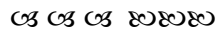


Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ?

Pierre-Jean BENGHOZI, Françoise BENHAMOU
octobre 2008
12 p.



L'ensemble des acteurs culturels, dont l'Etat, s'interroge sur la portée de la révolution numérique : coût de la dématérialisation des contenus, modifications de l'accès aux biens culturels, évolutions des usages culturels. L'analyse suivante a été demandée par le Groupe d'analyse stratégique des industries culturelles, composé de chefs d'entreprises de tous les secteurs des industries culturelles et de communication, qu'avait créé auprès de lui le précédent ministre. Elle cherche à vérifier l'hypothèse dite de la « longue traîne » au cœur de nombreux modèles économiques numériques de la culture, mais aussi de politiques de numérisation de données publiques culturelles.

1. Une hypothèse centrale de l'économie numérique.

L'hypothèse de la longue traîne suppose, à partir du constat de l'importance et de la variété des marchés de niche sur internet, que leur agrégation peut représenter un marché rentable et engendrer un niveau de recettes comparable à celui des *best-sellers*.

L'hypothèse a connu un large succès parce qu'elle offre, en théorie, un moyen d'atténuer la concentration des ventes sur les produits stars (hits, blockbusters, best-sellers) qui caractérise le secteur des industries culturelles. La distribution des ventes de produits culturels physiques est décrite par une loi de répartition déséquilibrée pour laquelle une faible part des produits mis sur le marché (10 % à 20 %) concentre l'essentiel des ventes (80 % à 90 %) : effet *star-system* contre diversité des biens.

Dans le cas de la distribution en ligne, la numérisation abaisse les coûts et permet d'assurer la disponibilité d'un nombre de titres sans commune mesure avec l'offre physique. L'effet longue traîne a été mise en avant comme stratégie de ventes des produits de niche, modèle d'affaires de l'économie numérique potentiellement atténuante de la concentration des ventes du secteur culturel. Elle peut aussi justifier la numérisation très large des données publiques culturelles, alors que quelques œuvres sont le plus consultées.

2. Des résultats distincts selon les secteurs, qui ne valident que très partiellement l'hypothèse de longue traîne.

Les deux études sur le cas français que le DEPS publie sont les premières en Europe (versus deux aux USA). Les résultats de l'étude comparée des ventes physiques et en ligne de CD et de vidéos de 2002 à 2005 confirment une augmentation des ventes vers le bas de la traîne en ligne au fil des ans, soit des titres réalisant de faibles ventes, désignés produits de niches.

Ceci confirme l'effet que peut produire le numérique sur la vente de biens à faibles ventes, mais, dans des proportions qui demeurent trop faibles pour que l'on puisse en conclure

qu'internet favorise significativement la diversité culturelle consommée. Dans le cas des ventes de livres, observées sur la rentrée littéraire de 2005, soit sur près de 700 nouveautés, la pertinence du modèle d'affaires associé à la longue traîne tend aussi à ne pas être validé.

Ainsi, malgré son caractère séduisant et en dépit de quelques effets observés sur la vente en ligne de biens numériques et physiques, le modèle d'affaires de la longue traîne comme facteur d'accroissement de la diversité culturelle consommée n'apparaît pas encore clairement et l'effet *star system* s'accroît parallèlement.

3. Usages de l'étude.

Ces résultats sont importants pour les acteurs économiques de la distribution en ligne (plateformes numériques musique, VOD, ...) et l'amont des filières (producteurs, éditeurs), confortant leur difficultés à décoller économiquement sur ces segments de marchés. En effet, ces résultats peuvent les conduire à des arbitrages financiers favorables aux « hits » au détriment de la diversité, justifiant alors des outils de régulation en faveur des offres « difficiles », de niches, fréquemment portées par des indépendants...

Pour les politiques de numérisation, ces résultats confirment certaines des analyses faites sur le modèle économique de « ina.fr » dont le modèle économique repose précisément sur l'absence de *hits*. Ainsi de la plupart des fonds de données publiques numérisées. Ils confortent les choix réalisés en faveur de politiques d'investissements publics centrés sur l'éditorialisation et l'information sur ces fonds. Ils contredisent aussi l'invocation de la longue traîne comme panacée de la distribution numérique (cf. rapport Lévy-Jouyet, rapport du CAE sur la mondialisation de l'immatériel).

Enfin, pour l'ensemble de l'information en ligne sur les équipements culturels, de tels résultats manifestent aussi de possibles effets de polarisation autour des plus importants, appelant sans doute des efforts plus soutenus voire collectifs de la part d'équipements moyens et petits pour se faire connaître.

