

Clients,
agences,
éditeurs

Des abonnements papier aux abonnements électroniques

Vade-mecum élaboré par



SNIEL

Juin 2007

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION.....	3
2. LES SPÉCIFICITÉS DE L'ABONNEMENT ÉLECTRONIQUE.....	4
2.1. L'abonnement électronique pour les clients.....	4
2.2. L'abonnement électronique pour les éditeurs.....	4
2.3. L'abonnement électronique pour les agences d'abonnements.....	5
3. L'ACQUISITION.....	6
3.1. L'offre.....	6
3.2. Tarification.....	10
3.3. La nature contractuelle des offres.....	11
4. LES CONSORTIA.....	13
4.1. Consortia et autres groupements d'achat.....	13
4.2. Définition des consortia.....	13
4.3. Pourquoi les consortia ?.....	14
4.4. Le rôle des agences.....	15
4.5. Avantages et limites des consortia.....	15
4.6. Conclusion.....	17
5. ASPECTS TECHNIQUES.....	19
5.1. Les modalités d'accès.....	19
5.2. Les statistiques d'utilisation.....	22
6. LES ARCHIVES ET LA PÉRENNITÉ DES DONNÉES.....	26
6.1. Enjeux et attentes.....	26
6.2. L'accès aux archives électroniques.....	28
6.3. Quelles réponses à ces attentes ?.....	30
7. LES FREINS AU DÉVELOPPEMENT DE L'ABONNEMENT ÉLECTRONIQUE ..	34
7.1. Les freins côté clients.....	34
7.2. Des freins pour les éditeurs.....	34
7.3. Les freins côté agences.....	35
7.4. Le taux de TVA.....	36
8. CONCLUSIONS.....	36
9. LEXIQUE.....	37
10. EXEMPLES DE CONSORTIA ET POSITIONS D'ÉDITEURS.....	40
10.1. Exemples français.....	40
10.2. Exemples européens.....	42
10.3. Exemples canadiens.....	43
10.4. Exemples américains.....	44
10.5. Les consortia vus par deux éditeurs.....	45
10.6. Initiatives pour les éditeurs.....	46
11. PETIT HISTORIQUE DU FORMAT PORTABLE DOCUMENT FORMAT (PDF) ..	47
12. LISTE DES PARTICIPANTS AU GROUPE DE TRAVAIL	48

1. Introduction

Après la publication, en juin 2005, d'un vade-mecum sur la gestion des abonnements aux périodiques, les clients, les éditeurs et les intermédiaires impliqués dans la gestion des abonnements se sont intéressés à la problématique spécifique des abonnements électroniques.

Le numérique facilite et complexifie à la fois l'offre :

- avec des offres électroniques dont le contenu peut varier d'un éditeur à l'autre et, chez un même éditeur, d'une année sur l'autre,
- avec des offres commerciales qui peuvent être packagées et personnalisées,
- avec des choix techniques dont clients, éditeurs et intermédiaires sont dépendants.

Le système de gestion des abonnements électroniques cohabite avec le système de gestion des abonnements papier. Il n'existe pas à ce jour de substitution complète.

De plus, les offres et les usages de l'abonnement électronique sont très variés d'un secteur à l'autre : l'offre des éditeurs scientifiques, techniques ou juridiques (électronique seule ou couplée papier) est très développée et celle des éditeurs dans les sciences humaines et sociales tend à les rejoindre.

Ce document a été élaboré, à partir de retours d'expériences variés, par des représentants des différents acteurs de la chaîne de l'abonnement électronique : clients, éditeurs, agences d'abonnements.

L'objectif de ce document est de présenter les réflexions du groupe de travail, ainsi que des recommandations à destination des différents acteurs de ce marché. Un lexique, en fin de document, définit les termes techniques utilisés.

Le groupe de travail a conscience que ce document n'est pas parfait : toutes les questions n'ont pu être traitées de façon approfondie, du fait de la complexité et de la constante évolution de ce marché ainsi que de la variété des intervenants.

Nous incitons nos lecteurs à nous faire part de leurs remarques pour enrichir ce document.

Caroline
Wiegandt
Présidente



Marie-Dominique
Heusse
Présidente



Laurent
Bérard-Quélin
Président de la
Commission des
médias électroniques



Dominique
Vallée
Présidente



Patrick Fenouil
Président

SNIEL

2. Les spécificités de l'abonnement électronique

Les offres et les usages de l'abonnement électronique sont très variés d'un secteur à l'autre (bibliothèque, PME, grande entreprise...) et quel que soit le domaine des connaissances (scientifique, économique, juridique, technique, médical, industriel...).

2.1. L'abonnement électronique pour les clients

Parmi les principaux avantages de l'abonnement électronique, on peut relever :

- Une diffusion plus large des contenus aux utilisateurs dans la mesure des droits acquis,
- De plus grandes facilités pour la recherche d'information,
- La possibilité d'intégration dans le système d'information documentaire dans la mesure des droits acquis,
- L'enrichissement des contenus (les versions électroniques permettent de relier des ressources électroniques entre elles),
- La mise à jour des contenus en temps réel (important pour les éditions juridiques, pour les publications à feuillets multiples (PFM), pour les dictionnaires...)
- La possibilité d'offrir de nouvelles formes de valorisation des services d'information et de nouveaux services (diffusion sélective d'information),
- La réduction ou disparition de la circulation des revues papier dans les entreprises et les économies que cela entraîne,
- La meilleure connaissance des usages (grâce aux statistiques),
- La réduction de l'espace réservé à l'archivage,
- L'accès à l'information à jour pour des clients distants (collaborateurs à l'étranger, sur d'autres sites ou nomades),
- L'amélioration de la productivité des centres de documentation (la diminution des opérations de classement, de bulletinage permet de proposer d'autres services).

2.2. L'abonnement électronique pour les éditeurs

Les avantages de l'abonnement électronique varient selon les éditeurs avec des contraintes, des modes de fonctionnement et des logiques économiques qui peuvent être différentes.

Pour l'éditeur, l'offre électronique permet de :

- valoriser son contenu : flux et archives,
- packager son offre en mettant en avant sa valeur ajoutée (contenus personnalisés, offre de services de recherche, de statistiques...),
- disposer de plus d'information sur les usages de ses lecteurs (nombre et type d'articles consultés, services utilisés...),
- gagner de nouveaux lecteurs, notamment dans le cas des hebdomadaires et des quotidiens dont la distribution souffre de plus en plus des problèmes postaux, mais également des problèmes de diffusion en interne dans les entreprises,
- augmenter le rythme de parution ou de diffusion de l'information,
- envisager l'internationalisation des titres (avec le passage à l'anglais),
- développer la complémentarité entre le papier et l'électronique,

- développer une offre clé en main fournissant l'ensemble des éléments de l'environnement de travail du professionnel (cf. le Moniteur, Thomson...) : logiciels, information métier, actualité, veille sur le web, nominations...

Il n'y a pas de substitution parfaite entre les contenus vendus sur abonnement électronique et ceux papier, car le mode de consommation est différent. A ce jour, le papier conserve le bénéfice d'un meilleur confort de lecture. La consommation de la publication papier est plus globale (feuilletage). Les éditions en ligne sont consommées de façon plus parcellaire par le lecteur.

Les contenus numériques sont un outil de promotion efficace pour l'éditeur, sa marque et le contenu qu'il diffuse. Internet peut se révéler un outil de conquête réel « pour le vaisseau amiral que représente l'édition papier ». Plus l'audience des sites est forte, plus la marque sera reconnue et la fonction de promotion remplie.

Les éditeurs ont développé des philosophies différentes pour la version papier et la version électronique.

En premier lieu, avec le numérique, les contenus des éditeurs ont circulé plus rapidement. La dynamique particulière de consommation du média favorise en effet une organisation autour « d'un bouclage permanent », une ergonomie et de nouveaux services pour le lecteur abonné..., même si cela suppose des investissements coûteux.

En deuxième lieu, avec les nouveaux outils (intranet...) les usages se sont multipliés sur les réseaux. Les éditeurs considèrent que la valeur d'usage de l'électronique est plus élevée que celle du papier : pour les abonnements papier, on mesure le taux de circulation d'une revue ; pour l'électronique, il est beaucoup plus facile de diffuser la revue et de l'ouvrir à un lectorat plus important.

Quel que soit le support papier ou électronique, l'éditeur se considère comme un prestataire de service qualifié répondant aux besoins de son client, capable de mettre à disposition et de diffuser un contenu de qualité et pérenne (ex : XML...).

2.3. L'abonnement électronique pour les agences d'abonnements

Les abonnements électroniques ont entraîné l'évolution du métier des agences et modifié leurs relations avec leurs partenaires, en permettant notamment une meilleure connaissance des clients et une meilleure connaissance de l'offre des éditeurs.

Au-delà des prestations de gestion, les agences ont développé d'une part, des prestations de conseil auprès des clients et des éditeurs et, d'autre part, de nouveaux outils et services pour faciliter la gestion et l'accès aux ressources électroniques.

Une fois les abonnements électroniques mis en place, on observe une baisse du taux de réclamation (fin des problèmes notamment liés à la distribution postale), dont la gestion est un poste très coûteux.

Il n'en résulte pas moins que l'avènement de ce support engendre des modifications considérables tant au niveau des systèmes de gestion utilisés, des méthodes de travail que des ressources humaines de l'entreprise.

3.L'acquisition

3.1. L'offre

Le manque de maturité du marché des abonnements électroniques a pour conséquence une offre multiforme. Les modèles les plus courants sont décrits ci-dessous.

3.1.1. Le pay per view

Il s'agit d'achat d'articles à l'unité.

Pour les éditeurs, la vente à l'acte est complémentaire de l'offre d'abonnement classique, sauf pour des éditeurs spécialisés dans ce type d'offre. Suivant la nature des contenus, la vente à l'acte peut représenter un volume important. C'est un marché qui actuellement frémite.

Pour les clients, il peut se révéler comme une alternative à la souscription d'abonnements, notamment lorsque l'offre des « bouquets » de certains grands éditeurs n'est pas adaptée aux besoins des utilisateurs.

Ce mode d'acquisition peut être aussi particulièrement intéressant, dans le cas d'achat « sélectif ou ponctuel », lorsque par exemple l'achat de thématiques d'archives historiques ne pourrait être amorti en terme de budget et d'usage.

Pour les clients, c'est un mode d'achat qui peut être contraignant voire inadapté, car il implique des micro-paiements à effectuer à la commande. Des outils peuvent toutefois faciliter ces transactions : l'utilisation d'agrégateurs, la « purchasing card », Internet + PRO¹... Les agences d'abonnements peuvent également proposer ce type de services. Quelle que soit la solution retenue, la mise en place d'outils de contrôle est nécessaire pour suivre les achats.

3.1.2. Le libre accès

Analyse des clients

LE PRINCIPE	Les lecteurs accèdent librement (gratuitement) au contenu (texte intégral) des articles scientifiques.	→ Les résultats de la recherche (le plus souvent financée par les contribuables) sont mis à la disposition de tous.
LES JOURNAUX EN OPEN ACCESS	Plus de coût d'abonnement aux journaux : Les coûts d'accès à l'information n'étant plus supportés par les lecteurs, ils doivent être financés autrement.	→ Soit le chercheur paye pour que son article soit publié (« <i>author pays</i> ») → Soit les coûts sont supportés par d'autres moyens (<i>grants/donations, sponsoring/mécénat...</i>).
LES ARCHIVES EN OPEN ACCESS	S'ils en ont le droit, les auteurs peuvent archiver leurs articles dans des réservoirs institutionnels.	→ Vérifier les droits accordés par le contrat signé avec l'éditeur (journal où l'article a été publié).

L'inflation constante des coûts éditoriaux en matière de revues notamment scientifiques et les délais de publication parfois exagérément longs ont incité la communauté des

¹ Internet+PRO est une solution d'achats de services sur Internet pour les entreprises et administrations basées en France. Avec Internet+PRO, les collaborateurs autorisés peuvent consulter et acheter en ligne les informations et les services professionnels utiles dans le cadre de leur activité.

chercheurs à devenir autonome dans leurs publications ; de cette situation est né le principe du Libre Accès (Open Access). Ces alternatives ont pour objectif premier d'améliorer la communication scientifique².

Cela induit un fonctionnement d'achat, de financement, et de mise à disposition différent du schéma standard à forte connotation commerciale. Le principe est de déporter le paiement en amont : c'est l'institution à laquelle appartient l'auteur qui finance la publication des articles en ligne. De cette manière, l'accès à ces articles est rendu libre pour tous (alors que dans le modèle économique classique, seuls les abonnés peuvent accéder à l'article ou à la revue en ligne).

Les clients notent que peu d'éditeurs proposent ce modèle dont ils testent actuellement la viabilité économique sur une petite partie de leur catalogue. Dans certains cas, le client paie pour l'abonnement en ligne à la revue alors que certains articles de la même revue sont disponibles en Libre Accès, donc déjà payés une fois par l'institution (ou une autre entité partenaire). Il est difficile de se repérer quand ce modèle ne s'applique pas à tous les articles d'une même revue.

Du côté des chercheurs et auteurs, cette solution permet une dissémination immédiate des résultats de recherche et une plus grande visibilité des articles et des auteurs. Elle permet également d'inclure des « compléments » aux articles, ce qui n'est pas possible dans les publications du circuit classique. Ce système suppose néanmoins une prise en charge obligatoire de la publication. L'évaluation de la recherche, telle qu'elle est actuellement pratiquée, peut être un frein au développement du Libre Accès. Pour éviter cet écueil, les processus d'évaluation des chercheurs doivent tenir compte des articles publiés via ce modèle.

Du côté des lecteurs, on souligne la facilité d'accès et la possibilité de disposer de contenus souvent peu diffusés, comme les actes de colloques. Ce contenu est toutefois minoritaire.

Du côté des bibliothèques, cette solution permet la réduction des dépenses relatives aux abonnements à certaines revues et donc à la gestion associée. Cependant, à l'heure actuelle, elle ne remet pas encore en question l'achat traditionnel et multiplie la veille sur les sources d'information.

Analyse de la Fédération Nationale de la Presse Spécialisée (FNPS)

Les revues scientifiques jouent traditionnellement un rôle central au cœur du système d'information scientifique. Ces revues sont l'un des vecteurs de la diffusion des résultats de la recherche et ont un impact considérable sur la carrière des chercheurs. Le processus d'évaluation par les pairs qui est à la base de la sélection des articles de revue constitue le mécanisme principal de contrôle de qualité.

Les changements technologiques offrent des opportunités immenses pour les éditeurs scientifiques. Au cours des dernières années, les éditeurs ont réalisé des investissements substantiels pour proposer des contenus et services en ligne à valeur ajoutée.

Le développement du mouvement de libre accès est une tendance récente. Ce mouvement vise à assurer un accès immédiat et gratuit à la littérature scientifique. L'Open Access contribue à assurer la diffusion de la connaissance et offre des opportunités nouvelles aux institutions et aux chercheurs. Au delà de l'édition scientifique, il n'est pas interdit de penser que d'autres disciplines seront demain concernées.

Si les répertoires numériques en Open Access offrent des perspectives de sources d'information nouvelles, ils demandent un effort d'organisation considérable. Les questions suivantes se posent :

- qui est responsable du dépôt des contenus ?

² Study on the economic and technical evolution of the scientific publication markets in Europe
http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/scientific-publication-study_en.pdf

- comment la qualité des répertoires et des contenus qu'ils hébergent peut être garantie ? (notamment « en ce qui concerne la gestion de versions » témoigne un adhérent de la FNPS).
- enfin, l'émergence d'un nombre croissant de répertoires contenant non seulement des articles mais aussi des documents de travail, des thèses, des données brutes... complique très sérieusement tout travail d'identification de ces données et peut, à terme, donner une moindre visibilité aux travaux les plus importants.

Dans certains cas, il n'y a pas d'évaluation systématique par les pairs sollicités par les rédactions en chef, seul moyen d'identifier la validité du raisonnement scientifique.

L'Open Access rend facile la publication pour une institution et participe à une diffusion de la science plus large. L'Open Access cependant ne demande pas le même travail qu'un journal, qui lui vise à publier une information validée, indépendante et pérenne toujours plus accessible et plus aisée à utiliser. Il ne revient pas non plus aux scientifiques de jouer pleinement le rôle des éditeurs.

C'est la raison pour laquelle, le recours aux publications comme critère essentiel de qualité des contenus avec en leur sein un comité éditorial indépendant, reste éminemment crucial au bon développement de la recherche et à l'innovation. « Il y a des millions d'articles sur le web, être éditeur aujourd'hui, c'est être un îlot de qualité au sein d'un océan de littérature grise » résume ainsi un adhérent de la FNPS.

Le mouvement « Open Access » a amené les éditeurs à expérimenter de nouveaux modèles. En effet, ces modèles déplacent les coûts d'édition du lecteur vers l'auteur, c'est-à-dire vers l'institution à laquelle appartient l'auteur ou vers l'organisme qui le finance. On rencontre également des revues avec un modèle mixte qui proposent à la fois l'option où le lecteur paye un abonnement et l'option où l'auteur supporte les frais.

Un autre développement en cours est le dépôt des articles - déjà évalués par les pairs ou destinés à être évalués ultérieurement - dans des répertoires ouverts accessibles gratuitement et organisés par institution ou par discipline. Dans certains cas, le dépôt s'effectue après une période d'embargo afin que les éditeurs traditionnels puissent avoir un retour sur leur investissement.

Au regard des tendances observées, il reste qu'une évolution qui s'écarterait du modèle économique de l'édition et de l'édition scientifique en particulier communément utilisé jusqu'à aujourd'hui pourrait avoir des conséquences inattendues.

⇒ *L'accès libre à l'information n'est pas la solution pour accroître l'impact de la recherche scientifique. Au contraire, l'accès à l'information scientifique n'a jamais été meilleur. Mais l'édition et la conservation ont un coût, ce que de nombreux chercheurs sous-estiment. Les éditeurs augmentent d'une valeur ajoutée considérable la valeur des activités de recherche en garantissant la qualité des articles de la façon la plus efficace possible.*

⇒ *Si les organismes publics recherchent un meilleur retour sur leurs investissements (l'argent public finance la recherche en elle-même) et militent en faveur de l'accès gratuit et libre à l'information, il convient de s'interroger sur le degré d'intervention possible de la puissance publique dans le secteur de l'édition qui est hautement concurrentiel. Une intervention publique mal conçue pourrait engendrer des difficultés réelles pour l'édition sans mettre à disposition des acteurs une alternative viable et pérenne.*

Analyse des agences d'abonnements

Les agences peuvent être, dans ce cadre, un intermédiaire de « support », en proposant des prestations de services techniques : regroupement, visibilité et accès au contenu des titres en Open Access sur un portail. Une telle offre peut être un atout pour leur « image de marque », mais il s'agit d'un investissement certain et peu rentable.

3.1.3. L'abonnement

Il convient de distinguer les acquisitions titre à titre et les abonnements aux archives.

Acquisition titre à titre

On distingue les cas suivants :

- Souscription papier et électronique inclus : la souscription papier donne accès à une version électronique (généralement l'année en cours).
- Couplage papier et électronique : il s'agit d'un abonnement combiné à la version papier et la version électronique.
- Souscription électronique seule (e-only) : il s'agit, soit du substitut électronique à la version papier, soit d'un périodique existant uniquement en version électronique. Avec cette souscription, certains éditeurs peuvent proposer le format papier à un tarif fortement remisé (DDP). Pour certains éditeurs, la souscription électronique donne l'accès aux contenus de l'année en cours, voire à l'antériorité. Certains éditeurs ne souhaitent pas que les agences gèrent les offres e-only, ce qui peut avoir des conséquences dans le cas des marchés publics, notamment lorsque, déduction faite de ces abonnements, le chiffre d'affaires n'atteint plus le montant minimal prévu dans le cadre du marché.

Abonnement aux archives

La définition des archives varie d'un éditeur à l'autre. Dans l'abonnement courant, l'éditeur permet le plus souvent la consultation d'années antérieures. L'accès aux archives commencent en deçà de l'abonnement courant et peut aller jusqu'aux premiers numéros de la publication.

On distingue deux modèles : la souscription ou l'achat unique.

Recommandations

Les éditeurs doivent communiquer de façon explicite sur leurs offres, notamment en précisant clairement les années couvertes par les abonnements souscrits.

Les clients doivent vérifier les années auxquelles ils auront droit lors de la souscription de leur abonnement et s'il s'agit d'années fixes ou d'années glissantes.

Les clients souhaitent que les deux modèles d'abonnement (souscription / achat unique) aux archives co-existent.

Acquisition par bouquet

Les bouquets sont des offres des éditeurs proposant une souscription à un ensemble de titres, collection complète ou collection thématique, moyennant une proposition tarifaire dégressive par rapport aux souscriptions unitaires cumulées. Cette offre est apparue avec la montée en puissance des consortia.

Pour les clients, cette offre n'est pas toujours adaptée du fait de son manque de souplesse :

- les contenus proposés sont plus vastes mais ne sont pas forcément adaptés aux besoins ;
- des versions papier font parfois partie intégrante du bouquet proposé, alors que certains clients n'en ont pas besoin ;
- alors que les services documentaires subissent des réductions budgétaires importantes, les offres par bouquet signifient souvent une augmentation des coûts, notamment quand le maintien des abonnements imprimés est obligatoire. Certaines sources étant indispensables, ce phénomène peut signifier à terme la disparition des éditeurs plus petits, le budget des clients étant totalement dédié aux bouquets. Le mouvement est renforcé, dans certains secteurs, par le rachat de certaines revues, accélérant encore les conséquences de la concentration dans le secteur de l'édition ;
- si les clients ne souhaitent pas passer par un « bouquet » et sélectionner seulement quelques périodiques, la facture est proportionnellement plus élevée, voire dissuasive ;

- à terme, les bibliothèques universitaires risquent de mettre à disposition une offre analogue d'une institution à une autre, ce qui nivellerait les missions spécifiques de chacune d'entre elles.

Certains éditeurs imposent le contenu des bouquets, sans négociation possible avec les clients, par choix commercial ou pour des raisons techniques et/ou de ressources disponibles pour la négociation. D'autres proposent cette solution à côté d'une solution à la carte.

Les éditeurs notent que les bouquets peuvent garantir la survie de certaines revues en assurant leur rentabilité par l'« adossement » de leur diffusion à d'autres titres.

3.2. Tarification

La tarification varie selon de nombreux critères et selon les éditeurs.

La tarification peut prendre en compte :

- le type d'institution : gouvernemental, public, académique, privé,
- la taille de l'institution
 - o le nombre de FTE (équivalent personnes employées à temps plein)
 - nombre d'étudiants (total, par discipline, par niveau de diplôme), nombre d'employés (total, par fonction, par métier spécifique),
 - nombre de chercheurs,
 - nombre de médecins,...
 - o le nombre de facultés, nombre de facultés par discipline, nombre de lits (hôpitaux),
 - o le nombre de sites géographiques (consortia, multi-site...),
- le chiffre d'affaires du portefeuille abonnements papier existant,
- le nombre d'accès simultanés,
- la localisation du client (existence de programmes à destination des pays émergents),
- le nombre de consultations ou le volume de documents téléchargés. Dans ce cadre, les ajustements tarifaires se font le plus souvent lors du renouvellement.

Ces critères peuvent être combinés.

La tarification suivant l'usage

La tarification « credits » ou « Usage based », une tarification selon l'utilisation, se développe également. Cette tarification, historiquement adaptée aux bases de données (facturation sur la consommation réelle, avec l'émission d'une facture chaque mois), concerne également les revues. Les éditeurs internationaux commencent à utiliser ce type de tarification, mélange d'abonnement et de consommation réelle. Le principe est le suivant : lors de la première année, l'éditeur et le client ne sachant pas estimer le volume et/ ou la population concernée, il est convenu d'une année test (payante et ajustable en fin d'année). Au bout d'un an il est constaté le nombre de connexions. L'éditeur et le client se mettent alors d'accord sur le prix d'un abonnement futur sur la base de l'année n-1.

La tarification selon l'utilisation permet de réajuster en fin d'abonnement le tarif, en fonction de l'usage réel. Elle suppose de disposer d'outils statistiques pour alimenter la négociation commerciale entre l'éditeur et le client.

Selon les éditeurs, les statistiques d'usage sont utilisées par les clients pour faire pression sur les coûts.

Selon les clients, les statistiques d'usage permettent de vérifier l'usage réel et de payer pour une utilisation réelle. Elles peuvent servir à réviser par exemple le nombre de FTE. Ces chiffres sont utilisés pour la communication interne et externe du service de documentation : affectation des charges sur des services internes, évaluation de la pertinence de certaines sources...

Ce modèle implique donc l'utilisation d'outils statistiques incontestables et reconnus par toutes les parties pour une négociation sereine (Voir le chapitre sur les statistiques).

Les éditeurs soulignent également que ce mode de facturation peut permettre à de nouveaux entrants d'émerger plus facilement.

3.3. La nature contractuelle des offres

3.3.1. Les contrats de licence

La signature de licences constitue une des particularités induites par l'électronique, par différence avec le papier où le bon de commande suffisait. Le client devenait propriétaire des supports des ressources acquises pour une durée illimitée. Les acquisitions en matière d'électronique constituent davantage des abonnements à des accès pour des durées convenues et il est nécessaire de préciser ce qu'il advient de ce droit une fois la durée de l'abonnement écoulée.

Les contrats de licences précisent les prérogatives et les interdictions de chacune des parties en matière d'usage des ressources concernées.

Des initiatives anglo-saxonnes issues de groupes de professionnels de l'information regroupant éditeurs, bibliothèques et associations professionnelles, ont donné lieu à des modèles de licences (Nesli, Jisc, STM...).

Les informations qui doivent figurer

Un ensemble de définitions clés est à faire figurer en début de licence afin de décrire clairement les notions essentielles et lever toute ambiguïté.

Il s'agit notamment de définir les utilisateurs, autorisés à accéder aux ressources souscrites. Il importe de spécifier les catégories de personnels d'une institution auxquelles on souhaite donner accès (permanents, temporaires, contractuels, etc.), les modes d'accès (EZ-proxy, etc.) et d'authentification utilisés (par IP, mot de passe), accès sur site et/ou à distance.

Le plus souvent, l'éditeur concède au bénéficiaire, un droit non-exclusif et non cessible d'accès et s'engage à bien être titulaire du droit d'auteur. Le bénéficiaire de la licence s'engage à fournir l'accès aux ressources aux seuls utilisateurs autorisés et à les informer des utilisations qu'ils peuvent en faire. Les éditeurs soulignent l'obligation de moyen à mettre en œuvre par le bénéficiaire, afin qu'il informe les utilisateurs des interdictions d'utilisation. Une coupure de l'accès par l'éditeur en cas d'abus est prévue.

Certains usages sont possibles mais soumis à l'autorisation de l'éditeur et peuvent être précisés dans la licence. Pour tous les autres usages, les éditeurs rappellent qu'en matière de droit d'auteur, ce qui n'est pas autorisé explicitement est interdit.

Les clauses prévoyant l'accès aux ressources abonnées après le terme de la licence sont essentielles pour certains clients et précisent ce à quoi le bénéficiaire et les utilisateurs continueront à avoir accès et par quelles modalités. Plusieurs alternatives sont possibles : l'accès « perpétuel » sur le site de l'éditeur ou sur un site tiers, le téléchargement sur le site du bénéficiaire (CDRom, DVD, nombre d'exemplaires, etc.). Il convient de veiller à toujours préciser la nature de la prestation et si elle est gratuite ou dans le cas contraire, la partie qui prendra en charge les frais (de chargement, de maintenance).

A noter, le développement actuel de nouvelles solutions d'archivage : Lockss, Clockss et Portico (cf. lexique).

Un article précise la confidentialité requise de part et d'autre, notamment en matière de statistiques d'utilisation.

Les cas de cessions de ressources à un autre éditeur sont à prévoir pour couvrir un phénomène de plus en plus fréquent de revente de revues entre éditeurs. Il convient dans ce cas de mentionner que l'éditeur fera de son mieux pour s'assurer que les modalités et conditions de la licence soient préservées.

Le pays de la loi qui s'applique et la juridiction du tribunal compétent en cas de litige sont à préciser. Il peut être difficile d'obtenir d'un éditeur américain que la loi française soit privilégiée ; il est conseillé d'insister auprès de l'éditeur.

Des annexes complètent le contrat de licence : listant les ressources sous licence, les ayants-droit, les statistiques fournies.

Outre ce contenu que l'on retrouve dans la plupart des licences, certains éditeurs imposent l'acceptation, par l'administrateur du compte ou par les utilisateurs individuellement, de conditions par un clic en ligne, avec pour inconvénient pour le bénéficiaire, de ne pouvoir les modifier en vue de les adapter à ses besoins. Leur acceptation est préalable à l'accès aux ressources.

Pour l'éditeur, la licence permet de proposer les mêmes conditions d'usage pour tous les clients.

3.3.2. Les contrats en anglais

Beaucoup de licences d'éditeurs internationaux ne sont proposées qu'en anglais. Selon la loi n°94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, dite loi Toubon³, les contrats devraient être rédigés en français, mais à ce jour (mai 2007), on ne peut l'exiger car aucun décret d'application n'a été publié.

Ces contrats font souvent appel à des notions juridiques anglo-saxonnes. Le contrat peut contenir des clauses inapplicables en France.

Le tribunal compétent doit impérativement être en France en cas de litige.

Les clients doivent souvent être très pragmatiques et non procéduriers pour que les abonnements soient rapidement mis en place, car les éditeurs anglo-saxons n'ont souvent pas de contrats traduits ni adaptés à la législation française à proposer.

Recommandations

Avant la signature de la commande, il est recommandé aux clients de prendre connaissance des contrats de licence qui leur seront soumis.

Il est recommandé de vérifier la clause de durée (1 an, 3 ans, etc.), ses possibilités de renouvellement (tacite reconduction, notification écrite, non renouvelable), et de résiliation (non paiement, insolvabilité, liquidation, etc.).

Le contrat de licence doit être relu par les services juridiques et les services informatiques des clients. Le client doit identifier en amont au sein de son institution le signataire de la licence (direction, service juridique, service des achats ou service technique).

Il est recommandé aux éditeurs de communiquer aux agences le contenu des licences types en même temps que les tarifs. L'agence d'abonnement ne peut se substituer au client pour la signature de la licence. L'agence doit être tenue informée par les clients des dispositions techniques nécessaires à la bonne gestion de l'abonnement.

³ Les textes de référence : loi n°94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, dite loi Toubon, décret en conseil d'état 95-240 du 03/03/1995, circulaire ministérielle du 06/03/1997 n° 4469 relative à l'application des textes relatifs à l'emploi de la langue française, circulaire ministérielle 20/09/2001 relative à l'application de l'article 2 de la loi du 4 août 1994 à l'emploi de la langue française.

4. Les consortia

« Le passage de la documentation de l'état solide à l'état liquide est un véritable changement de paradigme pour l'ensemble des professionnels des métiers du livre. Les bibliothécaires doivent négocier âprement via des consortia le plus souvent et deviennent ainsi des prestataires de services. »

Louis Klee, directeur des BU de Nice-Sophia Antipolis, Livres hebdo n° 682, 2007.

4.1. Consortia et autres groupements d'achat

Les modalités d'achat en groupe sont variées, qu'il s'agisse du secteur public ou du secteur privé. On peut dessiner une matrice des pratiques en s'appuyant sur les critères suivants :

- la commande est-elle centralisée ou les différents acquéreurs gardent-ils leur autonomie dans le processus ?
- le paiement est-il réalisé par l'intermédiaire centralisateur ou par l'acquéreur ?
- la facture est-elle unique ou adressée à chaque acheteur ?

A partir de là, on peut analyser les différentes formes de contrats de groupe et différencier les pratiques selon les définitions suivantes :

- **Le référencement** consiste à rechercher, puis à négocier des offres à des conditions avantageuses. Le contrat est conclu directement entre l'acquéreur et le fournisseur, sur la base des conditions obtenues par le référenceur. Pratiqué par les centrales ou groupements d'achat au profit de leurs affiliés et leurs associés, le référencement est considéré juridiquement comme une forme de courtage.

- **L'intermédiation** consiste à libérer totalement ou partiellement les acheteurs, publics ou privés, de la mise en oeuvre des procédures de passation, de choix, de signature, de notification et/ou d'exécution du marché.

- **Les accords-cadres** (ou contrats-cadres) sont des contrats conclus de façon à poser les bases essentielles d'une passation de marchés ultérieurs, pour une période déterminée. Ils séparent la procédure de sélection de fournisseur de celle d'attribution de la commande effective. Les acheteurs multiples qui utilisent la formule de l'accord-cadre conservent toute leur autonomie lors de l'attribution et du suivi de l'exécution de leur commande.

- Les **groupements d'achat** sont des structures juridiques autonomes. La loi n'imposant pas de forme juridique particulière, elles peuvent prendre la forme d'une société commerciale procédant soit par achats/revente, soit en tant que commissionnaire, soit en tant que mandataire. Elles peuvent également avoir le statut de coopérative. Leur nature juridique diffère et n'est pas régie par les mêmes textes. Les groupements d'achat mènent aussi des opérations de référencement, et d'intermédiation, au profit de leurs associés et de leurs adhérents/affiliés.

4.2. Définition des consortia

Qu'est-ce qu'un consortium ? Plusieurs définitions sont disponibles dans les revues et sur le web. « C'est un groupement d'entreprises juridiquement indépendantes réunissant, sous une direction unique, des moyens financiers ou matériels en vue d'exécuter en commun des opérations déterminées⁴ ».

⁴ **Carel et la documentation électronique en bibliothèque**, Intervention d'Isabelle Antonutti, le 9 Février 2006 à la Journée sur les Consortia pour le Centre régional des Lettres Midi-Pyrénées

Pour Archimag, un consortium a pour objectif de : « rassembler un pouvoir d'achat suffisant pour négocier avec des éditeurs un accès collectif à un ensemble de périodiques ou de bases de données ».

Il permet donc, entre autres, de mutualiser les achats des membres et de négocier, grâce au poids qu'il représente, la meilleure offre possible au meilleur coût. En l'occurrence pour le sujet qui nous intéresse, c'est un ensemble de bibliothèques ou d'institutions qui se regroupent pour acheter mais aussi pour utiliser de la documentation électronique en commun.

Les contenus concernés sont : les abonnements électroniques couplés ou non avec des abonnements papier, les e-books, les bases de données, les archives et outils documentaires tels que résolveurs de liens, moteurs de recherche fédérée, outils de gestion de références bibliographiques.

Des exemples de consortia français, européens, canadiens et américains sont présentés dans l'annexe 10.

4.3. Pourquoi les consortia ?

La fin des années 90 a été marquée par une offre massive de périodiques électroniques et, dans certains secteurs, par une augmentation importante des coûts des abonnements.

Les membres du groupe représentant les clients rencontrent des difficultés en matière d'abonnements (papier et électroniques) qui pourraient trouver des débuts de solution au sein de structures comme les consortia.

Les points d'achoppement sont au nombre de quatre :

- **Coûts mal identifiés des abonnements :**
 - variation des prix pour un même produit et selon un modèle économique souvent lié au chiffre d'affaires papier,
 - surcoût pour le support électronique dans le cas de la conservation de l'abonnement papier, remise de 10 à 12 % dans le cas du tout électronique.
- **Offre d'abonnements non adaptée :**
 - Proposition de bouquets disproportionnés et figés par les éditeurs au lieu de partir des besoins réels des clients.
- **Accès aux archives :**
 - Offre de supports peu compatibles avec les systèmes informatiques des clients,
 - Pas de lisibilité des archives hors abonnement,
 - Périmètre des archives souvent mal identifié.
- **Licences illisibles :**
 - Licences hermétiques, notamment en raison de barrière linguistique (pas de traduction française disponible).

Les résultats attendus des consortia par les clients sont :

- Evaluer les contenus en ligne,
- Négocier collectivement et acheter au meilleur prix les abonnements électroniques (homogénéisation des tarifications), mais aussi les archives,
- Mutualiser des compétences, ressources humaines et financements,
- Régler les problèmes techniques :
 - mettre en œuvre les accès aux ressources électroniques,
 - accès permanent au contenu en ligne,

- harmonisation des pratiques d'accès,
- accès nomade généralisé : possibilité pour les chercheurs de bénéficier de la documentation numérique directement sur leur lieu de travail et pour les étudiants depuis leur domicile,
- Mettre en œuvre une politique commune de développement et de conservation des collections, notamment en réduisant des doublons.

En annexe, figurent quelques exemples de consortia en France, en Europe, au Canada et aux Etats-Unis.

4.4. Le rôle des agences

Comme pour les abonnements « papier », l'agence assure un point de centralisation de l'information. Elle peut assurer, en fonction des accords avec les consortia, l'intermédiation complète ou parcellaire avec les éditeurs. Les tâches et missions de l'agence peuvent ainsi aller du simple rôle administratif de gestion (commande, gestion des litiges, facturation, renouvellement des acquisitions) au rôle de conseil.

En effet, la position d'intermédiaire permet à l'agence de connaître aussi bien le fonctionnement de ses clients qui souhaitent mutualiser leurs accès, que celui des éditeurs. Aussi, certaines agences développent des services spécifiques tant pour les clients que les éditeurs :

- L'agence peut intervenir dans les négociations en se positionnant comme médiateur, le plus souvent d'un client, mais également d'éditeurs ne disposant pas de force commerciale en France.
- Pour le client, ces agences interviennent entre autres dans le travail d'analyse en amont, la prise de contact et la négociation avec l'éditeur pour la mise en place de période de test, de la licence, de l'offre financière, de la présentation de la facture (éclatement et répartition des montants entre les membres), aide à la mise en place des accès, règlement des dysfonctionnements éventuels, présentation des statistiques d'utilisation, des offres de renouvellement, etc.
- Côté éditeurs, ces agences proposent des services de conseil (conseil pour la constitution d'offres adaptées aux consortia, présentation des offres auprès d'un consortium et/ou de ses membres, rôle dans la négociation, règlement consolidé, etc.).

Notons toutefois que selon la typologie de leurs clients, toutes les agences ne sont pas concernées de la même manière par le phénomène de consortia qui est à ce jour majoritairement présent dans le secteur public. Ajoutons qu'un phénomène proche se développe dans le secteur privé avec les regroupements d'entreprises (groupements d'achats ou accords multi-sites et parfois multi-pays). Mais, si la philosophie est globalement la même, la méthode est différente : le groupement en question considère généralement que l'agence d'abonnements doit se comporter comme une véritable centrale d'achat en se substituant totalement aux composantes du groupement dans les négociations.

4.5. Avantages et limites des consortia

4.5.1. Pour les clients

L'adhésion d'une bibliothèque à un consortium a évidemment un impact sur le développement de ses collections, ses modes de sélection et d'acquisition, mais aussi un impact organisationnel et financier. Le développement de politiques de coopération ambitieuses est nécessaire dans ce contexte. L'appartenance à un consortium est donc un atout car il donne les moyens de rééquilibrer les charges entre établissements mais pas forcément pour tous les établissements, toutes les ressources, tous les utilisateurs...

C'est également un groupe de pression, de négociation et un partenaire auprès des éditeurs, mais il subsiste un risque de le confondre avec une centrale d'achat, voire une « chambre d'enregistrement » pour certains établissements.

Quel système d'archivage satisfaisant peut-on envisager pour des revues accessibles directement en ligne, surtout si le papier vient dans certains cas à être délaissé au profit du seul abonnement électronique ? Quelle influence le nombre de participants à un consortium exerce-t-il sur la gestion efficace de ce groupement ? S'agissant de la documentation électronique, comment faire évoluer le dispositif actuel de fourniture de documents appuyé sur les Cadist⁵ et fondé sur l'acquisition exhaustive de documents dans des registres thématiques ? Quelles conséquences pour les collections acquises dans le cadre d'un consortium qui viendrait à disparaître ?

Les bibliothèques doivent apprendre à travailler différemment : **raisonner non plus en terme d'acquisition mais en terme d'accès**. Les licences prévoient des droits d'accès assurés par l'éditeur pour les archives courantes. Quelles garanties ont les clients d'une conservation pérenne de leurs archives ? Et qu'arrivera-t-il si ces sociétés disparaissent ?

En outre, la bibliothèque ou le centre de documentation n'a pas toujours la possibilité d'acheter les titres souhaités lorsqu'elle ou il adhère à une négociation via un consortium. Souvent, les éditeurs proposent lors d'une négociation prise en charge par un consortium, des bouquets thématiques de périodiques ; de ce fait, il existe un risque d'avoir partout la même offre et par conséquent les mêmes lacunes.

Pourra-t-on dire encore que les bibliothécaires exercent des fonctions de sélection de l'information, d'acquisition raisonnée ?

Un autre impact lié aux licences consenties dans le cadre des consortia est l'activité du prêt entre bibliothèques (PEB) dans la mesure où l'accès à ces revues est souvent contraint voire interdit.

4.5.2. Pour les éditeurs

Les éditeurs analysent différemment la montée en puissance des consortia.

Position de la FNPS

Les éditeurs sont partagés sur la montée en puissance des consortia dans la relation éditeur-lecteur. Certains y voient une manière de faciliter leur diffusion en améliorant la visibilité de leur offre. D'autres identifient un risque majeur de remise en cause de leur indépendance.

La FNPS constate l'existence récente des consortia qui peuvent être un outil commercial de promotion et de développement pour les éditeurs.

Dans la négociation des tarifs, on assiste à cet égard à un fort développement des consortia (particulièrement dans les filières scientifique, technique et médicale et en développement dans les sciences humaines, avec par exemple le consortium Couperin).

24 % des éditeurs de la FNPS interrogés (selon une enquête menée auprès des adhérents en juin 2006) sont concernés par les consortia.

La frontière entre groupe de pression, consortia et centrales d'achat est ténue. Les éditeurs ont le sentiment, avec la multiplication des intermédiaires et notamment des consortia, de perdre, petit à petit, le contact avec le client final et de ne plus savoir quels sont ses besoins. Les éditeurs doivent avoir une meilleure information sur leurs clients.

La FNPS souligne la nécessité de conserver une juste rémunération des contenus que ses adhérents éditent. Une évolution des consortia vers la seule pression sur les prix ne pourrait à terme qu'être dommageable au maintien de la diversité de l'offre.

Il y a un risque de voir l'offre s'uniformiser (exemple des bouquets clés en main). Plus généralement via le développement des consortia, il est à craindre que le réseau

⁵ Centre d'acquisition et de diffusion de l'information scientifique et technique

commercial de diffusion de l'information soit de moins en moins ouvert. Cela représente un réel danger, pour les éditeurs et le client final en fin de compte, surtout si le recours aux consortia et plus généralement à des intermédiaires s'accompagne de conseils sur le choix des titres.

La FNPS n'est pas favorable à ce que les consortia pratiquent l'achat / revente.

Les éditeurs de la FNPS souhaitent pouvoir, même dans un cadre négocié collectivement, commercialiser directement leurs contenus auprès de leurs acheteurs / lecteurs.

La FNPS rappelle que le pluralisme et la neutralité des moyens de diffusion doivent être au cœur de toutes démarches constructives visant au développement de l'offre éditoriale.

Point de vue d'autres éditeurs

Deux éditeurs qui ne sont pas membres de la FNPS, Springer et Champion Electronique ont participé au groupe de travail. Consultés sur ce sujet, ils voient d'un bon œil l'émergence des consortia qu'ils considèrent comme de véritables outils de communication : meilleure visibilité de leurs offres, établissement de calendriers aux projets d'acquisition... Le consortium, qui permet de réunir des personnes d'horizons variés, peut ainsi devenir un espace, un laboratoire où s'élaborent des outils pédagogiques.

Leurs positions sont présentées dans l'annexe 10.5.

L'annexe 10.6. présente des initiatives permettant aux éditeurs de se positionner sur le marché des consortia.

4.5.3. Pour les agences

Des difficultés peuvent apparaître pour l'agence lorsqu'elle ne participe pas aux accords et que ceux-ci impactent la relation agence-client dans la gestion du format papier. En effet, par la suite, le groupement ne met pas systématiquement à disposition, les informations nécessaires permettant d'assurer la gestion (notamment pour la facturation) des abonnements papier bénéficiant des DDP (Deep Discounted Prices). Ce problème se rencontre dans le cadre des appels d'offres publics où les agences doivent appliquer les conditions accordées au consortium sans en avoir connaissance.

4.6. Conclusion

Le consortium est un atout pour les clients afin de négocier au meilleur prix des conditions de vente de périodiques et de bases de données électroniques pour un groupe donné de bibliothèques et de centres de documentation mais il faut toujours, au préalable, lancer des enquêtes d'intérêt avant de concrétiser de telles offres.

Les clients, très attachés à la qualité du service rendu aux utilisateurs, attendent des fournisseurs et des éditeurs qu'ils prennent en compte et traitent leurs réclamations dans les meilleurs délais. Dans le même esprit, ils souhaitent également que les contenus en ligne soient clairement identifiés.

Les clients et les agences soulignent enfin, qu'adhérer à un groupement d'achat ne dispense pas d'évaluer l'usage des produits acquis. Il est fortement recommandé de mettre en place des indicateurs, d'utiliser les statistiques proposées en local ou par l'éditeur, pour évaluer voire réajuster les acquisitions des clients.

Recommandations

Le Groupe de travail recommande aux clients :

- de bien identifier leurs besoins et de vérifier l'adéquation avec les offres négociées par les consortia,
- d'accepter des compromis éventuels par rapport à leurs besoins,
- de travailler sur la question de l'acquisition pérenne d'archives (sujet au cœur des négociations actuellement).

Dans le cas où un éditeur et un consortium ont négocié directement une offre personnalisée, il est important pour les agences, de recevoir tous les éléments nécessaires pour que les abonnements puissent être commandés/renouvelés en temps voulu et tarifs appropriés. Il est demandé aux éditeurs de transmettre les détails du contenu de l'offre, les tarifs, les conditions de paiement et les numéros de référence agence dans le cas de renouvellements.

De même, si l'éditeur propose un tarif remisé DDP (Deep Discounted Prices), il est important que celui-ci informe l'agence de la liste des clients éligibles afin que les abonnements puissent être renouvelés au tarif approprié.

5.Aspects techniques

L'abonnement à une ressource électronique place l'éditeur et le client dans un environnement professionnel différent de celui de l'abonnement à une revue papier. Ils sont face à des solutions techniques nouvelles qu'ils doivent appréhender pour mettre en place les accès à leurs abonnements.

Il s'agit à la fois de connaître les modalités d'accès aux produits acquis et également de maîtriser les outils offerts pour mesurer l'utilisation de ces acquisitions.

Recommandations

Le Groupe de Travail recommande aux clients d'associer les informaticiens de leur organisation dès la phase d'étude pour déterminer l'environnement technique et les contraintes du système d'information.

5.1. Les modalités d'accès

Les contenus acquis sont généralement accessibles sur Internet selon différentes modalités et selon le choix de l'éditeur :

- via le site commercial de l'éditeur où, de plus en plus, un espace *périodiques en ligne, bookseries ou bases de données* est identifié,
- via le site d'un agrégateur (Atypon, HighWire, Ingenta, MetaPress, MIT, OCLC, Cairn...),
- via les portails proposés par certaines agences.

Les contenus de certains éditeurs peuvent être accessibles par les trois voies. L'utilisateur devra alors choisir de mettre en place ses accès en fonction de ses besoins.

La mise en place d'un accès à un produit en ligne nécessite l'identification du client par l'éditeur. Cette opération est permise par le numéro d'abonné que le client doit enregistrer dans des espaces d'administration des abonnements, sur les plateformes des éditeurs, des agrégateurs ou des agences. Le numéro d'abonné figure sur les factures des éditeurs et sur la plaque adresse, s'il y a un abonnement papier. Le numéro d'abonné ou l'adresse électronique est, dans certains cas, l'identifiant. Les agences n'ont parfois pas accès à ces numéros.

Cette étape accomplie, les accès au texte intégral des revues en ligne peuvent être immédiats ou faire l'objet d'une validation de la part de l'éditeur ; ce cas se présente plus généralement lorsque les titres sont accessibles sur des plateformes d'agrégateur.

La reconnaissance du numéro d'abonné permet au client de compléter un profil administrateur des abonnements en ligne et d'activer les accès aux titres qu'il a acquis. A ce moment, le client peut choisir un mot de passe et/ou enregistrer l'adresse IP qui a droit à cet abonnement.

La mise en place des accès nécessite parfois la mise en relation entre plusieurs interlocuteurs, maîtrisant plus ou moins les contraintes techniques, ou ayant des problématiques différentes (l'informaticien de l'éditeur, l'interlocuteur de l'agence, l'informaticien du client).

Recommandations

La circulation de l'information qui avait été définie dans le vade-mecum sur les abonnements n'est pas encore effective partout. La question se pose notamment dans le cas de changement d'agence : la nouvelle agence ne dispose pas systématiquement d'un listing avec les numéros d'abonnés correspondant.

Le Groupe de Travail recommande une meilleure communication entre les éditeurs, clients et agences. Il est nécessaire que l'agence soit informée des données suivantes :

- le numéro d'abonné,
- l'adresse électronique des utilisateurs ou adresses IP,
- la date de la mise en œuvre effective de l'abonnement électronique.

Pour éviter toute erreur de copie, il est souhaitable que le client communique à l'agence au moment de la commande, les informations relatives aux adresses électroniques ou aux adresses IP de manière électronique.

Le système des abonnements électroniques reposant sur ces informations, il est impératif :

- que l'éditeur ne modifie pas les numéros d'abonnés sans en avertir les clients et les agences,
- que le client informe l'éditeur et l'agence de toute modification des adresses électroniques ou des adresses IP.

Il est recommandé aux clients de tester les accès.

5.1.1. Accès par login-mot de passe

Le système des identifiants et mots de passe suppose une gestion lourde, aussi bien pour l'éditeur que pour le client. La gestion des login/mots de passe est réalisée directement sur le site de l'éditeur.

La communication des identifiants se fait :

- par courrier : parfois, ces identifiants sont donnés avec la revue papier et le lecteur final n'est pas forcément attentif à cette information. Dans ce cas, trop souvent, le gestionnaire ne dispose pas de cette information.
- par courrier électronique : identifiant et mot de passe doivent être envoyés de manière séparée. Il est à noter que les éditeurs ne disposent pas toujours des adresses électroniques correctes.

Bien que les informations concernant les accès soient, le plus souvent, communiquées au client directement par les éditeurs, les agences sont en mesure d'administrer ces mots de passe. Elles souhaitent donc être en copie du message envoyé au client, ce qui leur permet de vérifier que l'abonnement a bien été mis en place. Cette information est notamment utile lors des renouvellements.

Les gestionnaires des abonnements au sein des organismes clients souhaiteraient également être en copie de ces informations adressées à l'utilisateur final.

La perte des identifiants et mots de passe est courante ; l'éditeur doit renvoyer dans ce cas, ces informations.

Limites : la divulgation des mots de passe

L'accès par identifiants pose le problème du piratage, plus facile qu'avec l'adresse IP : en termes techniques, l'« injection SQL » est très facile à mettre en œuvre, contrairement à « l'usurpation d'IP ». Pirater une adresse IP suppose des connaissances techniques plus

élaborées, ce qui n'est pas le cas lorsque l'on communique ses mots de passe à ses collègues, ou que l'on conserve et réutilise des mots de passe après un stage. Toutefois dans les deux cas, il s'agit de piratage de contenus.

Dans certains contrats de travail, les outils d'information sont soumis à des clauses de confidentialité et de responsabilité. Un courrier électronique, lors de l'arrivée de la personne au sein de la société et de son départ, lui rappelle ses droits et ses devoirs vis-à-vis du système d'information.

Recommandations

Le Groupe de Travail recommande que les utilisateurs, au moment de la communication des login et mot de passe, soient informés de la confidentialité de ces informations. Il est important que les organismes et les sociétés responsabilisent leurs salariés et leurs stagiaires à cette question, afin que les mots de passe ne circulent pas.

5.1.2. Accès par adresses IP

Ce système est adapté aux demandes multi-sites et aux multiples utilisateurs. Il se trouve notamment dans le monde académique et public.

Il est transparent pour l'utilisateur final.

Il est nécessaire que le client communique ses adresses IP à l'agence au moment de la commande, de préférence au format électronique. L'agence transmet ensuite ces informations aux éditeurs pour enregistrement. L'éditeur confirme ensuite la prise en compte de ces adresses au client et à l'agence.

Les limites

La livraison par IP pose problème chez certains clients :

- Les IP flottantes sont difficiles à gérer.
- Les plages IP peuvent changer en cours d'année (pour éviter les problèmes liés à l'espionnage de la concurrence).
- Il y a parfois un veto des informaticiens à laisser voir leur porte d'entrée (banque, assurance). Dans ce dernier cas, les clients peuvent définir une ligne dédiée aux fournisseurs.
- On observe que les IP deviennent plus rares et qu'il est parfois nécessaire de mettre en place des passerelles (ou proxy).

La livraison par IP pose problème chez certains éditeurs qui ne sont pas en mesure d'intégrer plusieurs plages IP.

Recommandations

Il est recommandé aux éditeurs de vérifier le propriétaire des adresses IP qu'ils enregistrent.

5.1.3. Les accès simultanés

Aussi bien dans la solution identifiant/mot de passe que dans la solution IP, il est possible de limiter le nombre d'accès simultanés.

Ce système de nombre d'accès simultanés limités est bien compris des utilisateurs. Lorsque tous les accès sont utilisés, des messages indiquent que les utilisateurs sont invités à se reconnecter ultérieurement. Ce système est apprécié des clients car il permet une certaine souplesse tarifaire dans la négociation avec les éditeurs, car ce n'est plus le nombre potentiel d'utilisateurs qui est à la base de la négociation.

Recommandations

Dans le cas des accès simultanés :

- il faut prévoir un message explicite quand tous les accès sont pris,
- l'éditeur doit prévoir une déconnexion automatique, au bout d'un temps raisonnable d'inactivité.

5.1.4. Les accès distants

C'est une demande en forte augmentation. Les accès distants peuvent s'effectuer par réseau privé virtuel VPN ou par ligne spécialisée par Internet.

Avec le développement du nomadisme, la notion de site n'est plus pertinente. La demande d'accès distant peut faire l'objet d'une tarification spécifique.

Les accès à distance vont se développer avec les bibliothèques numériques : les éditeurs doivent proposer des offres adaptées.

Recommandations

Le Groupe de Travail recommande aux éditeurs de ne pas mettre en place de tarification par site géographique, peu adaptée avec le développement des accès à distance.

5.2. Les statistiques d'utilisation

Les ressources électroniques ont un avantage certain sur les ressources au format papier : il devient plus aisé d'en mesurer l'usage et de savoir qui utilise quelle ressource et comment.

Pour accompagner le développement des ressources électroniques et s'adapter à ce nouvel environnement professionnel, les acteurs du marché de l'information doivent s'ouvrir à de nouvelles pratiques. Pouvoir évaluer et mesurer l'utilisation de ressources en ligne devient un objectif majeur. Cette démarche permet aux professionnels de l'information de justifier les abonnements souscrits et d'accroître la pertinence de leurs choix.

Deux solutions existent : les statistiques d'utilisation locales ou les statistiques des fournisseurs.

5.2.1. Les statistiques locales

Les statistiques locales ont l'avantage de proposer des données riches et homogènes. A partir de ces données, il est possible de générer de multiples rapports sous différents angles, y compris par catégorie d'utilisateurs.

Le recensement et l'analyse de statistiques locales imposent un travail important de structuration, une maintenance importante de l'outil (ajouts d'éditeurs, modifications...), l'utilisation et la configuration d'un proxy (filtres, codes retour doubles clics, etc.). Elles offrent des données extrêmement riches, obtenues immédiatement, mais qu'il faut organiser avant même d'établir les premiers rapports d'usage. L'interprétation des données est souvent difficile car il n'y a pas de documentation sur les logiciels des plateformes.

Leur comparaison avec les statistiques des fournisseurs suppose l'écriture des algorithmes correspondant à chaque plateforme. Cette comparaison est toutefois très utile et peut servir de base à des négociations. De nombreux tests sont nécessaires pour vérifier la faisabilité de la mesure de statistiques locales.

Les statistiques d'utilisation des portails à l'INIST

Pour offrir aux chercheurs CNRS issus d'une même communauté un accès unique aux publications ainsi qu'aux principales bases de données, l'INIST a mis en place des portails thématiques, points d'accès mutualisés à des ensembles de ressources numériques.

Un projet d'analyse des statistiques d'utilisation de ces ressources a été lancé afin d'optimiser les négociations avec les éditeurs. Pour contrôler les accès aux différents portails thématiques, le choix de l'INIST s'est porté sur le reverse-proxy. Cette technologie offre l'avantage de ne déclarer qu'une seule adresse IP aux éditeurs, mais rend impossible un recueil précis des données, toutes les consultations étant rattachées à l'adresse IP initialement enregistrée.

Les données locales (via les « logs » de consultation) apportent une connaissance du volet Utilisateurs en permettant une identification des consultations au niveau des laboratoires (unités CNRS ayants-droit) à l'origine des interrogations. Ces logs sont collectés au niveau des EZ-Proxy mis en place pour les portails. S'il est ainsi possible d'estimer la population d'utilisateurs potentiels, l'INIST travaille sur une méthode d'identification individuelle afin de déterminer le nombre d'utilisateurs réels des portails.

L'exploitation statistique de ces données, en complément des statistiques fournies par les éditeurs et des éléments relatifs au coût et à l'évaluation scientifique (facteur d'impact) des ressources, répond à un double objectif :

- évaluer l'adéquation entre les ressources acquises et les besoins réels des utilisateurs,
- rationaliser les coûts liés aux acquisitions de ressources documentaires.

Des études qui, dans un contexte de constantes augmentations des tarifs éditeurs et de restrictions budgétaires des centres de documentation et bibliothèques spécialisés, commencent à se généraliser.

5.2.2. Les statistiques des éditeurs

Quel que soit le mode d'accès, l'éditeur doit évaluer les consultations ou le volume consulté. On notera qu'il s'agit de statistiques d'usage, à ne pas confondre avec les statistiques de fréquentation destinées aux annonceurs.

S'il est facile de mettre en place des statistiques précises pour les accès par login/mot de passe, les accès via IP posent davantage de problèmes.

Il est possible d'exploiter les logs des machines de l'éditeur pour disposer de statistiques au travers de l'affichage des événements (telle IP s'est connectée à telle page, l'affichage des pages suivantes a échoué, les documents suivants ont été téléchargés...). Ces fichiers nécessitent un lourd traitement pour être exploités.

Certains éditeurs sous-traitent la mise en ligne de leur contenu électronique auprès d'agrégateurs. Dans ce cas précis, il revient à l'éditeur de négocier dans le cadre de son contrat de sous-traitance la récupération des données statistiques d'usage. Les principaux agrégateurs du secteur scientifique, technique et médical sont compatibles avec la norme COUNTER (cf. ci-dessous) et permettent ainsi la récupération et l'exploitation de ces données à partir de leur serveur au profit des éditeurs et des institutions abonnées au contenu éditorial.

Dans le cas où l'éditeur ne propose ou ne dispose pas des statistiques d'utilisation de ses ressources, il est possible de récupérer ces données via des cookies ou des javascripts (si le serveur ou le poste client les autorise). Cela permet :

- La mémorisation des identifiants,
- La mémorisation des requêtes,
- L'affinage des statistiques (machines différentes, contenus).

Dans le cas de proxy et pare-feux, il est difficile d'obtenir des statistiques précises d'utilisation puisque l'ensemble des utilisateurs se trouve derrière une seule adresse, à moins que le service informatique ait mis de son côté en place des outils statistiques au niveau du proxy.

Certaines agences d'abonnements proposent de consolider les statistiques d'utilisation produites par les éditeurs afin d'en simplifier l'analyse. L'agence met alors en place des solutions pour sécuriser la plateforme : gestion de login/mot de passe, accès sécurisé avec clé privée et clé publique. La mise en place et l'utilisation de ces statistiques élaborées par des intermédiaires se fait dans un cadre contractuel après accord avec les éditeurs.

Du point de vue des clients, les statistiques fournies par les éditeurs ou agrégateurs sont souvent très diverses, quant aux données étudiées, leur format et support de présentation et leur périodicité. Elles ne sont pas toujours présentes, pas toujours exploitables et sont souvent peu documentées.

Les clients soucieux d'un meilleur suivi des dépenses liées aux abonnements doivent exploiter les statistiques d'utilisation disponibles. Il est intéressant pour eux d'obtenir les données de consultation des articles en texte intégral, des titres acquis mois après mois, de pouvoir répartir ces consultations selon les utilisateurs potentiels (en utilisant les adresses IP ou login pour les différencier), d'observer la manière dont les utilisateurs consultent les sites, leur navigation à l'intérieur d'une ressource ou d'une ressource à une autre. Il est intéressant de savoir s'ils partent de recherches sauvegardées, de profils, ou s'ils feuilletent les sommaires, etc. Il est, par ailleurs, très utile de pouvoir obtenir ces données de l'ensemble des acteurs de manière homogène.

Dans ce contexte, le projet COUNTER (Counting Online Usage of NeTworked Electronic Resources) propose une solution homogène. COUNTER est un projet de standard NISO (un standard national se voulant international) avec pour principal objectif d'élaborer un code de bonnes pratiques COUNTER afin de faciliter l'enregistrement, l'échange et l'interprétation des données d'utilisation électronique. Pour ce faire, il établit des standards et des protocoles ouverts et internationaux permettant aux fournisseurs de contenu de produire des statistiques d'utilisation cohérentes, crédibles et compatibles.

Ainsi depuis 2002, COUNTER a permis de regrouper les professionnels de l'IST que sont les éditeurs, bibliothèques, agrégateurs de contenus, éditeurs de SIGB, fournisseurs de bases de données et agences d'abonnements autour de cet ambitieux projet commun qu'est la normalisation de la fourniture de statistiques d'utilisation des ressources électroniques (revues, bases de données et e-books).

Si COUNTER semble bien diffusé chez les grands éditeurs scientifiques et les plates-formes proposées par les intermédiaires, il est peu développé chez les autres éditeurs. En février 2007, 58 éditeurs ou plates-formes sont conformes à COUNTER.

Les premiers retours d'expérience ont permis de souligner le manque de clarté des directives aux fournisseurs, la lourdeur de l'exploitation des résultats et la rigidité des rapports, qui ne prennent pas en compte, par exemple, les données par activité.

On observe une évolution très forte des outils en quelques mois ce qui montre l'importance de l'enjeu de l'étude des statistiques d'utilisation des ressources électroniques. Ainsi après l'élaboration du code de bonne conduite COUNTER, est apparue la nécessité de travailler sur la récupération des statistiques au profit des bibliothèques : le moissonnage automatique avec l'initiative SUSHI qui propose la récupération des statistiques type COUNTER (de machine à machine) ou encore l'apparition des solutions commerciales qui permettent en plus de la récupération des statistiques, une agrégation de ces données pour une exploitation sous un logiciel de type Excel ou intégration dans un outil, les ERM ...

Recommandations

Les traitements mis en œuvre doivent être en conformité avec la Loi Informatique et Libertés du 78-17 du 6 janvier 1978⁶.

Aujourd'hui, il est recommandé d'implémenter des solutions locales, mais coûteuses, sinon les établissements ne disposeront pas de statistiques suffisantes avant longtemps ; seule la mutualisation permettra de maintenir cette solution.

Demain, un standard international type COUNTER pourrait permettre de répondre aux besoins, à condition que soient fournis :

- des explications détaillées des fournisseurs (comptes-rendus précis des audits),
- des rapports supplémentaires et par activité.

Cela suppose que les professionnels de l'information participent activement à son élaboration, prennent connaissance de cet environnement et s'intéressent à ses évolutions (COUNTER, SUSHI, etc.). Cette connaissance partagée permettra d'uniformiser les demandes faites aux éditeurs en vue d'obtenir des améliorations sur les données fournies.

Afin d'éviter la propagation d'imprécisions, il est recommandé aux éditeurs d'enrichir les rapports de statistiques fournis, avec des définitions de ce qui est comptabilisé et une description précise de ce que contiennent les rapports émis. Ces informations doivent être homogènes.

Pour s'assurer de l'obtention de ces informations et travailler sur les améliorations souhaitées, des clauses doivent être ajoutées dans les contrats de licence. Ces clauses permettent de fixer la demande et de connaître les possibilités des éditeurs de fournir des statistiques conformes aux recommandations COUNTER, en précisant le niveau de conformité COUNTER et les rapports de statistiques fournis. Cela n'exclut pas de continuer des statistiques locales.

Pour des besoins particuliers d'analyse de statistiques et notamment de mise en correspondance avec les statistiques locales, il serait important que l'éditeur puisse s'engager à fournir des précisions sur les méthodes de constitution de ses statistiques et notamment communiquer les requêtes utilisées.

Le travail sur les statistiques locales reste à approfondir car elles enrichissent les données fournies par les éditeurs. Pour cela, des équipes doivent s'organiser car il est difficile de centraliser, structurer et interpréter des données informatiques.

⁶ www.cnil.fr

6. Les archives et la pérennité des données

6.1. Enjeux et attentes

6.1.1. Les clients

En cas de non-renouvellement d'un abonnement, les clients auront-ils ensuite accès aux contenus correspondant à la période de leur précédent contrat ? Cette question est récurrente, mais elle se pose de manière différente selon les clients.

Les bibliothèques et certaines institutions de recherche ont, parmi leurs missions, une mission de **conservation**. Cette mission vise à garantir la mémoire des contenus électroniques diffusés, notamment en cas de défaillance de l'éditeur.

Il est généralement admis comme plus rentable, pour un client, d'accéder au coup par coup (pay-per-view) aux archives d'un éditeur que de mettre en place des procédures de conservation de revues électroniques ; cette mise en place représente en effet un coût élevé (pérennité des supports de stockage, mise en place d'interfaces de recherche...).

Toutefois les clients soulignent que dans chaque métier certains contenus sont **des contenus de référence**, auxquels les professionnels sont amenés à se référer quotidiennement. Dans ce cas, les notions de conservation et d'accès à l'ensemble du corpus de manière exhaustive restent fondamentales.

La disponibilité des archives répond également à deux autres attentes, côté clients :

- La facilité de recherche : un chercheur pourra très rapidement vérifier et valider une référence, avoir accès à un texte ancien et donc gagner un temps important.
- La multiplicité des points d'accès : cet accès en ligne offre à tout chercheur la possibilité de consulter des archives à partir des postes informatiques de la bibliothèque ou à partir d'un accès distant.

Les clients souhaitent donc que les éditeurs s'engagent à proposer un accès pérenne aux contenus souscrits. Certains clients sont prêts à déléguer aux éditeurs tout l'aspect archivage pour les collections souscrites, sous réserve de garanties. Et, d'une façon générale, ils demandent une plus grande clarté de leurs offres, notamment des précisions sur les tarifs et les périodes d'accessibilité aux archives.

Il est à noter que pour les bibliothèques universitaires, l'ABES aura un rôle d'opérateur national pour l'accès aux archives.

6.1.2. Les agences

Comme pour les périodiques et autres produits, les agences ont besoin d'une information complète et précise de la part des éditeurs sur leur offre et les modèles tarifaires en matière d'accès aux archives, afin de mettre à jour leur base, permettre des cotations correctes et une gestion fluide des abonnements.

Les agences proposant un service de portail pour l'accès aux périodiques électroniques peuvent jouer un rôle dans la facilitation de l'accès au contenu, en permettant aux utilisateurs de rechercher aussi bien dans le contenu le plus récent, que dans les archives. Ce service permet également aux administrateurs clients de mesurer l'impact d'un titre par la consultation des statistiques d'utilisation. Cette demande d'accès aux archives des éditeurs via un portail agence est croissante chez les clients.

De par leur présence internationale et/ou leur connaissance d'autres marchés, les agences jouent également un rôle de sensibilisation sur le marché français, en informant les éditeurs des évolutions et des modèles développés à l'international et sur le marché anglo-saxon en particulier.

6.1.3. Les éditeurs

Les archives font partie du fonds de commerce des éditeurs et ceux-ci sont conscients que l'accès pérenne aux contenus est un enjeu stratégique et commercial majeur. Les clients peuvent donc leur faire confiance pour garantir la disponibilité des archives.

Avec le passage au tout électronique, l'archivage implique des coûts supplémentaires pour l'éditeur : numérisation, maintenance et pérennité des plates-formes et des formats, etc. Les frais de la rétro conversion sont lourds pour les éditeurs, sachant que toutes les données ne peuvent pas toujours être converties de manière automatisée. Aussi, la nouvelle valeur ajoutée proposée par l'éditeur doit être rémunérée.

Il est conseillé aux éditeurs d'être prudents quant à la délégation de la gestion de leurs archives, car les agrégateurs ont plusieurs milliers de sources à gérer et les conditions d'accès aux archives de « petits éditeurs » ne sont pas toujours optimales⁷.

Les archives comme projet économique

Les archives sont pour les éditeurs des sources de revenus complémentaires aux abonnements. Il est donc important que ces archives soient disponibles, consultables, et facilement adaptables à une modification technique. Par ailleurs, la mise en ligne des archives a un impact favorable sur les usages : on note une augmentation de la consultation des articles de l'année en cours.

Les archives comme projet scientifique ou patrimonial

On peut penser qu'une revue scientifique de haut niveau ou la mise en ligne de textes patrimoniaux rares sont la garantie d'un nombre de consultations et de citations élevé. Ces usages et citations sont pour l'éditeur l'assurance de recevoir des contributions de qualité et d'augmenter le rayonnement de la revue.

L'accès à l'intégralité des archives est un avantage client qui peut se révéler important et les éditeurs souhaitent mieux comprendre les attentes des clients : quel est le besoin réel d'accéder à des collections complètes ? Quel est l'usage des archives ? Les réponses sont très variables selon les secteurs, la notion d'archive pouvant concerner des articles datant de moins de 6 mois.

Pour la FNPS, il faut établir une relation de confiance entre l'éditeur et le client sur la question des archives.

- Pour ce qui est de la consultation des archives pendant la durée de l'abonnement, une offre claire est nécessaire. Pour un certain nombre de publications, l'archive est conçue par les clients comme faisant partie intégrante du contrat de lecture, elle peut faire partie de l'offre de base au lecteur ou d'une offre premium.
- Pour ce qui est de la consultation des archives après la rupture du contrat d'abonnement, les éditeurs comprennent que les clients veulent pouvoir conserver leur collection numérique comme ils le faisaient avec le papier. Beaucoup d'éditeurs proposent la livraison sur support numérique (CD, DVD, DD,...) des collections dans un format unique (Pdf, Xml, ...). Dans ce cas, et comme pour le papier, les coûts liés à la conservation et à la pérennisation des supports restent à la charge du client. Dans le cas où l'éditeur conserve les collections et a la charge d'en assurer la pérennité, il est normal que ce service fasse l'objet d'une rémunération. Dans les deux cas, un contrat de licence doit préciser les usages autorisés de ces archives.

⁷ La préoccupation principale des éditeurs dans leurs relations avec les agrégateurs est le manque de statistiques fournies permettant de tracer les usages faits par leurs clients.

Par ailleurs sur le site d'un agrégateur le logo de l'éditeur n'apparaît pas d'entrée au niveau des titres d'articles qui se succèdent les uns au-dessous des autres. Il est important pour un éditeur de faire apparaître sa marque.

A l'attention des clients, les éditeurs notent qu'ils ont parfois du mal à assurer la disponibilité de l'ensemble de leurs sources chez certains agrégateurs qui peuvent se suffire d'un effet de masse sans viser une exhaustivité.

6.2. L'accès aux archives électroniques

Il faut distinguer plusieurs cas pour l'accès aux archives électroniques :

6.2.1. Accès aux archives d'un titre pendant la durée de l'abonnement

Cette prestation peut être :

- intégrée à l'abonnement électronique :
 - o accès à l'ensemble des archives (cf. quotidiens économiques),
 - o accès à 10 ans d'archives,
 - o accès à 5 ans d'archives,
 - o accès à 3 ans d'archives.
- faire l'objet d'une proposition commerciale distincte.

6.2.2. Accès perpétuel aux années souscrites dans le cas d'une cessation de contrat : quelle est la pérennité de l'accès aux titres pour les années souscrites ?

Pour se prémunir des conséquences, soit d'une évolution de la politique des éditeurs qui restreindrait l'accès aux collections acquises, soit de la disparition d'un éditeur, trois possibilités existent :

- L'éditeur envoie les contenus souscrits (contenus statiques) sur support électronique (CD-ROM/ clé USB) ou les livre par FTP.
 - o Le client est maître de l'archivage : il doit toutefois prévoir des frais pour la mise à disposition de ces contenus, pour leur conservation, et des frais d'éventuels transferts en cas d'évolution de la technologie, pour garder les contenus lisibles.
 - o Cette prestation représente un coût supplémentaire pour l'éditeur, qui peut la facturer.
- L'éditeur propose un accès à sa plateforme pour les années souscrites, contre paiement de coût de maintenance (contrat de maintenance, souscription annuelle). Cette solution nécessite le maintien d'une relation commerciale et contractuelle.
 - o Cette prestation s'apparente à une logique d'externalisation de l'archivage.
 - o Si on veut donner accès de manière différenciée aux contenus souscrits, cette solution ne peut être proposée que par de « gros » éditeurs à l'heure actuelle.
- Le client paie l'accès aux archives à l'acte (au numéro, à l'article, forfait pour un nombre d'articles téléchargés, forfait pour un volume téléchargé...).

Si aucun de ces cas n'est proposé au client, celui-ci peut décider de garder un exemplaire papier pour l'archivage (notamment pour les collections de référence).

Remarque : il existe des formules d'achat qui permettent d'accéder de façon pérenne aux archives historiques d'un éditeur. Ce contrat peut être établi hors de tout abonnement, comme une proposition commerciale indépendante.

6.2.3. Accès aux archives après interruption de contrat

Une récente étude met en lumière la préoccupation des bibliothèques quant à la possibilité d'accéder aux archives après résiliation et/ou non renouvellement de l'abonnement. Un client qui souhaiterait mettre en place des procédures de conservation et d'exploitation de données après résiliation de ses abonnements devrait être informé des points suivants.

Le format des données

En cas de résiliation de contrat, certains éditeurs proposent l'envoi d'archives en format brut : format PDF seul ou avec métadonnées et index, ou texte intégral balisé. Ces formats archives sont très différents de ceux des abonnements en ligne puisqu'ils ne peuvent être consultés et exploités sans un moteur de recherche adéquat. En outre, il existe autant de formats de données que d'éditeurs. En conséquence, un centre de documentation devra considérer la possibilité de piloter un nombre important de formats différents.

Des archives vivantes et intelligentes

S'il est important d'archiver et de garantir ainsi la pérennité de l'accès au contenu, la manière dont est archivé le contenu pose de réelles questions. Le défi est de créer des archives vivantes et intelligentes : un ensemble qui puisse être réellement exploité (classification, nomenclature, moteur de recherche, ...) pour constituer une vraie « bibliothèque virtuelle ». Pour certains, ce défi serait plus facile à relever par le biais d'archives par domaine, permettant la création d'une interface et d'outils de recherche adaptés à chaque domaine.

Eviter les « liens morts » : un exemple le DOI

Lorsqu'un éditeur attribue un DOI (Digital Object Identifier)⁸ à un article disponible en ligne, il s'engage à déposer dans la base de données de l'intermédiaire qu'il a choisi, les métadonnées de l'article ainsi que l'URL correspondante. Il s'engage également à maintenir à jour toutes les données associées aux DOI qu'il a enregistrés.

Les intermédiaires auxquels peuvent faire appel les éditeurs sont nombreux (http://www.doi.org/registration_agencies.html) et offrent des services complémentaires différents comme les « références croisées » de CrossRef.

Les éditeurs, membres de CrossRef, s'engagent, pour chaque référence citée dans un article d'une de leur publication, à extraire de la base de données le lien menant vers l'article cité (s'il existe) et à le faire figurer dans la version électronique de la bibliographie. Il est également possible à un éditeur de demander au système d'extraire la liste des articles citant l'une de ces publications (fonctionnalité « Cited-By »). Ainsi, d'un simple clic, le lecteur peut naviguer d'une publication à l'autre, ce qui permet d'augmenter le rayonnement des revues publiées par les éditeurs membres de CrossRef.

Que doit-on sauvegarder et sous quel format?

Les deux formats principaux utilisés aujourd'hui sont :

- le PDF, le plus couramment utilisé (voir l'annexe chapitre 11). Il faut distinguer le PDF courant du PDF universel (« pérenne », mais peu utilisé). Cette solution est dépendante de la stratégie de la société Adobe, la coexistence de niveaux de formats pose des problèmes et la compatibilité demande à être vérifiée.
- le texte balisé, le plus pérenne, mais se pose le problème des images associées, graphiques...

⁸ Le DOI se compose d'un préfixe et d'un suffixe séparés par un /. Par exemple : 10.1008/rst.1196.238. Le préfixe commence toujours par 10 suivi de quatre chiffres ou plus. Le préfixe identifie l'éditeur mais il est possible à un éditeur de demander plusieurs préfixes (un par revue par exemple). Le suffixe est déterminé par l'éditeur. C'est une chaîne de caractères alpha-numériques insensibles à la casse. Il est recommandé de ne pas choisir de suffixe trop long (il faut penser à ceux qui doivent les saisir !).

La mémoire des outils d'exploitation

Attention, tous les éditeurs n'utilisent pas les mêmes balises XML pour « tagger » leurs documents. Selon l'outil et le paramétrage de la recherche qui sera implémenté sur la plateforme d'archives, tous les éléments ne seront pas forcément exploitables/recherchables.

Une information archivée continue

Si un centre acquiert des archives historiques, par exemple du premier numéro jusqu'en 1995 et fait suivre cette acquisition d'un abonnement à une information contemporaine comprenant un accès à des années antérieures (par exemple à partir de 1996), en cas de résiliation d'abonnement, il risque d'y avoir une discontinuité entre les deux catégories d'information : en effet, la plupart des éditeurs ne donne l'accès que pour l'année souscrite. Le centre de documentation peut négocier, au moment de la résiliation, une offre incluant l'envoi des archives lui permettant de pallier l'éventuel hiatus.

Recommandations

Les clients doivent demander à l'éditeur de préciser dès la souscription quel serait, en cas de résiliation, le contenu acquis et disponible. Il est nécessaire d'interroger les éditeurs sur les formats du contenu livré et éventuellement procéder à l'examen d'échantillons de contenus et/ou métadonnées.

Il convient de prévoir dans le contrat d'abonnement une clause d'achat du contenu non couvert dans la période souscrite permettant au client d'augmenter l'antériorité de ses archives a posteriori.

6.3. Quelles réponses à ces attentes ?

6.3.1. Les archives ouvertes

Les archives ouvertes désignent des réservoirs de documents scientifiques en accès libre sur Internet, intégrant des protocoles d'interopérabilité. L'autoarchivage est effectué afin d'optimiser la visibilité, l'accessibilité, la rapidité de diffusion et l'impact des productions déposées.

Ces archives ouvertes peuvent être un outil de diffusion des connaissances produites par un organisme de recherche donné (par exemple en France l'INSERM) : on parle alors d'Archives Institutionnelles. Elles peuvent aussi fédérer la production scientifique d'un ensemble d'institutions (comme l'initiative HAL) ou celle d'un champ de recherche donné.

6.3.2. Quelques exemples d'initiatives du secteur

Si de nombreuses initiatives voient le jour, la plupart d'entre elles se situent dans le secteur académique et scientifique. Parmi les initiatives les plus marquantes, citons :

Initiative CLOCKSS (Controlled Lots of Copies Keep Stuff safe)

Il s'agit d'une initiative d'éditeurs, de sociétés savantes et de bibliothèques qui vise à créer « un accès pérenne à des contenus scientifiques et de l'enseignement en cas de défaillance d'un éditeur »⁹.

Des bibliothèques géographiquement dispersées sont sélectionnées pour abriter et conserver le contenu des éditeurs participants. Ce contenu ne peut être rendu accessible qu'à la suite d'une défaillance technique durable chez l'éditeur. Dans ce cas, les éditeurs et bibliothèques décident de l'ouverture partielle ou totale des accès ainsi que d'une durée déterminée ou indéterminée.

⁹ Thérèse Hameau, in http://prosper.inist.fr/article.php3?id_article=40

Avantages de CLOCKSS

- transparence du projet, des spécifications techniques, des débats, de la politique à long terme, des coûts : tous les documents sont disponibles sur le site CLOCKSS,
- administration et direction partagées (éditeurs et bibliothèques) pour favoriser la viabilité à long terme de cette initiative,
- préserve le format original du contenu voulu par l'éditeur.

Quelques bibliothèques signataires de l'initiative: Indiana University, Rice University, New York Library, Stanford University, ... et quelques éditeurs, Blackwell Publishing, Springer, Taylor and Francis, <http://www.lockss.org/clockss/Home>

PERSEE

Persée est un portail de revues scientifiques en sciences humaines et sociales, créé par le ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche. Suscité par la communauté des chercheurs, soucieux d'une meilleure visibilité de leur production scientifique, le portail PERSEE a pour vocation la numérisation et la mise en ligne des collections rétrospectives de ce vaste corpus. La diffusion élargie de ce riche patrimoine scientifique permettra une meilleure valorisation de la recherche française, dans une logique d'accès public et gratuit¹⁰.

Revue.org

Revue.org est le plus ancien portail français de revues en ligne. Projet directement issu de la communauté scientifique et reconnu à l'échelle tant nationale qu'internationale, il offre aux revues fédérées une visibilité de premier ordre. Celles-ci relèvent toutes du champ des sciences humaines et sociales, au sens large, de l'histoire aux sciences politiques, de la géographie à la sociologie, de la philosophie à la psychologie cognitive. Installée en France et promouvant largement des revues francophones, Revue.org accueille également des revues éditées hors de France ou publiées en partie ou en totalité, dans d'autres langues telles que l'anglais, l'espagnol ou le portugais. La majorité des revues de la fédération est soutenue, directement ou indirectement, par le Centre national de la recherche scientifique (CNRS), le Centre national du Livre (CNL), des universités ou de grandes écoles. Elles sont éditées par des sociétés savantes, de grands établissements de recherche, de presses universitaires, ou par des éditeurs privés.

Placée à l'intersection de l'édition traditionnelle et des nouveaux usages du numérique, Revue.org participe, avec les revues, à l'invention de nouveaux métiers, ceux de l'édition électronique. La fédération assure une totale autonomie éditoriale aux revues et leur permet d'affirmer leur identité à travers une maquette personnalisée. Elle leur propose des formations régulières, une expertise éditoriale et un accompagnement tout au long de la vie du projet électronique. Elle développe des solutions techniques permettant la mise en œuvre de nouvelles fonctionnalités, elle maintient et sécurise une plateforme technologique mise à la disposition des revues. Elle optimise le référencement du site sur les moteurs de recherche et dans les grandes banques de données bibliographiques. Elle met en œuvre une

¹⁰ La lecture de la page du portail Persée consacré au droit d'auteur (http://www.persee.fr/showStaticPage.do?id=copyright_auteurs) appelle plusieurs remarques de la part des éditeurs :

- Le portail part du principe que « La remise du manuscrit (par l'auteur à l'éditeur. Ndlr) doit être interprétée comme une autorisation implicite de reproduction se limitant strictement à la publication papier ». Il est manifeste que si ce point de vue est éventuellement défendable pour des parutions anciennes remontant à l'âge pré-numérique, il n'est plus valable pour des parutions plus récentes.
- Le portail donne accès non pas au texte, mais aux images des pages des revues. Dans ce contexte, il semble que l'autorisation de l'éditeur doit être obtenue.
- Le portail précise qu'« une barrière mobile de trois à cinq ans - au choix de la revue - a été mise en place pour garantir la commercialisation de la production courante ». Cette disposition montre l'existence d'un dialogue avec les éditeurs ; la FNPS est favorable à tout projet concerté qui vise à une « meilleure visibilité de [la] production scientifique » française.

politique d'interopérabilité avec les principaux portails de revues et les principaux outils de repérage de ressources scientifiques.

6.3.3. Le dépôt légal des archives électroniques

La situation d'origine : le dépôt légal des imprimés

Le code du patrimoine (articles L131-1 à L133-1) et le décret d'application du 31 décembre 1993 (n°93-1429) régissent actuellement le dépôt légal sur le territoire français métropolitain et sur les territoires d'outre-mer.

Institué par François 1er en 1537 (ordonnance de Montpellier), visant à l'exhaustivité, le dépôt légal permet :

- la collecte et la conservation des documents de toute nature publiés, produits ou diffusés en France, afin de constituer une collection de référence,
- la constitution et la diffusion de la Bibliographie nationale française,
- la consultation des documents dans les salles de la bibliothèque, par des lecteurs accrédités, sous réserve des secrets protégés par la loi, dans des conditions conformes à la législation sur la propriété intellectuelle, et compatible avec leur conservation.

L'obligation de dépôt légal incombe à toute personne, éditeur ou imprimeur, qui produit des documents mis à la disposition d'un public excédant le cercle de famille, sur un support matériel, et ce, quel que soit le procédé technique de production, d'édition ou de diffusion.

C'est ainsi qu'en 2006, le service Gestion des périodiques du dépôt légal (BnF) et les bibliothèques dites de dépôt légal imprimeur ont collecté :

- 1.277.610 fascicules de périodiques (soit 38.570 titres) au titre du dépôt légal éditeur,
- 390.235 fascicules de périodiques (soit 20.019 titres) au titre du dépôt légal imprimeur.

La dénomination « périodique » est un mot générique qui ne couvre pas seulement la presse, mais aussi des publications en série telles que les annuaires et guides annuels. A contrario, les revues de presse ne sont pas concernées.

Edition électronique et dépôt légal¹¹

La loi DADVSI¹², publiée au Journal Officiel le 3 août 2006, a étendu les missions de la BnF et consacre la mise en place d'un dépôt légal de l'Internet dans les termes suivants : « Sont également soumis au dépôt légal les signes, signaux, écrits, images, sons ou messages de toute nature faisant l'objet d'une communication au public par voie électronique. » (article 39).

Les périodiques électroniques sont donc concernés par les lois sur le dépôt légal, qu'ils soient sous format « natif » électronique ou dématérialisés, partiellement ou entièrement.

Dès 1998, la BnF a mis en place une expérimentation. Six ans de tests ont permis de définir une approche intégrée qui conjugue trois méthodes :

- une collecte automatique « globale », au moyen de robots, du domaine .fr, une à deux fois par an,
- des collectes ciblées, à partir des propositions émises par les départements de collection et de dépôt légal (soit près de 5.000 sites au début 2007),
- des dépôts spécifiques, effectués par les éditeurs à la demande de la BnF, lorsque l'architecture d'un site sélectionné ou les formats utilisés rendraient impossible la collecte automatique. Par exemple, la BnF assure, depuis juin 2005, l'archivage quotidien de la version électronique du *Journal officiel de la République française*.

¹¹ Pour plus d'information sur les aspects juridiques du dépôt légal internet : <http://www.bnf.fr/pages/infopro/depotleg/dl-internet.htm>

¹² Loi 2006-961 du 1er août 2006 relative aux droits d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information <http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=MCCX0300082L>

Hors du cas particulier des dépôts, la seule obligation qui incombera aux producteurs sera de fournir, à la demande expresse de la BnF, les codes d'accès et les informations techniques susceptibles de faciliter l'archivage de leurs sites en cas de difficulté.

Le système vaut pour la collecte des publications tant gratuites que payantes. Mais en pratique, les publications payantes, accessibles à partir d'un site web, sont protégées par mot de passe, donc hors de portée du robot. La BnF attend donc la parution du décret d'application et la stabilisation du modèle de collecte avant de demander la communication des codes d'accès par les producteurs.

Dans le cas des newsletters, la mise en place d'une boîte aux lettres générique est envisagée. L'expérimentation en cours met l'accent sur les publications papier qui migrent vers le numérique. La BnF adresse, au titre du dépôt légal, une demande d'abonnement pour une boîte générique (« depot-legal-internet@bnf.fr ») au producteur de la publication et ce, quel que soit le mode de diffusion (gratuite ou payante).

La consultation des archives

La loi prévoit que les ayants-droit ne peuvent interdire « La consultation de l'oeuvre sur place par des chercheurs dûment accrédités par chaque organisme dépositaire sur des postes individuels de consultation dont l'usage est exclusivement réservé à ces chercheurs ».

Par ailleurs, la loi prévoit que les organismes dépositaires pourront procéder à « La reproduction d'une oeuvre, sur tout support et par tout procédé, lorsque cette reproduction est nécessaire à la collecte, à la conservation et à la consultation sur place dans les conditions prévues » ci-dessus.

Les conditions de sélection et de consultation des informations collectées doivent être fixées par décret en Conseil d'Etat après avis de la CNIL. Des garanties seront nécessaires au regard de la loi informatique et Libertés avant que ces données soient mises à la disposition des chercheurs.

L'ensemble sera défini dans les décrets d'application, non encore parus à ce jour (*mai 2007*), qui fixeront les conditions exactes d'accès. D'ores et déjà sont collectés plus de 10 milliards de fichiers, pour un volume d'environ 150 Téraoctets (soit 150 000 Gigaoctets).

7. Les freins au développement de l'abonnement électronique

Alors que dans d'autres secteurs d'activité la dématérialisation entraîne progressivement la disparition totale du support papier, dans le secteur de l'édition, le système de gestion des abonnements électroniques cohabite avec le système de gestion des abonnements papier. Il n'y a, à ce jour, pas de substitution complète.

La cohabitation de ces deux supports (papier et électronique) entraîne des surcoûts aussi bien pour les clients, que pour les agences et les éditeurs, et nécessite chez chacun des acteurs des doubles compétences, pour le papier et pour l'électronique.

Chez certains clients, le passage au « tout électronique » pour la quasi-totalité des acquisitions est envisagé à court terme.

7.1. Les freins côté clients

Une enquête a été réalisée, en automne 2006, sur ce sujet auprès des prescripteurs et acheteurs d'abonnements électroniques par l'ADBS. A la question posée « quelles sont les difficultés rencontrées par ordre d'importance ? » les réponses étaient les suivantes :

Le coût	85,23%
<u>L'accès aux archives après interruption de l'abonnement</u>	<u>78,79%</u>
La rigidité des choix proposés par les éditeurs	76,14%
Les conditions contractuelles (licences)	75,38%
La composition des offres	70,83%
La diversité des modes de tarification de l'abonnement	65,53%
La continuité du service	64,02%
L'installation et la maintenance de l'abonnement	56,82%
<u>Le format des archives acquises</u>	<u>51,89%</u>
La gestion des réclamations	50,38%
L'adéquation entre le système d'information de votre organisme et les conditions techniques proposées par l'éditeur	47,35%

Il faut noter que les questions soulignées ont eu un taux important de non-réponse, ainsi qu'un nombre important de commentaires « ne sait pas encore », « le problème ne s'est pas encore posé ». La question précédente de l'enquête portait sur les problèmes qui se sont posés dans le cadre de la mise en œuvre des abonnements électroniques : les mêmes items ont reçu un classement différent.

7.2. Des freins pour les éditeurs

- Les potentialités de rémunération des éditeurs sont freinées du fait que les déclinaisons électroniques supportent un régime fiscal pénalisant avec un taux de TVA à 19,6 au lieu d'un taux super-réduit de 2,10 comme pour le papier. Ceci est vrai dans des secteurs où les clients ne récupèrent pas la TVA (universités, bibliothèques publiques, assurances, banques, ...).
- Les éditeurs souhaitent disposer d'une sécurité juridique suffisante quant à la titularité des droits sur les contenus qu'ils éditent afin de pouvoir engager sereinement les investissements nécessaires à leurs développements numériques.
- La numérisation des contenus accentue leur volatilité ce qui favorise une plus large diffusion en dehors de tout contrôle de la part de l'éditeur et de toute rémunération de ce dernier.

- La mise à disposition d'univers de connaissance en ligne de plus en plus structurés rend largement compte du fait que le modèle économique de cette activité exige désormais des investissements importants.
- Le modèle partiellement publicitaire de la presse traditionnelle est, dans l'univers numérique, très durement concurrencé par de nouveaux acteurs qui offrent aux annonceurs une approche plus globale (portails et moteurs de recherche notamment).
- Les éditeurs redoutent la perte de la relation privilégiée avec le lecteur par la montée en puissance de l'intermédiation.
- Les éditeurs craignent la baisse du nombre de lecteurs (taux de clic réduit par rapport au nombre de lecteurs du papier) : le push ne remplace pas le feuilletage, il le complète.
- La diffusion au format électronique n'est pas prise en compte par la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). La CPPAP n'a pas varié de position sur cette question depuis l'élaboration de sa doctrine relative à la diffusion par télécopie et télématique (1991). Les versions électroniques comme numériques ne peuvent pas bénéficier de la TVA à 2,1 % (elles ne sont pas imprimées). Par ailleurs, aucun abonnement payant à une version électronique n'entre dans le calcul de la vente effective.
En effet, seules les publications imprimées, permettant par la lecture immédiate la diffusion de la pensée et ne nécessitant pas un appareillage spécial, peuvent bénéficier des avantages fiscaux consentis à la presse écrite.
Cependant, une publication disposant d'un certain nombre d'abonnés à des versions électroniques ou numériques ne risque pas de perdre son inscription sur les registres de la CPPAP dès lors que ce mode de diffusion demeure partiel (ou mineur). En revanche, le certificat d'inscription délivré ne vaudra que pour les seuls exemplaires diffusés par les moyens habituels (messageries, routage, portage, etc.).
- L'arrivée des DRM (Digital Rights Management, systèmes permettant d'identifier une oeuvre et ses ayants droit, et d'assurer un suivi des exploitations qui en sont faites dans un environnement numérique) auxquels peuvent éventuellement être associées des MTP (Mesures Techniques de Protection, système permettant d'interdire physiquement des exploitations non autorisées) auront une influence sur les usages et la tarification. Les contrats de licence devront mentionner l'existence de MTP en France. Pour le moment, les DRM sont attachés à des fichiers. La sécurisation d'un flux XML est plus complexe. Les mesures techniques de protection se font le plus souvent via des fichiers Microsoft ou Acrobat (Adobe). Les éditeurs de solution DRM sont peu nombreux. Pour les petits éditeurs, se pose la question de la pérennité des solutions ; les grands éditeurs (Adobe, Microsoft), du fait de leur leadership, imposent des tarifs très onéreux. La mise en place de DRM coûte très cher (proche du coût du transport postal).

7.3. Les freins côté agences

Les agences insistent sur la contrainte des offres demandées par certains clients dans le cadre de consultations ou d'appels d'offres à prix fermes et définitifs. En effet, l'univers du format électronique ne permet pas aux agences de s'engager d'avance sur des tarifs pour des offres électroniques, car ceux-ci varient en fonction de l'offre éditoriale, du portefeuille client et de la configuration de son réseau.

La communication avec les éditeurs : tant sur le plan de l'offre commerciale que des pré-requis techniques, il arrive que la communication ne soit pas optimale et qu'un changement intervienne dans l'offre sans que l'agence en soit informée.

La rémunération des agences : la mise en place d'un abonnement électronique est plus lourde à gérer tant pour les agences que pour les clients. Dans le cas d'un abonnement couplé où la version électronique est fournie avec le papier, la double prestation assurée par les agences n'est pas actuellement systématiquement rémunérée. Ceci sera peut-être amené à évoluer dans l'avenir, dans la mesure où toutes parties prenantes prennent conscience de ce qu'il y a une réelle prestation complémentaire.

La prise en compte du temps passé en analyse des besoins (des éditeurs et/ou des clients) est actuellement insuffisante, ce qui est toutefois compréhensible dans la mesure où le marché n'est pas encore en phase mature.

Le taux de TVA de 19,6 appliqué aux médias électroniques fait perdre aux agences d'abonnements un certain chiffre d'affaires réalisé en dehors d'eux. En effet, certains éditeurs étrangers et certains clients procèdent à la transaction directement, en s'exonérant illégalement des frais de TVA. Attention toutefois, les institutions restent redevables du versement de la TVA¹³.

7.4. Le taux de TVA

Le taux de TVA de 19,6 est actuellement le principal frein pour le développement de l'abonnement électronique pour tous les acteurs.

Le taux de TVA de 19,6% sur les abonnements électroniques (au lieu de 2,1% pour les publications de presse et 5,5 % pour les autres publications périodiques) grève sérieusement le budget des clients qui ne récupèrent pas la TVA (secteur public et certaines entreprises). Selon les clients, la baisse du taux de TVA permettrait un développement plus poussé des médias électroniques.

Les taux de TVA sur les périodiques papier et électroniques sont très variés en Europe. Certains éditeurs redoutent qu'un débat concernant la TVA sur les périodiques électroniques n'ait pour conséquence une augmentation de la TVA sur la presse papier (actuellement à 2,1% en France).

8. Conclusions

Cette étude a été conçue, par les membres du groupe de travail, comme un outil à destination des clients qui souhaitent développer les abonnements électroniques au sein de leur organisme et des éditeurs qui souhaitent développer une offre électronique.

Elle n'a pas la prétention d'être exhaustive, mais propose à partir des retours d'expérience des membres du groupe de travail un panorama des questions qui se posent.

Elle a été rédigée dans le même esprit que le vade-mecum sur les abonnements afin que les différents acteurs du marché, qu'ils soient acheteurs, professionnels de l'information, éditeurs ou agences d'abonnements connaissent davantage le mode de fonctionnement et les contraintes des autres métiers.

Dans un esprit constructif, la place et les intérêts de chacun ont été respectés. Le vade-mecum propose des recommandations, rédigées de manière concertée et raisonnable.

Au-delà du travail accompli, qui constitue une photographie du marché au mois de mai 2007 et propose d'en améliorer la clarté et le fonctionnement, les participants du groupe de travail souhaitent que leur collaboration soit suivie d'effets. L'application de ces bonnes pratiques par l'ensemble des acteurs est évidemment souhaitable.

¹³ Voir sur ce sujet, La Lettre Fiscale SHH de novembre 2000, « TVA et commerce électronique, un nouveau cas de concurrence fiscale transatlantique », sur le site <http://www.sniel.org/notes/lettreshh.pdf>

9. Lexique

Accès login/mot de passe

C'est une des façons d'accéder à des contenus réservés qui propose une procédure de vérification d'identité pour se connecter en utilisant un nom de connexion (login) et mot de passe. Les login et mot de passe ne sont pas forcément associés à une personne, ni à une machine.

Accès IP

C'est une des façons d'accéder à des contenus réservés. Une adresse IP est le numéro d'identification d'un ordinateur ou d'un réseau local d'ordinateurs. Il est formé de 4 nombres compris entre 0 et 255 séparés par des points, par exemple 212.43.199.38. Les adresses IP appartiennent à des FAI (Fournisseurs d'Accès à Internet) qui les attribuent ensuite aux connexions de leurs clients. Suivant les FAI, certains clients se voient attribuer une IP « fixe », c'est-à-dire qu'ils fournissent toujours la même adresse IP pour un même client ou une IP « variable » (aussi appelée « dynamique »), changeant à chaque connexion ou régulièrement.

La plupart des offres professionnelles à haut débit et certaines offres pour particuliers affectent des IP fixes. Pour des raisons de sécurité ou de coût, beaucoup d'offres pour particuliers sont en revanche en IP variables mais permettent parfois de demander une IP fixe. Enfin, certaines offres professionnelles fournissent à un même client une plage d'adresses IP fixes (c'est-à-dire plusieurs adresses contiguës). Pour identifier votre ordinateur et ainsi pouvoir avoir l'autorisation d'accéder à des contenus, vous devez indiquer votre IP fixe ou votre plage d'IP fixes à votre fournisseur de contenu.

Archivage institutionnel

Archivage électronique assurant la préservation et l'accessibilité à long terme des résultats de la recherche d'un organisme de Recherche.

Archives Ouvertes ou Open Archive

Auto archivage par les auteurs d'articles dans des « entrepôts » électroniques à accès public, autorisant le libre accès à l'information scientifique et technique

Bouquet

Offre des éditeurs, proposant une souscription à un ensemble de titres, collection complète ou collection thématique. Cette offre est apparue avec la montée en puissance des consortia.

Bulletinage

Opération de suivi et d'enregistrement des périodiques auxquels une bibliothèque est abonnée, au fur et à mesure de l'arrivée des numéros ou fascicules

Clockss / Controlled LOCKSS

Initiative d'éditeurs, de sociétés savantes et de bibliothèques qui se propose de créer une « large dark archive », en utilisant la technologie LOCKSS (Lots of Copies Keep Stuff Safe). Ce projet doit permettre d'assurer un accès pérenne à des contenus scientifiques et de l'enseignement en cas de défaillance d'un éditeur.

<http://www.clockss.org>

Consortium

Groupement d'entreprises ou d'institutions juridiquement indépendantes réunissant, sous une direction unique, des moyens financiers ou matériels en vue d'exécuter en commun des opérations déterminées (achat de ressources documentaires).

COUNTER / Counting Online Usage of NeTworked Electronic Resources

COUNTER est un projet de standard NISO (un standard national se voulant international) avec, pour principal objectif, d'élaborer un code de bonnes pratiques COUNTER afin de faciliter l'enregistrement, l'échange et l'interprétation des données d'utilisation électronique. Il établit pour ce faire des standards et des protocoles ouverts et internationaux permettant aux fournisseurs de contenus de produire des statistiques d'utilisation cohérentes, crédibles et compatibles.

<http://www.projectcounter.org/> ou version française <http://www.inist.fr/article164.html>

L'Inist produira en juin 2007 un site entièrement dédié aux traductions des Codes de bonnes pratiques Counter.

DOI / Digital Object Identifier

Mécanisme d'identification de ressources numérisées.

Un DOI se compose d'un préfixe et d'un suffixe séparés par un /. Par exemple : 10.1008/rst.1196.238.

Le préfixe commence toujours par 10 suivi de quatre chiffres ou plus. Le préfixe identifie l'éditeur mais il est possible à un éditeur de demander plusieurs préfixes (un par revue par revue par exemple).

Le suffixe est déterminé par l'éditeur. C'est une chaîne de caractères alpha-numériques insensibles à la casse. Il est recommandé de ne pas choisir de suffixe trop long.

DDP / Deep Discounted Prices

Tarif remisé pour des exemplaires papier dans le cas d'un abonnement tout-électronique. Le montant de remise peut aller jusqu'à 75 %. Ce dispositif ne peut s'appliquer aux éditeurs français qu'à hauteur de 50 % (Commission Paritaire).

DRM / Digital Rights Management

Systèmes permettant d'identifier une oeuvre et ses ayants droit, et d'assurer un suivi des exploitations qui en sont faites dans un environnement numérique

e-only / Tout-électronique

Abonnement offrant uniquement un accès électronique, sans fourniture d'une revue papier.

ERM / Electronic Resource Management

Outil permettant une gestion globale des abonnements, des licences, des accès... pour l'ensemble des ressources numériques d'un établissement

EZ-Proxy

EZproxy est un logiciel de reconnaissance d'utilisateurs extérieurs afin d'offrir des accès nomades.

Il s'agit d'un logiciel commercial, l'utilisateur peut ainsi, à l'aide d'un code d'accès et d'un mot de passe, se connecter au serveur de l'institution et bénéficier des ressources à disposition.

FTE / Full-time equivalent ou Full-time employment

Equivalent personnes employées à temps plein.

Libre Accès / Open Access

Modèle qui déplace les coûts d'édition du lecteur vers l'auteur, c'est-à-dire vers l'institution à laquelle appartient l'auteur ou vers l'organisme qui le finance.

Lockss / Lots of Copies Keep Stuff Safe

LOCKSS est une solution logicielle libre qui permet à des bibliothèques d'archiver leurs ressources électroniques. L'accord des éditeurs est nécessaire pour les revues électroniques.

<http://www.lockss.org>

Log

Fichier de tous les événements affectant un processus.

MTP / Mesures Techniques de Protection

Système permettant d'interdire physiquement des exploitations non autorisées

Pare-feu

Élément du réseau informatique, logiciel et/ou matériel, qui a pour fonction de faire respecter la politique de sécurité du réseau

Pay per view

Achat d'articles à l'unité

PFM

Publication à feuillets multiples

Portico

Initiative financée par la Andrew W. Mellon Foundation, Ithaka, la Librairie du Congrès, et JSTOR. La mission de Portico est de garantir aux éditeurs et aux bibliothèques, une conservation à long terme de leurs revues électroniques. <http://www.portico.org>

Réseau VPN

Ligne spécialisée : permet à un utilisateur nomade d'accéder à son poste de travail et à ses connexions au réseau de l'entreprise dans les mêmes conditions que si il se trouvait à son bureau.

Cette solution est en train de se démocratiser (baisse des coûts, performances accrues, etc.).

Résolveur de liens

Outil permettant de générer des liens contextuels depuis un fichier source (généralement une ressource bibliographique) vers une cible (généralement le texte intégral) en se basant sur le standard OpenURL. Ces « rebonds » sont rendus possibles parce que le résolveur de liens s'appuie sur une base de connaissance qui maintient les données bibliographiques (métadonnées) des articles. Le résolveur de liens permet ainsi de relier entre elles tout ou partie des collections électroniques acquises par une institution en favorisant l'accès au texte intégral.

Reverse Proxy

On appelle reverse-proxy un serveur proxy « monté à l'envers », c'est-à-dire un serveur proxy permettant non pas aux utilisateurs d'accéder au réseau internet, mais aux utilisateurs d'internet d'accéder indirectement à certains serveurs internes. Le reverse-proxy sert ainsi de relais pour les utilisateurs d'internet souhaitant accéder à un site web interne en lui transmettant indirectement les requêtes. Grâce au reverse-proxy, le serveur web est protégé des attaques directes de l'extérieur, ce qui renforce la sécurité du réseau interne. D'autre part, la fonction de cache du reverse-proxy peut permettre de soulager la charge du serveur pour lequel il est prévu, c'est la raison pour laquelle un tel serveur est parfois appelé « accélérateur » (server accelerator).

Enfin, grâce à des algorithmes perfectionnés, le reverse-proxy peut servir à répartir la charge en redirigeant les requêtes vers différents serveurs équivalents; on parle alors de répartition de charge (en anglais load balancing).

SSO (single sign on)

Mot de passe de gestion générale donnant accès aux droits internes et externes.

SUSHI (Standardized Usage Statistics Harvesting Initiative)

S'appuie sur le travail du projet COUNTER pour permettre la requête et la récupération entièrement automatisée de rapports d'utilisation compatibles COUNTER, à une fréquence mensuelle pour tous les fournisseurs des bibliothèques. http://www.niso.org/committees/SUSHI/SUSHI_comm.html

Tagger

Renseigner les balises de métadonnées

XML

Langage de codage de données dont l'objectif est, dans un échange entre systèmes informatiques, de transférer, en même temps, des données et leurs structures. Permettant de coder n'importe quel type de donnée, depuis l'échange EDI jusqu'aux documents les plus complexes, son potentiel est de devenir le standard universel et multilingue d'échange d'informations.

10. Exemples de consortia et positions d'éditeurs

10.1. Exemples français

Nom de l'entité	Aciege (association des responsables des centres d'information des écoles de gestion)	Couperin	Consortium d'acquisition de ressources électroniques en ligne (CAREL)
forme juridique	association loi 1901	association loi 1901	structure informelle - l'adhésion d'une bibliothèque est réalisée lorsque cette dernière fait acte d'achat au prix négocié par Carel
modes de fonctionnement	bureau, groupes de travail	1 conseil d'administration, 1 bureau professionnel 2 départements : « négociations documentaires » et « études et prospective »	Conseil de coopération avec des représentants de bibliothèques partenaires, d'associations professionnelles, de la DLL, de la Bpi.
modes de communication	liste de diffusion, mél, réunion, bulletin de liaison	site web, courriel, listes de diffusion, réunion, journées d'étude, etc.	messaging électronique spécifique, à la Bpi - forum sur le site de l'ADDNB (récent)
types de structures concernées	Grandes écoles de management membres du Chapitre des Grandes Ecoles	universités (u), grandes écoles (ge) et organismes de recherche (or)	bibliothèques de lecture publique françaises : BM, BMVR, BMC, BDP
périmètre géographique	France	France	France - au niveau du département pour les BDP
Date de création	1993	1999	2003
nombre de membres	34 membres	209 membres	127 villes (janvier 2007)
fonctionnement du consortium	Responsables des Bibliothèques et collaborateurs des équipes pour certains groupes de travail	personnels des établissements : membres à titre bénévole + 3 permanents sur des emplois implantés auprès des établissements porteurs des 2 départements	4 salariés de la Bpi - aucun temps plein dévolu au seul Carel
modes de financement	Cotisations des adhérents, vente du thesaurus du management	à partir de 2007, cotisations des adhérents	pas de financement spécifique
Objectifs déclarés	<ul style="list-style-type: none"> - Négociation au meilleur prix de ressources électroniques (périodiques, études de marchés, statistiques, données financières, e-books,...) - Echanges de pratiques professionnelles - Conférences sur des thèmes prospectifs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Construire un réseau national de compétences et d'échanges en matière de publications numériques (politiques d'acquisitions, plans de développement des collections, systèmes d'information, modèles de facturation des éditeurs, ergonomie d'accès, statistiques d'usage) - Evaluer, négocier et organiser l'achat au meilleur prix au profit des membres des produits documentaires numériques - Contribuer à faire évoluer les relations contractuelles avec les éditeurs - Contribuer au développement d'une offre de contenu francophone - Œuvrer à l'amélioration de la communication scientifique et favoriser la mise en place des archives ouvertes - Développer une expertise et une évaluation des SID et de leurs outils ainsi que des méthodes d'intégration de ceux-ci au sein des SI des établissements - Favoriser la coopération nationale, européenne et internationale. 	<ul style="list-style-type: none"> Développer l'intégration des ressources électroniques dans la politique documentaire des BM et BDP Faciliter la connaissance des sources et leur utilisation Aider à l'évaluation et au choix des titres A terme : devenir réel groupe de pression sur les éditeurs/fournisseurs Mutualiser les compétences pour un partage du travail.

Nom de l'entité	Aciege (association des responsables des centres d'information des écoles de gestion)	Couperin	Consortium d'acquisition de ressources électroniques en ligne (CAREL)
détails des négociations		Négociations différentes selon les éditeurs et les produits proposés.	sur une liste de 38 ressources (fin 2006), plusieurs modèles tarifaires : nombre potentiel d'utilisateurs, accès simultané limité ou illimité, nombre d'habitants de la ville (Electre, Repère) ...
sur quels types de produits	Tout type de produit électronique	Bases de données, livres électroniques, outils (logiciels ou des serveurs de périodiques), périodiques et autres ressources et documents.	ressources électroniques de référence : encyclopédies et dictionnaires, archives de biographies, bibliographies d'articles, bases de presse en texte intégral, répertoire d'entreprise, etc.- ressources pour l'auto-formation (méthodes de langues, etc.
Services offerts		Mutualisation des expertises et des expériences, veille sur les produits et services électroniques.	Présentation du consortium en région où des éditeurs sont invités à présenter leur produit documentaire et les bibliothécaires à utiliser les ressources proposées.
lien consortium / fournisseur ?	ne se substitue pas à lui	Négociation commune pour le compte du consortium, engagement des établissements intéressés ; dans certains cas, groupement de commandes porté par l'un des établissements ou par des partenaires (Abes, CNRS), dans d'autres contrats entre chaque établissement intéressé et le fournisseur selon les clauses de l'accord négocié par le consortium.	lors des présentations en région, lors des présentations à la Bpi pour les produits nouveaux, lors des négociations
site web	http://aciege.essca.asso.fr	http://www.couperin.org	http://www.bpi.fr Rubrique "Espace professionnel "

10.2. Exemples européens

Nom de l'entité	BIBSAM	Fin Elib	Consortium des BU suisses	CIBER - CASPUR	CILEA
Forme juridique	Département de la bibliothèque nationale de Suède	Aucun statut légal	Projet d'état, groupement informel	Sans personnalité morale – à terme une association sans but lucratif	Organisation proche de l'association à but non lucratif
Modes de fonctionnement	Subvention de l'état : 3,34 millions euros	Un comité de direction, un comité du consortium + un groupe d'experts scientifiques	Peu structuré, pas de réunion	1 assemblée de 28 membres (1 membre par université)	Un président élu parmi les recteurs d'université - un conseil d'administration - comité technique
Modes de communication	Pilotage des négociations (s'appuie sur un réseau de bibliothèques expertes)	Liaisons informelles entre bibliothèques qui ont des objectifs communs	Courrier + mail	2 réunions par an - consultation et vote par email	
Types de structures concernées	BU, bibliothèques de collèges, bibliothèques de musées, bibliothèques spécialisées	BU, Ecoles polytechniques, Instituts de recherche et Bibliothèques publiques	Toute bibliothèque publique	BU	BU pour les membres mais tout type pour les clients
périmètre géographique	national	Toute bibliothèque de Finlande souhaitant travailler en réseau	National	National mais plus présent dans la partie centre et sud de l'Italie	Lombardie pour les membres - Italie pour les clients - Contrat signée par CILEA pour toute l'Italie pour Kluwer
date de création	1993, mais (1998 pour électronique)	1997	2000	1999	1974
nombre de membres en juillet 2006	62 membres (chiffres 2006)	107 membres en 2004	30	28	11
Fonctionnement du consortium	11 permanents (temps complet)	9 permanents : 5 négociateurs, 4 pour mettre à jour le portail et le directeur (2004)	4 personnes payées	Tous bénévoles à l'exception d'une secrétaire.	Tous salariés
modes de financement	Subvention de l'état : 3 millions 340.000 euros	Fonds versés par l'Etat (environ 12 millions d'euros chiffres 2004)	A partir de 2006, financement des membres	Participation des membres	Etat, membres, ventes produits
Objectifs déclarés	Négociations de tarifs, formation et signature des licences	Organisation de la politique documentaire pour la documentation électronique et évaluation annuelle des acquisitions.	Négociation au meilleur tarif	Développement de la bibliothèque digitale : partage, diffusion et conservation.	Négociation, concertation, expertise auprès des universités pour internet -
sur quels types de produits	Tous produits soit sélectionnés par Bibsam, soit validés par bibliothèques experts	Bases scientifiques, périodiques, ouvrages, outils bibliothéconomiques	Revue, bases de données	Bases de données + revues	Tout type de publication + ventes de logiciel de gestion catalogage
Services offerts	Outre les contrats de licence, cours de formation et collecte de statistiques; organisation de séminaires et de conférences	En plus des négociations tarifaires, pilote les formations, les évaluations et les statistiques d'usage	Numérisation et conservation des données	Partage + diffusion + conservation des données.	
lien consortium / fournisseur ?	Lien direct ou indirect par l'intermédiaire des bibliothèques expertes qui assurent l'expertise des produits	Rôle de groupement d'achat ; d'ailleurs 1 seule facture pour l'ensemble du consortium puis répartition entre bibliothèques acquéreuses.	Négociation avec les éditeurs, fournit à une agence d'abonnement les conditions négociées + membres intéressés. Les bibliothèques reçoivent une facture de l'agence	Le groupement se substitue aux membres.	Le consortium négocie pour le compte des universités - Commande et règle les factures des éditeurs. Refacturation interne.
site web	http://www.kb.se/BIBSAM/english/first.htm	http://www.lib.helsinki.fi/finelib/english	http://lib.consortium.ch/index.php?lang=1	http://www.ciber.it	http://www.cilea.it

10.3. Exemples canadiens

Nom de l'entité	Consortium du Conseil des bibliothèques du gouvernement fédéral (CBGF)	Consortia Canada	Council of Prairie and Pacific University Libraries (COPPUL)	Consortium d'acquisition de ressources électroniques du Québec (CAREQ)
forme juridique	Une étude de rentabilité est menée pour la mise en place d'une structure de gouvernance à l'échelle du gouvernement		Société à but non lucratif depuis mai 2000 - membre de Consortia Canada	Structure informelle - membre de Consortia Canada
modes de fonctionnement	1 coordonnateur, 1 comité consultatif de 7 personnes - travail avec 4 groupes de concertation des bibliothèques du gouvernement qui organisent des propositions de licences partagées	Regroupe des consortia existants - un consortium de bibliothèques négocie au nom des autres. Chaque consortium doit, à tour de rôle, mener les autres négociations	Conseil d'administration composé d'un représentant (directeur de bibliothèque ou d'université) par bibliothèque adhérente (non rémunéré pour ce rôle) - 2 réunions/an	
modes de communication	"ListServ fermée" réservée au personnel des bibliothèques membres - 256 usagers	Consortia Canada listServ		
types de structures concernées	Bibliothèques des organismes et ministères du gouvernement fédéral : des entités de tailles très variées	Regroupe des réseaux et consortia de bibliothèques publiques et universitaires bibliothèques du Canada et du Québec dont COPPUL, CREPUQ, CAREQ	Bibliothèques d'université localisées dans les états de Manitoba, Saskatchewan, Alberta and British Columbia	Bibliothèques publiques dont la BNQ
périmètre géographique	Canada	Canada	Canada du Centre et de l'Ouest	Québec
date de création	juil-95	Fin années 1990	1991	2004
nombre de membres en juillet 2006	Fin 03/2006, 57 membres (= les organismes et ministères du gouvernement fédéral), soit 148 bibliothèques en 06/2005	22 membres http://www.concan.ca/institutions/index.php	20 bibliothèques universitaires localisées dans les états de Manitoba, Saskatchewan, Alberta and British Columbia + 14 membres affiliés	40 membres : BNQ, 39 bibliothèques publiques, réseau BIBLIO (800 bibliothèques publiques)
fonctionnement du consortium : salariés ou bénévoles ?	1 comité consultatif élu - 4 salariés (et des bénévoles?) - soutien important de Bibliothèque et archives Canada (BAC)			
Modes de financement	Cotisations des membres (116 900 \$) - mandat de la Bibliothèque Nationale (montant non communiqué) - Les frais d'adhésion servent à couvrir les frais d'opération du Consortium. Le calcul des frais d'adhésion est basé sur l'équivalent temps plein (ETP) à la bibliothèque.		Cotisations annuelles des membres	
Objectifs déclarés	"...Faciliter les achats de services de bibliothèque et d'information pour les bibliothèques du gouvernement fédéral." - Agir pour que toutes les bibliothèques des services gouvernementaux puissent accéder aux ressources documentaires fondamentales et selon des modes constamment améliorés"	Permettre à des petits consortia d'atteindre une masse critique suffisante- développer tous moyens de collecter, organiser, archiver l'information et le savoir sous format numérique - en 2003, projet de négocier des licences au niveau national : Canadian national site licensing project	Elargir et améliorer les services d'information par la mutualisation des ressources, les achats groupés, la fourniture de documents - Accent porté sur les acquisitions de ressources électroniques et les négociations de licences, le développement des réseaux et des outils favorisant la culture du numérique	Négocier des licences collectives d'abonnements à des ressources électroniques - par une mise en commun des coûts, l'objectif étant "d'obtenir un accès permanent et idéalement à distance des ressources négociées."
sur quels types de produits	Documentation de référence NetLibrary - projet de négocier pour logiciels documentaires et moteurs de recherche fédérés	Tous produits ou services d'information électroniques utiles aux publics canadiens - 21 titres négociés au niveau national	Bases de données de référence générales et spécialisées, de presse : liste de 100 titres négociés	Documents électroniques de référence utiles aux bibliothèques publiques

Nom de l'entité	Consortium du Conseil des bibliothèques du gouvernement fédéral (CBGF)	Consortia Canada	Council of Prairie and Pacific University Libraries (COPPUL)	Consortium d'acquisition de ressources électroniques du Québec (CAREQ)
Services offerts	Présentations de produits documentaires - participation à distance possible - une base de données des membres du consortium (en cours) - une base de données des fournisseurs - négociations - des facturations centralisées.	Fiches détaillées décrivant les documents négociés -		
lien consortium / fournisseur ?	Des factures signées par le consortium qui facture ce service aux membres.			
Site web	http://www.lac-bac.gc.ca/consortium/s38-120-f.html	http://www.concan.ca/index.php	http://www.coppul.ca/index.html	

10.4. Exemples américains

Nom de l'entité	The Greater Western Library Alliance (GWLA)	Carolina Consortium	NorthEast Research Libraries consortium (NERL)
Forme juridique	Consortium	Association	Consortium
Modes de fonctionnement	Un comité de réflexion sur les acquisitions et les projets conduit le bureau de direction à mener le cas échéant les négociations auprès des fournisseurs.	Le comité de pilotage réceptionne les offres éditoriales, mène les négociations. Chaque membre souscrit directement auprès du fournisseur et règle sa facture. Si l'éditeur désire un regroupement de commandes et une facturation centralisée, l'agence d'abonnements sert d'intermédiaire.	Regroupement de plusieurs institutions académiques représenté par 2 personnes dédiées + volontariat. Chaque membre est libre d'acquiescer ou non les ressources négociées par le consortium.
Types de structures concernées	Universités privées et publiques.	Universités, Collèges et Institutions académiques et privées des Etats de Caroline du Sud et de la Caroline du Nord.	Les plus prestigieuses Universités, Collèges et Institutions académiques et privées de différents états (du Massachusetts à la Californie). Principaux membres de l'ARL (Association of Research Libraries).
Couverture géographique	Plusieurs états du Midwest & Western	2 Etats : Caroline du Sud et Caroline du Nord	USA & Canada
Date de création	1997	2003 ?	1996
Nombre de membres en juillet 2006	31	110	27 membres principaux et 48 membres affiliés
Salariés ou bénévoles	Bureau de direction salarié, bénévolat pour le comité de réflexion d'acquisition des ressources	Bénévolat parmi les différents membres	2 salariés + bénévolat
Modes de financement	Chaque membre paie une redevance; Dons publics et privés.	Aucun	Chaque membre paie une cotisation annuelle. C'est l'université de Yale qui prend à sa charge le salaire des 2 personnes dédiées.
Objectifs déclarés	Promouvoir une coopération inter-membres, promouvoir l'OpenAccess, l'échange de copie d'articles et préserver l'information dite académique.	Négociation des tarifs et partage des ressources.	Négociation des tarifs et des licences pour les ressources électroniques (et services associés) les plus coûteux.
Sur quels types de produits	Revue électronique, Bases de données, E-books et Copies d'articles.	Revue électronique, Bases de données, E-books.	Revue électronique, Bases de données, E-books et Services associés (ERMs, OPAC etc.).
Services offerts	Nombreuses initiatives afin de préserver le partage et l'archivage du fonds documentaire. OPAC commun.	Aucun	Forum de discussion permettant l'optimisation de la gestion et des usages des ressources acquises.
Site web	http://www.gwla.org/	http://library.uncg.edu/carolinaconsortium/	http://www.library.yale.edu/NERLpublic/
Commentaires	NC	Le consortium estime qu'une économie de 80 millions de USD a été réalisée à ce jour. Chaque membre a la possibilité d'acquiescer ou non les offres négociées.	Importante force de négociation compte tenu de la "qualité des membres" de ce consortium. NERL est reconnu pour obtenir un des meilleurs niveaux de négociation mondiaux face aux fournisseurs.

10.5. Les consortia vus par deux éditeurs

Ces deux éditeurs, non adhérents à la FNPS, ont participé au groupe de travail. Ils voient d'un bon œil l'émergence des consortia qu'ils considèrent comme de véritables outils de communication : meilleure visibilité de leurs offres, établissement de calendriers aux projets d'acquisition... Le consortium, qui permet de réunir des personnes d'horizons variés, peut ainsi devenir un espace, un laboratoire où s'élaborent des outils pédagogiques.

Analyse de Springer

La position de Springer est de s'appuyer, quand il est possible de le faire, sur les agences d'abonnements et de favoriser le travail et la coopération avec ces intermédiaires. Cette coopération peut alors prendre plusieurs formes : actions commerciales ciblées, lancement de publications, animation de consortia, etc.

Springer souhaite s'appuyer sur ces intermédiaires en raison, entre autres, de leur connaissance du marché, de leurs contacts avec les institutions et de leur capacité à promouvoir une offre. Cet éditeur associe les agences d'abonnements à la promotion de ces offres de consortia, sauf demande contraire d'un acteur. Exemples de coopération : Open Medical consortium, les Centres de lutte contre le cancer (CLCC), et dernièrement la promotion de la bibliothèque de eBooks auprès des membres COUPERIN.

Peut-on envisager avec les agences d'abonnements un autre niveau de collaboration que celui de la promotion ? C'est une affaire de relations et de confiance : une agence peut tout à fait être force de proposition auprès de l'éditeur, suggérer une opération commerciale en direction d'un groupe de bibliothèques homogènes et en construire l'architecture avec l'éditeur. C'est une forme de coopération plus aboutie bien que celle-ci soit difficile à mettre en œuvre.

Analyse de Champion ÉLECTRONIQUE France

Couperin est le principal consortium français auquel nous participons et par lequel la quasi-totalité de nos ventes aux universités et grandes écoles françaises passe.

Dans l'état actuel des choses, ce que nous offre ce consortium est une visibilité supplémentaire, à travers son site et l'information que ses responsables communiquent aux bibliothécaires. Le consortium Couperin est également l'occasion de donner un rythme et un calendrier aux projets d'acquisition, ce qui est appréciable. Il permet ensuite d'offrir aux bibliothèques un bon aperçu de l'offre dans le domaine de la documentation électronique, se faisant ainsi une source d'information de premier ordre. Quant à l'établissement des factures, à la négociation des licences, à la diffusion de l'information de façon continue, cela reste avant tout, et c'est tant mieux, du ressort des éditeurs. Souhaiterions-nous que les responsabilités de Couperin aillent en augmentant ? Ce n'est pas certain. Les bibliothécaires le voudraient-ils de leur côté ? Ce n'est pas certain non plus, nous semble-t-il. Une des qualités de Couperin réside en effet en sa souplesse, ce qu'il faut veiller à lui conserver.

Il faut en effet, de notre point de vue, que les achats puissent rester « individuels » (quant au choix des contenus) et simples (dans le processus de commande et de facturation).

Les consortia étrangers restent parfois difficiles d'accès, et leur rôle peu clair. Sur leur site, l'éditeur est renvoyé aux contacts de chacune des universités qu'il connaît par ailleurs. Manque alors un interlocuteur privilégié. Et que ces organisations d'ampleur puissent s'intéresser aux publications des plus petits éditeurs.

Dans ce contexte, le système de consortium ne pourrait-il pas également s'appliquer aux éditeurs de « petite » taille, afin de favoriser leur représentation et leur visibilité ? Construisant ainsi, dans le domaine de la documentation académique, un dialogue entre partenaires de tailles équivalentes ?

10.6. Initiatives pour les éditeurs

L'ALJC

L'ALJC est une collection multi-éditeurs née en 2003 à l'initiative de l'ALPSP (Association of Learned and Professional Society Publishers), l'association professionnelle internationale pour les éditeurs de contenu à but non lucratif et les organisations qui travaillent avec ces derniers pour la transmission de l'information professionnelle et académique.

L'objectif de l'ALJC est de permettre aux éditeurs de petite et moyenne taille de proposer leurs revues de qualité aux consortia et aux bibliothèques du monde entier. Une façon pour ces petits éditeurs de se faire une place sur les marchés des consortia qui leur est difficilement accessible de manière individuelle.

L'ALJC propose 9 bouquets de titres thématiques, avec une licence, un mode de facturation et une plateforme de livraison uniques. L'ALJC 2007 comprend 627 titres publiés par 48 éditeurs de renom de petite et moyenne taille.

La collection est gérée par une agence d'abonnements depuis que celle-ci a remporté l'appel d'offres pour la création et gestion de l'ALJC en 2003 (harmonisation de la structure juridique, gestion des licences, gestion des accès aux titres via son interface et promotion de la collection auprès des consortia mondiaux).

Initiatives commerciales

D'autres initiatives sont également proposées aux éditeurs par le biais de sociétés commerciales. Ces sociétés représentent les éditeurs par le biais de contrats exclusifs (ou non) et sur des territoires préalablement définis afin de promouvoir leurs offres électroniques sur le marché, en mettant à disposition des ressources humaines, des outils de promotion et d'aide à la vente afin de créer une véritable force commerciale en mesure de négocier des offres adaptées.

11. Petit historique du format Portable Document Format (PDF)

Le format PDF a été créé par la société Adobe System en 1992 (c'est la version 1.0). Il est dérivé du PostScript (qui est à la fois un format et un langage) de la même société. Le PDF a la même philosophie pour les documents affichés à l'écran, que le PostScript pour leur impression : il est indépendant de la plateforme qui l'utilise. Son succès vient en partie de là (tout comme celui de PostScript auparavant) : avoir un document strictement identique quel que soit l'ordinateur ou l'assistant personnel qui le lit (contrairement aux logiciels de traitement de texte), et l'imprimer tel qu'on le visualise. Il vient également du modèle économique choisi : le logiciel de lecture est gratuit.

La dernière version du format PDF date de fin 2006, il s'agit de la version 1.7. Une nouvelle version de ce format voit donc le jour environ tous les 2 ans, et ajoute son lot de nouvelles fonctionnalités : par exemple le XML en 2003.

Le PDF est un format propriétaire. On peut créer des documents PDF grâce au logiciel Adobe Acrobat qui est payant. Le logiciel de lecture seul, lancé en 1994, est gratuit : Adobe Acrobat Reader, renommé Adobe Reader à partir de sa version 6 (version 1.5 du PDF). A partir de 1999, le format devient ouvert (mais pas libre) avec des normes ANSI comme le PDF/E, le PDF/X et le PDF/A. Cette dernière – dédiée à l'archivage – devient une norme ISO en 2005.

En parallèle de ce format PDF, apparaît en 1999 le format PDF Merchant. Il s'agit d'un format qui a les mêmes fonctionnalités que le PDF. Il inclut également une gestion des droits d'accès (DRM) au document. Ce format nécessite un logiciel serveur dédié, Adobe Content Server, développé par la division édition numérique d'Adobe. Adobe Content Server propose en particulier toutes les fonctionnalités d'une bibliothèque numérique. Le format PDF Merchant est ensuite remplacé par le format PDF EBX. Une compatibilité entre les deux formats est assurée au sein d'Adobe Content Server. Les formats PDF Merchant puis PDF EBX nécessitent au départ un logiciel de lecture spécifique : l'Adobe Acrobat Ebook Reader. Une des innovations qui accompagne la sortie du logiciel Adobe Reader 6 est la fusion de l'Adobe Acrobat Reader 5 et de l'Adobe Ebook Reader 2.2 dans un seul produit.

Adobe Content Server est abandonné en 2004, au profit d'Adobe Live Cycle lancé en 2005 par la division grand compte d'Adobe. Quant à la division édition numérique, elle n'existe plus. Adobe Live Cycle n'est pas compatible avec le format PDF EBX, il n'offre pas non plus les fonctionnalités d'une bibliothèque numérique. Adobe Reader 7 est compatible avec les formats avec DRM que sont PDF EBX et Live Cycle. Adobe Reader 8, qui vient d'être lancé début 2007, n'est pas compatible avec le PDF EBX. Lors de la conférence de lancement d'Adobe Acrobat 8 un « add-on » pour la compatibilité, a été promis aux 2 éditeurs et à l'agrégateur qui en France ont fait confiance à Adobe.

Il existe principalement deux autres formats de document qui embarquent une DRM : le format LIT de Microsoft, et le format Mobipocket de la société du même nom, racheté en 2006 par Amazon.

12. Liste des participants au groupe de travail

Animateurs du groupe de travail

François Libmann, FLA Consultants / Ruth Martinez, GFII

Membres du comité de pilotage

Laurent Bérard-Quelin, Société générale de Presse, FNPS

Nathalie Berriau, Ascodocpsy

Roselyne Bloch, Caisse d'Épargne, Ile-de-France Paris

Chantal Chrétien, INIST-CNRS

Jérôme Conquet, Prenax

Patrick Fenouil, Lavoisier

Olivier Lecomte, FNPS

Marie-Pascale Lizée, CEA

Caroline Lopez, Adhérente de l'ADBS

Séverine Maes, Swets Information Services

Mondane Marchand, EBSCO Information Services

Delphine Panier, Prenax

Sophie Petitjean, INIST CNRS

Philippe Peyle, Springer

François-Charles Rebeix, La Lettre des Achats

Christine Stotzenbach, Université Marne la Vallée

Marie-Joëlle Tarin, Université ParisIV-Sorbonne, Couperin

Participants au groupe de travail

Valérie d'Auria, Ciel et Espace

Laurence Ballet, Dalloz

Valérie Bardon, Future

Catherine Baude, Ministère de la santé

Catherine Baverrel, SCD de l'université de Marne La Vallée

Colette Bergeal, Bibliothèque Publique d'information

Vanessa Berr, SCD de l'université de Marne la Vallée

Nadège Blachouin, l'Ecole des parents

Charlotte Boizet, Editions Champion Electronique

Brigitte Brunelli, Editions Francis Lefebvre

Elise Chapois, IEP Paris

Nicole Chebassier, Editions Francis Lefevre

Marie-Dominique Desmarchelier, Cliffordchance

Catherine Gehin, Lavoisier

Benjamin Girard, Swets Information Services

Patrick Forint, Pap'argus

Nicolas Grob, Comedia

Isabelle Haradsi, Editions EPS

Jean-François Hattier, Financière Tallandier

Bernadette Joseph, Bibliothèque de la Sorbonne / ADBU

Jean-Yves Kerdraon, Investir

Virginie Marciac, Editions Scientifiques

Claudine Masse, ADBS

Franck Metay, Indigo publications

Ludovic Meynadier, Lavoisier

Audrey Nahmias, John Libbey

Valérie Neel, Spek

Anne-Stéphane Ogereau, Groupe Revue Fiduciaire

Isabelle Pierret, Techniques de l'ingénieur

Anne-Marie Poulain, Spek

Stéphanie Rheinart, ABC

Jérôme Robert, Revue Prescrire

Grace Rocha, EDP Sciences

Yves Soulabail, La revue des Sciences de Gestion



**Association des professionnels
de l'information et de la documentation**

25 rue Claude Tillier
75012 Paris
Tél. : 01 43 72 25 25
Fax : 01 43 72 30 41
Mél : adbs@adbs.fr
Site Internet : www.adbs.fr



**Association des Directeurs et des personnels de
direction des Bibliothèques Universitaires et de
la Documentation**

103 boulevard Saint-Michel
75005 Paris
Tél. : 01 44 32 92 27
Fax : 01 44 32 92 28
Site Internet : www.adbu.fr



**Fédération Nationale de la Presse
d'information Spécialisée**

37 rue de Rome
75008 Paris
Tél. : 01 44 90 43 60
Fax : 01 44 90 43 72
Mél : contact@fnps.fr
Site Internet : www.fnps.fr



**Groupement Français de l'Industrie de
l'Information**

25 rue Claude Tillier
75012 Paris
Tél. : 01 43 72 96 52
Fax : 01 43 72 56 04
Mél : gfii@gfii.asso.fr
Site Internet : www.gfii.asso.fr

SNIEL

**Syndicat national des importateurs et
exportateurs de livres**

62 avenue de Suffren
75015 Paris
Tél. : 01 45 67 18 38
Fax : 01 45 66 50 70
Site Internet : www.sniel.org