



THATCamp Paris 2012 Non-actes de la non-conférence des humanités numériques

Éditions de la Maison des sciences de l'homme

Éditeurs SHS et humanités numériques

Proposé par Marion Colas et Maria Vlachou

Collectif

DOI : 10.4000/books.editionsmsh.293
Éditeur : Éditions de la Maison des sciences de l'homme
Lieu d'édition : Paris
Année d'édition : 2012
Date de mise en ligne : 1 octobre 2012
Collection : La Non-Collection
ISBN électronique : 9782735115273



<http://books.openedition.org>

Référence électronique

COLLECTIF. *Éditeurs SHS et humanités numériques : Proposé par Marion Colas et Maria Vlachou* In : *THATCamp Paris 2012 : Non-actes de la non-conférence des humanités numériques* [en ligne]. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2012 (généré le 18 avril 2019). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editionsmsh/293>>. ISBN : 9782735115273. DOI : 10.4000/books.editionsmsh.293.

Ce document a été généré automatiquement le 18 avril 2019.

Éditeurs SHS et humanités numériques

Proposé par Marion Colas et Maria Vlachou

Collectif

Introduction

- 1 Cet atelier a été proposé par Marion Colas, responsable du département de cessions de droits étrangers et Maria Vlachou, chargée de cessions de droits pour l'Espagne et l'Amérique latine (sauf le Brésil), l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Europe du Nord et l'Extrême-Orient au sein des Presses universitaires de France (PUF). Marion et Maria ont eu, au sein de leur pratique quotidienne, la possibilité de voir l'évolution du secteur de l'édition électronique à l'étranger.
- 2 Le THATCamp leur a semblé une bonne occasion pour lancer une discussion sur les pratiques des éditeurs et notamment celles des éditeurs en sciences humaines et sociales face aux changements impliqués par le numérique, d'explorer aussi les liens de plus en plus tenus entre édition et humanités numériques.

L'édition, différentes manières de faire

- 3 Au sein du monde de l'édition coexistent différents acteurs, les éditeurs privés ou commerciaux et les éditeurs publics et subventionnés. Ces différents acteurs font-ils de l'édition différemment ? Quelles sont leurs pratiques et leurs missions respectives ?
- 4 Pour Marion et Maria, il est nécessaire de distinguer l'éditeur privé de l'éditeur public dont les logiques diffèrent. L'éditeur privé se caractérise par une logique commerciale nécessaire au financement de l'entreprise, ce qui s'oppose à la logique des éditeurs publics, subventionnés.
- 5 Avec l'évolution du support papier vers le numérique, on assiste à un renouvellement des compétences au sein du métier d'éditeur - et ce, qu'il s'agisse d'éditeur public ou

d'éditeur privé. Les éditeurs sont tous dans une « niche économique ». La bascule numérique s'impose aussi de cette façon. Les usages s'adaptent, les éditeurs naviguent à vue.

L'édition et les humanités numériques

- 6 Les humanités numériques constituent une communauté de pratiques « à l'intersection des sciences humaines et sociales et des technologies numériques ». L'expression peut désigner tout à la fois le travail, par définition réflexif, de collecte, d'exploitation et/ou de diffusion de données, qu'elles soient nativement numériques ou non. À la fois nouveau champ disciplinaire – ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales, et comment, en retour, celles-ci s'en emparent – et utilisation de nouvelles techniques numériques de diffusion des savoirs, ce champ émergent de création et de diffusion des savoirs offre donc un lieu privilégié pour essayer de réfléchir aux mutations numériques du champ éditorial aujourd'hui.

De l'édition en sciences humaines et sociales sans éditeur

Quand le chercheur devient éditeur : récits d'expériences

- 7 Les nouveaux outils de publication en ligne (blogs, archives ouvertes, sites internet, etc.) peuvent poser la question de savoir si le chercheur-auteur a encore besoin de l'éditeur pour diffuser ses écrits, pour les promouvoir - bref, pour être lu. Finalement, aujourd'hui, avec les nouveaux outils de publication en ligne, le chercheur a-t-il encore besoin d'un éditeur ? Est-ce que l'éditeur aura le même rôle à l'avenir ? Et de manière générale, est-ce que l'édition scientifique en sciences humaines et sociales peut se passer des éditeurs¹ ?
- 8 Certes, chacun conviendra qu'il existe un besoin d'interaction entre les chercheurs et les éditeurs, et, plus largement, le monde de l'édition. Si le chercheur peut mettre lui-même sa publication en ligne après avoir acquis les compétences techniques nécessaires pour le faire – et oui, on demande de plus en plus souvent au chercheur-auteur d'être également technicien ! – il n'en reste pas moins qu'il a, la plupart du temps, besoin du savoir-faire de l'éditeur pour éditer son texte, tant pour le « mettre au jour » que pour le mettre en valeur. En édition de sciences humaines et sociales, il est donc essentiel que les auteurs-chercheurs, les éditeurs ainsi que les autres acteurs de la chaîne du livre travaillent ensemble. Les métiers doivent s'articuler entre eux afin de permettre la diffusion la plus large possible de la production du savoir.
- 9 Mais, parfois, cette interprofessionnalisation n'est pas possible. Alors, certains chercheurs, dans les laboratoires de recherche, s'improvisent éditeurs.

Squintar

#Jourdain RT @solen_r: Peut-on faire de l'édition sans le savoir ? #tcp2012

26/09/12 17:12

- 10 Une participante à l'atelier, chercheuse, fait part de son expérience d'éditrice... acquise sur le tas et par la force des choses ! Son équipe et elle souhaitaient éditer une

publication, mais n'ont trouvé aucun éditeur pour le faire. C'est donc les membres du laboratoire qui ont pris en charge le processus d'édition de la publication, du travail éditorial sur le texte, à la génération du PDF pour impression. Reste le problème de la diffusion de la publication en ligne et dans les circuits traditionnels.

- 11 Le débat s'oriente ensuite sur l'offre de formation existante proposée aux chercheurs et leur permettant de mettre en ligne leurs publications.
- 12 Les formations Lodel utilisateurs proposées par le Centre pour l'édition électronique ouverte ont été suivies par certains éditeurs ou chercheurs participants à l'atelier.
- 13 Lors de ces formations, qui durent deux jours, les chercheurs, chargés d'édition ou éditeurs apprennent à se servir de Lodel, un logiciel de gestion de contenus ou CMS (*Content Management System*). Ce logiciel a été pensé pour les chercheurs ou chargés d'édition ne disposant pas de compétences techniques particulières. Lodel est donc un outil dont l'utilisation est simple, facile à prendre en main et qui repose sur le mécanisme suivant : il s'agit de préparer des documents, de les sémantiser et de les structurer. La structuration réside notamment en la distinction entre les métadonnées du document et le texte courant. Cela se fait dans un logiciel de traitement de textes – Word, OpenOffice ou autre. Il s'agit d'utiliser un modèle de document servant à la fois pour sémantiser l'information et établir une correspondance entre le fichier Word et le template (la maquette) auquel le fichier sera associé et nettoyer le document à l'aide de macros avant sa publication sur la plate-forme de Revues.org.
- 14 Le document ainsi préparé est prêt à être lodélisé, autrement dit à être chargé via l'interface de Lodel sur la plate-forme de Revues.org pour être mis en ligne.
- 15 En plus de ces formations, un site d'accompagnement éditorial – La maison des revues – a été créé à destination des utilisateurs de Lodel et est régulièrement mis à jour par l'équipe du pôle édition d'OpenEdition.
- 16 Cette volonté de mettre les outils de publication à disposition des chargés d'édition se fonde sur le principe d'appropriation. Il s'agit de donner les moyens aux chargés d'édition de mettre en ligne eux-mêmes leurs publications, sans pour autant qu'ils se transforment en informaticiens.
- 17 Lodel est un CMS permettant la mise en ligne d'une publication déjà éditorialisée ; c'est donc un outil de mise en ligne et non d'édition. L'édition de la publication doit être faite en amont.
- 18 Bien que la distinction soit importante entre éditer une publication et la mettre en ligne, on tend de plus en plus vers une action commune de valorisation des contenus. La dernière version de Lodel (Lodel 1.0) permet d'atteindre un niveau de granularité extrêmement poussé et donc, de bien valoriser les contenus mis en ligne sur la plate-forme.
- 19 Parmi les participants à l'atelier, certains, exerçant au sein de laboratoires, racontent leurs expériences d'« auto-édition » : fabrication de la revue, auto-diffusion, auto-distribution. Pour réaliser leur projet éditorial, ces personnes ont acquis les compétences nécessaires sur le tas. D'autres participants, encore, font part de leurs différents projets de revues électroniques².
- 20 D'autres projets d'édition électronique, comme ceux de textes en TEI, réunissent tous les corps de métier qui travaillent ensemble : développeur pour créer l'interface, chercheur pour rassembler les sources, secrétaire de rédaction pour réaliser la transcription et la

saisie des données. Le laboratoire est son propre éditeur et diffuseur avec la mise en ligne d'un site web dédié.

- 21 Cette pratique d'auto-édition a toutefois des limites car les compétences requises pour mener à bien les projets d'édition sont celles d'un éditeur, ce qui implique un travail de mise en valeur de ces textes. Le numérique ne change pas le métier d'éditeur profondément. Le premier rôle de l'éditeur, sélectionner des textes en vue de leur publication, reste le même.
- 22 Au-delà du métier d'éditeur, les statuts occupés dans la chaîne du livre sont divers : éditer, bien sûr, mais aussi diffuser et distribuer. L'inter-professionnalisation entre les différents acteurs de la chaîne du livre est essentielle afin qu'ils puissent réfléchir ensemble aux problématiques inhérentes à la chaîne du livre en prise avec le numérique.

Quel(s) modèle(s) économique(s) pour l'édition électronique ?

- 23 À l'heure où les reconfigurations actuelles impliquent de repenser le statut des différents acteurs de la chaîne du livre, et la collaboration des uns avec les autres, il semble primordial de s'interroger sur les différents modèles économiques pour l'édition électronique.
- 24 L'un des modèles économiques existant et présenté lors de l'atelier est celui du *freemium*. Ce modèle hybride repose sur l'association d'une offre gratuite, *free* et d'une offre payante, *premium*.
- 25 Le *freemium* a été adopté par le Centre pour l'édition électronique (Cléo) pour la diffusion des publications en libre accès. Concrètement, cela repose sur la vente d'un bouquet de revues, de livres et de services associés aux bibliothèques qui se sont abonnées au programme *OpenEdition freemium*. Une partie des revenus générés par la vente des bouquets est reversée par la suite aux revues.
- 26 Avec ce modèle économique se pose la question de ce que les éditeurs proposent à l'achat aux bibliothèques. Celles-ci achètent – ou louent – des contenus et des services dont le principal est l'accès aux contenus. Dans le cas d'un achat, par une bibliothèque par exemple, d'un accès aux formats détachables des publications en texte intégral (PDF, Epub) se pose la question de la pérennité de cet accès : une fois l'abonnement arrêté, la bibliothèque reste-t-elle propriétaire des fichiers qu'elle a achetés ? Il est essentiel que les éditeurs ou diffuseurs réfléchissent à ce qu'ils vendent aux bibliothèques.
- 27 L'adoption du *freemium* par le Cléo répond à la nécessité de trouver des solutions de financement pour le libre accès par la vente de services associés, qui eux sont payants : formats détachables (PDF et Epub), mise à disposition de statistiques de consultation, services de données, actions de formation et d'assistance...
- 28 Pour les éditeurs qui ont fait le choix d'adhérer au programme *OpenEdition freemium*, de nouveaux services leur sont proposés : une diffusion de leurs publications en librairies électroniques et de l'impression à la demande notamment.
- 29 Les collections des éditions de la Maison des sciences de l'homme (MSH) vont rejoindre le catalogue *OpenEdition Books*. Une moitié de la collection sera en libre accès, l'autre moitié en accès restreint. Le choix est ainsi laissé à l'éditeur d'équilibrer son catalogue entre diffusion en accès libre ou en accès restreint.

- 30 Les publications du Collège de France sont également disponibles en *freemium* via le portail Openedition.org.

L'impression à la demande, un service demandé et apprécié

Qu'est-ce que l'impression à la demande ?

- 31 L'impression à la demande est l'impression à courts ou moyens tirages et permet d'avoir un petit stock de quelques cartons. Cette solution d'impression est choisie lorsqu'un éditeur souhaite minimiser l'investissement dans un titre mais être vendu en librairie. Il est préférable de lancer une impression à courts tirages si l'on sait que 100 à 1 000 exemplaires de livres sont attendus. Cette solution entraîne en effet des coûts d'entreposage et d'inventaire qu'il faut être sûr de pouvoir amortir par la vente future des ouvrages. Chaque année, les éditeurs publient de plus en plus de titres. Face à cette offre abondante, on assiste à une augmentation importante du nombre de titres invendus. Alors même que le tirage moyen de ces titres est en baisse constante. L'écrasante production de livres entraîne un roulement important de ceux-ci. Le cycle de vie des livres se réduit considérablement (compter 4 à 5 mois en librairie).
- 32 Ainsi, c'est tout naturellement que certains éditeurs ont fait le choix d'expérimenter une solution d'impression alternative, plus souple, et permettant, dans certains cas, de faire des économies. En effet, en choisissant d'imprimer de courts tirages, l'éditeur évite de se retrouver avec un stock d'invendus trop important, générateur de frais de stockage. Par ailleurs, l'éditeur évite également des frais supplémentaires dûs aux invendus.
- 33 Avec le POD (*print on demand*), on assiste donc à un changement de paradigme : l'éditeur ne s'engage plus à imprimer des exemplaires qu'il n'est plus sûr de vendre mais imprime des exemplaires à l'unité ou en petit nombre qu'il a déjà vendus.
- 34 Cette solution convient particulièrement aux éditeurs qui ont un catalogue d'anciens titres dont la future demande est difficile à prédire, comme les éditeurs universitaires par exemple.
- 35 Le cas d'OpenEdition Press est intéressant à ce titre. L'éditeur a fait le choix de proposer tous les livres qu'il publie à la fois au format HTML, sur le site des éditions OpenEdition Press, aux formats Epub et PDF en librairies électroniques et au format papier en impression à la demande.
- 36 L'expérience a notamment été menée avec le Médialab de Sciences-Po à l'occasion de la publication de l'ouvrage *Opinion Mining et Sentiment Analysis*³. L'ouvrage est disponible en libre accès sur le site de la collection Sciences-Po Médialab, au format Epub et PDF en librairie électronique et en version papier (impression à la demande) auprès de I6doc.com . Six mois après la mise en ligne de l'ouvrage en libre accès sur la plate-forme, une vingtaine d'ouvrages a été vendue en librairies électroniques, une dizaine d'exemplaires papier ont été vendus par le biais du prestataire d'impression à la demande.
- 37 Lulu.com et Lightning Source font partie des prestataires d'impression à la demande les plus importants du secteur

Lulu.com

- 38 Fondée en 2002, aux États-Unis, par Bob Young, l'entreprise s'est installée en France en 2006 et apparaît depuis comme un acteur solide du secteur. Depuis cette date, l'entreprise a su asseoir sa position et diversifier son offre à destination des auteurs, petits et moyens éditeurs en proposant un service d'impression à la demande et un service de création d'autres produits.

Lightning Source

- 39 Lightning source est une filiale du groupe Ingram, fondée en 1997. L'entreprise est implantée aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en France. Elle s'appuie sur les infrastructures du groupe Ingram. Lightning Source oriente prioritairement ses services à destination des éditeurs.

- 40 Un autre acteur important du secteur de l'édition électronique en France, Publie.net, s'est lancé dans l'impression à la demande récemment. C'est grâce au partenariat avec Hachette Livre que François Bon a choisi d'expérimenter ce nouveau service notamment « dans une logique de distribution publique tous libraires⁴ ».

- 41 Publie.papier - c'est ainsi que se nomme cette récente initiative - repose sur la vente couplée de la version électronique de l'ouvrage avec la version papier (à des prix différents).

« D'autre part, nous avons décidé une *vente couplée* : mort à ce discours des éditeurs frigidistes qui parlent de *décote* du prix du livre numérique par rapport au livre papier - nous maintiendrons nos prix de diffusion numérique tous formats à 4 euros (ou 0,99, 1,99, 2,99 selon l'ouvrage), le livre papier sera vendu aux prix de 12 à 18 euros selon le format et complexité (et donc prix de revient de la préparation éditoriale), mais un code inséré dans le livre permettra l'accès libre et gratuit à la version numérique⁵. »

- 42 Le prix du livre au format papier est supérieur au prix du livre au format électronique. Cela permet de soutenir les libraires qui subissent de plein fouet ce changement de paradigme.

- 43 Par ailleurs, on constate que ce système de vente couplée se généralise : de plus en plus d'éditeurs proposent à la vente le livre papier enrichi de l'adresse de la version électronique du livre.

- 44 Toutefois, cette politique tarifaire en faveur du livre papier n'est pas toujours adoptée. Par exemple, Oxford University Press propose un prix de l'exemplaire numérique supérieur au prix papier, considérant que l'édition la plus riche - et elle l'est de fait ! - est la version numérique.

Et le libraire dans tout cela ?

- 45 Le libraire est beaucoup plus qu'un vendeur de livres ; il doit proposer des événements, de services, des lectures, faire vivre le quartier... Actuellement, 70 % des achats de livres des éditions de la Maison des sciences de l'homme seraient réalisés chez les libraires. Ce gros système de diffusion existe et pèse lourd. Les éditeurs doivent donc soutenir les libraires et au besoin, proposer un prix différent en cas de vente couplée papier et format électronique (Epub).

L'édition multi-supports et de la diffusion multi-canaux

- 46 Les Presses universitaires de France n'ont pas encore franchi le pas de l'édition simultanée sur tous les supports. Actuellement, les ouvrages de la collection des « Que sais-je ? » sont publiés en numérique homothétique, autrement dit, ils présentent une forme similaire aux livres papier. *A contrario*, les livres publiés par OpenEdition Press ont d'emblée été destinés à être imprimés à la demande mais aussi publiés en ligne en texte intégral et également disponibles aux formats Epub et PDF en librairies électroniques.
- 47 Dans cette logique de développement de l'activité de l'éditeur, un critère est à prendre en compte : les aides publiques sont destinées en priorité aux éditeurs papier, qui publient des ouvrages à un tirage minimal de 500 exemplaires. Ce critère est d'autant plus difficile à remplir que l'on assiste à une érosion progressive du nombre de tirages. Alors qu'il y a encore quelques années, le tirage moyen d'un livre en sciences humaines et sociales atteignait 1 000 exemplaires, aujourd'hui il peut parfois n'être que de 200 exemplaires.

Le métier d'éditeur perdurera

- 48 Les nouvelles formes d'édition qui émergent remettent en cause non seulement le métier d'éditeur qui doit se réinventer, mais rendent également floues les frontières entre les différents acteurs de la chaîne du livre. Une certitude toutefois : le métier d'éditeur perdurera !

NOTES

1. Voir http://fr.wikipedia.org/wiki/Andr%C3%A9_Schiffrin
2. À ce sujet, voir le chapitre « Comment commencer, poursuivre et pérenniser une revue en ligne ? ».
3. Dominique Boullier, Audrey Lohard, *Opinion mining et Sentiment analysis*, Collection « Sciences Po | médialab », 2012.
4. Voir <http://www.tierslivre.net/spip/spip.php?article2856>
5. Ibid.

RÉSUMÉS

Dans *La Grande conversion numérique*, Milad Doueïhi écrivait que les éditeurs traditionnels sont des touristes découvrant un pays étranger qui les dérange et qu'au lieu de résister des quatre fers au changement et de pérenniser arbitrairement les anciennes normes (parfois avec aveuglement) dans un contexte où elles ne peuvent plus fonctionner telles quelles, ils doivent imaginer de nouvelles structures (Paris, Le Seuil, 2011, p. 303). Que les éditeurs SHS doivent suivre les manifestations des *humanités numériques* est une évidence. Comment doivent-ils se former pour créer de « nouveaux » livres ? Trouveront-ils goût aux changements rapides de la réalité numérique ? Continueront-ils d'être les partenaires privilégiés des auteurs, garants de leurs droits vis-à-vis des tiers, ainsi que de la qualité éditoriale et technique de leurs travaux ?

INDEX

Mots-clés : édition traditionnelle, humanités numériques, édition numérique