponses)

En cas de refus, la principale raison invoquée est d'ordre financier : cessionnaire et acquéreur n'ont pas réussi à trouver un accord sur le montant des royalties.

Une agence américaine détaille sa réponse en expliquant que si les taux de royalties proposés par l'éditeur étranger ne sont pas en ligne avec les standards de l'industrie (et donc inéquitables pour l'auteur), elle peut leur céder une option sur les droits numériques jusqu'à trouver un accord.

Parmi les autres raisons de refus, une agence cite le cas où c'est l'auteur / l'illustrateur qui avait refusé de céder ses droits numériques à son éditeur (dans sa langue originale). Un éditeur allemand cite également un cas où il a refusé de céder les droits numériques de traduction car l'ouvrage était illustré de bout en bout.

13. Pour quelles raisons avez-vous refusé de céder les droits?



(Plusieurs réponses possibles)

3/10 LA DURÉE D'EXPLOITATION DES DROITS NUMÉRIQUES ET LA CLAUSE DE RÉEXAMEN OU DE « RENDEZ-VOUS »

Compte-tenu des incertitudes sur les modalités de développement du marché numérique, il semblerait que les professionnels du livre s'obligent à ne pas se lier d'une manière trop rigide ou qui deviendrait vite caduque. Les possibilités de limiter la durée des cessions ou de renégocier les termes du contrat après quelques années sont donc de plus en plus fréquentes.

Q.14 → DURÉE IDENTIQUE AUX DROITS PAPIER OU DURÉE LIMITÉE ?

23 maisons ou agences sur 31 (74%) cèdent les droits de traduction pour des durées identiques qu'il s'agisse de la version papier ou numérique.

Le dernier quart ne cède pas les droits numériques pour la même durée que les droits papier. Il s'agit notamment de 3 maisons d'édition japonaises (sur les quatre sondées), d'une agence de droits allemande et de trois maisons (espagnole, italienne et britannique).

Q.15 ET 16 → LA CLAUSE DE « RÉEXAMEN » EN PRATIQUE

À défaut d'une limitation dans le temps de la cession des droits numériques de traduction, le principe d'une clause de « rendez-vous » ou de « réexamen » semble en passe de devenir la norme dans la rédaction des contrats. En effet, 24 maisons ou agences (77%) affirment inclure la possibilité de renégocier les clauses pour l'exploitation numérique – passé un certain nombre d'années.

Parmi les maisons et agences qui incluent cette clause, 15 d'entre elles le font de manière systématique et les 9 autres de manière occasionnelle.

En pratique, cette clause n'est pas anecdotique puisqu'il y a déjà 6 maisons ou agences sur 31 (soit 19%) qui ont, dans les faits, déjà renégocié les termes pour la partie numérique (trois au Royaume-Uni, une aux États-Unis, une en Allemagne et une au Japon).

Q.17 → CONSÉQUENCES EN CAS DE DÉSACCORD

À l'occasion d'une renégociation et en cas de désaccord avec le partenaire étranger, la tendance qui se dégage majoritairement chez les maisons et agences sondées est de dire que si la renégociation n'aboutissait pas, ils envisageraient une rupture de la partie numérique du contrat uniquement. À l'exception notable de deux maisons japonaise pour lesquelles un échec de la renégociation engendrerait la rupture totale du contrat (papier et numérique).

4/10 FIN DU CONTRAT, RÉTROCESSION DES DROITS ET NOTION D'OUVRAGE « ÉPUISE »

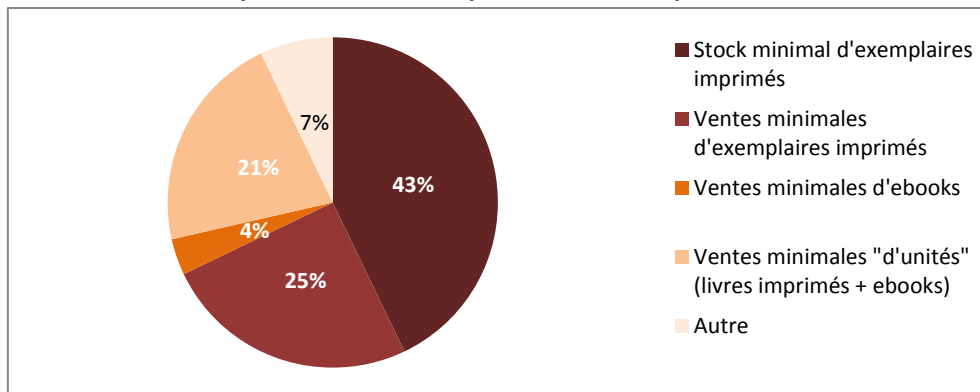
Dès lors qu'une version numérique de l'œuvre existe, se pose la question de la définition d'un livre « épuisé ».

Q.18 → Les réponses à cette question montrent que les pratiques ne sont pas encore installées et qu'il ne se dégage pas, pour le moment, de tendance propre à chaque pays.

Il est intéressant de constater que 12 maisons d'édition ou agences sur 28 restent attachées à la notion d'épuisement des exemplaires imprimés pour ouvrir droit à la rétrocession des droits.

Ce qui est nouveau, c'est le nombre de maisons pour lesquelles l'indicateur qui ouvre droit à restitution est celui des ventes d'exemplaires papier, d'exemplaires numériques ou carrément « d'unités » (exemplaires imprimés et numériques).

18. Si dans vos contrats, les droits sont restitués si l'ouvrage est épuisé, comment définissez-vous « épuisé » maintenant que le livre numérique existe ?



(28 réponses)

Q.19 ET 20 → MODALITÉS DE RÉSILIATION ET PREUVE

Dans le cas où le contrat de cession des droits numériques de traduction se termine, 22 maisons ou agences sur 31 ont répondu qu'elles ne demandaient pas à leur partenaire étranger la destruction du fichier source.

6 maisons ont répondu le contraire, dont notamment les quatre maisons d'édition japonaises interrogées et deux grandes maisons allemande et britannique.

Ces maisons reconnaissent toutefois qu'il est difficile d'obtenir une preuve de la destruction et insistent sur la nécessaire confiance à avoir avec le partenaire étranger.

5/10 TERRITOIRES DE LA CESSION

Q.21 → Le numérique ouvrant la brèche de la déterritorialisation du marché de l'édition, il a été demandé aux agences et aux maisons d'édition de quelle manière elles s'assuraient que les livres numériques dont elles avaient cédé les droits de traduction étaient vendus uniquement sur les territoires assignés par contrat.

La majorité d'entre elles ont reconnu qu'il y avait peu de moyens de vérifier et qu'elles s'en remettaient à la bonne foi de l'acheteur et à son honnêteté.

Hormis la confiance en leurs partenaires étrangers, plusieurs maisons d'édition ont également expliqué que pour certaines langues (le français notamment), elles cédaient les droits pour le monde entier – ce qui règle le problème.

La question des territoires se pose avec acuité pour les cessions en langue anglaise, espagnole ou portugaise. Une grande maison britannique explique qu'elle dispose d'un département des droits et de l'export qui a pour mission de surveiller que les ouvrages traduits sont bien vendus sur les territoires assignés (ce qui leur permet, à l'occasion de repérer les copies pirates).

Une agence de droits britannique, pour sa part, explique que lorsqu'elle cède des droits sur des territoires définis (Brésil ou Portugal pour la langue portugaise par exemple), elle surveille les grands distributeurs en ligne pour s'assurer qu'il n'y a pas d'abus.

Q.22 → Dans quelle mesure l'existence des livres numériques a-t-elle affecté votre processus de décision sur le périmètre géographique des droits à céder ?

Concernant la question des territoires, étonnamment, la majorité des maisons d'édition et agences interrogées se disent peu affectées par l'impact du numérique dans leur politique de cessions de droits. Sans doute cette épineuse question est-elle évacuée (ou peu prise en compte) du fait de la part encore embryonnaire des cessions numériques dans leur activité, ou parce qu'elles calquent, pour le moment, les territoires des cessions numériques sur ceux des cessions papier.

Ceci étant, pour quatre grandes maisons ou groupes d'édition de l'échantillon, la question est loin d'être anodine et ce sont les seuls à avoir répondu de manière plus détaillée.

L'entité britannique précise qu'elle définit aussi précisément que possible les territoires de cession. L'entité américaine explique que parfois, elle produit sa propre édition en espagnol et limite les territoires de l'acquéreur. L'entité italienne insiste sur le fait que les territoires cédés pour la langue anglaise dépendent de l'avance proposée. Quant au groupe japonais, il se dit « très » affecté par cette question des territoires mais n'entre pas dans le détail.

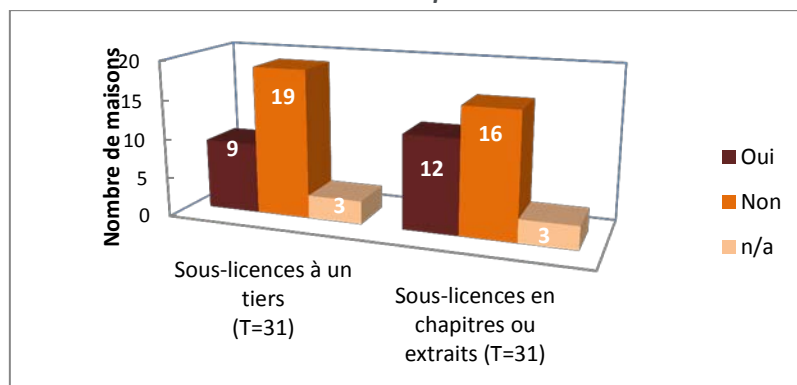
6/10 SOUS-LICENCES

Q.23 ET 24 → **SOUS-LICENCES : À UN ÉDITEUR TIERS, PAR CHAPITRES OU EXTRAITS**

9 maisons et agences sur 28, lorsqu'elles cèdent les droits numériques de traduction, accordent également à leur acquéreur la possibilité de sous-licencier les droits numériques à un tiers sur leur marché domestique.

12 maisons et agences sur 28 ont également affirmé qu'elles autorisaient leur acquéreur à accorder une sous-licence sur les droits numériques d'extraits ou de chapitres de l'œuvre sur le marché domestique.

23 et 24. Autorisez-vous votre acheteur à « sous-licencier » les droits numériques sur son marché domestique ?



7/10 JUSTIFICATIFS DE PARUTION, EXEMPLAIRES GRATUITS

Q.25 ET 26 → ENVOI D'UN JUSTIFICATIF DE PARUTION

Une fois que livre numérique en langue étrangère a été publié, les maisons d'édition et agences qui en ont cédé les droits peuvent demander un justificatif de parution.

Certaines se contentent de recevoir un exemplaire de la version papier et ne demandent pas encore systématiquement d'exemplaire numérique.

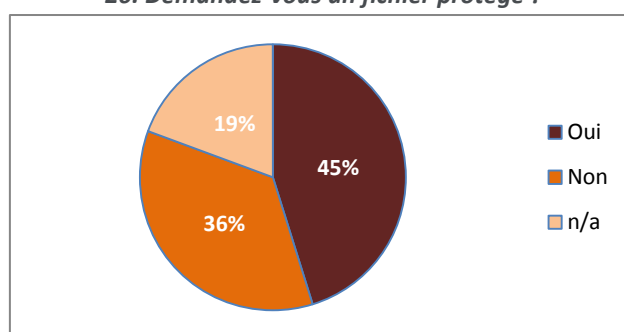
D'autres demandent à recevoir le fichier ePub, ou demandent à recevoir un ou plusieurs « vouchers » pour télécharger le livre sur une librairie en ligne ou directement sur le site de l'éditeur étranger.

Plusieurs maisons ont indiqué être assez insatisfaites de ces procédures (principalement parce que les liens pour télécharger l'ouvrage gratuitement ne fonctionnaient pas).

Q.26 → PROTECTION DES ENVOIS

Lorsque les maisons d'édition ou agences demandent à recevoir un justificatif de parution, moins de la moitié d'entre elles demandent que le fichier envoyé soit protégé.

26. Demandez-vous un fichier protégé ?



(31 réponses)

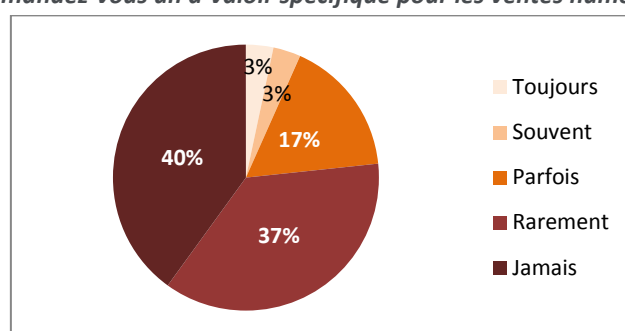
B - Rémunération

8/10 RÉMUNÉRATIONS : AVANCES ET ROYALTIES

Q.27 → À-VALOIR SUR LES VENTES NUMÉRIQUES

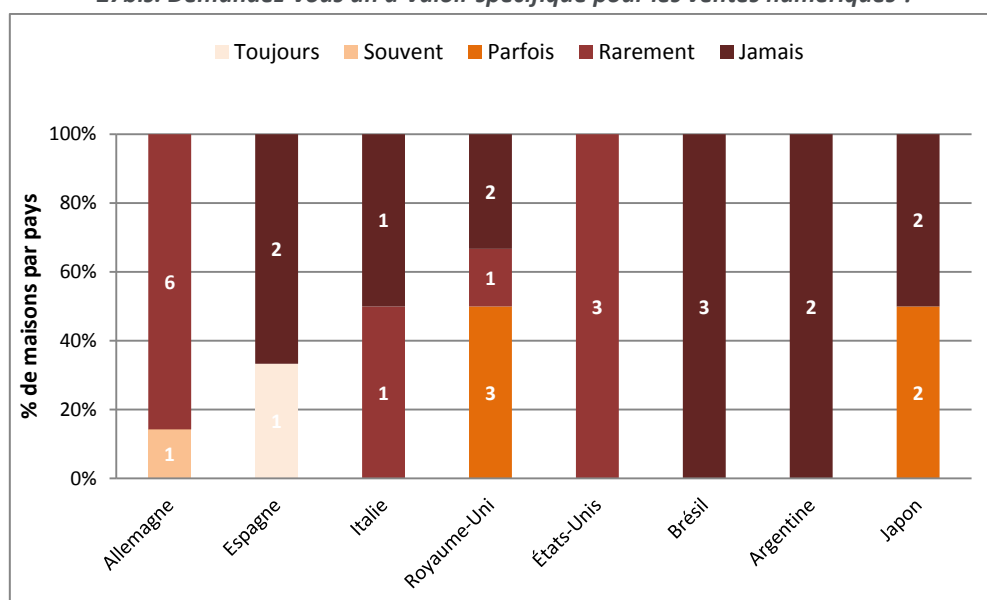
À l'heure actuelle, les maisons et agences interrogées n'ont pas pour pratique de demander une avance spécifique sur les ventes numériques (une seule maison espagnole dit le faire systématiquement).

27. Demandez-vous un à-valoir spécifique pour les ventes numériques ?



(30 réponses)

27bis. Demandez-vous un à-valoir spécifique pour les ventes numériques ?

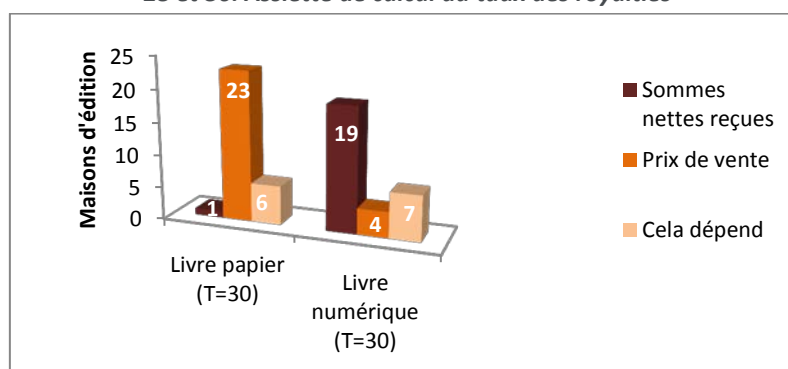


(30 réponses)

Q.28.29.30.31 → ASSIETTE DE CALCUL DU TAUX DES ROYALTIES

Alors que le taux de rémunération pour la cession des droits papier est généralement assis sur le prix public hors taxe (23 sondés sur 30), dans le cas de la cession des droits numériques, ce taux est généralement calculé sur la somme nette perçue (19 sondés sur 30).

28 et 30. Assiette de calcul du taux des royalties



Q.32 → DÉFINITION DES SOMMES NETTES REÇUES

Si, au premier abord, la définition de la somme nette reçue semble recouvrir des périmètres différents, elle est en réalité assez consensuelle (chiffre d'affaires de l'éditeur, net de commissions).

Chacune des personnes interrogées a défini le périmètre des sommes nettes reçues tel qu'il est en usage au sein de la maison d'édition ou de l'agence. En voici un florilège :

Brésil	Recettes brutes moins les coûts de distribution
	Montant reçu après les taxes, les commissions et/ou les remises
	Ce que l'éditeur reçoit après avoir payé le pourcentage de commission du détaillant et les charges du distributeur s'il y fait appel.
Royaume-Uni	« Sommes nettes reçues » devrait signifier les sommes brutes payées à l'éditeur moins la TVA ou tout autre taxe obligatoire prélevée par le gouvernement pour la vente de licences à l'utilisateur final d'une édition numérique de l'ouvrage.
	Les recettes signifient les sommes d'argent payées à l'éditeur par ses clients selon la facturation nette sur les ventes excluant la TVA et moins les remises.
Allemagne	Les recettes signifient les sommes d'argent payées à l'éditeur par ses clients selon la facturation nette sur les ventes excluant la TVA et moins les remises. Ces remises et rabais ne doivent pas dépasser 50% (cinquante pour cent) du prix de vente conseillé moins la TVA.
	Prix catalogue moins la TVA moins les coûts
	Prix de vente moins la TVA moins les remises/commissions des plateformes (ce que l'éditeur étranger reçoit sur son compte en banque).
	Prix catalogue moins la TVA et les remises
	Prix éditeur: prix de vente - la TVA - les remises

	Sommes nettes reçues = prix de vente - la TVA - les remises
Italie	$\frac{\text{Prix catalogue moins la TVA (si applicable) moins les remises distributeurs avec un maximum de 30% (jusqu'à 50%)}}{\text{Le prix du téléchargement, moins la TVA, moins le pourcentage de commission de l'e-distributeur}}$
Japon	Encore difficile à définir, nécessite plus de discussion
Espagne	Le montant reçu par l'éditeur après taxes et remises.
États-Unis	La somme reçue par l'éditeur après avoir déduit les coûts facturés par les vendeurs-tiers

Le périmètre de ce que les éditeurs et agents définissent comme somme nette est variable selon les pays ou selon les maisons d'édition. On sait également que les contextes fiscaux nationaux et les taux d'imposition sont très variables selon les pays ce qui affecte logiquement le montant absolu des droits perçus sur les ventes numériques à l'étranger.

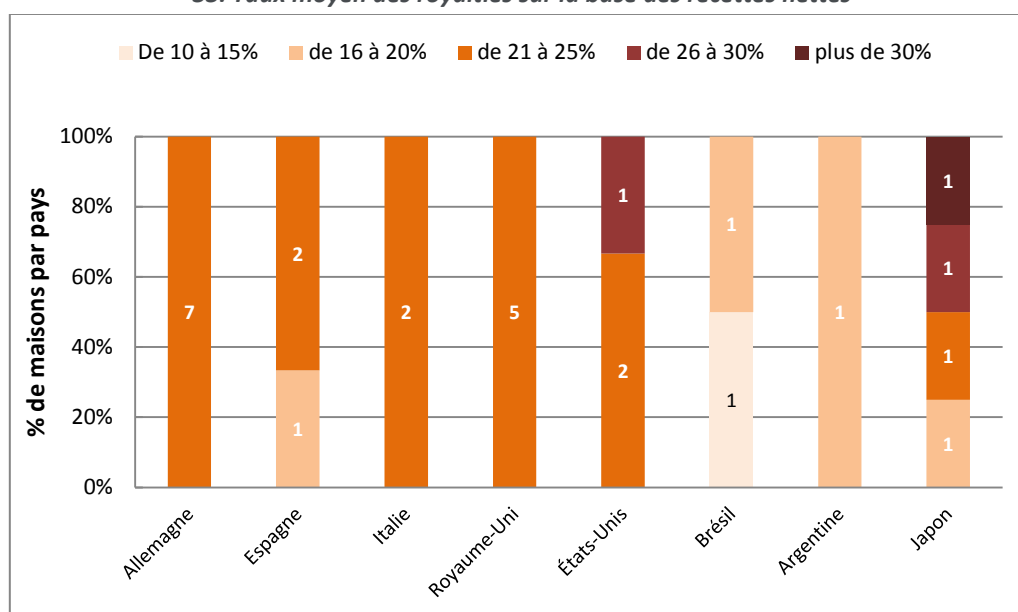
Q.33 → TAUX MOYEN DES ROYALTIES

Concernant la rémunération de l'éditeur suite à la vente des droits numériques de traduction d'un ouvrage, l'application d'un taux compris entre 21 et 25%, assis sur la somme nette perçue par l'éditeur, semble être une pratique répandue.

Certaines presses universitaires ou maisons de petite taille brésiliennes et argentines, ayant peu d'expérience dans la cession de droits numériques étrangers, demandent des taux plus bas, compris entre 10 et 20%.

Hormis aux États-Unis et au Japon (où les pratiques, sur cet échantillon, ne sont pas uniformes), aucune maison ou agence sondée, ne demande un taux de royalties supérieur à 25%.

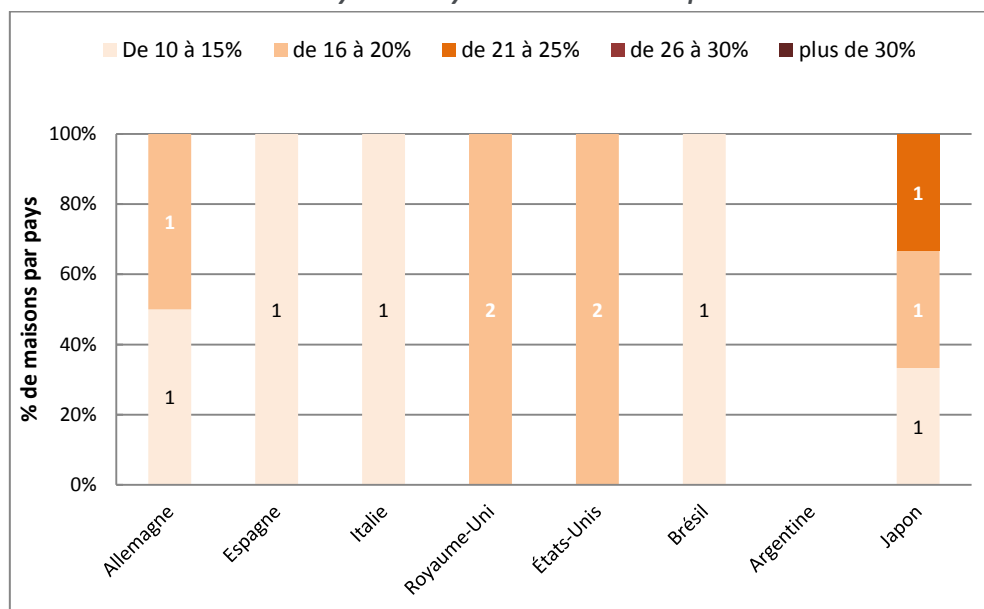
33. Taux moyen des royalties sur la base des recettes nettes



(27 réponses)

Si la majorité des maisons d'édition et des agences assoient l'assiette des taux de leur rémunération sur les recettes nettes, certaines demandent toutefois une rémunération sur le prix de vente du livre numérique, ou prix au « téléchargement ». Les taux sont alors généralement compris entre 10 et 15%, parfois entre 16 et 20%, plus rarement entre 21 et 25%.

33 bis. Taux moyen des royalties sur la base du prix de vente*



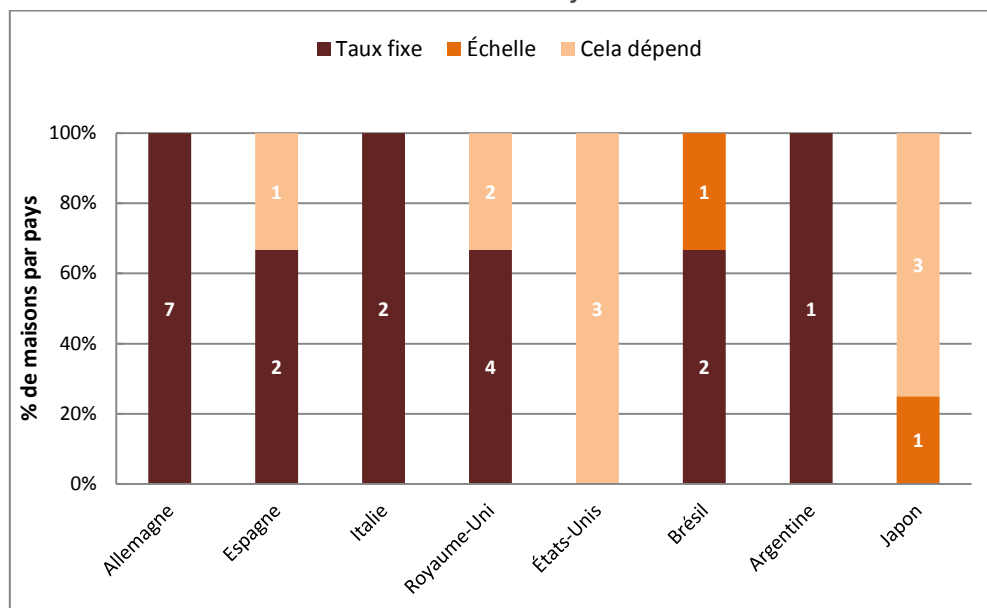
*(sur la base de 12 réponses uniquement)

Q. 34 → LE POURCENTAGE EST-IL FIXE OU VARIABLE (SELON UNE ÉCHELLE PROPORTIONNELLE AUX VENTES).

Sans doute en raison de ventes encore trop limitées pour justifier d'une rémunération par paliers, 18 maisons/agences sur 29 (62%) demandent un taux de rémunération fixe lorsqu'elles vendent les droits numériques pour une traduction en langue étrangère.

Les maisons d'édition américaines et japonaises sont parmi celles qui demandent le plus fréquemment soit une rémunération fixe, soit une rémunération en fonction des ventes. Ce sont aussi celles où le marché des ventes de droits numériques de traduction est le plus mature.

34. Taux de rémunération fixe ou échelle



(29 réponses)

Q.35 ET 36 → BAISSÉ DES ROYALTIES DANS LE CAS DE LIVRES NUMÉRIQUES ENRICHIS ?

Les maisons d'édition et les agences demandent-elles des taux de rémunération différents lorsqu'elles cèdent des livres numériques enrichis ?

Onze maisons d'édition sur les 31 interrogées n'ont pas répondu à cette question, sans doute parce qu'elles n'ont probablement jamais cédé les droits numériques de traduction d'un titre enrichi.

Parmi les 20 maisons ou agences qui ont cédé les droits numériques de traduction de livres enrichis, 17 demandent des taux de rémunération identiques à ceux d'une production homothétique.

Trois entités (une agence allemande spécialisée dans le livre illustré, une maison brésilienne et une autre britannique) ont signalé qu'elles modifieraient le taux des royalties dans le cas de livres numériques enrichis – qu'il s'agisse d'un contenu enrichi qu'elles ont elles-mêmes produit ou d'un contenu enrichi produit par celui qui acquiert les droits. Ces entités n'ont toutefois pas précisé selon quelles modalités elles modifieraient leur taux de rémunération.

Q.37, 38 ET 39 → CALCUL DE LA RÉMUNÉRATION DE L'AUTEUR DANS LE CAS DE VENTES SPÉCIALES, DE PRÊT DU LIVRE NUMÉRIQUE À UN PARTICULIER OU DE PRÊT À UNE BIBLIOTHÈQUE.

Il existe plusieurs cas où le mode de calcul des royalties se complexifie. Par exemple, comment calculer les royalties lorsque le livre numérique en langue étrangère sera mis en ligne sur une plateforme d'abonnement proposant un « bouquet » d'œuvres, ou dans le cas de ventes spéciales (par exemple ventes couplées livre papier / livre numérique) ? Qu'en est-il également dans le cas du prêt numérique à un particulier ou à une bibliothèque ?

Cette question a soulevé un fort taux de non-réponse (64%) et parmi les maisons ou agences qui ont accepté de répondre, plusieurs ont indiqué qu'il était encore trop tôt pour se prononcer et qu'elles n'avaient pas encore expérimenté ce type de commercialisation.

Parmi les rares réponses, on peut identifier les suivantes :

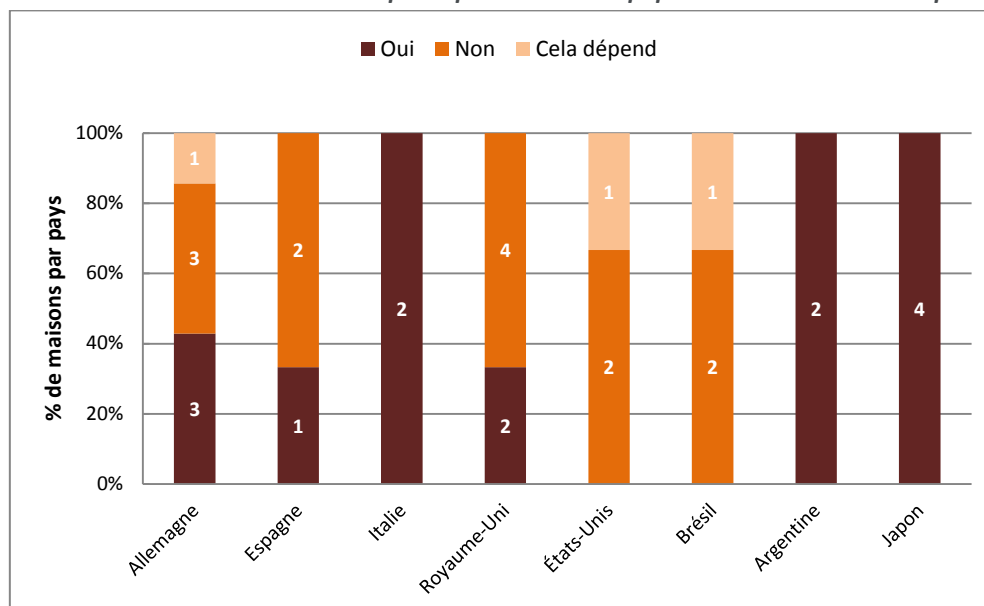
- Une maison britannique décide au cas par cas pour les ventes spéciales et demande une rémunération comprise entre 15% et 25% des sommes nettes reçues pour le prêt en bibliothèque.
- Une maison allemande et une maison italienne indiquent qu'elles demandent un taux de rémunération de 25% assis sur les sommes nettes reçues par l'éditeur.
- Une maison japonaise indique qu'elle laisse le partenaire étranger choisir de limiter ou non la vente et/ou le prêt mais n'entre pas dans le détail des rémunérations.

9/10 REDDITION DES COMPTES

Q.40 ET 41 → RELEVÉS DE COMPTE SÉPARÉS ET PÉRIODICITÉ

À ce jour, une moitié des maisons d'édition et agences interrogées demandent des relevés séparés pour les ventes papier et les ventes numériques – sans qu'il soit vraiment possible d'établir un profil type.

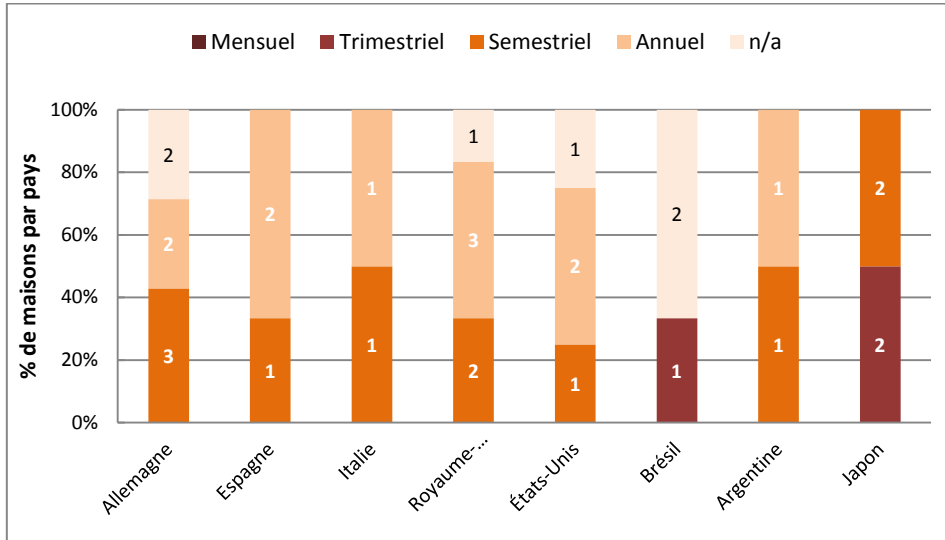
40. Demandez-vous des relevés séparés pour les ventes papier et les ventes numériques ?



(30 réponses)

Dans la plupart des cas, les maisons d'édition et agences demandent à percevoir les revenus des ventes à l'étranger à une fréquence annuelle ou semestrielle. La périodicité des paiements est sensiblement plus élevée au Japon.

41. Quelle est la fréquence de reddition des comptes pour les livres numériques.



(31 réponses)

C- Politique commerciale

10/10 POLITIQUE COMMERCIALE : ESTIMATION DES VENTES

Q.42 → ESSOR DES REVENUS TIRÉS DES VENTES NUMÉRIQUES

Il a été demandé aux maisons d'édition et aux agences dans quelles proportions, durant ces deux dernières années, leurs revenus tirés des exemplaires numériques étrangers avaient augmenté.

L'échantillon disponible ne permet pas de quantifier pour quel type de structure éditoriale (petite, moyenne, grande, presses universitaires, etc.) ces revenus ont eu le plus fort taux de progression. Les pourcentages d'augmentation révèlent cependant des degrés de maturité différents selon les marchés.

42. Pourcentage d'augmentation des revenus tirés des exemplaires numériques étrangers en deux ans

Pays	% d'augmentation	
Argentine	Pas d'augmentation	(x2)
Brésil	Pas d'augmentation	
	Ne sait pas	
Royaume-Uni	5-10%	
	Ne sait pas	
	1-5%	
	5-10%	
Allemagne	10-15%	
	+ de 15%	(x2)
	Pas d'augmentation	
	Ne sait pas	(x3)
Italie	5-10%	
	1-5%	
	5-10%	
Japon	Ne sait pas	
	10-15%	
	+ de 15%	(x2)
Espagne	Pas d'augmentation	(x2)
	5-10%	
États-Unis	1-5%	
	5-10%	(x2)

Annexes - Questionnaires

Acquiring Digital Rights: What Are Your Practices ?

Dear Colleague,
In 2010 you were kind enough to answer to an international questionnaire on digital publishing. You will find enclosed a new one, to update the information on this rapidly evolving matter. We would be very grateful if you could answer these questions. They are all practical questions about contractual, technical, economic and commercial issues. We will, of course, keep you informed on the result about this survey.
Thank you so much for your participation !

1/20 Identification

Please note that your answers will remain totally anonymous

1. **First name**
2. **Last name**
3. **Position**
4. **Email address**
5. **Publishing company name**
6. **Main types of publication of your company**

Mainly plain text books
Mainly illustrated books

7. **Country**
USA
GB
Spain
Italy
Germany
Brazil
Japan
Netherlands
Argentina

WRITING THE AGREEMENT

2/20 Head-contract with an author

This part concerns your head-contract with an author (direct, or via the author's agent) who writes directly in your own publication language

8. **Do you obtain primary e-book rights in this language?**

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

9. **If so, which e-book right?**

Une seule réponse possible par ligne.

Yes No
Verbatim only
Enhanced
Multimedia

10. **If you obtain primary e-book rights, do you also obtain subsidiary e-book rights (licenses to third parties) in your own language?**

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

11. **If you obtain all e-book rights in your language, do you also obtain e-book translation rights (to be then licensed by your Rights Department to foreign publishers)?**

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

3/20 Acquisition contract of a foreign title

This part concerns your acquisition contract of a foreign title (to be translated and published by you)

12. **If you acquire from a foreign publisher (direct, or via this foreign publisher's local subagent) the rights to a title for translation into your own language : do you acquire both print-rights and e-book rights ?**

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

13. **If you have been granted e-book rights: are they included in your paper-rights acquisition contract ?**
or by separate contract (or contractual addendum) sent to you separately by the foreign publisher (direct, or via his local sub-agent)?

14. **If you acquire from a foreign author directly (usually represented by his international agent) the rights to a translation into your own language: do you acquire both printrights and e-book rights?**

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

15. **If you have been granted e-book rights: are they included in your paper-rights acquisition contract ?**

or by separate contract (or contractual addendum) sent to you separately by the foreign author (usually represented by his international agent)sub-agent)?

16. If you have obtained both paper-rights and e-book rights to translate and publish a title : who will retain the property on the translation itself when/if your publication contract with the original copyright-holder comes to an end ?

The translator
You

4/20 Authors and their digital rights

17. What proportion of authors keeps their digital rights?

Une seule réponse possible par ligne.

Less than 10% 10-25% 26-50% More than 50%
In the past year
On your entire list

18. Do you accept acquiring print rights and digital rights separately?

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

19. If you have ever been refused e-book rights by the copyright holder, what reasons were given?

Plusieurs réponses possibles.

Prefers to commercialize e-book directly
Plans on selling e-book rights to a digital-only publisher
Does not agree with the royalty rate
Author insists on receiving a separate advance which you are not prepared to offer
Other:

20. If the author doesn't grant you the digital rights, do you cancel the whole deal?

Yes
No
Other:

5/20 Copyright ownership

21. Who owns the additional enhanced material?

22. Who owns the technical files?

(e.g. encoding process)

6/20 Length of exploitation

23. Do you obtain print and digital rights for the same duration?

Yes
No
Other:

24. In your agreements, do you systematically include a clause which grants the right to renegotiate the terms regarding the e-book rights after a certain term?

Yes, always
Yes, sometimes

No

25. If yes, have you in fact ever renegotiated the terms after the fixed amount of time?

Yes
No
Other:

26. If you do renegotiate, what are the consequences in case you can't agree on the terms?

Termination of the entire agreement (print+ebook)

Termination only of the e-book part of the agreement

Other:

7/20 End of the contract

27. If, in your contracts, the rights revert if the work is "out of print", how do you define "out of print" now that e-books exist?

Minimum stock of paper copies

Minimum sales of paper copies

Minimum sales of e-books

Minimum sales of "units" (=paper and/or e-books)

Other:

28. Are you often requested a minimum sales clause?

Yes
No

29. When the contract for digital rights ends, are you asked to destroy your master copy of the file?

Yes
No

8/20 E-books and territories

30. How do you make sure your e-book edition is only sold in your assigned territory?

31. How has the existence of e-books affected your decision-making process over which territories to obtain rights for?

9/20 Sublicenses

32. Do you ever sublicense the e-book rights to a domestic third party (e.g. book club, paperback)?

Yes
No

33. Have you ever been refused by your licensor to sublicense e-book rights to a domestic third party?

Yes
No

34. If yes, what reasons were given?

35. Have you ever acquired digital rights for excerpts or chapters?

Yes
No

36. Have you ever acquired the digital rights of an illustrated work adapted from a previously existing film, video game etc.?

Yes /No

PRODUCTION

10/20 Production

If the following questions are not in your areas of expertise, please don't hesitate to fill them out with the help of your colleagues.

37. Does your licensor request specific approval before production of your e-book?

e.g. artwork, lay-out, etc.

Yes

No

38. Where are the master copies located?

On your internal server

On an other external platform (e.g. edistributor)

Other:

11/20 Formats & Devices

39. In your overall e-book production, what is the proportion of :

Une seule réponse possible par ligne.

0% 25% 50% 75% 100%

Verbatim only

Enhanced content

40. Do you propose downloading and/or streaming to readers?

Une seule réponse possible par ligne.

0% 25% 50% 75% 100%

Downloading e-books

Streaming e-books

41. Which kind of works do you digitize mostly?

Une seule réponse possible par ligne.

0% 25% 50% 75% 100%

Plain text

Illustrated

42. In which format?

ePub Reflowable

ePub Fixed layout

ePub 3

Other:

43. Have you digitized your entire backlist?

Yes, all our backlist is digitized

No, only part of our backlist is digitized, but it is an ongoing process to digitize the rest

No, we only digitize new releases

Other:

44. What proportion of your backlist have you digitized?

Less than 10%

Less than 25%

Less than 50%

Less than 75%

Other:

45. Have you started to create and develop apps for illustrated books?

Yes

No

No, but we plan to do it in the future

46. If yes, in which format?

Apple

Android

Both

Other:

47. Are your ePub files accessible on all devices? In which proportions?

Une seule réponse possible par ligne.

0% 20% 40% 60% 80% 100%

E-ink readers

iOS tablets (Apple)

Android tablets (Kobo, Barnes & Noble, etc)

Amazon tablets

Other

12/20 Free Copies

48. Upon publication of the e-book, what kind of contractual copies, and how many, do you send to the author or the rights holder?

49. Is it a protected sending?

Yes

No

50. Do you protect (and how) the complimentary copies sent to journalists, bloggers, etc.?

Plusieurs réponses possibles.

Downloading with DRM

Downloading with time limited DRM

Downloading with watermarking

Restricted streaming

No protection for the moment...

Other:

13/20 Protection of your commercialized ebooks against hacking

51. How is the data encoded and protected?

(DRM, watermarking, fingerprinting, etc.)

Plusieurs réponses possibles.

DRM

Watermarking

Fingerprinting

Restricted streaming

Other:

52. As the main retailers get their own systems of protection, do you plan to stop encoding your data?

Yes

No

Maybe in the future

53. In case of infringement, how do you and the licensor defend your rights?

Together

Separately

It depends

54. Apart from the technical methods of protection, what steps are taken to fight against illegal copying?

(Specific organization, frequency of actions, other...)

PAYMENT OF THE OWNER

14/20 Advances & Royalties

55. Do authors ask for an advance specifically for e-books sales?

Never
Seldom
Often
Mostly
Always

56. Have you established addenda to acquire digital rights for backlist titles?

Yes
No

57. In this case, do you propose a refresher advance for digital sales only?

Yes, always
Yes, sometimes
No

58. What is the basis of calculation of royalties for a digital edition?

Net receipts
List price
It depends
Other:

59. If other, please comment

60. What is the basis of calculation of royalties for a print edition?

Net receipts
List price
It depends
Other:

61. If other, please comment

62. What is your definition of net receipts?

63. What is the average rate of e-book royalties?

Une seule réponse possible par ligne.

From 10% to
15%
From 16% to 20%
From 21% to 25%
From 26% to 30%
Above 30%
Net receipts
List price

64. Is it a fixed royalty or a scale?

Fixed royalty
A scale
It depends

65. Are the royalty rates different for enhanced ebooks?

Une seule réponse possible par ligne.

Yes No
Enhanced content provided by your licensor
Enhanced content created by you

66. If yes, how so?

67. How are the royalties calculated in special sales: subscriptions, packages, bundles...?

68. How are the royalties calculated in the case of e-lending to an individual?

69. How are the royalties calculated in the case of e-lending to a library?

70. Are you thinking of developing a digital-only list?

Yes
No

71. If yes, what would be the royalties offered to the author?

72. Are you thinking of developing a digital-first list?

Yes
No

15/20 Accountings

73. Do you send separate royalty statements for digital and print sales?

Yes
No
Other:

74. What is the frequency of payment of e-book royalties?

Annual
Bi-annual
Quarterly
Monthly
Other:

75. Do you plan to give to your authors instant access to sales information?

Yes
No

TRADING POLICY

16/20 Pricing Policy

76. What is your e-book's catalogue price compared to the equivalent trade print edition?

Une seule réponse possible par ligne.

-20% -30% -40% -50% and more
New title
Backlist

77. What is your e-book's catalogue price compared to the cheaper mass-market print edition?

Une seule réponse possible par ligne.

-20% -30% -40% -50% and more
New title
Backlist

78. Do agents often request to negotiate the differential between e-book list price and paperback list price?

Yes
No
Other:

79. Do agents often request to negotiate the maximum discounts of e-book retailers?

Yes

No

Other:

80. If they do so, do you accept?

Yes

No

Other:

17/20 E-lending

81. Do you practice e-lending?

Yes

No

82. If yes, this e-lending offer is aimed at:

Plusieurs réponses possibles.

Libraries

Individuals via retailers (e.g Amazon)

Other:

83. What is your usual practice for e-lending?

Plusieurs réponses possibles.

One copy per user (=one sale)

Pay per view (for a specific number of users)

Pay per download (for each downloaded chapter)

Time restricted access

Streaming

Other:

18/20 Sales estimations

84. Did your revenues from digital sales grow in the past two years?

Yes

No

Unknown

Other:

85. If yes, what percentage increase?

86. If yes, did digital sales grow to the detriment of paper sales?

Yes

No

19/20 Promotions

If your domestic legislation gives you the possibility of promotional operations

87. What are the most common promotional offers?

Plusieurs réponses possibles.

Price cutting

Buy two, get one free (or more)

Two for the price of one

Free access to parts of the work

Other:

88. How many times per year?

Once a year

Twice a year

More than twice a year

Dynamic pricing

Other:

89. How does your royalty accounting take into account this promotional operation?

90. Do you allow the reader to access free of charge:

Plusieurs réponses possibles.

The first 10 pages of the book

The first chapter of the book

10% of the book

Other:

20/20 Retailers

91. What were your main retailers in 2012 (in terms of revenues)?

Plusieurs réponses possibles.

Amazon

Apple

Kobo

Barnes & Noble

Google

Indie booksellers

Other:

Licensing Digital Rights: What Are Your Practices ?

Dear Colleague,

In 2010 you were kind enough to answer to an international questionnaire on digital publishing. You will find enclosed a new one, to update the information on this rapidly evolving matter. We would be very grateful if you could answer these questions. They are all practical questions about contractual, technical, economic and commercial issues. We will, of course, keep you informed about the result of this survey.

Thank you so much for your participation !

1/10 Identification

Please note that your answers will remain totally anonymous

1. **First Name**
2. **Last name**
3. **Position**
4. **Email address**
5. **Publishing company name**
6. **Main types of publication of your company**

Mainly plain text books
Mainly illustrated books

7. **Country**

USA
GB
Spain
Italy
Germany
Brazil
Japan
Netherlands
Argentina

WRITING THE AGREEMENT

2/10 Writing the agreement

8. **If you handle translation rights of a title, do you license simultaneously or separately print-rights and e-book rights ?**

Simultaneously
Separately
It depends

9. **If it depends, please comment**

10. **If you license separately e-book translation rights, is it?**

To the same foreign publisher as for print-rights, but in a separate contract
To another foreign publisher

It depends

11. **If it depends, please comment**

12. **Have you ever refused to grant the digital rights to a foreign publisher?**

Yes

No

13. **If yes, why?**

The publisher has not yet shown that it is capable of successfully selling e-books

You asked the publisher to pay a separate advance for e-book rights and it refused

You could not agree on the royalty rate

Other :

3/10 Length of exploitation

14. **Do you grant print and digital translation rights for the same duration?**

Yes

No

Other :

15. **In your agreements, do you systematically include a clause which grants the right to renegotiate the terms regarding the e-book rights after a certain term?**

Yes, always

Yes, sometimes

No

16. **If yes, have you in fact ever renegotiated the terms after the fixed amount of time?**

Yes

No

Other :

17. **If you do renegotiate, what are the consequences in case you can't agree on the terms?**

Termination of the entire agreement (print + e-book)

Termination only of the e-book part of the agreement

Other :

4/10 End of the contract

18. **If, in your contracts, the rights revert if the book is "out of print", how do you define "out of print" now that e-books exist?**

Minimum stocks of paper copies

Minimum sales of paper copies

Minimum sales of e-books

Minimum sales of "units" (=print and/or e-books)

Other :

19. **When the contract for digital rights ends, do you request the destruction of the master copy of the file?**

Yes

No

20. **If yes, how can this be proved?**

5/10 E-books and territories

21. How do you make sure the translated e-book edition is only sold in the assigned territory?

22. How has the existence of e-books affected your decision-making process over which territories to grant rights for?

6/10 Sublicenses

23. Do you authorize your licensee to sublicense ebook rights to a third party (clubs...) in its domestic market?

Yes

No

24. Do you authorize your licensee to sublicense digital rights for excerpts or chapters in its domestic market?

Yes

No

PRODUCTION

7/10 Free Copies

25. Upon publication of the e-book, what kind of complimentary copy do you request from your licensee?

26. Do you require a protected file?

Yes

No

PAYMENT OF THE OWNER

8/10 Advances & Royalties

27. Do you ask for an advance specifically for e-book sales?

Never

Seldom

Often

Mostly

Always

28. What is the basis of calculation of royalties for a digital edition?

Net receipts

List price

It depends

Other :

29. If other, please comment

30. What is the basis of calculation of royalties for a print edition?

Net receipts

List price

It depends

Other :

31. If other, please comment

32. What is your definition of net receipts?

33. What is the average rate of ebook royalties?

Une seule réponse possible par ligne.

From 10% to 15%

From 16% to 20%

From 21% to 25%

From 26% to 30%

Above 30%

Net receipts

List price

34. Is it a fixed royalty or a scale?

Fixed royalty

A scale

It depends

35. Are the royalty rates different for enhanced ebooks?

Une seule réponse possible par ligne.

Yes No

Enhanced content provided by you

Enhanced content created by your licensee

36. If yes, how so?

37. How are the royalties calculated in special sales: subscriptions, packages, bundles...?

38. How are the royalties calculated in the case of e-lending to an individual?

39. How are the royalties calculated in the case of e-lending to a library?

9/10 Accountings

40. Do you ask to receive separate sales statements for digital and print sales?

Yes

No

It depends

Other :

41. If yes, what is the frequency of payments of e-book royalties?

Annual

Bi-annual

Quarterly

Monthly

Other :

TRADING POLICY

10/10 Sales estimations

42. Did the revenues from foreign digital copies grow in the past two years?

Yes: 1-5%

Yes: 5-10%

Yes: 10-15%

Yes: more than 15%

No

Unknown

Other