



Géraldine Barron (dir.)

Gérer les périodiques

Presses de l'enssib

2-3. L'art de la négociation

Claire Nguyen

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.135
Éditeur : Presses de l'enssib
Lieu d'édition : Villeurbanne
Année d'édition : 2008
Date de mise en ligne : 4 avril 2017
Collection : La Boîte à outils
EAN électronique : 9782375460276



<http://books.openedition.org>

Référence électronique

NGUYEN, Claire. 2-3. *L'art de la négociation* In : *Gérer les périodiques* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2008 (généré le 18 octobre 2023). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pressesenssib/135>>. ISBN : 9782375460276. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.135>.

Le texte seul est utilisable sous licence . Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

L'ART DE LA NÉGOCIATION

par Claire NGuyen

La négociation des ressources électroniques est une fonction émergente et marginale. L'enseignement de cette compétence n'est pas intégré dans la formation initiale des cadres de bibliothèques et ne figure dans pas dans le référentiel des bibliothèques, Bibliofil⁶⁴. À l'heure actuelle, il y a déficit en négociateurs car cette fonction est considérée trop souvent comme une surcharge de travail ne bénéficiant pas directement à l'établissement, même si *a priori* vous comptez vous abonner à ce que vous voulez négocier. Mais la charge est finalement modeste. En moyenne, une négociation nécessite une trentaine d'heures par an, soit 4 jours de travail à temps complet.

Cependant, la négociation de ressources électroniques est stratégique. Une part croissante du budget des bibliothèques universitaires est consacrée à leur achat et la majeure partie est faite dans le cadre de consortiums.

L'apprentissage sur le terrain est nécessaire, mais il est regrettable qu'il soit pratiquement exclusif ; cette contribution a pour but de proposer des bonnes pratiques dans ce domaine. Il s'inspire de l'expérience de l'auteur au sein de Couperin et veut retenir l'attention sur les points de vigilance et les exigences à tenir face aux éditeurs et autres diffuseurs de la documentation électronique.

LA NÉGOCIATION

+++++

REPÉRER L'OFFRE, CONNAÎTRE SES BESOINS

L'offre semble pléthorique et exponentielle. Il est difficile de tout négocier. Il y a donc une sélection à faire et un processus à respecter. Dans ce repérage de l'offre, les bibliothécaires peuvent avoir un rôle passif (ils reçoivent l'offre spontanée d'un éditeur et la redirigent vers leur consortium) ou un rôle actif (les bibliothécaires s'intéressent à une ressource suite à un travail de veille).

64. <<http://www.education.gouv.fr/cid291/bibliofil-le-referentiel-de-la-filiere-bibliotheque.html> >

Dans certaines disciplines, des groupes de veille ont été mis en place⁶⁵. Que vous partiez de l'offre ou de la demande, vous devez avoir identifié vos besoins.

ÉTUDE DE LA RESSOURCE

L'étude de la ressource avant négociation est essentielle. Vous devez collecter des informations :

- *sur le contenu* : type de contenu, couverture, revues dépouillées pour les bases de données bibliographiques, embargo⁶⁶ sur le texte intégral pour les périodiques, existence d'une barrière mobile⁶⁷, existence et fréquence des mises à jour. Proportion d'articles accessibles selon le modèle d'*open access*⁶⁸ (revues à modèle hybride⁶⁹) ;
- *sur la distribution* : l'éditeur est-il le distributeur exclusif ou non-exclusif ? En effet, si une agence peut distribuer la ressource, le prix sera-t-il le même ?
- *sur le modèle tarifaire* : prix standard, modèle tarifaire (selon le nombre de FTE⁷⁰ ? selon le nombre de sites géographiques ? selon le nombre d'accès simultanés ? selon un forfait de téléchargements ?).
- *sur les abonnés* : qui est abonné en France (voire en Europe, dans les pays développés) ?
- *sur les modes d'accès* : reconnaissance par IP, accès illimité, nombre d'accès simultanés, accès distant, accès monoposte ou multi-usagers.
- *sur les services associés* : type de statistiques fournies, actualisation des

65. L'ABES maintient et héberge un site de veille sur des ressources électronique dans certaines disciplines (<<http://veille.abes.fr> >).

66. Voir glossaire.

67. *Ibid.*

68. Voir partie 1, chapitre 3.

69. Voir glossaire.

70. *Full Time Equivalent* désigne le nombre d'utilisateurs potentiels (voir glossaire).

données, formation, aide, possibilité d'exports vers des logiciels bibliographiques, envoi par courriel, création de comptes personnalisés, fils RSS, veille, fourniture gratuite de notices MARC, fourniture de résumés et sommaires, accès distants, conditions d'accès aux archives antérieures, droit d'accès pérenne, dépôt et sauvegarde organisés des archives de l'éditeur (projets CLOKSS⁷¹, LOCKSS⁷²).

LES CONTRAINTES

Négocier est compliqué pour des établissements devant composer avec des contraintes à diverses échelles : marchés publics au niveau national ou local, contrats quadriennaux, politique nationale en matière de documentation, achat en consortium, regroupement d'établissements, appartenance à plusieurs consortiums, diversité des statuts des adhérents...

IDENTIFICATION DE L'INTERLOCUTEUR

Il faut identifier le contact chez l'éditeur ou le distributeur et demander un test. Il est important de savoir si la distribution de la ressource est exclusive, si le vendeur est le propriétaire du contenu souscrit. En effet, vous devez avoir un accès garanti à ce que vous souscrivez, malgré les transferts, fusions et autres péripéties coutumières du milieu de l'édition. Par ailleurs, il est difficile de négocier avec plusieurs distributeurs d'une même ressource car la mise en concurrence est complexe à mettre en place.

TEST ET ENQUÊTE D'INTÉRÊT

Le négociateur propose un test aux collègues et indique la démarche pour ouvrir les accès. Un test dure habituellement entre un et trois mois. La meilleure période se situe entre janvier et juin. Le négociateur fixe un délai pour le retour d'évaluation de ses collègues, qui sont invités à indiquer leurs capacités financières pour l'achat de la ressource, la durée maximale d'engagement, si besoin les souhaits particuliers en terme de contenus ou de service.

Les résultats du test permettent de recentrer la stratégie de négociation.

71. < <http://www.clockss.org> >

72. < <http://www.lockss.org> >

DÉCISION DE NÉGOCIATION

Le nombre minimum requis d'adhérents intéressés pour commencer une négociation est à l'appréciation du négociateur. Les négociations importantes multidisciplinaires rassemblent de quelques dizaines à une centaine d'adhérents, les autres ressources beaucoup moins. Cependant, pour obtenir des tarifs avantageux, vous pouvez commencer une négociation à cinq établissements. Si le seuil n'est pas atteint, libre au vendeur de démarcher directement les collègues intéressés et de leur proposer ses produits.

PRÉPARATION DE LA NÉGOCIATION

La ressource fera-t-elle l'objet d'un groupement de commandes ? Dans ce cas, il faut s'accorder sur un établissement porteur. Les groupements se font sur des négociations conséquentes financièrement. Ils permettent d'obtenir des rabais importants mais au prix d'efforts financiers et administratifs de l'établissement porteur, qui avance la facture sur sa propre trésorerie, avant refacturation aux abonnés. Vous devez également veiller à mutualiser et lisser les coûts de sorte à ne pénaliser ni les « petits » ni les « gros » établissements.

étude approfondie de l'éditeur et du marché

Il faut étudier de manière plus approfondie l'éditeur, notamment sous l'angle financier et stratégique.

Il est recommandé de se procurer le chiffre d'affaires (papier et éventuellement électronique) de l'éditeur en France, le nombre et montant des abonnements à la ressource préexistants à la négociation, l'implantation de la société en France dans le secteur public et privé ; l'éditeur veut peut-être conquérir un secteur et donc peut consentir des efforts importants. Le secteur est-il émergent, monopolistique ? Plus le chiffre d'affaires est important, plus les marges de manœuvre seront grandes.

Il est également intéressant d'imaginer le nombre de souscriptions potentielles parmi les abonnés. Vous pouvez également vous renseigner sur la liste Liblicence⁷³ qui recueille des informations sur les licences des éditeurs électroniques.

73. <<http://www.library.yale.edu/~license/index.shtml>>

bien connaître les abonnés

Au niveau des adhérents, collectez les informations sur le nombre d'utilisateurs, qui peut être un élément de calcul du tarif. Veillez bien à demander différents tarifs pour les adhérents « atypiques » qui seraient potentiellement intéressés (CHU, hôpitaux, écoles d'ingénieur, diverses EPST).

Pour les bibliothèques territoriales, demandez le nombre de postes ou licences concernés, le nombre d'habitants parfois.

Procurez-vous un contrat de licence standard qui détermine les droits d'usage et devoirs des deux parties co-contractantes.

PREMIERS POURPARLERS

La période la plus propice pour négocier se situe entre mars et septembre/octobre. Cependant, il ne faut pas trop tarder car les budgets se dessinent souvent à l'automne.

Commencez les échanges par mail (collecte d'informations, envoi d'une licence standard...) en demandant une première proposition. Il arrive, rarement, que vous construisiez ou reconstruisiez une offre avec un vendeur, ce qui est regrettable.

Si, pour les négociations importantes, il est nécessaire d'obtenir un entretien, pour les petites ressources, des échanges par mail et téléphone peuvent suffire.

Les mails sont très importants, ils constituent autant d'engagements écrits. Vu le marché éditorial, les échanges se font souvent en anglais. Pour une première négociation, présentez le contexte français, parfois incompréhensible pour un interlocuteur étranger.

CLARIFICATION DE VOS OBJECTIFS

Pendant cette période, clarifiez tous les points qui vous sembleraient obscurs ou ambigus, faites-vous confirmer ou préciser les points importants. Écrivez noir sur blanc vos objectifs, par ordre de priorité.

Sachez que nous sommes en position de force en raison du marché monopolistique et de notre solvabilité.

LA DISCUSSION ET LA FINALISATION DE L'OFFRE

Il n'existe pas de modèle unique et idéal applicable à toutes les ressources et tous les modèles.

Si vous vous basez sur :

- un modèle papier + surcoût électronique : demandez une possibilité de suppression de titres même plafonnée, exigez un *price cap* (taux d'inflation plafonné des revues papier) de 1 à 4 % maximum sur plusieurs années ;
- un modèle électronique + abonnements papier : demandez une réduction sur les abonnements papier (en général de 50 à 75 %). Faites en sorte que le prix soit équivalent à 80 % du prix papier car la TVA à 19,6 % annule trop souvent la différence du prix de base.

L'idéal serait de proposer plusieurs formules pour une même ressource.

Pour obtenir des rabais, la logique est simple ; plus il y a de volume, plus les prix baissent.

Vous pouvez faire baisser les prix en fonction :

- du nombre d'abonnés : demandez un tarif dégressif à partir de 5 abonnés (par tranche de 10 par exemple) ;
- du nombre de produits achetés chez un même éditeur ;
- du nombre d'accès simultanés pour une base de données par exemple ;
- de la durée de l'abonnement : les contrats engageant les bibliothèques plusieurs années peuvent être lourds cependant en matière de prévision budgétaire ;
- éventuellement selon un abonnement couplé, ou élargi, entre le SCD et un établissement public d'enseignement et de recherche ayant les mêmes besoins documentaires (CHU notamment).

D'autres facteurs peuvent faire baisser la facture :

- existence d'un groupement de commandes (facturation unique) ;
- demandez un calcul des FTE restreint aux usagers réels et dédoublez les FTE redondantes (en cas de rattachement d'un chercheur à plusieurs entités) ;
- lors d'une renégociation, demandez des rabais si la ressource a connu des dysfonctionnements l'année en cours. De même, à partir des statistiques, calculez le coût par téléchargement ; un coût élevé peut être un argument pour faire baisser les prix.

Pour les années suivantes, il est important d'avoir une idée de l'inflation prévisible, même si elle n'est pas toujours garantie. Au-delà de 6 %, l'inflation n'est pas correcte, à moins d'avoir un ajout de contenu conséquent.

FINALISATION DE LA NÉGOCIATION

+++++

À la fin de la négociation, faites un relevé de décision écrit à faire approuver par les vendeurs.

Une navette sera sûrement nécessaire pour les modifications des propositions.

Une fois l'offre faite, diffusez-la avec un modèle de licence.

Les abonnés doivent vous avertir obligatoirement de leur abonnement ainsi que des modalités (prix, période...).

SUIVI DE LA RESSOURCE

Une fois la ressource négociée ou renégociée, le travail ne s'arrête pas pour autant pour le négociateur qui doit assurer son suivi :

- s'assurer de la mise en ligne du contenu à la date fixée ;
- être l'intermédiaire entre l'éditeur et les abonnés en cas de problème, tenir les archives des échanges ;

- faire la synthèse des évaluations des collègues, en s'appuyant notamment sur les statistiques d'usage ;
- tenir un tableau à jour des abonnés, qu'il peut compléter avec les données des éditeurs ;
- faire de la veille sur la ressource (changement de plateforme, de contenu entre autres) ;
- maintenir une liste des points à renégocier l'année suivante et archiver une liste des dates-clefs de la négociation.

Le négociateur choisit quelles informations diffuser, le moment de les diffuser.

LA CHAÎNE DE NÉGOCIATION COUPERIN

Le négociateur n'est qu'un maillon, certes central, dans la chaîne des négociations.

Il rend compte au coordinateur de pôle⁷⁴, dont le rôle est d'impulser, proposer, et de valider les négociations.

Une fois l'offre validée, le négociateur envoie le modèle de licence, la grille de négociation et la liste des établissements abonnés au coordinateur et au CND. Le coordinateur fait la synthèse des négociations et met à jour l'historique des négociations (en cours, abandonnées etc.).

On peut négocier tout autant des périodiques, des livres électroniques (abonnements, achat pérenne), ou des bases de données. Les problématiques se ressemblent, même si la négociation peut varier selon la thématique et le type de la ressource. Les négociateurs devraient être associés plus étroitement à la construction de l'offre : le rapport est gagnant/gagnant.

Négocier reste une tâche difficile, d'autant plus que le paysage de l'enseignement supérieur et de la recherche, comme celui des collectivités territoriales, est en plein mouvement.

74. Voir partie II, chapitre 2 (Couperin).

POINT SUR LES LICENCES

ENCADRÉ

par Claire NGuyen

Les licences sont “le résultat de discussions visant d’une part à établir un texte adapté au contexte académique et administratif français et, d’autre part, à traduire un équilibre relatif entre les missions des bibliothèques et les usages permis par les producteurs”⁷⁵.

La licence est un contrat de droit privé négocié par des fournisseurs et des acheteurs. Si elle ne peut être contraire au droit de la propriété intellectuelle (dispositions d’ordre public dans le droit français), elle peut annuler certaines exceptions au droit d’auteur consenties aux bibliothèques (elle peut restreindre le *fair use* anglo-saxon). Elle doit être rédigée en français selon le Code des marchés publics.

La licence définit les utilisateurs autorisés, les usages permis (et interdits), détermine les pénalités et les indemnités.

Quelques points de vigilance sur certaines clauses des licences :

- Choix du droit applicable (*country of law/dispute arrangements*). Certains établissements refusent de reconnaître des juridictions autres que françaises.
- Redevance (*fee*) : demander dans l’idéal un tarif en euros. En cas d’abonnement en cours d’année, demander une proratisation possible. Certains éditeurs propo-

sent des délais de paiement plusieurs mois après l’engagement d’achat (30 à 60 jours en principe).

- Si vous négociez un taux maximum d’augmentation des abonnements papier (*price cap*), demandez à ce que cette clause soit incluse dans la licence et bien claire.
- Fin du contrat, renouvellement (*breach / termination of the contract*) : faites bien attention aux conditions de renouvellement, notamment au délai de préavis lors de tacite renouvellement. Exigez un préavis inférieur à 3 mois avant la fin du contrat.
- Usagers autorisés (*authorized users*) : demandez le périmètre le plus large possible (inclure les visiteurs occasionnels, *walk in users*).
- Demander une définition précise de l’interdiction de l’usage à but commercial (commercial use). Il faut permettre une exception pour le recouvrement des coûts par la bibliothèque auprès des usagers.
- Usages permis (*permitted uses*) : lister le maximum d’usages (lire, sauvegarder, stocker, imprimer, envoyer en quantité raisonnable, utiliser le contenu dans un cadre pédagogique, accès au contenu via un

75. Okret-Manville, Christine, « Le développement du numérique : un facteur d’intégration dans les établissements d’enseignement supérieur » in Chartron, Ghislaine, *Les chercheurs et la documentation numérique*, Éditions du Cercle de la librairie, Paris : 2002.

moteur de recherche fédérée) car tout ce qui n'est pas mentionné n'est pas autorisé.

- Prêt inter-bibliothèque (*interlibrary loan*) : en général, la fourniture de documents pour un usage académique et de recherche est tolérée mais souvent seulement dans le même pays que la bibliothèque. Beaucoup d'éditeurs refusent la transmission par voie électronique ; certains l'acceptent en cas d'usage de DRM (*digital right management*)⁷⁶ ou de logiciels de type @riel. Il faut refuser le versement de royalties.

- Engagements des éditeurs (*publisher's undertakings*) à garantir l'accès au contenu : l'éditeur a obligation de résultat, pas de moyen.

- Engagements de la bibliothèque (*licensee's obligations*) à garantir l'accès aux seuls usagers autorisés : il faut refuser les clauses engageant la responsabilité de bibliothèque si un usager viole les conditions de la licence.

- Indemnité et garanties du concédant (*warranty, liability/indemnities*) : veiller à ce que le concédant soit titulaire des droits de propriété intellectuelle et qu'il le restera jusqu'à la fin du contrat. Demander des indemnités en cas de retrait de contenu.

- Accès au contenu après la fin du contrat (*archival/perpetuel access*) : exiger l'accès pérenne au contenu souscrit (archivage).

- Statistiques (*usage reports*) : exiger la norme COUNTER⁷⁷.

- Cessions et sous-traitance : cette clause permet de se libérer des obligations du contrat et de les transférer à un autre cessionnaire, quand par exemple une bibliothèque veut donner accès à un autre membre de son consortium local.

- Formation et aide : demander à disposer de formations gratuites et d'un service d'aide ouvert 8 heures/jour dans notre fuseau horaire.

- Contenu souscrit, sous licence (*materials*) : demander une liste complète (avec URL, état de collection, ISSN papier, ISSN électronique) des périodiques électroniques souscrits, ainsi que des mises à jour régularisations actuelles.

76. Voir glossaire

77. *Ibid*

LES 10 COMMANDEMENTS DE LA NÉGOCIATION

ENCADRÉ

par Claire NGuyen

À faire :

- connaître ses besoins ;
- hiérarchiser ses priorités (ex : accès distant, accès illimité, couverture...) ;
- définir des points négociables et non négociables ;
- collecter le maximum d'informations sur l'éditeur, sa stratégie, comparer avec des ressources concurrentes... Calculer la marge de manœuvre ;
- toujours demander une confirmation écrite des points discutés et l'approbation du relevé de conclusion. S'accorder sur la terminologie (site/multisite par exemple) ;
- savoir quand dire non, rester calme, avoir une maîtrise temporelle sur les événements ;
- proposer des tarifs et des modèles complémentaires pour des établissements intéressés par le produit ;
- demander le maximum de services associés.

À ne pas faire :

- violer le principe de confidentialité ;
 - être utilisé comme un outil de marketing ;
 - subir une vente forcée.
-

LES GROUPEMENTS DE COMMANDES

ENCADRÉ

par Olesea Dubois

Depuis 2001, l'ABES joue un rôle de coordonnateur de groupements de commandes de revues et bases de données électroniques. Dans ces groupements de commandes, l'Agence est mandatée pour passer des appels d'offres (ou négocier des marchés si le fournisseur détient une exclusivité), signer et exécuter des marchés pour l'ensemble des membres du groupement, payer une facture unique au fournisseur et refacturer ensuite sa contribution à chaque établissement.

En 2001, l'ABES ne proposait ses services qu'aux établissements placés sous la tutelle de la Direction de l'enseignement supérieur, Sous-direction des bibliothèques et de la documentation. Depuis 2004, la collaboration avec le consortium Couperin a permis d'étendre le nombre d'adhérents à ces groupements, en ouvrant la possibilité à tous les membres du consortium d'y participer et de bénéficier de tarifs préférentiels négociés.

L'intervention de Couperin a également permis de multiplier le nombre de ressources concernées par les négociations.

La SDBIS subventionne ces marchés pour les établissements qui dépendent de sa tutelle.

Cette subvention est versée à l'ABES qui facture aux établissements le prix de leur

abonnement, diminué de la subvention. Des subventions peuvent être versées ponctuellement par d'autres organismes pour certaines ressources : elles transitent aussi par l'ABES.

D'autres établissements (Universités, EPST) portent des groupements de commandes mais l'ABES est celui qui en porte le plus grand nombre, 10 en 2008 (le seuil minimal pour lancer un groupement de commandes est de 15 membres) :

Business Source Premier, Cairn, Scifinder Scholar (CAS), Dalloz, Doctrinal, Elsevier Science Direct, Jstor, Juris Classeur, Proquest Web, 2LR Lamyline Reflex

En 2007, les 9 groupements de commandes coordonnés par l'ABES ont représenté 14,5 M€ HT.

Le succès des groupements de commandes repose sur un partenariat réussi entre l'ABES et Couperin. Couperin intervient en amont pour le recensement et la définition des besoins (sélection des éditeurs et produits), la négociation avec les fournisseurs, la rédaction du cahier des charges, l'évaluation des offres, la rédaction du rapport de choix, la participation à la commission d'appel d'offres (CAO) de l'ABES à titre d'expert, la préparation de la licence.

...

...

L'intervention de l'ABES se situe en aval. Si elle est associée aux négociations, son rôle est principalement d'ordre administratif et financier : elle constitue le groupement de commandes à partir des informations communiquées par Couperin, rédige les documents administratifs du marché, lance les appels d'offres ou les marchés négociés, organise la CAO, notifie les marchés, rédige les avenants, apporte un soutien juridique, établit les conventions avec les établissements (convention constitutive du groupement de commandes, conventions de paiement). Et surtout, à titre d'opérateur financier, elle fait l'avance du paiement au fournisseur, ce qui suppose une trésorerie conséquente et solide, les établissements ne la remboursant pas toujours dans les délais requis.

Juridiquement, les groupements de commandes sont régis par les dispositions du Code des marchés publics qui offre la possibilité aux établissements publics de se grouper afin de leur permettre de réaliser des économies d'échelle sur les achats et de faciliter la mutualisation des procédures de marchés et des coûts.

L'ABES assure en outre aux établissements l'accès aux archives de leurs titres acquis en cas de non-réabonnement. Cet accès est assuré via une plate-forme développée par l'ABES qui fonctionne à partir d'une authentification par adresses IP. Ce service, d'abord proposé fin 2007 pour l'accès aux collections de l'éditeur Elsevier, est en cours d'extension aux productions d'autres éditeurs. La plate-forme de l'ABES permet un accès aux articles soit par feuilletage des listes de titres soit par une recherche simple.