

# **PUBLIER, DIFFUSER ET DISTRIBUER QUELLES PERSPECTIVES POUR LA PETITE ÉDITION ?**

*Forum organisé par le Syndicat national de l'édition \**  
**9 mars 2004**

## **Alain BEDOUET** (*Animateur des débats*)

Je vous propose de commencer par un état des lieux, c'est-à-dire par un constat et un tour d'horizon des difficultés actuelles, mais aussi des solutions possibles ou parfois déjà mises en oeuvre. Nous allons évoquer les différents maillons de la chaîne du livre et les grandes articulations entre petite édition, diffusion, distribution et vente. Puis nous poserons quelques questions centrales sur le panorama actuel de ce qu'on appelle la petite édition, sur le thème de la professionnalisation, parfois quelque peu défaillante m'a-t-on dit, ou encore sur les attentes des libraires, quelle que soit la taille des librairies. Chacun dans la salle pourra intervenir, interroger les intervenants après leur exposé pour leur demander de développer tel ou tel point, ou bien pour nous faire part de son propre itinéraire, en tout cas de ses préoccupations. Après cet état des lieux, nous évoquerons plus précisément les réponses déjà mises en oeuvre, des expériences, des pistes possibles, avec par exemple l'approche des éditeurs diffuseurs, ou encore l'information électronique. Nous verrons aussi comment les pouvoirs publics, la Direction du livre, le Centre national du livre, appréhendent pour leur part cette crise de la petite édition.

Je voudrais en introduction de ce forum donner la parole à Liana Lévi, une des premières dans la profession à avoir pris le problème de la petite édition à bras le corps, en disant tout simplement : « cela ne peut plus durer, il faut agir ». Un groupe de travail s'est constitué avec elle au sein même du Syndicat national de l'édition, pour réfléchir aux meilleurs moyens d'aider la petite édition face à cette crise.

## **Liana LEVI** (*Editions Liana Levi*)

Permettez-moi tout d'abord de me présenter, dans la mesure où le parcours de ma maison d'édition est emblématique et qu'il peut expliquer certaines des préoccupations dont nous débattons aujourd'hui. Ma maison d'édition a été créée en 1982 et d'emblée, lorsque j'ai voulu trouver une distribution, je me suis appuyée sur une autre maison d'édition qui existait à l'époque, Sylvie Messinger, pour entrer dans son circuit de diffusion-distribution. Je vous épargne les étapes successives qui ont fait grandir la maison et qui l'ont amenée à produire, en 1998, une vingtaine de titres par an. C'est cette année-là que j'ai été appelée à représenter les petits éditeurs au sein du bureau du Syndicat national de l'édition. Je vous en dis un mot parce que je sais que dans la salle, beaucoup d'entre vous connaissent mal les rouages du syndicat. Le syndicat est constitué par un Bureau où sont représentés les grands groupes, les maisons indépendantes dites moyennes, mais qui évidemment sont de taille infiniment plus importante que nous, puisque parmi celles-ci, on compte par exemple Gallimard ou Albin Michel. Sont

\*Noëlle Rondeau, chargée de mission, responsable de la commission Circuit du Livre, assistée de Isabelle Pham.

également représentées les petites maisons comme la mienne, les Editions de Minuit par exemple, dont le chiffre d'affaires est toutefois nettement supérieur au nôtre.

Arrivée au Bureau du SNE en 1998 donc, je me suis rendue compte que les sujets débattus m'étaient tout à fait inconnus, voire étrangers. Evidemment, ce sont des sujets passionnants, qui concernent l'ensemble du monde éditorial, qui touchent au fonctionnement de l'édition, mais qui sont très loin de nos préoccupations, à nous, petits éditeurs. Je me suis immédiatement posée la question de savoir qui je représentais exactement dans cette assemblée. Or, il m'est apparu assez vite que je représentais des entités très différentes entre elles.

En effet, je représente la petite édition, c'est-à-dire des petits éditeurs qui produisent au minimum dix titres par an - une trentaine dans mon cas aujourd'hui -, qui ont des salariés et qui font un chiffre d'affaires supérieur à 150 000 euro, avec une limite supérieure fixée par le SNE à 1,5 millions d'euro. Ils doivent en outre être diffusés par une structure de diffusion leur permettant d'accéder au moins aux 400 premiers libraires, ce qu'on appelle les libraires de premier niveau, mais qui leur permet aussi d'accéder le cas échéant, s'ils publient un livre ayant un potentiel commercial plus fort, à un réseau de librairies plus important, disons un millier, sans parler des grandes surfaces.

Mais je représente aussi la micro-édition, c'est-à-dire ces maisons innombrables qui produisent moins de dix titres par an. Ce sont des gens qui travaillent souvent seuls ou en couple, qui n'ont pas une structure salariale, qui ont un chiffre d'affaires inférieur à 150 000 euro et qui soit se diffusent eux-mêmes, soit sont dans une structure de diffusion ne leur permettant pas d'accéder aux 400 librairies de premier niveau. Mais de toute façon cela n'était pas leur désir, ces maisons d'édition ayant une production qui me semble-t-il n'a pas besoin d'arriver dans les 400 premières librairies. Souvent, leur souhait est de rentrer dans une centaine de librairies.

Ce sont deux réalités évidemment très différentes. Autre caractéristique de cette micro-édition : ceux qui la constituent et la représentent sont des gens très isolés. Ils n'ont pas de contact avec le Syndicat, et très souvent ils n'échangent pas entre eux non plus, car ils ont du mal à se retrouver en l'absence de structure d'accueil, mis à part quelques rares groupes constitués sur lesquels je reviendrai tout à l'heure.

Cette réalité dont j'avais pris conscience au fil des ans est apparue encore plus nettement il y a un an environ, lorsque a commencé à se manifester la crise de certaines structures qui diffusaient et distribuaient ces micro-éditeurs. Le Syndicat a alors constitué une cellule de réflexion, avec les trois diffuseurs-distributeurs qui sont présents à cette table, c'est-à-dire la Sodis avec André Imbaud, Le Seuil avec Rémi Amar, et Harmonia Mundi avec Frédéric Salbans. Malgré de nombreuses réunions, je ne vous cache pas que nous n'avons pas trouvé réellement de solutions. Ces solutions, nous voudrions les chercher avec vous aujourd'hui, dans l'échange et peut-être dans un début de compréhension. Il nous a semblé important que l'on précise exactement ce que les uns et les autres souhaitent avant d'avancer, car actuellement il est très difficile de répondre à une demande tellement multiple et différenciée.

### **Alain BEDOUET**

Tel est précisément notre but aujourd'hui et nous espérons des interventions nombreuses dans la salle, de la part des professionnels et notamment des petits éditeurs.

### **Jean SARZANA (*Délégué général du SNE*)**

Je voudrais d'abord rappeler que la préoccupation du Syndicat de mieux cerner la petite édition a été depuis longtemps partagée par les pouvoirs publics, et bien entendu par le ministère de la Culture. Parallèlement à la réflexion que le syndicat a conduit en son sein, nous avons eu des relations très étroites et continues avec la Direction du livre et le CNL, qui

sont présents aujourd'hui. Ce souci n'est donc pas purement professionnel, les pouvoirs publics s'en sont également beaucoup inquiétés et vous savez qu'ils ont participé eux aussi, à leur façon, aux étapes précédentes.

Pour élargir un peu notre réflexion, je commencerai par commenter quelques informations communiquées par Dilicom, qui a mis en place le Fichier exhaustif du livre (FEL). Nous n'avons pas constitué de document formel ou de rapport, parce que nous y serions probablement encore et que nous avons préféré engager sans attendre un dialogue avec vous.

Sur les 3 500 éditeurs identifiés à travers le FEL, on constate que les premiers 30 % des structures éditoriales - c'est-à-dire les plus gros en taille ou en production de titres - représentent à eux seuls 96 % de la production de livres. De l'autre côté, les derniers 30 % des structures éditoriales représentent 0,3 % de la production ; on n'est pas dans la même échelle. Et là nous touchons à la micro-édition dont parlait Liana tout à l'heure.

Ceci dit, il est frappant de constater qu'il n'y a pas de rupture entre ces deux aspects extrêmes du spectre. La progression du tout petit vers l'infiniment grand est relativement régulière, sans cassure nette entre les différents blocs de maisons d'édition. Par ailleurs, la production dans le temps des petits éditeurs est assez soutenue, vivante. Même si elle est sporadique, cette production a une actualité constante. Cela peut paraître évident, parce que chacun le constate à la mesure de sa maison, mais cela s'observe de manière assez claire sur un plan global.

Force est de constater que nous avons une certaine difficulté, au niveau syndical, à saisir la réalité de ce que l'on appelle la petite édition. D'abord parce que le syndicat ne compte qu'un peu plus de 300 adhérents sur les 3 600 structures d'édition identifiées. En outre, les petites maisons d'édition adhérentes au syndicat n'ont que trop rarement la possibilité de participer à nos travaux. Soit qu'elles soient trop petites pour le faire, soit qu'elles soient tout simplement en dehors de Paris, et il y en a beaucoup. Cela donne d'ailleurs toute la mesure du travail considérable fourni par celles et ceux qui, comme Mijo Thomas, participent très activement à nos travaux en faveur de l'action collective. De plus, beaucoup de petites maisons échappent à la statistique globale que nous tenons pour le compte de l'Etat, pour des raisons simplement mécaniques. Ainsi, il est vrai que la plupart d'entre vous reste des inconnus pour notre maison commune qu'est le syndicat. C'est aussi une des raisons pour lesquelles, après en avoir longuement discuté dans notre commission, nous avons souhaité tenir cette réunion, je dirai non pas à l'aveugle mais un petit peu tout de même, dans la mesure où nous ne savons pas exactement quels sont nos interlocuteurs dans ce domaine. Nous attendons beaucoup de cet état des lieux qui sera suivi d'un échange d'expériences avec les différents participants.

### **Alain BEDOUET**

Peut-on comprendre, à vous entendre, qu'au fond les difficultés de la petite édition ne sont pas fondamentalement différentes par nature de celles de la grande, mais qu'elles sont simplement plus aiguës ? Ou bien y a-t-il véritablement des difficultés de nature très différentes ?

### **Liana LEVI**

Je pense qu'elles sont d'une nature tout à fait différente. On ne joue pas dans la même cour quand on est un micro-éditeur, qui n'a pas de salarié, qui essaie de se faire diffuser et qui n'a pas encore de livres de fonds, comparé à un éditeur, même petit, mais qui a une vingtaine d'années d'existence, avec un catalogue et un diffuseur. Celui-ci, s'il ne s'entend pas avec son diffuseur, peut quand même en changer parce que son catalogue commence à être convoité. De plus, il aura une équipe avec lui, constituée au fil des ans, qui l'aide entre autres à entretenir des liens et à fournir au diffuseur le matériel de promotion demandé. Nous sommes dans une autre logique. Dans ce cas seulement on commence à rentrer dans une problématique peut-être plus proche de celle des moyennes et grandes maisons. Mais les problèmes de la micro-édition sont à mon sens réellement très différents.

**Alain BEDOUET**

Vous avez déploré tout à l'heure le manque d'une structure d'accueil, qui permettrait de changer un peu les choses, de donner un petit peu plus de nerf à ce secteur.

**Liana LEVI**

Le problème réside en effet dans la difficulté de constituer une structure d'accueil susceptible de rendre compte de réalités très différentes, mais je ne veux pas anticiper sur le débat qui est le nôtre.

**Alain BEDOUET**

Venons en maintenant à la diffusion, en rappelant la logique et les contraintes de cette relation très particulière entre les diffuseurs et les diffusés, sachant que la diffusion n'est pas seulement une machine à mettre des livres en place, mais qu'elle constitue une activité à part entière.

**Rémi AMAR** (*Directeur général adjoint des éditions du Seuil*)

Je voudrais répondre immédiatement à Liana pour dire que je ne suis pas d'accord avec elle : je pense en effet que nous jouons tous dans la même cour. Un livre est un livre, d'où qu'il vienne, sans que se pose le problème de la qualité éditoriale au sens où on trouve des bons livres dans des petites maisons d'édition, dans des moyennes maisons d'édition et dans des grandes maisons d'édition. Et inversement, on trouve des livres moins intéressants, ou moins bien faits, dans chaque type de maisons d'édition. La différence va se situer par rapport à la puissance dont on dispose dans un marché hyper encombré. En littérature et en sciences humaines par exemple, il y a à peu près cent nouveautés par jour ! Un libraire doit donc faire de la place pour ceux qui arrivent, c'est-à-dire retourner ou vendre ceux qui sont en librairie. C'est un métier très difficile dans toute la chaîne. On produit beaucoup, on doit commercialiser beaucoup, et les libraires doivent essayer de donner leur chance à un maximum de livres. J'ai lu ce matin les chiffres comparés à ceux d'autres pays européens : l'édition très abondante, voire la surproduction, n'est pas un mal franco-français puisque l'on retrouve le même phénomène en Angleterre, en Espagne, en Italie, avec une production qui croît régulièrement chaque année.

Nous jouons donc dans la même cour, mais tous n'ont pas les mêmes moyens. A mon sens, et tel est le message principal que je veux faire passer ce matin, la différence entre une petite maison d'édition et une grosse maison d'édition vis-à-vis du diffuseur, au-delà de sa puissance en termes de chiffre d'affaires, c'est l'environnement du livre. Je pense que dans les petites maisons d'édition, l'effort fourni pour faire un livre, que ce soit un beau livre, un livre de littérature ou un livre de sciences humaines, est beaucoup plus important que dans une grande maison. Puisqu'on a moins de moyens, parfois on fait un autre métier, les heures ne sont pas comptées... Donc, c'est très difficile de faire un livre. Quand on arrive au bout, c'est presque un aboutissement. Or, en réalité, ça ne fait que commencer. L'objectif ultime est en effet de trouver un lecteur, ce qui passe par toute une série de gestes à faire, à commencer par réfléchir au bon diffuseur.

Qu'est-ce que c'est qu'un bon diffuseur ? Ce n'est pas forcément le plus gros, celui qui a le plus d'équipes, le plus de représentants. En fait, le bon diffuseur est celui dont les équipes commerciales comprendront le mieux la spécificité éditoriale d'une maison d'édition. Au Seuil, parce qu'on a un style, une expertise, une expérience, on sait bien vendre certains livres. Dans d'autres cas, on n'est peut-être pas les meilleurs. En premier lieu, il faut donc se demander vers qui se tourner pour commercialiser tel livre. Ensuite, sachant que l'objectif, est de trouver un lecteur, il faut réfléchir au marketing.

Outre l'abondance de livres, la difficulté réside également dans la segmentation des lectorats. Car tout le monde n'est pas lecteur de tout. Le problème d'une petite maison d'édition est d'informer, de faire savoir qu'un livre existe. Et j'ai remarqué que dans les petites maisons, on publiait souvent de façon éparse les livres : un livre de littérature, un livre de sciences humaines ; un jour on fait un livre pour la jeunesse, après un beau livre... Comment une petite maison fabrique-t-elle son image si elle se diversifie trop ? Je pense que c'est un sujet de réflexion important, qui justifie que l'on s'interroge sur l'importance du positionnement quand on est en région. Est-il judicieux de se grouper pour travailler ensemble, soit thématiquement quand on fait des livres d'un même domaine, soit régionalement quand on est en relation avec d'autres éditeurs qui sont dans la même région ? Ces questions doivent être posées si l'on veut améliorer ses chances d'aller au bout. Ce qui suppose de motiver la force de vente qui va présenter l'ouvrage à un libraire déjà surchargé, mais aussi de ne pas oublier les relais médiatiques, par exemple la presse. Et chacun sait la difficulté de travailler avec la presse ! Il ne s'agit pas simplement d'envoyer un livre en disant « je vous signale que mon livre est paru »... Il est nécessaire de fournir un travail de fond pour connaître les gens et faire connaître les collections. Il y a d'autres relais que la presse. Parfois les livres traitent de sujets de société intéressant des associations... Il faut travailler tout ce qui constitue l'environnement du livre, c'est une façon de s'en sortir par rapport aux plus grosses maisons d'édition dotées de moyens beaucoup plus importants leur permettant de faire ce travail au quotidien, avec des attachés de presse et des budgets publicité conséquents.

Par ailleurs, on parle beaucoup de nouvelles technologies, de fichiers, d'Internet. A cet égard, il est essentiel de mettre à jour en permanence les catalogues de vos maisons d'édition pour que les grands libraires, ou ceux qui mettent à disposition des fichiers, soient à jour pour qu'en conséquence vous existiez facilement lors de toute recherche par mot-clé, par thème, etc. Donc, il n'y a pas de fatalité de la petite édition. Mais en même temps, il faut se donner un ensemble de moyens, et il faut se poser la question de son message par rapport au lecteur qui est vraiment au bout d'un chemin très encombré.

### **Frédéric SALBANS (*Directeur commercial d'Harmonia Mundi*)**

Rémi nous a donné un point de vue général sur les nécessités de la diffusion. J'aimerais maintenant l'aborder d'un point de vue beaucoup plus pragmatique, vue de l'intérieur, à travers notre expérience, pour pouvoir la partager avec vous. Harmonia Mundi publie dans le domaine musical depuis 45 ans environ, considéré un peu comme le dernier des Mohicans en étant le dernier éditeur de musique classique pour la France. Dans le livre, nous n'avons pas du tout la vocation à être éditeur ; chaque fois qu'on s'y est essayé, ça a été des échecs cuisants. Nous ne pratiquons donc que la diffusion-distribution - nous avons des petits catalogues en diffusion - depuis 17 ans et j'espère que cela durera encore un petit peu. Peut-être va-t-on atteindre notre majorité et mieux gérer nos fonctions.

La distinction entre micro-édition et petite maison d'édition peut être vue comme une nécessité pour des besoins de classification. L'échelle des éditeurs que nous avons en diffusion est souvent très proche de la vôtre. Ces éditeurs sont nés pour la plupart grâce au prix unique du livre, qui maintient quand même la possibilité d'avoir une concurrence viable pour eux.

Je suis un ancien libraire et c'est cela qui guide l'orientation de notre activité. Notre client, c'est le libraire, et notre premier travail est d'arriver à faire que notre fournisseur-éditeur - terme que certains discuteront- nous aide à parler le même langage que notre client-libraire. Il m'est arrivé d'entendre : « la librairie est foutue, les libraires ne font plus leur boulot ». Ce cliché m'a toujours rendu très perplexe. Je me pose toujours la question de l'adresse, au sens du destinataire. Pour être plus concret, en tant qu'ancien libraire, lorsque j'ai à recruter un représentant j'y vais sans a priori, en essayant de trouver le meilleur dans telle situation. Et au

final, que ce soit un ou une libraire, c'est toujours ce type de profil qui me séduit le plus. Parce qu'il a traîné ses culottes dans un endroit très particulier, qui est une sorte de terrain de sport de tailles différentes, de surfaces différentes, mais auquel on s'use, et où il a acquis son expérience de manière empirique. Beaucoup de mes confrères ont d'autres façons d'envisager les choses.

Notre équipe de représentants est très sensible aux évolutions nécessaires de la librairie, des libraires, des outils techniques, des champs de référencement, des méthodes de gestion, des rapports qui peuvent s'instaurer selon le type de librairie. Selon qu'une librairie possède 10 000, 20 000 ou 100 000 titres, on ne peut pas avoir le même rapport nouveauté/fonds. Chaque structure est différente, et il est nécessaire de le comprendre. En résumé, nous avons une équipe de premier niveau, composée d'une dizaine de représentants, ce qui revient cher : chacun coûte à peu près 80 000 euro par an. D'où une nécessaire rigueur de gestion.

Notre travail consiste d'une part à constituer une équipe commerciale sur des principes cohérents, d'autre part à choisir des éditeurs. Pour ce faire, j'en reviens toujours au même principe. A ce moment-là, je chausse mes lunettes de libraire, et je me dis : la librairie, c'est fabuleux, on y découvre des pans entiers de notre culture, c'est un foisonnement intellectuel merveilleux... Mais en même temps, c'est quelque chose qui peut générer un ennui faramineux. L'expérience de l'ennui en librairie en tant que libraire est quelque chose d'absolument gigantesque. Lorsque je reçois un projet éditorial et que je suis surpris, ému, je me dis : peut-être ça intéressera-t-il des libraires qui, quand ils regardent les programmes de nouveautés, de temps en temps, s'ennuient...

L'élément essentiel, comme le disait Rémi Amar, c'est qu'à notre échelle de travail, il ne nous est pas possible de travailler avec des éditeurs strictement pluralistes. Il nous faut tout de même des éditeurs repérables, qui aient un fond de spécialités, sans que ça devienne une fermeture, mais qu'il y ait un vrai savoir, un domaine dans lequel ils soient avisés, dans lequel ils s'engagent personnellement. A partir de là, on commence à pouvoir les présenter aux libraires et tracer un fil rouge qui va être reconnu au fil des publications.

Concernant ces questions d'arrivée chez un diffuseur, il convient encore de souligner l'importance des complémentarités de catalogues. On s'aperçoit, quand on traite un genre, que les publications nouvelles se neutralisent un petit peu les unes les autres si on a trop d'éditeurs dans le même domaine. Par contre, si l'on a deux ou trois éditeurs très choisis, avec des approches différentes mais complémentaires, alors le développement concomitant, parallèle, de ces structures peut advenir.

Le plus cuisant, en 17 ans d'expérience, a été la constatation du fait qu'il était impossible de se substituer à une initiative individuelle et très personnelle des éditeurs lorsqu'ils étaient en difficulté et susceptibles d'être rachetés. On peut apporter une aide, un soutien, un moyen de réflexion, un dialogue, mais pas au-delà. Pour nous, la petite édition, même la micro-édition, représente d'abord un foisonnement intellectuel. C'est certes plein de scories, d'amateurisme, mais en c'est même temps une source de la richesse de l'édition française.

### **Un intervenant dans la salle**

J'aimerais que les diffuseurs aujourd'hui se disent : il faut absolument prendre des tout petits car dans dix ans ils seront les éditeurs qui compteront...

### **Rémi AMAR**

Souvent les éditeurs ne comprennent pas le refus des diffuseurs pour prendre en charge leur livre. D'abord, il y a des problèmes de cohérence de catalogue : tout le monde n'est pas capable de commercialiser tous les titres, chacun est plus ou moins fort dans certains domaines. Mais il y a aussi un problème d'équilibre et de charge de travail des équipes de vente. Lorsque de nouveaux éditeurs rentrent chez un diffuseur, le temps de travail qu'on

consacrait aux éditeurs déjà présents dans la maison va un petit peu diminuer pour pouvoir laisser place aux nouveaux entrants. Il y a donc un équilibre général à maintenir, ce qui fait que le choix n'est jamais si simple.

### **Un intervenant dans la salle**

Je peux me considérer comme micro-éditeur. Pour le moment, je n'éдите que mes ouvrages. J'ai entendu dire : « un livre est un livre ». Dans l'absolu, c'est vrai. Dans la réalité, je pense que c'est complètement différent. Que ce soit pour la presse, pour les libraires, ou pour certaines banques électroniques comme Electre ou Dilicom, si vous venez du Seuil, on vous ouvre la porte ; si vous dites que vous essayez de vous débrouiller tout seul, soit on vous la ferme en vous disant non, soit on ne vous répond carrément pas.

Je pense donc qu'on ne joue pas du tout dans la même cour et s'il y a sans doute un foisonnement intellectuel, il y a surtout un gros effort à faire pour essayer de faire connaître la grande richesse de cette micro-édition. Malheureusement, le marché fait qu'en général, c'est complètement ignoré. Il est du coup très difficile de s'en sortir. Je suis obligé de travailler à côté, je ne peux vivre de cette activité d'édition.

### **André IMBAUD (*Président Directeur Général de la Sodis*)**

J'aurais juste voulu faire une petite rectification par rapport à ce que vous venez de dire. Dilicom est ouvert à absolument tous les éditeurs, et il les accueille aux meilleures conditions.

### **Un intervenant dans la salle**

Je suis éditeur pour gagner ma vie et micro-éditeur pour me faire plaisir. Le mot marketing a été prononcé. Or, la prépondérance du marketing a généré une tendance lourde selon laquelle ce qui se vend bien se vend mieux, et ce qui a du mal à se vendre se vend encore moins bien. Tel est justement notre problème, à nous tous ici : nous avons de plus en plus de mal à atteindre notre petit public avec nos petits ouvrages, alors que les gros ouvrages sont de mieux en mieux mis en place et prennent de plus en plus d'espace.

### **Alain BEDOUE**

Nous reviendrons sur ce constat dans la seconde partie du présent débat. Pour l'heure, examinons la problématique de la distribution, autrement dit l'ensemble des flux, depuis les flux financiers jusqu'au stockage, en passant par la réception des commandes, la préparation, l'expédition, la facturation, le traitement des retours.

### **André IMBAUD**

La distribution, c'est l'intendance. Je me propose donc d'évoquer les rôles et les fonctions assumés par la distribution, étant entendu qu'elle n'est pas nécessairement une entité séparée du reste de la maison d'édition. Mais il n'en reste pas moins qu'il faut travailler à tous ces éléments de gestion des flux qu'évoquait Alain Bédouet, quelle que soit la structure.

Je citerai d'abord le positionnement du distributeur dans ce qu'on appelle la chaîne du livre, qui en l'occurrence est plutôt un réseau. La fonction de distribution est au carrefour de l'imprimeur, de l'éditeur, du diffuseur et bien évidemment du libraire. Et la fonction du distributeur, ça va être de gérer des échanges : échanges d'information, échanges physiques et échanges financiers entre ces divers interlocuteurs. Cela se traduit à l'intérieur de la fonction distribution par divers métiers, par divers rôles qui vont être remplis par plusieurs personnes ou pas, par beaucoup de personnes ou pas, mais qui sont incontournables. Les informations échangées avec l'éditeur et le diffuseur concernent tout ce qui a trait à la diffusion du produit et tout ce qui a trait au suivi des affaires, notamment avec les libraires. Les échanges avec

eux, nourris, se font au quotidien : « j'ai passé une commande il y a trois jours, je ne l'ai pas encore reçue, comment ça se fait ? », « J'ai reçu ça, je ne l'avais pas commandé ! », etc.

Sur le plan des flux, la livraison des ouvrages qui viennent d'être fabriqués se fait en général directement sur le site de distribution. Et bien évidemment, le distributeur va stocker et ensuite renvoyer les ouvrages vers les divers clients qui, eux-mêmes, parfois, les renvoient chez le distributeur au titre des retours. Et là aussi, il va y avoir un travail à effectuer.

Il y a aussi le flux financier, puisqu'en général, c'est la fonction distribution qui assume la facturation, le recouvrement, et qui renvoie le chiffre d'affaires vers le diffuseur et l'éditeur.

L'un des éléments fondamentaux des échanges de données informatisées, c'est la fiche produit, la carte d'identité du livre. C'est souvent le rôle du distributeur de la mettre en forme, et en général il se charge également de l'envoyer chez Dilicom pour qu'elle soit indexée dans tous les réseaux et les fichiers que l'interprofession connaît. Et j'insiste sur le fait que Dilicom est ouvert à tout le monde, et en particulier aux micro-éditeurs, ce avec des conditions commerciales imbattables.

Parmi les informations gérées par le distributeur, toutes celles ayant trait au fonctionnement, à la marche des affaires, vont être bien sûr répercutées vers les diffuseurs, vers les éditeurs, qui tous en bénéficient.

Quelle que soit la taille de la structure, la gestion des flux physiques comporte obligatoirement un certain nombre d'opérations. D'abord une opération de réception, ce qui ne veut pas simplement dire décharger un véhicule. Cela veut dire compter, vérifier, mettre en place, etc. Il y a ensuite l'opération de stockage. Même lorsque rien ne se passe, il y a un coût induit, avec un bâtiment, un minimum de surveillance à assurer. Il y a ensuite la préparation de commande. Il y a encore la fonction expédition, qui demande un travail non négligeable : regrouper ce qui a été préparé, le remettre au bon transporteur, dans le bon moyen de transport, etc. Et après vient le transport, avec un enchaînement d'opérations de réception, d'identification, de crédit du libraire, etc. Et comme je le disais tout à l'heure, dans à peu près 20 % des cas, le livre qui a été expédié revient.

La gestion du flux financier comporte évidemment d'abord l'opération de facturation, puis le recouvrement qui, bien entendu, comme dans tout commerce, peut donner lieu parfois à quelques contentieux. Cela étant, le monde du livre apparaît plutôt discipliné dans ce domaine. Grâce à la reddition des comptes, on redonne aux éditeurs et aux diffuseurs tous les éléments financiers associés au fonctionnement.

J'aborderai quelques éléments de coût. Une minute de travail d'exécution, de préparation de commande ou encore de manutention, cela coûte environ 0,3 euro. Une minute, c'est vite passé. Une journée de travail de sept heures, si on fait le calcul, cela fait environ 130 euro. La location d'un local - pas à Paris en raison de tarifs impraticables - revient environ à 70 euro par m<sup>2</sup> et par an. Et à la construction, un local revient à environ 500 euro par m<sup>2</sup>. Le coût de stockage d'un ouvrage de taille moyenne est de l'ordre de 6 centimes d'euro par an, même si l'on ne s'en occupe pas. Le fait d'avoir au catalogue une référence et quelques livres quelque part, même si rien ne bouge, coûte quelques dizaines d'euro par an et par référence. Quant au transport, les coûts restent très variables mais tournent en moyenne autour de 10 euro pour un petit colis et de 20 euro pour un colis de taille moyenne.

### **Liana LEVI**

Des diffuseurs et des distributeurs nous ont fait part du coût et des réalités de leurs métiers. Mais le coût de cette réalité-là existe aussi chez nous. Entretenir des rapports avec notre diffuseur et notre distributeur, permettre que celui-ci établisse une fiche produit, s'assurer que le représentant puisse travailler, établir des facturations à la suite des données communiquées par le distributeur, suivre les stocks, les réalimenter, signaler les ruptures, acheminer les réimpressions éventuelles, indiquer les traitements des retours, et j'en oublie, tout cela a un



coût ! Dans une maison comme la nôtre, une petite maison où nous sommes sept personnes à travailler, c'est une donnée à ne pas oublier lorsqu'il s'agit de faire les comptes.

### **Frédéric SALBANS**

Recherche, production, fabrication, commercialisation, stockage et destruction des déchets : nous sommes bien dans un processus industriel. Ce que vient de démontrer André Imbaud. Or, paradoxe, les maisons d'édition sont très souvent d'ordre artisanal, situées dans la périphérie de l'activité d'un acteur, à l'initiative d'une petite équipe qui n'a pas les moyens financiers d'adaptation à un cycle qui, lui, est d'ordre industriel. C'est pourtant là un principe de réalité incontournable : les coûts sont réels et doivent être pris en compte.

Ainsi, en matière de coûts, nous avons le souci de nous demander d'abord : quels éléments avons-nous à traiter ? Actuellement, les éditeurs que nous avons en portefeuille génèrent, retour compris, à peu près trois millions d'exemplaires par an. Notre équipement nous permet de gérer ces flux, nous n'avons pas cherché à aller au-delà.

Pour conclure sur la distribution, je voudrais souligner que la circulation d'informations entre la diffusion et la distribution est un lien déterminant, qu'il est essentiel de préserver.

### **Un intervenant dans la salle (*Editions Quintessence*).**

Notre maison a édité une trentaine d'ouvrages à ce jour. Nous sommes dans l'édition depuis six ans, avec une équipe de six personnes, pas tout le monde à plein temps, dont deux s'occupent principalement de la fabrication et de la conception des livres. Nous sommes adhérent au Syndicat national de l'édition depuis six mois environ, mais pendant plusieurs années nous sommes débrouillés tout seul. Je suis d'Aubagne, dans le sud de la France, où je n'ai trouvé aucune aide au départ, aucun conseil, rien.

Les difficultés que j'ai rencontrées sont nombreuses. Pour ce qui est de la formation, il n'y a que Paris. Nous montons donc depuis deux ans sur Paris pour en suivre certaines. Au niveau de la comptabilité même problème : les comptables spécialisés dans l'édition sont plus que rares dans le sud, tandis que les avocats spécialisés sont très rares. Je viens d'en trouver un il y a trois mois, mais pendant des années il a fallu se confronter aux difficultés de la rédaction des contrats. Quand j'ai essayé de m'informer auprès d'autres éditeurs, j'ai compris que c'était un domaine sensible et je n'ai pas eu forcément les réponses. Il y a pas mal de trucs et astuces à connaître, que j'ai dû trouver tout seul mais que je suis prêt à partager avec tout autre éditeur. Nous avons fait beaucoup d'erreurs, et rectifié autant. Pour l'instant, les trente livres n'ont nécessité aucun prêt, nous avons tout géré nous-mêmes au niveau financier, mais ça a été dur.

Ensuite, au niveau des aides régionales, à qui s'adresser, quels sont les bons responsables ? Pour l'instant, je tourne en rond. Cela va se faire, mais il faut beaucoup insister. Nous sommes diffusés par DG diffusion et nous en sommes contents, mais en tant qu'éditeur je me trouve trop isolé par rapport aux libraires. Donc, à partir de cette année, après une formation sur le marketing avec Nathalie Cordier du Seuil, j'ai décidé de mettre en place une relation avec les libraires, en me déplaçant pour savoir ce qu'ils pensent de nous. Nous avons heureusement une bonne image, ce qui m'aide beaucoup.

Enfin, par rapport aux droits d'auteur, j'aimerais savoir ce qui se fait chez les autres. Je suis arrivé à une norme, mais j'ai mis quand même cinq ans à l'établir. Je suis venu en quête d'aide et de conseils ; je suis prêt à revenir pour participer à toute action commune en ce sens.

### **Jean SARZANA**

Je voudrais juste dire un mot en tant que Délégué du Syndicat. Depuis que vous êtes avec nous, vous avez tout loisir de consulter nos contrats ou même de contacter notre service

juridique, qui a quand même une certaine expérience dans ce domaine puisque le contrat type de l'édition est fait chez nous. Nous sommes tout à fait en mesure, pour autant que nous pouvons vous rencontrer et que vous pourriez passer une heure ou deux à Paris chez nous, de vous donner tous les éléments dont nous pouvons disposer et pouvant vous être utiles. C'est notre fonction : nous sommes une centrale de services à la disposition de nos adhérents. Cela dit, il est parfaitement exact que comme nous n'avons aucune représentation en province, puisque nous sommes historiquement un syndicat parisien. D'où le problème des adhérents qui sont un peu loin de nous et d'autant plus loin qu'ils sont petits. Je n'ai pas aujourd'hui de réponse à la question. Faut-il que nous ayons des agents nomades, itinérants ? Est-il préférable d'organiser des séances ponctuelles en province avec un certain nombre d'entre vous ? C'est une des pistes à explorer. Ce déficit de communication est pour nous une problématique nouvelle, que vient souligner votre présence très nombreuse à cette rencontre.

**Lucie BERTON** (*Centre régional du livre de Bourgogne*)

J'indique qu'il y existe en PACA une structure régionale qui comme les autres Centres régionaux du livre, a pour fonction d'apporter des réponses et de donner des conseils, de mettre en contact tout demandeur avec des avocats spécialisés en droit littéraire par exemple, voire avec d'éventuels diffuseurs...

**Alain BEDOUET**

Après la diffusion et la distribution, passons à la vente. Nous sommes en présence d'un paysage particulièrement diversifié, mêlant des surfaces spécialisées comme la Fnac ou Virgin, des hypermarchés, et heureusement des librairies. Mais là encore, ces librairies sont de localisation et de taille tout à fait différentes. Quels rapports les libraires entretiennent-ils avec les petits éditeurs ?

**Claude LOUIS** (*Librairie La plume et l'écran à Bussy-Saint-Georges*)

On a commencé petit il y a quelques années. Aujourd'hui nous sommes de taille moyenne et je ne pense pas qu'on ira au-delà. Pour vous un livre, c'est votre livre, c'est unique, mais il est vrai que pour nous, un livre, est souvent noyé dans une myriade d'autres livres, des bons, des moins bons et aussi des mauvais, ça arrive très souvent, il ne faut pas non plus fermer les yeux. Nous sommes tout au bout de la chaîne, c'est par nous que le livre va pouvoir parvenir à son lecteur, qui est quand même la destinée finale d'un livre en général.

Nous avons identifié à peu près trois grands flux par lesquels les livres peuvent nous arriver. Il y a le flux classique, dont on a parlé jusqu'à maintenant, qui est celui de la diffusion-distribution, avec l'envoi de commerciaux qui viennent nous expliquer ce qui va sortir, etc. Il y a aussi des livres dont on n'a absolument pas entendu parler avant et qui sont de très bonnes ventes. Il y a encore des livres dont on a beaucoup parlé avant et qui sont de très mauvaises ventes... Pour donner un exemple concret, notre librairie fait 200 m<sup>2</sup>, nous avons à peu près 20 000 ouvrages en stock et nous vendons environ 80 000 livres par an. Nous recevons en moyenne entre 300 et 500 titres nouveaux par semaine. Nous sommes une librairie généraliste, avec un choix très large, le plus éclectique possible.

Le deuxième flux est celui qui nous fait retourner dans notre vrai métier du libraire tel qu'on peut l'imaginer, tel qu'on le souhaite au départ quand on se lance dans ce genre de profession, avec notamment la relation avec les petits éditeurs que l'on aime et que l'on connaît parce qu'on en a entendu parler, parce que ce sont des éditeurs locaux, ou parce qu'on les a rencontrés à un Salon du livre ou à d'autres occasions. Je n'aime pas trop la séparation faite entre micro et petits éditeurs : à mon sens, à partir du moment où ils ne sont pas diffusés par un grand diffuseur ou un grand distributeur, ce sont des petits éditeurs.

Le troisième flux est celui des commandes de nos clients, qui viennent nous voir en disant : je cherche ce bouquin. Et là commence le souci de retrouver l'information que vous, éditeurs, pouvez communiquer. C'est parfois un vrai parcours du combattant pour arriver jusqu'à trouver ne serait-ce qu'un numéro de fax pour envoyer notre commande à tel éditeur, qui ne passe pas par les flux traditionnels que l'on a évoqués jusqu'à maintenant, et qui souvent n'a pas de fax... Or, nous avons besoin d'une réactivité moyenne de 24-48 heures vis-à-vis de nos clients.

Il y a donc dans le processus une première partie identifiée, le fournisseur, qui va être l'éditeur dans le cas des petits éditeurs. Il faut ensuite pouvoir passer la commande. Enfin, il faut pouvoir être livré : il faut quand même que le livre arrive jusqu'au client final, et donc en fait au libraire.

Aujourd'hui, le principal problème est de trouver le bon livre, parmi un nombre grandissant de livres. Et c'est là où l'on retrouve la notion de fichier, avec ce fameux Fichier exhaustif du livre qui est un outil interprofessionnel représentant une grande avancée. Avant, c'était souvent la pêche à l'information, le coup de téléphone à l'imprimeur pour savoir où trouver l'éditeur, les Pages jaunes de France Telecom...

### **Cécile GUIBERT (*L'Ecluse Editions*)**

J'ai fondé L'Ecluse Editions qui est une petite maison de littérature étrangère. Liana Levi a raison : il y a une nuance entre la micro-édition et la petite édition. Il existe une phase assez difficile de création, où l'on investit beaucoup, souvent sans équipe, et où l'on crée ses relations avec les libraires et la presse. En revanche, comme le disent Rémi Amar et Frédéric Salbans, on peut dans son travail quand même instaurer des rapports très précis avec les libraires, la presse, et obtenir sur certains livres le même résultat qu'un grand éditeur si on a des couvertures très précises, avec un travail efficace de la politique éditoriale. Mais quand on débute on ne peut pas encore s'inscrire au SNE et à Paris, en tant que petit éditeur, on n'a pas les mêmes structures qu'en région. On ne peut donc pas participer au Salon du livre. C'est un peu ennuyeux et je pense que c'est quelque chose à étudier pour les petits éditeurs parisiens.

### **Jean SARZANA**

Nous en sommes bien conscients. Au niveau du Salon, nous avons d'ailleurs instauré depuis quelques années, après quelques tâtonnements, un tarif spécial beaucoup plus bas que les tarifs adhérents, qui s'appelle *Trampoline*. Il faut bien savoir que la plupart et quasiment toutes les régions françaises ont des structures d'accueil et d'accompagnement des petites maisons d'édition, ce qui n'est pas le cas en région parisienne. Beaucoup de toutes petites structures d'édition à Paris et en région parisienne, en l'absence de ce relais régional, connaissent de fait plus de difficultés à se voir représentées au Salon.

### **Un intervenant dans la salle (*Alpro distribution*)**

J'ai l'impression qu'un amalgame a été fait entre la distribution et la diffusion, qui à mon avis sont des métiers extrêmement différents, même s'ils doivent communiquer entre eux d'une façon systématique et constante. Nous sommes un micro-éditeur, au départ sinistré d'Alterdis, qui a pris le parti de créer il y a six mois une structure de distribution en collaboration avec l'Association des paralysés de France pour disposer d'une structure de distribution, d'une structure logistique adaptée à l'échelle de la petite édition. Nous regroupons maintenant une trentaine d'éditeurs et nous arrivons à répondre au souci des libraires, en centralisant pour eux et pour les petits éditeurs une information très éparpillée au départ. La diffusion est certes essentielle, c'est vraiment ce qui fait vivre un livre, mais si on n'a pas l'outil de distribution, on ne peut pas diffuser. Cela ne sert à rien de vendre quelque chose qu'on n'est pas capable d'expédier ou de faire connaître. Aujourd'hui nous ne faisons aucune diffusion puisque nous

considérons que la diffusion et la distribution sont deux métiers extrêmement différents. La diffusion a besoin d'image, les représentants ont besoin de communiquer une ligne éditoriale particulière, tandis que la distribution est un problème de gestion purement industriel, économique.

**Mathieu de MONTCHALIN (*Librairie l'Armitière à Rouen*)**

Au fur et à mesure des interventions, j'ai essayé de me mettre un peu à votre place, vous qui vous demandez si les intervenants à la tribune sont bien conscients des problèmes rencontrés et des attentes de chacun. Nos témoignages, aux uns et aux autres, selon nos métiers, vous paraissent peut-être un peu abrupts, un peu économiques et logistiques. Mais ils correspondent à une vraie réalité, et je crois que si quelque chose doit ressortir de cette journée, c'est que le désir d'éditer, de créer, ne doit pas aller sans le désir et la nécessité d'exister économiquement. Vous ne créez pas des livres pour les distribuer gratuitement sur les marchés, au sens premier du terme. Vous créez des livres pour les vendre, pour en faire une activité économique qui vous permettra d'en vivre. Même sous forme de structures associatives ou semi associatives, il y a quand même la volonté que le livre fonctionne, qu'il rencontre un public, pour que vous puissiez en faire un second à la suite, puis un troisième, un quatrième, et une ribambelle derrière.

Aujourd'hui, la difficulté de l'ensemble de la chaîne du livre, c'est de mélanger ces deux facteurs. Oui, les libraires ont envie de travailler avec les petits éditeurs. Je ne suis pas sûr que cette réalité soit toujours bien présente à leur esprit, parce que les difficultés rencontrées les amènent à considérer que les libraires ne s'intéressent pas à leur production ni ne veulent la défendre. Ma profession de foi peut s'étayer par des chiffres concrets : l'Armitière a 720 comptes ouverts, dont plus de 500 fonctionnent tous les ans. Cela veut dire que nous travaillons avec énormément de petits éditeurs. Reste à le faire dans des conditions permettant de les défendre et d'avoir un vrai partenariat.

C'est toujours particulier de travailler avec un éditeur pour satisfaire un client qui nous fait une commande. Vous avez la capacité, qui m'étonnera toujours, quelle que soit votre localisation de départ ou votre spécialité, de trouver des clients qui sont en contact avec votre production, qui savent que vous existez et qui viennent nous demander votre livre. La librairie indépendante, dans son ensemble, ne refuse pas les commandes des clients. D'abord, c'est inscrit dans la loi, c'est un des pendants de la loi sur le prix unique du livre et c'est un élément que personne ne doit oublier. Mais nous le faisons de plus en plus parce qu'un certain nombre de chaînes de distribution, sous de bons ou de mauvais prétextes, le font de moins en moins... Je l'accepte tout à fait, c'est faire mon métier de libraire que de vendre vos livres. Mais il y a quand même un minimum. A partir du moment où un client est venu me demander un de vos livres, il faut que je puisse vous trouver, ce qui s'avère parfois très compliqué notamment si vous êtes en province, où l'on n'a pratiquement aucune chance de vous localiser simplement avec votre nom si vous n'êtes pas référencé dans un minimum de fichiers interprofessionnels. Donc je crois qu'aujourd'hui, une des premières choses à faire est de déclarer votre production auprès d'un certain nombre d'organismes, dont certains ont déjà été cités et qui se présenteront plus en détail dans la deuxième partie de ce forum. Il faut que vous soyez dans l'annuaire, qu'on ait au moins votre numéro de téléphone, votre adresse, un fax, pour qu'on puisse vous trouver. Sans cela, vu le nombre d'éditeurs en France, vu le nombre de titres qu'un libraire doit brasser, vous n'avez pour ainsi dire aucune chance qu'on défende vos livres. Le fait de travailler avec vous sur la longueur afin de mieux défendre votre production nécessite d'autres outils probablement, des outils d'information vis-à-vis du libraire, information qui est compliquée à faire même quand vous avez un diffuseur. Personne ne vous dira que le jour où vous avez trouvé un diffuseur, tout est réglé, tout est facile. Ce travail de diffusion de l'information permettant d'établir des liens récurrents dans le temps avec vous sera long et

hasardeux. Cela fonctionnera avec certains libraires et pas avec d'autres, sur certains titres et pas sur d'autres. Malheureusement ou heureusement, il n'y a pas de recette miracle dans ce domaine. Je dis heureusement parce que s'il y avait une recette miracle, vous n'existeriez plus et moi non plus ! C'est parce que l'édition, la librairie et la chaîne du livre reste un petit peu artisanale, voire aléatoire, que des structures de petite taille peuvent continuer à vivre. Si tout était carré, facile à faire, à prévoir et à organiser, dites-vous que les grands groupes, contre lesquels je ne veux pas faire de procès d'intention, rafleraient la mise systématiquement.

J'ajouterai que toutes vos contraintes, les contraintes de logistique, de transport, de gestion des commandes, de récupération des factures chez les libraires, de libraires qui ne paient pas ou qui n'envoient pas le montant de la facture que vous leur avez envoyée, toutes ces choses-là doivent être intégrées dans le prix de vos livres au départ. Nous comprenons très bien que l'envoi de votre livre par la Poste, qui est le plus mauvais des systèmes, ou par les plateformes interprofessionnelles, qui est le meilleur des systèmes, tout cela coûte de l'argent. Et nous comprenons aussi que vos microstructures économiques n'ont pas les moyens de financer, à partir de bénéfices qui ne sont encore que des perspectives, ces coûts. Mais dites-vous que le libraire qui est à l'autre bout de la chaîne et à qui vous allez refacturer des frais de port, à qui vous allez demander de passer quinze fax qui coûtent finalement assez cher alors qu'une ligne de Dilicom a un coût pratiquement marginal et indolore pour le libraire, lui non plus n'a pas les moyens. Il a les moyens de commander votre livre, mais quand il doit faire face à 50 ou 100 commandes par semaine, pendant toute l'année, ça représente un coût faramineux qui est l'élément le plus décourageant qui soit. Nous avons envie de défendre votre production, nous avons envie de défendre vos livres, mais il faut que les éléments de coût rappelés par André Imbaud et que tout le monde connaît soient intégrés dans votre prix de vente. Votre prix ne doit pas être simplement le prix de l'imprimeur majoré d'une marge qui vous permettrait d'en faire un deuxième.

### **Martine FRANCOIS (*AFPU Diffusion*)**

Je suis un petit éditeur universitaire et j'ai monté il y a 12 ans, avec un certain nombre de collègues, AFPU Diffusion. Nous étions un certain nombre de petits éditeurs universitaires, chacun confronté à deux sortes de problèmes : d'une part le problème de la petite édition et d'autre part celui du livre universitaire, qui doit être fait à de très petits tirages. Nous nous sommes donc regroupés, avec l'idée de créer un groupe de diffusion qui nous soit propre. La diffusion-distribution est déjà assez chère en tant que telle, nous considérons qu'entre 56 et 60% du prix du livre, c'est déjà beaucoup, donc nous continuons à travailler de cette manière-là. Nous avons pratiquement toutes les semaines des demandes pour diffuser d'autres éditeurs, et nous avons tenté un certain nombre d'expériences pour diffuser des tout petits éditeurs, mais la plupart du temps cela ne fonctionne pas. Nous nous rendons compte qu'entre 10 et 50 ouvrages par an, on en est à 28 maintenant, cela fonctionne. En dessous, souvent il n'y a pas de catalogue, les gens ne disposent pas de professionnels susceptibles de travailler dans le secteur éditorial à temps plein, nous n'avons pas les références, on ne nous donne pas à temps les prévisions d'ouvrage et les représentants ne peuvent pas travailler sur les ouvrages. C'est un véritable problème.

### **Patrick GRANGER (*Editions Culture et Patrimoine en Limousin*)**

Nous sommes une maison d'édition installée à Limoges, avec une thématique particulière : l'art, le patrimoine. Nous sommes quatre salariés, dont deux mi-temps, et je m'occupe plus particulièrement de la fonction commerciale. Cette structure a décidé de me recruter il y a deux ans pour assurer la partie relation publique et commerciale, aussi je me charge moi-même de la diffusion et de ce type de démarche. Nous avons un catalogue qui comprend

trente livres actuellement, pour cinq titres édités par an, et nous pouvons fournir les livres sous 24 h ou 48 h.

Cette année, nous serons présents au Salon du livre dans le cadre du forfait *Trampoline* qui permet à un éditeur ayant un chiffre inférieur à 200 000 euro d'être présent. Nous avons fait le choix, avec l'aide de la Drac Limousin, de pouvoir être présent sur un stand de 9 m<sup>2</sup>. L'année dernière, nous étions huit à dix éditeurs présents avec la région Limousin, et j'ai malheureusement eu peu de visites de professionnels à ce stand. La question que je voulais vous poser, en tant que professionnel, est de connaître votre motivation lorsque vous allez au Salon sur une journée comme le lundi. Est-ce vraiment de voir ce que nous produisons, de passer dans les stands proposés ? Peut-on compter sur vous pour vous rencontrer lors du Salon, ce que nous n'avons pas réussi à faire l'an dernier ?

### **Matthieu de MONTCHALIN**

La journée professionnelle du Salon du livre est une journée finalement assez courte. C'est plus une matinée qu'une journée. Et même quand on y consacre toute la journée, je vous avoue franchement, et je pense que mes confrères partageront la même opinion, qu'on a déjà en vue les petits éditeurs qu'on a repérés au cours de l'année. On a quelques grands rendez-vous avec des distributeurs importants pour régler des problèmes ou faire le minimum de relationnel nécessaire au cours d'une année, mais il est vrai qu'on consacre une bonne partie de la journée à rencontrer ou à découvrir des petits éditeurs, sachant que l'on arrive généralement avec une liste de ceux qu'on a prévu de voir. Ce qui, malheureusement, remplit la journée. Je sais que les organisateurs du Salon du livre réfléchissent beaucoup depuis quelques années pour essayer d'augmenter la part consacrée à l'interprofession dans le Salon et éviter de n'en faire qu'une très grande librairie, ce qui est déjà un bel exercice, et un exercice très bien atteint. Reste à en faire une mini foire de Francfort, une mini foire professionnelle au milieu de la plus grande librairie de France. Mais il est vrai qu'aujourd'hui, cela reste encore embryonnaire. Donc, nous avons la possibilité de vous rencontrer au Salon du livre, mais il est possible que notre carnet de bal soit déjà complet quand nous y arrivons.

### **Christian THOREL (*Librairie Ombres blanches à Toulouse*)**

Ombres blanches aura bientôt trente ans. La librairie aura vu surgir dès le début des années 80 cette notion de petite édition, à ne pas confondre avec celle, plus éclectique, plus circonstancielle, plus fugace, de micro-édition apparue depuis quelques années dans un marché toujours plus chaotique, toujours plus proliférant. Revenons à la petite édition, où apparaissent un certain nombre d'éditeurs à la fin des années 70, notamment dans les domaines spécialisés de la jeunesse, et dans la littérature. Quelles raisons peuvent conduire les uns à pouvoir pérenniser leur entreprise, les autres à disparaître ? Les liens de la librairie avec les entreprises sont décisifs, on le sait. La dépendance est très forte, et elle est réversible. Mais les libraires ont tout autant besoin de ces petits éditeurs. Notre jugement de libraire est donc ambigu, et je voudrais que mes propos ne soient que quelques pistes de réflexions, propres à débattre.

C'est dans l'effervescence, dans une acception poétique souvent, politique beaucoup, qu'étaient nées beaucoup de ces maisons. La raison, avec un grand R idéologique, confrontant leur rêve d'imprimeur à la réalité du marché, les questions de diffusion et de distribution s'imposent comme centrales. Le projet Distique est issu de cette confrontation au réel. Distique, c'est au départ Tierce, Verdier et Solin, puis bien d'autres. Et cela devient une forme de bagarre militante. Distique est en quelque sorte la matrice d'expériences, d'aventures professionnelles, qui sont autant de traits d'union.

Les années 80 sont des années de fondation interprofessionnelle, de débats, d'échanges. La langue y est un enjeu majeur. On crée aussi des outils ou des prototypes d'outils qui vont

faciliter nos commerces : informatisation, réseau de diffusion, groupement. *L'œil de la lettre*, créée en 1983, prend des initiatives pour relayer une politique d'auteurs, notamment traduits, et conforter la production des petits éditeurs. Je crois qu'ils sont encore nombreux à être présents aujourd'hui. Le terme d'indépendant est alors peu en usage, tant il est consubstantiel à chacune des entreprises du monde de l'édition, qu'elles soient grandes ou petites.

Les années 90 sont celles de la première restructuration. Les petites maisons doivent infléchir leur politique, souvent concurrencées, parfois violemment, par les grands éditeurs qui se réorganisent dans tous les domaines. Malgré cela, et essentiellement depuis moins de dix ans, on assiste à une incroyable recrudescence de création de maisons d'édition, petites ou très petites. Cette « archipelisation » de propositions très personnelles vient constituer un paysage peu repérable, qui plus est dans un environnement de distribution perturbée. A mon avis, la décentralisation est l'un des facteurs de cette recrudescence. L'autodiffusion y est une attitude fréquente, impropre pourtant à établir des liens de connaissance mutuelle de nos fonctionnements et de nos besoins.

Je passe sur les difficultés à gérer la multitude des propositions et sur le coût de cette gestion, Matthieu de Montchalin en a parlé, mais je donnerai quand même quelques chiffres du tribut très élevé payé pour nos libertés d'expression et d'échange. A Ombres blanches, nous avons plus de 1 900 comptes fournisseurs pour 950 actifs par an, qui vont de la Sodis, avec plus de 120 000 volumes annuels, à plusieurs dizaines d'éditeurs fournisseurs d'un seul volume par an. La SDSL, Société pour le développement des services aux libraires, m'a donné hier des statistiques que je vous livre assez rapidement. Il s'agit d'une période d'observation de 60 jours sur un panel de 15 libraires, dont 4 librairies qui font plus de 4 millions d'euro et 6 librairies qui font de 1 à 2 millions d'euro. Sur un chiffre d'affaires d'environ 4 millions d'euro, nombre d'éditeurs concernés : 2 200 ; nombre de volumes vendus : 343 000 ; nombre de distributeurs (grands distributeurs ou d'éditeurs auto diffusés) : 746. Sur les 100 premiers éditeurs du classement, le centième était à environ 350 exemplaires vendus. Seuls dix éditeurs sont hors des cinq premiers réseaux de distribution et seuls sept sont hors des dix premiers. Ces dix premiers réseaux de distribution représentent environ 89% du chiffre d'affaires, 83 % du nombre de références et 91 % du nombre de volumes

Cet instantané de notre diversité est à lire avec optimisme, certes, c'est une incroyable source de liberté, mais avec beaucoup de scepticisme aussi, car cet excès est signe de la plus grande fragilité. Je ne m'étendrai pas sur Internet et les possibilités que ce miroir aux alouettes a tendus à bien trop d'apprenti éditeurs. Je dirai seulement qu'il y a ici un leurre où l'aventuriste individualiste pense pouvoir se frayer une voie royale dans le chaos des images et des lettres. On ne peut ignorer la réflexion politique ni l'engagement collectif dans la perspective du métier d'éditer. L'organisation de la diffusion et de la distribution est une des clés qui donnent de la visibilité à la petite édition comme à la grande.

J'avancerai deux conditions propres à ouvrir un chemin commun avec le libraire. Côté diffusion, cela a été un peu évoqué, c'est l'homogénéité, l'unité, l'harmonie qui prime ; le catalogue en est l'enjeu et le lieu de la reconnaissance. Côté édition cette fois, on peut avancer la notion de densité du fonds référencé, le nombre d'objets important moins que l'importance relative de chacun et la cohérence de tous. La pérennité de chaque titre est un enjeu, un défi aux aléas du marché et surtout aux errements du lectorat. Tel est le terrain du libraire, dont la réponse aux incertitudes du temps ne peut se suffire d'une tour de Babel. Les lieux où la densité des uns accompagnera dans l'homogénéité celle des autres seront ceux d'une stabilité, d'une confiance collective et mutuelle. Ils ne peuvent se passer d'une ambition fédérative et de perspectives politiques. Le réseau des librairies indépendantes est plus fonctionnel qu'il n'a jamais été. Le maillage est solide, mais les restructurations récentes peuvent l'affaiblir en peu de temps, en le privant de ses sources d'approvisionnement. En infléchissant la qualité et les exigences de la production de demain, on pourra continuer à bénéficier de ce réseau. La vie de

la petite édition n'est pas qu'une affaire de relation fournisseur-client, elle doit s'inscrire dans les deux directions d'une solidarité interprofessionnelle, l'une étant politique et culturelle, l'autre technique. Il s'agit de renforcer les indépendants, libraires et éditeurs, en donnant les moyens de mieux gérer non seulement le troisième flux, mais tous les flux, physiques comme virtuels. Prisme et Dilicom, je le rappelle, sont des outils mutuels qui restent totalement indispensables.

### **Alain BEDOUE**

Voici maintenant la seconde partie de ce forum, avec d'autres intervenants qui nous ont rejoints pour évoquer, après cet état des lieux, un certain nombre de pistes ou d'expériences très diverses. Commençons avec l'approche des éditeurs-diffuseurs. C'est le cas d'*Inextenso*, dont on peut rappeler qu'elle a été lancée dans des conditions très particulières puisque les éditeurs eux-mêmes se sont regroupés pour financer entièrement leurs moyens de diffusion.

### **Richard EDWARDS (Directeur éditorial des Editions de l'Imprimeur et Président d'Inextenso)**

La solution que nous avons trouvée ne doit pas être vue comme un modèle. On s'est interrogé ce matin sur la possibilité d'une grande structure d'accueil pour tous les problèmes qu'on peut rencontrer. Selon nous, cela n'est pas possible. Par ailleurs, il faut bien comprendre que les dix éditeurs que nous sommes ne se sont pas choisis. Nous nous sommes réunis, nous nous sommes compactés parce que nous étions dans le désarroi, parce que nous étions dans la révolte, et parce que, notre orgueil a été touché. Nous avons subi la dégénérescence de Distique, d'Ulysse, de Sit'Arts, et au moment où Alterdis se crée et où les mêmes nous font des propositions "avantageuses", cette fois, quelques-uns d'entre nous avons dit non. Et pas seulement parce qu'on avait perdu beaucoup d'argent. Donc, on s'est regroupé, dix éditeurs, dix personnalités très individualistes, très égocentriques, très caractérielles, très « éditeurs » en quelque sorte ! Chacun avait des comptes à régler avec sa propre histoire, son propre environnement. Il a fallu qu'on se dise, comme cela a été souligné ce matin et j'en suis très heureux, que nous sommes des éditeurs d'abord, ce qui signifie faire un livre mais aussi le conduire jusqu'au lecteur. Cela nous a pris du temps. Il a fallu qu'on se reconnaisse entre nous, que nous nous construisions une personnalité dans le champ de l'art contemporain. Cela veut dire qu'on est délibérément dans un champ où priment ce qu'on appelle les beaux livres, donc des livres chers, lourds, des livres qui ont la tentation de devenir des "*coffee table books*".

Il a fallu d'autre part nous insérer dans la chaîne qui va de l'auteur au libraire. La question qui nous interpellait était celle de la diffusion et de la distribution. Nous avons décidé que la diffusion, c'était nous, cette fois. Mais pas la distribution, pour toutes les raisons qui ont été exposées ce matin. Nous sommes donc allés voir Pascal Flamand, directeur général du Seuil, qui a accepté que nous engagions des négociations. Je rends d'ailleurs hommage à cette qualité d'écoute rencontrée au Seuil.

Pour ce qui est du chiffre d'affaires, comme éditeurs, deux sur les dix appartiennent au Syndicat national de l'édition. Sommes-nous des micro, des mini ou des petits éditeurs, je ne le sais pas. En tout cas, nous pesons, les dix éditeurs, entre 750 et 800 000 euro de chiffre d'affaires. Mais de façon très disparate, puisque cela va de – 50 000 euro à plus de 220 000 euro pour le plus important. Nous avons établi une règle selon laquelle chaque éditeur a droit à une voix, qui n'est pas liée à son chiffre d'affaires mais à son travail et à son engagement. Ensuite, il a fallu nous faire connaître et pour cela devenir un peu plus professionnels que nous l'étions... Ce qui ne nous empêche pas de sortir nos livres en retard et de ne pas respecter les agendas, mais cela nous a permis de créer un catalogue contenant aujourd'hui à peu près 600 titres. Chaque livre est présenté et le libraire dispose de toutes les informations. Car c'est bien le libraire que l'on souhaite avoir comme interlocuteur. Cependant, même si les libraires vous disent qu'ils sont à votre disposition, ce n'est pas vrai. Ils ne le sont pas toujours,



surtout quand vous êtes inconnu. Beaucoup d'entre eux restent curieux, c'est notre chance. Ils nous ont dit : « les éditeurs, vous êtes gentils, venez nous voir, venez discuter avec nous, mais ne faites pas le métier qui n'est pas le vôtre ». Hélène Clemente a du coup été embauchée en tant que professionnelle.

Nous avons 1 000 libraires dans notre fichier, c'est-à-dire toutes celles qui ont commandé au moins un livre. On entretient une relation avec 400 d'entre elles et on en visite une centaine, celles qui nous bichonnent et que l'on bichonne. Ils font 80 % du chiffre d'In Extenso. On est très heureux de les entendre dire que ce qui les intéresse, c'est le fonds. D'accord, mais quand le livre arrive sur votre ordinateur, s'il vous plaît ne programmez pas "retour dans un mois" dans la petite croix en bas. Il y a encore deux ou trois ans c'était trois mois, maintenant, c'est un mois... Nous voulons un travail sur le fonds, ce qu'acceptent nos 100 librairies préférées. Nous voulons durer, être vus, sachant que ce n'est de toute façon pas avec les médias que le travail se fera. Nous n'avons pas montré patte blanche dans ce circuit-là.

Cela fait trois ans qu'on équilibre nos comptes. Tous les éditeurs prennent en charge une partie du travail au quotidien, et chacun paie au prorata du service qu'il récupère de notre groupe. Nous sommes constitués en association loi 1901. Notre siège est au siège d'un des éditeurs, et notre bureau varie tous les ans environ. Nous sommes présents à Toulouse, à Marseille, maintenant à Strasbourg, dans le Finistère, à Paris, en Bourgogne, en Franche-Comté. Au bout de trois ans, nous osons commencer à nous dire que nous allons essayer une stratégie de développement de groupe, ce qui veut dire s'installer à Francfort, plus qu'à Paris, pour une diffusion et une distribution en Europe. Nous envisageons de nous allier avec un éditeur en Allemagne et profiter de nos synergies. On reste très individualistes, mais je crois qu'on a gagné entre nous beaucoup de respect. C'est une condition essentielle dans notre travail au quotidien, y compris avec notre distributeur et avec nos libraires. 1 500 d'entre eux au total reçoivent le catalogue d'*Inextenso*. Cela nous coûte très cher, avec le catalogue complet qui sort à l'automne puis le complément au printemps. Le catalogue est construit de telle manière qu'à chaque fois une colonne représente un livre dans son entier, son image, son texte, son ISBN, son code barre, son ISSN, sans oublier le code Seuil. Et le libraire peut travailler à partir de là, ajouter, retrancher, etc. Au niveau des adhésions, nous sommes très difficiles car il faut être dans notre champ et nous ne voulons pas grossir. Nous demandons au moins cinq titres par an, et trois ans d'existence.

### **Hélène CLEMENTE (*chargée de la diffusion d'Inextenso*)**

Il faut souligner qu'*Inextenso* est né d'une pratique du terrain. Quand j'ai été recrutée pour représenter tous ces éditeurs, ce sont avant tout les libraires qui m'ont appris le métier. Au début nos livres arrivaient à des périodes complètement décalées, sans ISBN, etc., et il a fallu reprendre le métier complètement, au niveau du Seuil qui nous aide dans la distribution, mais également au niveau des libraires qui, quand je vais les voir, me disent : « attention, il y a quelque chose qui ne va pas ». Je remonte l'information vers les éditeurs, et c'est ainsi que nous nous professionnalisons en commun. Que ce soit au niveau de la petite ou de la micro-édition, il y a des chemins qu'il faut prendre ensemble. C'est vrai qu'il y a des difficultés à être visible, parce que le circuit de la diffusion et de la grosse distribution est maintenant un circuit énorme, générant comme on l'a dit des milliers de livres qui s'empilent. Il y a un phénomène d'empilement dans les librairies, de *Twin Towers* qui s'écroulent régulièrement sur les petits éditeurs. Et c'est là un problème pour lequel il est difficile de trouver une solution. Il faut établir un lien privilégié avec les libraires, pour que ce petit bouquin ait sa place et puisse être amené vers son lecteur.

### **Isabelle COUTEAU (*Editeo.com*).**

Je voulais témoigner de notre expérience puisque petit éditeur, selon les définitions d'aujourd'hui, nous avons bien sûr été confrontés au problème de la diffusion. Et pour y remédier en partie, alors que nous sommes réellement éditeur de livres avec une revendication de qualité éditoriale, nous avons créé un site Internet, qui est en fait une librairie en ligne, que nous avons d'abord utilisé pour nos propres publications, et que nous avons ouvert depuis le mois de septembre à d'autres éditeurs. Ce qui nous permet actuellement de diffuser à peu près mille titres auprès de quinze mille internautes qui nous visitent régulièrement et qui visitent environ 5 pages sur le site, ce qui est une assez belle performance. Quand nous vendons ces livres, contrairement à d'autres libraires en ligne, nous faisons réellement un travail de promotion. Nous menons des politiques de référencement par titre, par maison d'édition. Nous diffusons des news letters auprès de publics ciblés. Le média Internet, dont nous avons assez peu parlé jusqu'à présent, représente pour moi une assez bonne complémentarité à tous les réseaux de libraires qui existent actuellement.

**Bernard CHAUVEAU (*Editions Couleur contemporaine*)**

Ma société d'édition existe depuis moins de deux ans, sur une ligne éditoriale qui concerne les arts décoratifs, modernes et contemporains. Ce sont plutôt des livres d'illustrations d'art. On se trouve face à une problématique très aiguë, qui est de sortir des publications pour lesquelles on sait qu'un marché existe, parce qu'on a des clients, des libraires qui sont partenaires et qui défendent vos titres. Or, on bute sur l'absence d'information sur qui serait le bon diffuseur et sur quel diffuseur pourrait s'occuper de tel micro-éditeur qui fait des ouvrages souvent à petit tirage. Pour nous trouver, par un regroupement, un moyen de nous faire mieux connaître, est extrêmement important.

On parlait tout à l'heure de la cohérence éditoriale, c'est en effet fondamental. Nous essayons de sortir une ligne de livres d'illustrations d'art qui emploient des techniques des métiers d'art du livre, qui ont une histoire, une cohérence. Mais en même temps, quand vous ne faites que quatre ou cinq titres par an, vous n'avez pas intérêt à vous tromper... C'est une vraie problématique.

Chacun devrait pouvoir bénéficier de bons conseils, surtout lorsqu'on débute dans la profession. Par exemple, la première fois qu'on va se faire référencer sur Electre, on ne sait pas forcément qu'il y a des délais importants. Vous envoyez votre livre, mais en fait il n'apparaît sur la base de données que trois semaines, un mois, voire un mois et demi plus tard. Et entre temps, il y a eu des articles en presse, les libraires l'ont cherché sur Electre et ne l'ont pas trouvé ! C'est ainsi qu'on manque des ventes. Et il y a aussi l'importance du calendrier, des événements qu'il ne faut sans doute pas manquer. Je pense par exemple au *Mai du livre d'art*, dont je suis cette année partenaire. Il est essentiel de savoir où s'informer de tout ce qui peut être important pour avoir de la visibilité et se montrer.

**Alain BEDOUE**

Passons au cas de l'éditeur qui se diffuse et qui se distribue, avec l'expérience de Macula.

**Mijo THOMAS (*Directrice des Editions Macula*)**

A la différence de beaucoup d'entre vous, nous ne sommes pas arrivés à l'édition avec le projet délibéré d'éditer. Nous sommes nés au milieu des années 70, dans le bouillonnement artistique de l'époque, avec la remise en question de la notion d'art. Nous étions des historiens d'art, des plasticiens, des amateurs regroupés pour essayer de poser des jalons dans ce débat et nous l'avons fait au moyen d'une revue. C'est à travers la revue *Macula* que peu à peu sont sortis les premiers livres, parce que nos confrères d'alors n'ont pas voulu ou pas pu publier des ouvrages qui nous paraissaient nécessaires, parce que nous étions sollicités, parce que forts de

nos abonnements à la revue, nous étions en excellente santé financière, parce que forts de notre bonne implantation, y compris internationale, nous nous sommes lancés.

Avec un premier ouvrage sur l'atelier de Jackson Pollock, qui aujourd'hui est devenu un classique mais qui à l'époque nous a donné beaucoup de mal, suivi par un magnifique travail sur tout ce que Cézanne avait dit ou écrit sur la peinture, texte fondateur de la modernité en art dont nous avons vendu immédiatement en plusieurs langues les droits, il a fallu très vite faire face à la demande. Et notre structure d'amicale, qui était la revue, avec son côté dilettante, devenait dépassée. Nous étions alors et nous restons toujours farouchement attachés à notre indépendance, tant éditoriale que financière. Mon voisin Fréminville a fait pendant des années notre siège pour essayer de nous intégrer à toutes les structures qu'il avait essayé de mettre en place, mais nous avons beaucoup résisté parce que nous avons réalisé que si nous passions à un système de diffusion-distribution, nous n'arriverions pas à suivre. Notre thématique est très pointue, nous fonctionnons avec un rythme de parution qui ferait enrager le diffuseur le plus arrangeant, nous avons le souci de perfection, nos appareils critiques peuvent dépasser trois fois notre texte... Tout cela, tout ce qui nourrit notre livre, nous mettrait très vite hors course, car hors délais dans l'économie du livre. Car nous sommes très conscients de cette économie du livre. Il fallait trouver une manière de faire qui garantisse à la fois la maîtrise de notre contenu et la nécessité absolue de vendre les merveilles que nous produisons. Nous avons donc opté pour l'auto diffusion-distribution. Et à partir de ce jour-là, nos nuits ont été nettement moins calmes.

D'abord à cause de problèmes très concrets, comme la question du stockage. Certes les imprimeurs peuvent garder vos livres contre rétribution, mais il y a tous les aléas des imprimeries qui ferment, et dans les années 80 beaucoup d'imprimeries ont fermé, sans compter celles qui déstockent, qui pilonnent, qui oublient les palettes, qui brûlent. Nous avons heureusement pu bénéficier des entrepôts de la Chambre de commerce de la région de notre siège social. Certains de nos titres sont très régulièrement réimprimés, mais nous avons aussi des ouvrages à rotation très lente. Et le prix du stockage, c'est un poste à prendre vraiment en considération.

Ensuite, il y a le problème de trouver un relais sur Paris. Très vite, nous avons éliminé l'idée d'un comptoir de vente, trop onéreux pour les tarifs de l'immobilier parisien, et qui aurait aussi nécessité une personne à demeure. Nous avons donc opté pour un mini stock dans notre local avec un réapprovisionnement régulier depuis l'entrepôt central. Concernant la vente, nous nous avons bénéficié de la loi Lang avec le prix unique, qui a permis le maintien du réseau de librairies indépendantes. Notre créneau est très étroit ; les librairies qui ont un rayon d'esthétique, d'écrits sur l'art, ne sont pas si nombreuses que cela. Il a donc fallu les répertorier, les privilégier. Je suis partie à l'assaut en toute bonne foi, avec une grande inconscience. Et je dois dire que si Macula existe aujourd'hui encore, nous le devons d'abord aux libraires qui nous ont fait confiance, qui nous ont manifesté curiosité et disponibilité, qui nous ont toujours soutenu. Et comme le disait Hélène Clemente, ils nous ont beaucoup appris : je les en remercie.

Certes, Macula est un bon produit, certes, j'ai un sens prononcé du contact humain, mais cela ne suffit pas. Il faut aussi savoir à qui on s'adresse quand on arrive dans une librairie, dégager l'essentiel de l'ouvrage, son originalité, ne jamais raconter d'histoires au libraire, surtout ne jamais pousser ou amplifier la commande, respecter le choix du libraire, avec souplesse, fermeté et bonne humeur. Et suivant les périodes, on apprend les propositions de dépôt, les opérations vitrines, les mises en avant de telle ou telle collection. Vous n'êtes pas obligé pour maintenir un contact avec le libraire d'aller le voir tous les matins. Il existe des libraires avec lesquels nous travaillons très bien et que je ne vais pratiquement jamais voir. Si vous avez une image, si vous avez une bonne qualité éditoriale, vous êtes identifié. Le libraire sait qui vous êtes, à quoi correspond votre nom.

Autre écueil, et de taille : la facturation et son corollaire, le paiement. C'est un grave problème, car vous n'êtes jamais indispensable et le libraire peut parfaitement se passer de vous. En cas d'impayé ou de problème, bloquer le compte ne le gêne que très modérément. Il faut donc être très attentif et, c'est une règle absolue, ne jamais rien laisser traîner.

Répondre à toute commande à l'unité devient actuellement un non-sens économique. Jusqu'à présent nous avons réussi à sauvegarder notre outil, mais à quel prix ? Cela demande un travail incessant, harassant, avec une multiplicité et une parcellisation des tâches qui sont dommageables pour la réflexion, pour la prospective. Vous êtes toujours dans le court terme, vous courez toujours après le temps, vous ne pouvez jamais anticiper car vous devez sans cesse faire face au quotidien. Vous jonglez en permanence avec les différents aspects du métier, et ce pour une rentabilité qui de plus en plus s'apparente à de l'apostolat. L'informatisation du stock des libraires, avec la traçabilité, le taux de rotation de chaque ouvrage, est devenue depuis cinq ou six ans, pour beaucoup de points de vente, le seul critère de constitution des rayons. Nous en sommes très tristes : non seulement nous perdons notre âme, mais nous perdons notre métier, vous comme nous.

Par ailleurs, les fonds de librairie ont tendance à s'amenuiser et les vitrines à s'uniformiser pour faire face à la prolifération éditoriale. Et quand on va dans telle librairie ou dans telle autre, et qu'on retrouve à peu près les mêmes choses sur les tables, je trouve ça grave. Je m'abstiens de parler du photocopillage, ou de l'augmentation vertigineuse des droits iconographiques, qui bientôt vont nous obliger à éditer des livres d'art sans image... Comment dans ce paysage continuer à se battre pour publier, pour faire connaître des ouvrages dits difficiles et qui seront les classiques de demain ? Du haut de ces trente ans d'existence, avec notre petite expérience, nous avons parfaitement conscience d'avoir profité d'une période faste. Sans doute qu'aujourd'hui, nous ne nous lancerions pas dans l'arène sachant ce que nous savons. Mais à tous ceux qui veulent le faire, je demande de bien prendre en compte ces deux ou trois aspects que je viens d'évoquer. Parce qu'éditer a un coût, vous en êtes tous conscients, mais diffuser et distribuer en a un encore plus grand. Il faut donc l'évaluer et savoir comment on va y faire face avant la publication. Sans quoi les livres formidables dont vous êtes tous porteurs seront des mort-nés, et nous avons besoin de livres vivants.

### **Liana LEVI**

Mijo nous a brillamment décrit la situation d'un éditeur qui se diffuse lui-même. Et Richard Edwards nous a raconté une expérience fort intéressante de mise en commun des échanges et des efforts pour se diffuser. Nous n'avons pas parlé de la vie de la petite maison d'édition qui est diffusée par un grand diffuseur. Il ne faut pas croire que cette vie est un long fleuve tranquille. Mes nuits sont malheureusement aussi courtes que celles de Mijo parce que je suis confrontée à d'autres problèmes, qui sont la nécessité de répondre à la demande de la librairie et du diffuseur, et pourtant je salue comme Richard Edwards la disponibilité et la compétence du nôtre, qui est le Seuil. Mais il est tout simplement indispensable de fournir des informations à ce diffuseur, de lui donner également des livres commercialement prometteurs, susceptibles de rentrer au moins dans 400 librairies. Si demain je demande au Seuil de ne mettre mon nouveau livre que dans 100 librairies, sans doute acceptera-t-il une fois pour me faire plaisir, mais pas plus car son outil est dimensionné pour 400 voire 1 000 librairies.

### **Francis COMBES (*Editions Le temps des cerises*)**

Nous existons depuis une dizaine d'années. Nous publions une quarantaine de titres par an, et nous avons connu, comme beaucoup de petits éditeurs, toutes les aventures de la distribution et de la diffusion. Nous avons été d'abord chez Distique. Ça a été instructif. Nous avons auto-distribué et auto-diffusé nos ouvrages pendant deux ou trois ans. Nous avons progressé pendant cette période, puis nous avons atteint les limites de l'auto distribution. Et dans le

contexte actuel, marqué par cette épée de Damoclès au-dessus de nos têtes qu'est l'extrême concentration de l'édition et de la distribution en France, que peuvent faire les petits éditeurs ? Dans l'idéal, je pense qu'on aurait besoin d'un grand service public coopératif de distribution du livre. Or, cette idée n'est avancée aujourd'hui pratiquement par personne au plan des forces politiques par exemple. En l'absence d'un tel système, nous sommes bien obligés d'essayer de fédérer nos énergies. Nous avons ainsi pris deux initiatives. D'une part, nous avons créé avec d'autres éditeurs une petite structure de distribution et de diffusion qui s'appelle Librédit, avec l'idée de mutualiser nos moyens pour réduire les coûts et nous rendre mutuellement un service de qualité si possible. Cela fonctionne depuis quelques mois, avec un seul gros problème encore mal résolu, qui est celui du recouvrement. Mais les livres sont distribués, le service est rendu aux libraires. D'autre part, nous avons avec d'autres décidé de créer un Salon, le *Salon de l'autre livre*, qui s'est tenu au mois de novembre et qui réunissait une quarantaine d'éditeurs indépendants. Nous avons pris cette initiative parce qu'il nous semblait nécessaire d'aider à l'émergence de cette diversité éditoriale qui caractérise le paysage français. Et nous entendons continuer.

### **Alain BEDOUET**

Poursuivons ce tour d'horizon des pistes, des expériences, des points d'appui qui ont pu être développés. On a déjà beaucoup évoqué l'irruption de l'électronique, et plus précisément des sites Internet, de Dilicom, d'Electre. Quid de l'échange des données électroniques dans le rapport entre le petit éditeur et les libraires ?

### **Bernard de FREMINVILLE (Directeur de Dilicom)**

Dilicom est une société interprofessionnelle de services. Elle appartient pour à peu près 70 % aux distributeurs, pour 25 % aux libraires et pour ce qui reste à des structures comme le Syndicat national de l'édition ou le Cercle de la librairie Electre. Elle assure des coopérations nationales avec la Clil, le SNE, le SLF, mais aussi des coopérations internationales, assumant en quelque sorte une veille technologique. Elle a une mission très claire qui est de faire circuler l'information électronique entre les partenaires du commerce du livre. Dilicom n'intervient ni au niveau de l'auteur, ni à celui de l'éditeur qui crée et qui porte les livres, qui est un passeur de texte. Dilicom est enfoui dans le segment du commerce du livre. Il assure la fonction d'échange de données informatisées, dans cette chaîne du livre dont on a beaucoup parlé et qui est composée d'une série de différents métiers. Je suis intervenu récemment devant des élèves d'une école de commerce réunis par un libraire. A la sortie, ils m'ont dit qu'ils ne s'étaient pas rendus compte à quel point le nombre d'intervenants est grand, pour porter un texte, de l'auteur vers le lecteur. Et en effet, entre les phases artisanales et les phases industrielles, il y a des dimensions totalement différentes qui sont au mieux complémentaires. Donc, nous sommes des gestionnaires de flux immatériels. La question est de savoir en quoi cette fonction électronique peut servir l'existence et le développement de ce qu'il est convenu d'appeler les petits éditeurs. Il y a d'abord une ardente obligation, qui est celle du catalogage. Aujourd'hui, avec les facilités de catalogage électronique, tout éditeur qui met son enthousiasme, sa passion et ses moyens économiques à faire des livres, doit songer immédiatement à les inscrire dans les deux registres de catalogage existant actuellement en France, c'est-à-dire le catalogage bibliographique Electre et le catalogage commercial assuré par Dilicom. Là entre en jeu une question de normes, pour lesquelles beaucoup de régions et leurs instances représentatives du livre assurent une formation. Oui, il y a des normes, mais le domaine du livre n'est pas le plus complexe en la matière. J'assure la représentation de l'interprofession dans un certain nombre d'instances de catalogage ou de normalisation. Croyez bien que le catalogue de référence des huîtres est infiniment plus complexe que le catalogue de référence des livres. On se plaint de notre diversité, mais il faut savoir par

exemple qu'un camion a 17 000 pièces détachées dont plus de la moitié change chaque année. Je vous laisse imaginer les catalogues de pièces détachées chez un garagiste... Il a donc fallu, dans la création de normes pour le livre, travailler tous les concepts spécifiques au livre, à commencer par le prix unique. Pour vous donner un exemple, toute fiche-produit comporte une rubrique sur le degré de péremption. Un produit impérissable tel que le livre n'était pas prévu par la codification...

Il a donc fallu mener un travail avec l'ensemble de l'interprofession consistant à réconcilier l'industrie particulière du livre, ou la création artisanale du livre, avec les normes nationales et internationales. Les petits éditeurs aujourd'hui peuvent bénéficier largement de cette possibilité, et il ne serait pas normal qu'ils n'en profitent pas parce que cela assure leur nécessaire visibilité. Telle est la magie des nouvelles technologies, qui ont fait beaucoup de mal et fait circuler beaucoup de fantasmes, mais qui ont apporté quelque chose de nouveau. Si on veut savoir quelque chose sur un livre, on y parvient aujourd'hui avec Internet, cette encyclopédie ouverte, et les petits éditeurs, aussi divers soient-ils, qu'ils aient un titre ou deux mille, trouvent une place égale dans leur diversité au sein de ces bases de données. De plus, argument non négligeable, c'est gratuit. Aussi bien chez Electre qui prend le livre en main et en fait une information bibliographique, qu'à la Bibliothèque nationale pour peu qu'on fasse le dépôt légal, ainsi que chez Dilicom qui a un fichier beaucoup plus restreint à visée commerciale. C'est gratuit, mais il faut que ce soit vivant. Certains éditeurs remettent des livres dans nos catalogues mais oublient de nous donner leurs nouveautés, ou bien oublient de nous dire que le prix a changé ou encore que c'est devenu épuisé. Or, c'est en intégrant ces obligations que les petits éditeurs s'approprièrent les outils professionnels qui sont à leur disposition.

Les éditeurs peuvent choisir d'être ou non présents dans les flux commerciaux de la vie du livre. A cet égard, la mission primordiale de Dilicom a été de faire passer les commandes de la part des libraires vers les éditeurs dans leur fonction distributeur. Aujourd'hui, de 60 à 70 % des lignes de commandes des libraires français passent par Dilicom. Il y a des conditions spécifiques pour les petits éditeurs, notamment à travers une société qui nous est associée, appelée Cyberscribe, qui prend en charge par Internet les relations avec eux. Nous allons bientôt finaliser des projets dans la filière de la facture électronique et de la centralisation des paiements. Autrement dit, comme cela se fait en Allemagne depuis 1930 et en Angleterre depuis 1950, on va peut-être arriver en France à ce que le libraire fasse pour la plupart de ses petits éditeurs un seul règlement et que le petit éditeur reçoive un seul règlement de la part de ses centaines de libraires

Il s'agit là d'outils de facilitation de la vie des partenaires. Il y a un adage disant qu'en Allemagne, un libraire passe 30 % de son temps à acheter des livres et 70 % à les vendre. Tandis qu'en France, un libraire passe 70 % de son temps à acheter les livres et 30 % de son temps à vendre... Donc, dans cette fameuse chaîne du livre marquée par sa diversité, son éparpillement, mais en même temps par sa concentration industrielle, les outils électroniques, quels que soient les défauts qu'on peut leur trouver, sont quand même aujourd'hui de fabuleux outils au service de la petite édition comme de la grande.

### **Bruno MARMIN (*Mutandis*).**

Je suis un petit éditeur depuis 15 ans, avec 5 salariés. Vous n'avez pas du tout parlé des grossistes, phénomène peut-être un peu parisien, qui ne remplissent pas la mission d'un diffuseur. L'éditeur doit toujours assurer son marketing, sa communication externe et sa relation presse. Mais selon notre propre expérience, la Générale du livre et la Société française du livre nous ont beaucoup aidés depuis le début et ils comptent aujourd'hui parmi nos trois plus gros clients.

Je voudrais demander aux libraires, lorsqu'ils sont face à la commande d'un client concernant un titre qu'ils n'ont pas en stock, quels sont leurs trois premiers réflexes de recherche ?

### **Matthieu de MONTCHALIN**

Le premier réflexe est de consulter notre base interne pour vérifier si l'on a déjà travaillé avec cet éditeur, auquel cas notre logiciel de gestion de stock contiendrait toutes les données qui nous intéressent. Ensuite, on fait appel à la base Electre, disponible sur nos postes de travail. En cas d'échec, les librairies qui sont équipées de l'ADSL peuvent enfin aller chercher sur Internet, soit sur le Fichier exhaustif du livre, qui est porté par Dilicom, soit sur un moteur de recherches par mot-clé ou par nom de l'éditeur. Si malgré tout on n'a rien trouvé, on fait appel à la mémoire du libraire. Mais si vous ne figurez pas dans la base de données de la librairie, c'est qu'on n'a que très épisodiquement travaillé avec vous. Parfois le client dispose d'informations qui nous sont précieuses, parce que dans l'article de presse très spécialisée qu'il a découpé, il peut y avoir une adresse, un téléphone... Avec la diffusion des catalogages électroniques, les trois premières solutions nous permettent de résoudre 99,9 % des cas. Mais on sait que nos clients nous jugent aussi sur le 0,1 % qui reste.

### **Alain BEDOUET**

Electre, utilisé certes dans la profession, mais aussi dans la presse, à l'université et ailleurs, est un des produits Internet et informatiques les plus connus du grand public.

### **Laurent DERVIEU (*Responsable produit d'Electre*)**

Je voudrais d'abord vous raconter mon parcours professionnel pour que vous puissiez me situer un petit peu avant que j'intervienne sur les technologies. Je suis rentré dans l'édition en 1977. J'ai commencé comme éditeur au Livre de poche et chez Hachette. Et ensuite aux NMPP, dans la presse. Parallèlement, j'ai eu une expérience en librairie, à la librairie du BHV où je m'occupais du livre technique. Je suis rentré au Cercle de la librairie en 1984, au moment de l'informatisation et de la constitution de la base de données Electre, projet interprofessionnel de constitution de base bibliographique et commerciale. La partie bibliographique a été une expérience très intéressante qui a progressé en deux étapes. En 1984, l'objectif, tout simple, était de constituer un outil pour alimenter la production éditoriale du journal *Livres Hebdo*, dans lequel on a sorti des notices bibliographiques. Très vite, Electre a fait le choix de la valeur ajoutée, c'est-à-dire de produire une information qui soit enrichie. C'est ce qui fait aujourd'hui le succès d'Electre. Cela veut dire fournir un résumé à des notices, c'est-à-dire avoir la possibilité de rechercher ensuite dans des moteurs de recherche des ouvrages de fiction. Aujourd'hui, Electre permet par exemple des recherches sur un roman pour des enfants passionnés d'un sport, en allant chercher tous les romans qui peuvent parler de son sport favori. C'est une incitation à la lecture, à laquelle les bibliothèques sont très sensibles.

En 1995 le choix de l'enrichissement de l'information bibliographique a été réaffirmé, avec l'acquisition de tables des matières, de couvertures, de dos de couvertures, avec un enrichissement d'indexations analytiques et d'indexations systématiques. Sur les moteurs de recherche, toutes ces indexations permettent une indéniable qualité de restitution. La difficulté maintenant, c'est de savoir pour quoi faire. Je citerai plusieurs exemples. Le premier est un exemple de proximité, qui me semble fondamental parce que si on veut que la chaîne du livre vive, il faut d'abord s'y intéresser près de chez soi. Il s'agit de la librairie de Bures-sur-Yvette, où j'ai beaucoup travaillé avec mon libraire. Concrètement, je l'ai aidé à faire son logiciel de gestion et à faire une information qui serve en recherche bibliographique, en interface avec un CD-Rom, mais aussi qui lui permette d'avoir un outil d'aide à la vente. Nous avons cherché à valoriser le fonds, et Michel a eu l'idée de faire un prix dans notre petite ville de Bures-sur-

Yvette qu'il a appelé *le Prix du livre oublié*. Le principe est de chercher, parmi tous les lecteurs potentiels de la commune, un ouvrage de plus de dix ans que chacun a aimé. Ce prix, décerné au centre culturel, a rencontré un succès phénoménal dans la commune. Toute une vie s'est créée autour de la librairie, autour du livre, absolument passionnante. De telles initiatives locales sont nécessaires si l'on veut pouvoir parler d'une chaîne du livre active et vivante.

Il faut vraiment voir la base de données Electre comme une boîte à outils. Derrière le site Internet et les professionnels qui consultent la base de données, il y a un moteur, des notices, une indexation, une mise à disposition possible. Je voudrais citer plusieurs exemples d'une mise à disposition d'une information électronique qui a été réussie et intéressante. Le premier, qui a permis de tout démarrer, n'était pas avec un libraire mais avec le Mémorial de Caen. Le Mémorial, qui cultive une phénoménale base de données sur le livre d'histoire du 20<sup>ème</sup> siècle, est venu nous demander dans quelle mesure il était possible de développer leur site Internet sur l'histoire contemporaine en utilisant les notices d'Electre. Nous avons le moteur de recherche, les données, et aussi la sectorisation qui permet d'aller rechercher ces ouvrages. Pourquoi ne pas permettre au Mémorial de Caen de faire son site et d'ouvrir une petite fenêtre dans laquelle l'internaute ira faire ses recherches dans un sous-catalogue d'Electre ? L'internaute pense être au Mémorial de Caen tandis que nous minimisons les coûts de développement.

De même, Electre est merveilleusement implanté en bibliothèque universitaire aujourd'hui et les chercheurs en sont très contents. En particulier parce qu'ils peuvent faire des recherches sur les tables des matières d'ouvrage, ce qui constitue un remarquable outil de fidélisation de la clientèle. D'ailleurs, beaucoup du succès d'Electre est dû au bouche-à-oreille.

Quand Electre a commencé, le nombre moyen de références par an était à peu près de 18 000 titres. On en est aujourd'hui à 58 000 titres. D'où une problématique de la collecte, du traitement. Je vous invite à venir un jour chez nous voir ce que représente réellement le travail d'Electre, qui est un travail sans fin, fastidieux, énorme, de collecte et de traitement d'information. Il faut pour cela une organisation très efficace, qui a été difficile à mettre en place.

Aujourd'hui, Electre référence des éditeurs, mais nous n'avons pas beaucoup communiqué ensemble là-dessus. Nous nous sommes beaucoup intéressés aux bibliothèques, aux libraires, aux centres de documentation, mais finalement, très peu aux éditeurs. Les rapprochements interprofessionnels tels qu'aujourd'hui sont l'occasion d'échanger et de savoir ce qu'Electre pourrait apporter à des petits éditeurs.

### **Jean-Pierre BARTHELEMY (*SPE Barthélémy*)**

Je suis un artisan éditeur, c'est-à-dire un éditeur qui consacre beaucoup de son temps à faire ses livres, qui les suit de A à Z, depuis la recherche de l'auteur et des photographes jusqu'à la promotion, en passant par la mise en forme et la fabrication. Cela fait trente ans que je suis dans ce métier. C'est la première fois que je participe à un colloque et je vous félicite de l'avoir organisé tout en étant étonné de voir autant de gens concernés par le sujet. J'espère que votre syndicat, auquel on pourrait envisager d'appartenir, se montrera dynamique et organisera une suite à ce genre de colloque, à savoir des tables rondes pour discuter et essayer de mettre en commun des idées et des moyens.

Je suis un peu un contre-exemple, au sens où j'ai cherché à me défaire de la diffusion. Je fais très peu de livres, des livres de référence, des beaux livres, qui se vendent bien. Et j'ai eu le malheur d'avoir un livre à succès dont le diffuseur a déposé son bilan. Donc, on a eu un impayé de près de 3 millions de francs, à l'époque. Pour de petits éditeurs, vous voyez ce que ça signifie. J'ai tenté une nouvelle expérience avec deux autres diffuseurs, mais le système ne me convient pas. Quand on abandonne 60 % du prix d'un livre à un réseau, il est clair qu'il ne nous reste plus rien pour faire la promotion et tout ce que nécessitent les ouvrages de cette



qualité. Quand on est payé par traite à 90 ou 120 jours, qu'on se retrouve avec des retours de livres chers, on se rend compte qu'on travaille pour rien. Aussi, j'ai entrepris de faire ma propre distribution-diffusion. Je suis à Paris, où je dispose d'un comptoir de vente. J'invite ceux que cela intéresse à en profiter. J'ai entrepris le système de vente direct, c'est-à-dire de vente ferme uniquement. Résultat, je n'ai plus d'impayés, j'ai de la trésorerie et j'ai des amis libraires avec qui j'ai un discours direct. Evidemment, je ne travaille qu'avec 300 ou 400 libraires qui me connaissent bien. Et je dois dire que tout se passe bien. Les systèmes Electre et Dilicom marchent très bien, à part certains problèmes dus aux CD que les libraires n'ont pas forcément en temps voulu, ce qui provoque parfois un décalage entre la date de parution et la date d'information, avec des livres notés indisponibles alors qu'ils ne le sont plus.

**Cyrill VACHON (*Direction commerciale de CED et CEDIF*)**

CED et CEDIF sont deux sociétés de diffusion de micro, mini et petits éditeurs. Nous avons 15 représentants sur deux équipes, pour 220 éditeurs diffusés. Je voudrais apporter mon témoignage pour dire tout d'abord que s'il y a quelque chose de récurrent dans ce métier, c'est bien le manque d'informations dont disposent les éditeurs sur leur propre activité. Qu'il s'agisse de l'amateur ou des éditeurs diffusés et distribués depuis de longues années, tous sont en perpétuelle demande d'information par rapport à l'évolution du marché, par rapport à leur propre métier. Nous travaillons avec des distributeurs comme *Dilisco*, *Les Belles Lettres*, *Alpro*, *Casteilla*. Nous avons suivi les dépôts de bilan de *Distique 1*, *Distique 2*, l'incendie des *Belles lettres*, la création d'*Alterdis*. Nous avons heureusement été aidés par le CNL en temps et en heure, suite à toutes ces interventions qui n'étaient pas de notre fait. Il est important que les éditeurs aient une réflexion sur leur propre métier, mais également sur les risques qu'ils encourent à rentrer dans le circuit de distribution et de diffusion, à éditer même. Il faut aussi réfléchir à la façon dont naissent les éditeurs aujourd'hui. Ils naissent souvent, au sein des maisons d'édition, de directeurs littéraires, de directeurs de collection, qui sont rejetés du gros circuit de création et qui, tant bien que mal, tentent de concrétiser une idée en laquelle ils croient.

**Alain BEDOUET**

Passons aux types d'aide que les pouvoirs publics peuvent, le cas échéant, apporter face à cette crise qui touche la petite édition.

**Guillaume HUSSON (*Chef du département de l'économie du livre à la DLL*)**

Pour compléter l'état des lieux brossé en première partie de matinée, je dirai simplement qu'après un petit sondage parmi les éditeurs qui étaient distribués par *Alterdis*, je me suis rendu compte que 80 % d'entre eux publiaient moins de cinq titres par an et que 45 % avait moins de cinq ans d'existence.

Quelques mots d'abord sur la différence entre le Centre national du livre et la Direction du livre et de la lecture. Les aides individuelles aux éditeurs comme aux libraires ou aux auteurs sont attribuées par le Centre national du livre, aussi la présentation du panorama des aides disponibles sera-t-elle faite par Michel Marian. Il revient à la Direction du livre de discuter avec les professionnels concernés du cadre juridique, économique, social, fiscal, s'appliquant à ce secteur. Il est vrai que nous avons engagé une réflexion avec le Centre national du livre et avec le Syndicat national de l'édition sur la question de l'accès à la diffusion et à la distribution de la petite édition. Nous ne sommes pas là pour évoquer les problèmes directs rencontrés par la petite édition avec *Distique*, *Alterdis*, *Vilo* et autres, mais c'est quand même à partir de ces difficultés-là qu'est née notre réflexion.

L'aide publique n'est en aucun cas justifiée par la taille de l'éditeur, il faut être tout à fait clair sur ce point, mais par la qualité de ses publications, par l'innovation que ces publications

représentent, et par la nécessité de faire vivre ces publications dans la durée. A ce titre-là, je relèverai moi aussi l'importance de la loi sur le prix du livre, déjà citée par certains intervenants. Les objectifs de l'aide publique passent par un soutien à la création bien évidemment, et par un soutien à la diffusion de livre de fonds, dans les librairies mais aussi dans les bibliothèques. Et je pense que les petits éditeurs présents dans la salle peuvent témoigner du rôle important que joue souvent ce réseau de diffusion du livre, certes non marchand.

Dans notre pays actuellement, les aides publiques ne manquent pas dans le secteur de l'édition. A quelques réserves près, dont notamment l'Ile-de-France qui représente tout de même une quantité considérable d'éditeurs et de petits éditeurs. Il est vrai qu'il n'existe pas de Centre régional du livre ou un équivalent en Ile-de-France. A cet égard, le ministère de la culture et de la communication a cette année pris l'initiative de créer un stand au Salon du livre dont la gestion est confiée à un libraire, pour présenter, autant que faire se peut puisque c'est une première, cette petite édition francilienne qui manquait de visibilité. Mais le développement des Directions régionales des affaires culturelles, le développement des Centres régionaux du livre, font que les aides publiques sont assez importantes dans une grande majorité de régions. Parfois trop peut-être. Il faut s'interroger, et je reprendrai volontiers à mon compte le terme de leurre cité tout à l'heure par Christian Thorel. Il ne faut pas que l'aide publique vienne légitimer un travail d'édition qui ne puisse pas s'appuyer sur un modèle économique ; les intervenants publics doivent aussi y réfléchir.

Pour prolonger cette journée, nous proposerions volontiers au Syndicat national de l'édition de réaliser une étude sur la petite édition. Je crois qu'on a bien cerné, au cours de cette matinée, les questions qui se posent dans ce secteur. Mais nous avons besoin d'avancer davantage autour de ce qui pourrait ressembler à une typologie de la petite édition, et surtout d'une analyse économique, d'une répartition des coûts de la petite édition pour cerner ses difficultés structurelles. Et ainsi essayer d'approcher de plus près la répartition des ventes des petits éditeurs, les canaux de distribution qu'ils utilisent. On a parlé bien évidemment du premier d'entre eux qui est la librairie. On a parlé des bibliothèques, des ventes directes, des grossistes. Je pense qu'on a besoin d'y voir plus clair sur ces questions-là. Il y a sans doute, autour de l'expérience d'Inextenso, autour de l'expérience de l'Afpu pour les Presses universitaires, des pistes de réflexion sur la façon d'aider les petits éditeurs à se regrouper au niveau de la diffusion, leur permettant d'accéder à une distribution professionnelle. Donc, il s'agit de passer par la diffusion pour accéder à la distribution et voir comment les pouvoirs publics peuvent intervenir très en amont de ce processus, pour ne pas fausser le jeu du marché bien évidemment.

**Michel MARIAN (*Secrétaire général du Centre national du livre*)**

Le Centre national du livre est, par rapport à la petite édition, dans une situation de proximité. Je crois qu'il a un impact sur le maintien et le développement de la petite édition. Mais il connaît aussi une grande difficulté de lecture de cet impact. Si je reprends les critères que Liana Levi a indiqués en introduction de cette matinée pour définir la petite édition, nous ne demandons aux éditeurs ni leur production annuelle, ni leur chiffre d'affaires, ni leur effectif. Seul critère intéressant pour nous : le nom d'un éventuel diffuseur et distributeur. Ce n'est pas une ignorance par mégarde. Cela tient au fait que la principale mission du CNL, et donc la majorité de ses aides, est de nature culturelle. Le CNL se prononce par rapport à des demandes concernant des projets de publication, au sens large. Il pourrait être question pour nous de renforcer certaines formes d'anonymat, par exemple pour assurer une équité plus grande dans le jugement sur des traductions. Donc, c'est vraiment une culture volontaire de l'anonymat et de l'égalité, qui fait que la taille n'est pas pour nous un critère d'aide. Cela ne justifie pas pour autant la mise en place d'aides sous forme de discrimination positive. Cela

veut dire qu'au premier projet de livre, un éditeur peut venir voir le CNL et lui demander des aides. Je crois que cette ouverture "par le bas", quel que soit le statut de l'éditeur, représente déjà une aide assez précieuse.

Nous avons néanmoins un deuxième volet d'aide qui est de type économique, pour lequel cet ensemble de renseignements dont j'ai parlé tout à l'heure est demandé aux éditeurs. Et nous essayons, depuis les années 90 en particulier, d'intervenir de façon plus active par rapport aux difficultés des éditeurs, ou bien par rapport à leur développement. En ce qui concerne les difficultés, dans le jeu d'encours de prêt que nous avons avec certains éditeurs, nous avons mis en place une structure permettant de mener un dialogue permanent, avec des solutions de rééchelonnement ou de remise gracieuse en cas de difficultés de remboursement. Pour ce qui est des aides au développement, cela prend la forme de prêts économiques, permettant par exemple aux petits éditeurs de préparer les moyens d'avoir un diffuseur ou un distributeur tiers, alors qu'ils étaient avant dans de l'autodiffusion ou de l'auto distribution. Ces prêts leur permettent aussi de mettre en place des outils d'information directe par rapport aux libraires.

Au total, au point de vue du résultat, même si la taille n'est pas un critère, je pense qu'indirectement nous aidons beaucoup les petits éditeurs. Une étude statistique spécifique faite il y a trois ans sur 270 éditeurs aidés dans l'année par le CNL montre que 80 % avaient un chiffre d'affaires inférieur au million et demi d'euro. Environ 30 à 50 % du montant des aides du CNL va à ces petits éditeurs. Nous les aidons indirectement par la liste des domaines culturels qui constituent les frontières des commissions par l'intermédiaire desquelles nous attribuons ces aides. Et ces champs - poésie, théâtre, philosophie, littérature étrangère, histoire littéraire, réédition de grands textes, histoire de l'art -, si on en prend quelques exemples, concentrent de nombreux petits éditeurs en leur sein. Autres soutiens indirects : les aides aux libraires pour acheter des livres du fonds dans ces domaines prioritaires dont j'ai fait la liste à l'instant ; les aides aux bibliothèques dans les mêmes domaines ; les aides aux auteurs. Car nous attribuons des bourses, notamment dans le domaine important du roman, où nous n'apportons pas d'aide à la publication. Ces moyens indirects permettent d'aider les petits éditeurs à se retrouver dans une situation, sinon d'égalité, du moins de moindre déséquilibre avec les grands éditeurs, puisque les bourses du CNL se substituent en partie aux à-valoir.

Ce profil d'aides dont j'ai parlé, qui s'adresse à tous, nécessite de notre part, si nous voulons qu'il ait un impact maximum pour les petits éditeurs, une attention plus grande. Plus précisément, il convient de réfléchir aux modalités d'aide, et notamment à la frontière entre le prêt et la subvention. On sait bien que si le prêt peut être intéressant pour un grand éditeur, il peut aussi être un piège pour le petit éditeur. Il faudrait évoluer vers un périmètre plus grand d'accessibilité à la subvention, plutôt qu'au prêt. Mais il y a aussi la question du rapport au temps. Pour un petit éditeur, une réponse d'ajournement par rapport à une décision du CNL pour une question de qualité de la traduction ou autre, peut compliquer la gestion du livre et le mettre en danger. Un grand éditeur, lui, bénéficie d'une masse de livres lui permettant de modifier son calendrier ou de demander à son diffuseur de remplacer tel livre par tel autre. Ce type d'attention au temps, nous l'avons eu par rapport à un sinistre, celui des *Belles Lettres*. Et nous ferons de la même façon s'il y a des inondations. Mais il faudrait aussi que nous l'ayons par rapport à la vie quotidienne de nos aides, car les modalités d'attribution n'ont pas le même impact sur les petits et sur les grands éditeurs. Cette réactivité, nous devons l'avoir aussi dans nos aides à la publication.

Pour conclure, je ne crois pas qu'il soit utile que nous définissions une mission spécifique d'aide à la petite édition. Mais nous devons avoir cette préoccupation constante, pour vérifier concrètement la façon dont nos aides arrivent à la petite édition, mais aussi pour mettre en place des outils au développement et des outils à la promotion. Nous avons ainsi développé une aide à la création de catalogues sur site Internet. Il est évident qu'elle va surtout servir aux

petits éditeurs. Mais il y a sans doute aussi d'autres moyens par lesquels le CNL pourrait aider les petits éditeurs à la promotion.

**Ahmed Rafif (ACR éditions)**

Nous sommes des éditeurs de livres d'art et de beaux livres. Nous faisons partie des victimes du dépôt de bilan de Vilo, comme beaucoup de confrères ici présents. Pourquoi n'y aurait-il pas une assurance quelconque contre ces dépôts de bilan qui arrivent sans prévenir et qui peuvent abattre des éditeurs ? Ou alors une garantie, puisque les distributeurs demandent également une garantie aux éditeurs, pour les retours.

**Guillaume HUSSON**

C'est vrai qu'il n'y a pas, en matière de distribution et de sinistre de distributeurs, de mutualisation des risques comme dans d'autres secteurs. Cela peut être une piste de réflexion.

**Olivier MARBEUF**

Je suis éditeur depuis une dizaine d'années, plutôt dans la moyenne édition. Je voudrais rappeler que l'explosion du nombre de références en librairie n'est pas le fait de la multiplication du nombre de petits éditeurs : c'est le fait essentiellement de la multiplication des références des gros, voire des très gros éditeurs. Je regrette à cet égard l'absence à notre table des gens de chez Hachette.

Guillaume Husson, parlant du rôle de l'État, a souhaité qu'il ne fausse pas la règle du marché. Or, le marché est faussé de fait : il y a quand même d'un côté des libraires qui ont le couteau sous la gorge et de l'autre de gros distributeurs. Cela conditionne très fortement le fait que les libraires puissent travailler de manière sereine et sérieuse auprès de nouvelles références. Cela les met en grande difficulté, et du coup ils sont souvent, comme on dit, faibles avec les durs et durs avec les faibles. C'est-à-dire des délais de paiement extensibles à l'infini pour les petits, et pour les gros un paiement direct...

Pour les petits éditeurs, il reste donc un travail de fonds à faire pour se professionnaliser. C'est une réalité : il y a des choses à connaître. Mais au-delà, il y a peut-être aussi un travail à faire en petits groupes pour trouver d'autres solutions, et surtout d'autres espaces de diffusion, parce que cela fait défaut aujourd'hui.

**Guillaume HUSSON**

Je voudrais juste distinguer la nécessité de réguler le marché, sur laquelle nous sommes tous d'accord, et le fait de veiller à ce que cette régulation ne le fausse pas. Réguler le marché, c'est respecter un cadre juridique spécifique, notamment la loi Lang, avec des aides ciblées. Mais cette régulation ne doit pas conduire à rendre le marché artificiel, ça ne rendrait service à personne.

**Alain BEDOUE**

Après l'approche de la Direction du livre et celle du Centre national du livre, voyons le cas d'un Centre régional des lettres.

**Véronique TABARLY (Directrice du Centre régional des lettres Midi-Pyrénées)**

Faut-il rappeler qu'il existe dans la majorité des régions françaises des structures régionales pour le livre ? Elles portent des noms différents : Centre régional des lettres, Agence de coopération, Agence régionale pour le livre, etc. Elles sont pour la plupart financées par les Drac et les Conseils régionaux, à des taux différents selon les régions. Le plus souvent, elles sont organisées sous forme d'association loi 1901.

Notre mission est la mise en œuvre de la politique du livre en région. Nous nous adressons bien sûr à tous les métiers du livre : éditeurs, libraires, distributeurs, mais aussi aux bibliothèques, aux auteurs, aux organisateurs de manifestations littéraires.

Notre rôle est de connaître tous les acteurs. Un important travail de recensement a été fait ces dernières années au niveau régional, permettant de les mettre en réseau puisque chacun se sent souvent isolé et souhaite des journées de rencontres et d'études. Pour ce qui est de notre mission d'information, chacun d'entre nous possède à présent un annuaire des métiers du livre en région, une revue le plus souvent trimestrielle qui rend compte de la vie du livre. Il existe aussi des sites Internet sur lesquels vous pouvez trouver nombre d'informations. Nous cherchons à rester très proche du réseau, du terrain, parce que nous jouons un véritable rôle d'interface au niveau du territoire entre les pouvoirs publics et les métiers du livre.

Pour ce qui est de l'économie du livre en Midi-Pyrénées, ne connaissant pas le poids de la filière, nous avons mené en 2003 une étude sur la place du livre dans l'économie régionale. D'abord par l'Insee sur la partie quantitative, ce qui a donné lieu à l'édition d'un 6 pages Insee sur l'économie du livre, le premier du genre au niveau national. Ensuite par un cabinet d'étude spécialisé, les informations de l'Insee n'étant pas assez qualitatives pour ce qu'en attendent les professionnels. L'objectif de cette étude était d'avoir un état des lieux, mais aussi de définir les difficultés les plus importantes inhérentes à ce secteur, de façon à pouvoir faire des préconisations d'actions à la Drac et à la région.

Cette étude a mis à jour un gros souci en région au niveau de la diffusion et de la distribution. Le paysage comprend une centaine d'éditeurs, dont 50 % sont organisés sous forme associative, dont 75 % emploient moins de trois salariés et 30 % ont moins de dix titres au catalogue. Face à leur demande d'information, nous avons mis en place un cycle de journées d'étude qui a démarré en janvier sur le thème de la diffusion et de la distribution du livre. Au cours de cette première journée, il a été évoqué, comme ici, le besoin de réfléchir sur une structure régionale chargée d'assurer, en tout cas d'accompagner, les éditeurs sur la diffusion et la distribution. Notre interrogation est de savoir jusqu'où faut-il que le service public aille en terme de coopération par rapport à ce domaine du livre qui pour nous est à la marge entre le volet culturel et le volet économique. Cela nous pose quelques difficultés de fonctionnement, auprès de nos financeurs parce que les Drac et les conseils régionaux n'ont pas forcément la même approche de ces métiers-là, mais aussi auprès des régions, parce que l'on est sans cesse en train d'essayer de justifier et d'établir la place de ce métier, à la fois au niveau culturel et au niveau économique. Cela présente quelques avantages parce que de temps en temps on peut jongler avec des financements. Mais ça pose un vrai problème de reconnaissance de nos secteurs. Je crois que nous avons encore un long travail à faire.

L'autre point important dégagé par l'étude est la fragilité du domaine de la librairie dans notre région, qui est vaste sur le plan territorial et extrêmement rurale. Avec en conséquence de gros problèmes en terme de coût de transport ou de reprise des entreprises lorsqu'il y a cessation d'activité. Donc, cette étude nous permet aujourd'hui de présenter différentes formes d'aides et de financements à la Drac et à la région, autour de l'édition et de la librairie. Nous devrions lancer cette année une campagne de promotion sur le prix unique du livre, une étude beaucoup plus affinée sur le coût du transport pour la librairie et sur les aides à l'informatisation, etc. Je pourrais citer aussi l'exemple d'autres régions qui ont beaucoup mieux avancé que nous sur ces domaines. Je pense en particulier à la région Rhône-Alpes, qui a lancé une campagne sur le prix unique du livre l'année dernière, ou encore à la région Aquitaine, qui a mis en place un protocole d'accord d'aide pour les librairies en 2003.

Dans notre rôle d'accompagnement de ces métiers, nous sommes convaincus, parce que nous le vivons tous les jours, de l'importance de la rencontre et du dialogue dont parlait Liana Levi en début de matinée. Nous sommes tout à fait disposés à être ces interlocuteurs que semblent

chercher les structures nationales en région, tout simplement parce que nous sommes aujourd'hui les structures qui connaissent le mieux le paysage du livre en région.

### **Alain BEDOUE**

Evoquons enfin la place importante de la formation dans les métiers du livre, en particulier concernant l'adaptation d'un certain nombre de dispositifs susceptibles d'intéresser directement les petits éditeurs.

### **Philippe GILLE (Président de la Commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation de la branche édition)**

Je dirige aussi l'ASFORED. Du fait de leurs effectifs réduits, de leur mode d'organisation, de leur emplacement géographique, les petits éditeurs ont des difficultés à mettre en œuvre des actions de formation, pour eux-mêmes ou pour leurs salariés, notamment pour des raisons de coût et de disponibilité. Je vous décrirai rapidement les dispositifs de la branche. Il y a une instance politique, la Commission emploi-formation, qui siège au SNE et à laquelle il serait souhaitable que des petits éditeurs puissent participer. Car dans cette commission se décide la politique formation de la branche. Il y a ensuite un organisme financier, qui collecte vos contributions. La plupart d'entre vous qui ont des salariés ont ainsi dû verser au 29 février dernier des contributions à l'OPCA-CGM. Il faut savoir que cet organisme finance des actions de formation et surtout recherche des cofinancements, soit avec le Fonds social européen, soit avec les régions au titre de leur activité de formation professionnelle. Nous avons par exemple signé récemment avec la région Ile-de-France une convention pour aider à la formation des petites entreprises de l'édition et de l'imprimerie. L'OPCA-CGM peut aussi rechercher des cofinancements auprès de la DLL. Autre partie de ce dispositif : l'ASFORED, centre de formation que la branche a créé en 1972, qui certes a un catalogue de stages interentreprises mais qui de plus en plus fait des formations sur mesure pour un ou plusieurs éditeurs intéressés par un même problème dans une même ville. C'est aussi à l'ASFORED que se préparent tous les jeunes qui veulent entrer dans nos métiers, dont beaucoup vont déjà chez des petits éditeurs pour commencer leur carrière. Vous pouvez donc accueillir, à des conditions financières très intéressantes, soit des apprentis qui préparent les métiers de la fabrication, soit des stagiaires qui préparent le Mastère management de l'édition.

### **Alain BEDOUE**

Il est maintenant 13 heures. Après ces quatre heures passées ensemble, peut-être Liana Lévi, qui avait introduit ce sujet dans les débats ce matin mais également au sein même de la profession, souhaite-t-elle dire quelques mots de conclusion.

### **Liana LEVI**

Le fait que nous ayons été 350 ce matin à suivre pendant quatre heures ces débats montre, si besoin était, que le besoin d'échange est grand. Comment poursuivre cet échange? Je vous avoue que nous n'avons pas encore trouvé la solution. Dans un premier temps, sans doute allons nous vous envoyer un questionnaire pour que vous nous disiez votre perception de cette rencontre, ce qui a manqué, ce que vous souhaiteriez encore aborder. J'espère que nous avons répondu les uns et les autres à au moins une partie de vos questions, que nous vous avons aidé à éclaircir la situation. Mais ce n'est là qu'un début.