

Jean-Michel Gascuel

Où en étions-nous demain ? (bis)

Tandis que nous subissons jour après jour des changements irréversibles, s'installe à nos côtés une intelligence artificielle qui va nous seconder dans toutes nos relations. Il s'agit, une fois de plus, de rendre « *l'expérience client* » la plus fluide possible, mais cette fois-ci en entretenant une « *relation client* » permanente et ininterrompue. Depuis la création de Messenger par Facebook, au printemps dernier, plus de trente mille « *bots¹ assistants personnels* » ont été créés à sa suite, signe d'un développement massif de l'intelligence artificielle dans les relations qu'entretiennent les humains et les *bots*. Commander un billet de train ou d'avion, un repas ou un taxi, un vêtement ou un médicament, se fait de plus en plus souvent en faisant appel à nos doubles numériques, que nous le voulions ou pas. *WeChat*, site qui a vu le jour en Chine en 2011, va encore plus loin, au point que ses utilisateurs ne s'imaginent plus vivre sans ses services. Sans ces algorithmes de gestion, nous serions incapables de gérer les milliards d'informations qui transitent par nos caisses de résonance, incapables de faire fonctionner les milliards d'objets connectés qui nous entourent, incapables de superviser notre propre mutation. Tous les secteurs sont concernés par l'intelligence artificielle, l'automobile, les transports, la santé, la culture, la communication... Aucun ne peut échapper à cette révolution organique et aucune organisation ne peut se vanter de se tenir à l'écart de cette modernité sans prendre le risque de disparaître un jour. Pour les chefs d'entreprise, quels qu'ils soient, la question se pose en ces termes : « *Je transforme mon entreprise et la prépare à accueillir de nouveaux relais de croissance, ou je ne le fais pas et elle périclite* ». Choix cornélien s'il en est.

Pour les créateurs et les artistes le choix est pire : ils n'en ont pas ! Le numérique n'est pas une option mais une lame de fond, une révolution, qui annonce une Renaissance artistique de grande ampleur et l'arrivée d'un nouveau langage, celui du transmedia. Ce nouveau langage, commun à tous les médias, va mêler contenus et contenants et offrir au consommateur des expériences de lecture hautement innovantes. Le transmedia va bouleverser le monde de l'écrit, de l'image et du son en même temps. Dans les ouvrages transmedia, seront nativement implantés des liens directs avec les « *bots assistants personnels des consommateurs* », qui feront que la relation entre auteurs et lecteurs sera permanente et suivie, qu'elle transitera par des circuits de plus en plus courts et de plus en plus fluides, et mêlera de plus en plus souvent monde réel et mondes virtuels. Tous les secteurs économiques sont concernés par cette fluidité, et plus particulièrement le secteur culturel, car elle va faire partie des priorités de tout nouveau projet éditorial. Pour l'instant, la révolution se fait à coup « *d'Ubérisations* », de « *Pokémisations* », de « *Blockchainisations²* », phénomènes liés à la dématérialisation, mais elle va rapidement se transformer en un mouvement autrement plus puissant avec l'arrivée de l'intelligence artificielle dans les produits. La troisième vague Internet, celle des objets connectés, va donner une nouvelle dimension à nos relations humaines et créer des maillages inédits. Les futurs relais de croissance ne se situeront plus seulement dans les réseaux Internet haut débit, mais au carrefour de ceux-ci et des réseaux bas débit des villes intelligentes. Les échanges, que nous comptons jusque-là en millions, vont désormais se compter en milliards et faire de notre environnement une matière complexe, pas facile à gérer – d'où la recherche d'une fluidité permanente et suivie. Cette nouvelle matière ne se

déplacera pas seulement de façon verticale mais « *spiralique* », enchaînant stimuli verticaux et réactions horizontales à l'infini, gommant les frottements provoqués par les empilements multimédia d'autrefois. Nous ne sommes qu'au début de cette révolution, ce nouveau siècle n'a que seize ans d'âge, mais déjà nous savons que la transmission du savoir va changer de direction et souvent changer de mains. Les anciennes organisations éditoriales, celles du livre, de la musique, du multimédia, vont devoir se fondre dans un ensemble beaucoup plus vaste que le leur, celui du transmedia, et se transformer au même rythme que l'industrie automobile se transforme aujourd'hui. Nous allons ajouter au temps de la communication la notion de son espace et mêler les mondes virtuels aux mondes réels de façon quasiment permanente. Voici le contexte dans lequel le livre numérique va devoir évoluer, se développer et se fondre.

Nous sommes loin des années 70 et du « Projet Gutenberg » de Michael Hart, loin des liseuses des années 2000, loin des premiers *iPad* apparus en 2010. Tous nos appareils de lecture accueillent aujourd'hui indifféremment des écrits, des images et des sons, et les font interagir, favorisant l'apparition de ce que nous appelons « *les nouvelles écritures* ». Des innovations telles que le toucher haptique³ sont en train de bouleverser l'écriture, offrant aux récits de nouvelles dimensions narratives et au lecteur de nouvelles sensations. Il y a quelques années en arrière, nous ne pensions pas qu'un jour les voitures seraient autonomes, ni que l'on envisagerait sérieusement de coloniser la planète Mars. Du côté de l'écrit, on ne pensait pas qu'un livre transmedia existerait un jour, pas plus que les responsables de la SNCF n'imaginaient que leur réseau deviendrait un réseau culturel très fréquenté. Peu d'éditeurs sont conscients que leurs relais de croissance vont se situer « *hors papier* ». Ailleurs, dans le milieu musical, peu de responsables de labels n'imaginent actuellement d'autres solutions que celles du streaming⁴ : pourtant elles vont bientôt apparaître, accompagnées d'écosystèmes y attendant. Presque cinquante ans après le projet Gutenberg et l'apparition du CD, il reste difficile d'accepter la dématérialisation et ses conséquences. Face à la modernité, le monde éditorial reste figé et réfractaire. Pourtant ce passage est obligé. Il est juste une affaire de logique et de bon sens.

Quid du livre numérique ?

Il y a deux ou trois choses à savoir. Lorsque la voiture sera autonome, les ebooks le seront aussi. Lorsque les interactions entre humains et *bots* seront consommées, on ne distinguera plus le contenu du contenant. Lorsque les relations entre nos *bots* et nous serons ininterrompues, la plupart de nos actions routinières se feront sans notre intervention. Les conséquences de ces changements seront multiples. À terme, toutes les grandes marques deviendront des « *distrifuseurs*⁵ » de culture dématérialisée. Elles rivaliseront avec les réseaux de la FNAC, de Leclerc Culture, ou celui d'Amazon, gommant peu à peu la différence entre les anciens réseaux, dédiés à des tâches particulières, et les nouveaux réseaux, généralistes et transmedia. Les éditeurs doivent d'ores et déjà regarder ce qui se fait ailleurs, dans d'autres domaines que le leur. En ce moment, le secteur de l'automobile est en pleine effervescence, en pleine mutation. Il faut suivre de près son évolution, car beaucoup d'autres secteurs vont évoluer de façon similaire. Si PSA se sent aujourd'hui investi de « *la mission de protéger la liberté de mouvement* » de ses clients, les éditeurs de livres devraient se sentir investis de « *la mission de protéger la liberté de penser* » de leurs lecteurs.

Le défi du ebook d'aujourd'hui n'est plus celui de l'implantation dans les librairies, ni

celui de la lecture en streaming, mais celui de la « *distrifusion* » des ouvrages à travers les réseaux du haut débit, déjà bien rodés, et ceux du bas débit en train de se mettre en place. Cette « *distrifusion* » ne peut s'organiser à partir des anciennes structures éditoriales, qui ne sont pas outillées pour cela ; elle va donc devoir s'organiser à partir de nouvelles structures appartenant à de nouveaux entrants. Nous allons voir apparaître une nouvelle génération d'éditeurs qui surfera sur cette vague et préparera activement l'arrivée d'une nouvelle génération d'auteurs formés au transmédia. Ces nouveaux éditeurs peuvent venir du sérail et intégrer de nouvelles structures que les éditeurs papier devraient à présent mettre en place rapidement, ou venir d'autres milieux et être dégagés des anciennes façons de penser le livre et la musique. Le livre-application va très vite se transformer en format universel capable de s'autogérer et de gérer les relations entre producteurs et consommateurs, entre lecteurs et auteurs. D'après l'institut Gartner, en 2020, 40 % de nos interactions passeront par nos *bots*. Dans ce nouveau contexte, les producteurs de contenus culturels dématérialisés vont devoir mettre en place de nouveaux écosystèmes, qui intégreront l'intelligence artificielle dans leurs produits et réuniront dans une même dynamique la création, la production, l'édition, la commercialisation, la « *distrifusion* », la communication et la promotion. Nous voilà très loin de ce que l'on continue à appeler maladroitement « livre numérique » aujourd'hui. Ces nouveaux formats pourront indifféremment être utilisés par les professionnels et les particuliers, par les créateurs et les « *distrifuseurs* », par les *bots* et les objets connectés. Chez les éditeurs, la qualité du service fera la différence et départagera ceux qui auront anticipé la « *Renaissance* » à venir et ceux qui ne l'auront pas anticipée. Ces derniers devront se cantonner, comme leurs confrères du secteur musical, à des rôles d'agents artistique, ou de conseillers en communication. Peut-être allons-nous voir apparaître un nouveau métier, celui d'éditeur conseil, en même temps que nous verrons apparaître des *bots* gestionnaires de carrière. Les années qui viennent vont nous surprendre, être riches en bouleversements et transformations de toutes sortes, auxquelles tous les intervenants de la chaîne éditoriale doivent se préparer activement, de façon à être prêts à participer à la « *Renaissance* » annoncée.

¹ **Bots** : Robots.

² **Blockchainisation** : Action qui consiste à intégrer des *Blockchains* dans les produits. Les *Blockchains* sont des suites de données chiffrées, infalsifiables, destinées aux réseaux peer to peer de nouvelle génération. Elles sont nées des techniques de chiffrement utilisées dans les *Bitcoins* (monnaie virtuelle née en 2009 basée sur des algorithmes de chiffrement sécurisés, qui a donné naissance à divers systèmes sécurisés de gestion des échanges financiers sur Internet et les réseaux sociaux).

³ **Toucher haptique** : Le toucher haptique dont il est question ici est celui des écrans d'iPhone et iPad, qui permet de retrouver les sensations du toucher à travers les dalles en verre de ces écrans, notamment la sensation de volume, et permet également de donner plusieurs ordres (en cascade) à la partie de l'écran touchée.

⁴ **Streaming** : Diffusion de contenus dématérialisés (écrits, images, sons) sous forme de flux continu auquel on a accès à partir de nos ordinateurs, de nos smartphones, de nos tablettes et de nos objets connectés.

⁵ **Distrifuseurs** : *Distrifusion* est un mot valise qui réunit la distribution et la diffusion. Dans le monde du livre numérique et des réseaux on ne fait plus la distinction entre distribution et diffusion.

Jean-Michel Gascuel a été professeur de dessin, styliste tissus pour la haute couture, illustrateur, auteur-compositeur interprète, producteur de disques, inventeur (*vending-machine Self Music, micro CD 6,35*), directeur général de l'Orchestre Philharmonique de France, producteur de contenus pour la téléphonie mobile – l'un des premiers créateurs d'applications. Co-fondateur des éditions *Googtime* avec Deïna Galey, il a mis au point le format *Ebooksound* destiné à remplacer CD et DVD lorsqu'ils disparaîtront.