

Intermédiation et désintermédiation: le Lecteur



- Veut plus de liberté
- S'affranchir de l'abonnement et du paiement
- Se dit ne "plus avoir besoin" de l'éditeur, voir du documentaliste
- S'en remet à Google et à la socialisation
- Accepte la dématérialisation

Intermédiation et désintermédiation: le Lecteur

Mais

- Fait face à une volumétrie exponentielle
- S'en remet à Google et s'y perd
- S'interroge sur la fiabilité des sources
- S'inquiète de la pérennité de ses accès

Intermédiation et désintermédiation: l'Editeur

- N'a plus peur de la dématérialisation
- Doit migrer son modèle économique...
- A la possibilité de socialiser avec son lecteur
- A des marques fortes



Intermédiation et désintermédiation: l'éditeur

Mais

- ...doit expérimenter un modèle économique
- Agrégateurs, Telco, Google, Facebook, Apple,... de nouveaux murs se dressent
 - Déclaration de Berlin – mars 2011
- Des droits attaqués

Une nécessaire médiation lecteurs / éditeurs

- Moins de méfiance, plus de confiance
- Fiabiliser l'information et la marque
 - Statut de la presse en ligne
- Développer de nouveaux services:
conférences, applications métiers,...
- Assumer ses responsabilités

Une nécessaire médiation lecteurs / éditeurs

- S'ouvrir à de nouveaux modes de commercialisation (Consortium, Licence nationale, Open Access, PDA, ...)
 - L'abonnement reste privilégié
 - Adapter sa politique tarifaire

Donc

- Dialoguer avant de légiférer
- Respecter le rôle de chacun

