

Le cimetière et les diamants

Par Denis Favre — Avril 2026

Ce qui reste du domaine public à l'ère de l'intelligence artificielle

Série « PLR Atlas » — Essai 8/8

I. L'illusion du trésor gratuit

Il y a, dans l'imaginaire collectif de l'entrepreneur numérique, un mythe tenace qui résiste à toutes les désillusions successives du marché — celui du domaine public comme mine d'or à ciel ouvert. Le raisonnement, en apparence imparable, se déploie à peu près ainsi : des dizaines de milliers d'œuvres, libérées de toute contrainte de droits, dorment sur les serveurs de Project Gutenberg, d'Internet Archive, de Gallica et de Wikisource ; il suffirait de les collecter, de les remettre en forme, de les emballer dans une couverture contemporaine et de les proposer sur Amazon KDP ou sur Etsy pour disposer, sans investissement ni effort créatif, d'un catalogue inépuisable de produits numériques à marge infinie. Le domaine public serait ainsi le PLR ultime — celui qui ne coûte littéralement rien.

Ce raisonnement est séduisant. Il est aussi, pour l'essentiel, faux — et il l'est devenu bien davantage depuis que l'intelligence artificielle a reconfiguré en profondeur les conditions dans lesquelles un texte ancien peut encore prétendre à une valeur marchande. Ce que nous proposons ici n'est pas une condamnation du domaine public, mais une opération de triage d'une sévérité que la plupart des acteurs du marché ne sont pas disposés à pratiquer : sur les soixante-dix mille titres de Project Gutenberg, combien survivent réellement au filtre de la pertinence en 2026 ? La réponse, comme on le verra, est à la fois décevante par son étroitesse et exaltante par la qualité de ce qui reste.

II. Pourquoi la plupart des œuvres du domaine public ne valent plus rien

Pour comprendre la dévaluation massive qui frappe le domaine public, il faut d'abord se défaire d'une confusion persistante entre deux types de valeur radicalement distincts : la valeur informationnelle et la valeur expressive. Un traité d'agriculture publié en 1895 possédait, à sa date de parution, une valeur informationnelle considérable — il enseignait à ses lecteurs des techniques de culture, des calendriers de semis, des méthodes de conservation que l'on ne trouvait pas ailleurs. Cette valeur informationnelle est aujourd'hui rigoureusement nulle. Non pas parce que les informations qu'il contient sont fausses —

certaines restent pertinentes — mais parce que ces mêmes informations, et des milliers d'autres plus récentes, plus précises, mieux contextualisées, sont désormais accessibles en quelques secondes par une simple requête à un moteur de recherche ou à un assistant d'intelligence artificielle.

Et c'est ici que l'IA porte le coup décisif. Avant l'émergence des grands modèles de langage, un manuel ancien conservait une utilité résiduelle : il offrait une synthèse organisée, structurée, paginée, sur un sujet donné. Même si l'information qu'il contenait existait ailleurs de manière dispersée, le fait qu'elle fût rassemblée en un seul volume constituait encore un service. Cette valeur d'agrégation a été anéantie en quelques mois. Un utilisateur de Claude, de ChatGPT ou de Gemini peut désormais obtenir, en trente secondes, un guide de jardinage personnalisé, adapté à son climat, à sa superficie et à ses objectifs, plus complet et plus fiable que n'importe quel traité du dix-neuvième siècle. Le modèle de langage a absorbé le contenu du domaine public dans ses données d'entraînement, l'a digéré, recombina, et le restitue sous une forme supérieure à l'original sur tous les critères informationnels. L'original n'a plus de raison d'être consulté pour ce qu'il dit.

Cette obsolescence par absorption touche des catégories entières du domaine public avec une brutalité que l'on mesure mal tant qu'on ne dresse pas l'inventaire : les manuels techniques de toute nature — comptabilité, mécanique, électricité, médecine, droit, cuisine —, les encyclopédies et les ouvrages de référence, les guides pratiques et les traités didactiques, les compilations de faits et les chronologies, les dictionnaires et les grammaires. Cela représente, en volume, la majorité écrasante des textes disponibles dans le domaine public. Peut-être soixante à soixante-dix pour cent de Project Gutenberg tombe dans cette catégorie — des textes dont la seule valeur était informationnelle et que l'IA a rendus superflus aussi sûrement que l'imprimerie avait rendu superflus les copistes médiévaux.

III. Le deuxième filtre : la saturation éditoriale

Admettons qu'un texte du domaine public échappe au filtre de l'obsolescence informationnelle — parce qu'il est littéraire, narratif, philosophique. Il lui reste à franchir un second obstacle, plus prosaïque mais tout aussi impitoyable : celui de la saturation. Les œuvres les plus célèbres du domaine public ont déjà été rééditées, reformatées, commentées, illustrées, adaptées, résumées, transformées en audiobooks, en cours en ligne, en infographies et en fils Twitter par des centaines de concurrents. Proposer une énième édition des Fables de La Fontaine ou de L'Art de la guerre de Sun Tzu, c'est entrer sur un champ de bataille où les marges sont compressées à zéro par l'abondance de l'offre et où la visibilité exige un investissement marketing disproportionné par rapport au revenu espéré.

Il existe donc, au sein du domaine public, une zone morte particulièrement traîtresse : celle des œuvres suffisamment connues pour que tout le monde les ait déjà rééditées, mais pas suffisamment monumentales pour qu'une nouvelle édition puisse se distinguer par sa seule qualité. Les classiques

mineurs — ces romans du dix-neuvième siècle qui figurent dans toutes les anthologies sans que personne ne les lise, ces essais philosophiques de second rang que l'on cite sans les ouvrir — peuplent cette zone par milliers. Ils ne sont ni assez obscurs pour constituer une découverte, ni assez majeurs pour justifier un travail éditorial ambitieux. Ils sont, au sens strict, sans valeur commerciale.

IV. Ce qui survit : les trois catégories de l'irréductible

Après ce double filtrage — l'obsolescence informationnelle et la saturation éditoriale — que reste-t-il ? Trois catégories de textes, et trois seulement, conservent une valeur que ni l'IA ni la concurrence ne peuvent annuler. Leur point commun est ce que l'on pourrait nommer l'irréductibilité : quelque chose en eux résiste à la digestion algorithmique, quelque chose que le modèle de langage ne peut ni reproduire ni rendre superflu.

Les voix irremplaçables

La première catégorie est celle des écrivains dont la valeur réside non dans ce qu'ils disent, mais dans la manière dont ils le disent — et, plus profondément, dans la manière dont ils pensent. Montaigne n'enseigne rien que l'on ne puisse apprendre ailleurs ; mais la façon dont Montaigne doute, la façon dont sa phrase épouse les méandres d'une réflexion en train de se former, la façon dont il passe du particulier à l'universel avec une grâce que trois siècles d'imitation n'ont pas épuisée — cela, aucun modèle de langage ne le produit, parce que cela n'est pas de l'information mais de la présence. La Rochefoucauld, Pascal, Chamfort parmi les moralistes français ; Emerson, Thoreau, William James parmi les essayistes anglophones ; Marc Aurèle, Épictète, Sénèque parmi les anciens — ces auteurs ne tombent pas dans le domaine public par péremption, ils y entrent par couronnement. Leurs textes gagnent en valeur à mesure que le bruit informationnel augmente, précisément parce qu'ils offrent le contraire du bruit : une pensée lente, incarnée, irréductible à un résumé.

Le travail éditorial sur ces textes — éditions commentées, contextualisées, mises en dialogue avec les préoccupations contemporaines — conserve une valeur élevée parce qu'il ajoute une couche d'intelligence que le texte seul ne fournit pas et que l'IA ne sait pas produire de manière convaincante. Annoter les Essais de Montaigne en éclairant chaque passage par un parallèle avec la condition numérique contemporaine, c'est créer un produit nouveau à partir d'un matériau ancien — et c'est un travail que le marché rémunère, parce que le lecteur qui cherche Montaigne ne cherche pas de l'information, il cherche une expérience intellectuelle que seul un éditeur humain peut orchestrer.

Les témoignages de première main

La deuxième catégorie est celle des récits irremplaçables — non pas les fictions, qui sont légion et dont la plupart ont sombré dans l'oubli mérité, mais les témoignages : journaux d'explorateurs, carnets de scientifiques, correspondances d'inventeurs, mémoires de témoins d'événements historiques. Les carnets de Léonard de Vinci, le journal de bord de Darwin sur le Beagle, les écrits de Benjamin Franklin sur l'électricité, les lettres de Van Gogh à son frère, les notes de Tesla sur le courant alternatif — ces textes possèdent une authenticité documentaire que l'IA ne peut ni produire ni remplacer. On ne lit pas le journal de Darwin pour apprendre la théorie de l'évolution — on le lit pour accompagner un esprit en train de découvrir ce que personne ne savait encore.

La valeur commerciale de ces textes tient à leur rareté qualitative : ils sont peu nombreux, difficiles à identifier dans le vrac du domaine public, et leur mise en valeur exige un travail de contextualisation historique et scientifique qui décourage la concurrence. Un recueil des écrits de Nikola Tesla sur la transmission sans fil, annoté et mis en perspective avec les technologies actuelles, est un produit de niche à forte valeur perçue — et un produit que les bundles PLR de masse ne proposeront jamais.

Les architectures intemporelles

La troisième catégorie est la plus subtile et peut-être la plus utile pour un créateur de contenu : celle des textes dont la valeur ne réside ni dans le style ni dans le témoignage, mais dans la structure. Certains ouvrages anciens contiennent des architectures argumentatives, des schémas pédagogiques, des cadres de pensée dont la forme reste valide indépendamment de leur contenu factuel. La Rhétorique d'Aristote ne sert plus à former des orateurs athéniens, mais son analyse des modes de persuasion — ethos, pathos, logos — structure encore, sans le savoir, la quasi-totalité des formations en copywriting et en marketing de contenu vendues aujourd'hui. Le Prince de Machiavel ne décrit plus aucune situation politique existante, mais son architecture d'analyse stratégique — la distinction entre fortune et virtù, entre le lion et le renard, entre la force et la ruse — reste un modèle de pensée applicable à la stratégie d'entreprise.

Ces textes sont des squelettes réutilisables. On ne les republiera pas tels quels — le contenu est trop connu et trop daté. Mais on peut en extraire la structure, l'habiller de chair contemporaine, et produire un cours ou un ebook dont l'architecture a été éprouvée par des siècles d'usage. C'est exactement le même mouvement que celui du PLR enrichi — sauf que la matière première, au lieu d'un ebook à trois euros, est un texte dont la solidité structurelle a été validée par l'histoire.

V. La sélection darwinienne accélérée

Ce qui se joue sous nos yeux est en réalité un phénomène de sélection naturelle à une échelle et une vitesse sans précédent. Pendant des siècles, les œuvres du domaine public ont survécu par inertie —

elles étaient là, disponibles, et leur simple existence justifiait leur réédition par quiconque cherchait du contenu gratuit à exploiter. L'IA a brisé cette inertie. En rendant instantanément accessible l'information que ces textes contenaient, elle a supprimé la raison d'être de tous ceux dont la valeur était purement informationnelle. En absorbant dans ses données d'entraînement l'essentiel du corpus disponible, elle a rendu la consultation directe de l'original superflue pour quiconque ne cherche pas quelque chose que l'IA ne peut pas fournir.

Ce « quelque chose que l'IA ne peut pas fournir » est précisément ce qui définit les survivants : une voix, un témoignage, une architecture. L'irréductibilité stylistique de Montaigne, l'authenticité documentaire des carnets de Darwin, la robustesse structurelle de la rhétorique aristotélicienne — ce sont les trois formes de valeur que le filtre algorithmique ne dissout pas, parce qu'elles relèvent de dimensions que le modèle de langage imite sans les posséder.

L'IA n'a donc pas tué le domaine public. Elle l'a **concentré**. Elle a opéré, en quelques années, le travail de décantation que le marché éditorial traditionnel mettait des décennies à accomplir — séparer les œuvres qui portent en elles une nécessité intérieure de celles qui n'étaient que des véhicules pour de l'information périssable. Le résultat est un corpus drastiquement réduit mais infiniment plus dense, un résidu de diamants dont la valeur unitaire augmente à mesure que le bruit ambiant s'intensifie.

VI. Implications pratiques : que faire de ces diamants ?

Pour le créateur de contenu qui opère dans l'écosystème du PLR enrichi et de la production éditoriale premium, le domaine public post-filtrage offre trois opportunités concrètes.

La première est l'édition annotée contemporaine : prendre un texte survivant — un essai de Montaigne, un chapitre de Marc Aurèle, un passage de Franklin — et le publier dans une édition bilingue commentée qui fait le pont entre la pensée ancienne et les préoccupations actuelles. Le travail est éditorial, pas informatif. Il exige une culture et une sensibilité que l'IA ne possède pas. Et il produit un objet dont la valeur perçue est élevée, parce qu'il combine l'autorité du classique avec la pertinence du commentaire contemporain.

La seconde est l'extraction structurelle : identifier dans les textes survivants les architectures réutilisables — les plans argumentatifs, les schémas pédagogiques, les cadres d'analyse — et les réemployer comme fondations pour des produits originaux. Un cours en ligne sur le leadership dont la structure reprend secrètement les catégories de la Politique d'Aristote possède une robustesse architecturale que les cours construits à la hâte sur des frameworks marketing à la mode ne peuvent pas égaler.

La troisième est la curation radicale : constituer un catalogue restreint — peut-être deux cents à trois cents titres — des seules œuvres du domaine public qui survivent au triple filtre (obsolescence, saturation, irréductibilité), et proposer ce catalogue comme un produit en soi. Non pas un énième lien vers Project Gutenberg, mais un guide éditorial argumenté qui dit : voici les trente essais du domaine public qu'un entrepreneur de 2026 devrait avoir lus, et voici pourquoi. La valeur est dans la sélection, pas dans le contenu — exactement comme dans PLR Atlas.

Épilogue : le paradoxe du fossile vivant

Il existe, en biologie évolutive, un concept nommé « fossile vivant » — un organisme dont la forme est restée essentiellement inchangée à travers des millions d'années d'évolution, non pas par immobilisme, mais parce que sa conception était si bien adaptée à son environnement qu'aucune mutation n'a pu l'améliorer. Le limule, la fougère, le coelacanth traversent les ères géologiques tandis que des milliers d'espèces apparemment plus sophistiquées s'éteignent autour d'eux.

Les œuvres qui survivent au filtre de l'intelligence artificielle sont les fossiles vivants du domaine public. Elles n'ont pas besoin de mise à jour, parce que ce qu'elles offrent n'est pas de l'information mais de la forme — et la forme, quand elle est juste, ne se périmé pas. Les Pensées de Marc Aurèle traverseront l'ère de l'IA comme elles ont traversé la chute de Rome, l'invention de l'imprimerie et la révolution industrielle — intactes, parce qu'elles ne décrivent pas le monde tel qu'il est, mais la manière dont un esprit humain fait face au monde quel qu'il soit.

C'est dans cette permanence que réside le dernier diamant du cimetière.

Cet article fait partie d'une série de huit essais sur la stratégie de création de valeur par transmutation du contenu numérique. L'ensemble s'inscrit dans le projet PLR Atlas — un outil d'analyse et de classification de produits numériques par intelligence artificielle.