

## Regards sur les petits éditeurs\*

Bertrand Legendre\*\*

### Avant-propos

*Le Département des études, de la prospective et des statistiques inaugure une nouvelle collection, « Culture études ». Elle est destinée à présenter sous forme de synthèse accessible les principaux résultats des études réalisées par le DEPS, certains faisant l'objet de publications intégrales dans la collection « Questions de culture ». Succédant au bulletin Développement culturel, cette collection s'adresse aux agents du Ministère de la culture et de la communication, aux acteurs culturels nationaux comme locaux, aux professionnels et plus largement à toute personne que le champ culturel intéresse. Elle permet de faire le point soit en faisant l'état d'une question, soit en actualisant les données sur un sujet.*

P. C.

Pour en savoir plus :

\* Bertrand Legendre et Corinne Abensour, *Regards sur l'édition. I. Les petits éditeurs. Situations et perspectives et II. Les nouveaux éditeurs (1988-2005)*, Paris, DEPS, Ministère de la culture et de la communication/La Documentation française, 2007.

*Un paradoxe est à l'origine de ces regards : l'évolution des techniques rend plus facile l'accès en amont à la position d'éditeur mais les obstacles à l'entrée sur le marché sont renforcés. Ce paradoxe, les vingt dernières années de crises que ces éditeurs ont connues en matière de distribution le soulignent.*

*Dans ce contexte, marqué par ailleurs par la montée en puissance des groupes dominants et des chaînes de librairies, et par le foisonnement de la production, deux études ont été engagées par la Direction du livre et de la lecture (DLL) et le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du Ministère de la culture et de la communication : un « portrait de groupe » rend compte de la situation des petits éditeurs et de leurs perspectives et attentes ; un bilan démographique retrace les mouvements de création et de disparition des maisons entre 1988 et 2005. Ce numéro réunit les deux études, analyse et présente la situation actuelle et l'évolution à moyen terme de ces entreprises éditoriales situées plus ou moins délibérément aux marges de la profession.*

*Entre 1988 et 2004, 692 maisons d'édition ont été créées et une sur deux a cessé d'exister. Chaque année, une vingtaine parviennent à s'installer durablement. Trois profils de fondateurs se dessinent : des professionnels ayant exercé l'un ou l'autre des métiers de la chaîne du livre, des professionnels venus d'autres secteurs d'activité mais dotés d'une compétence dont ils font leur spécialité éditoriale, des autodidactes passionnés. La tendance est à la professionnalisation. Elle se manifeste dans le choix des statuts et dans les politiques éditoriales qui prennent des orientations plus spécialisées.*

*Cependant, pour bon nombre de ces petites structures éditoriales dont les pratiques, les rythmes et les modèles économiques sont souvent incompatibles avec les logiques industrielles, les problèmes d'accès au marché demeurent la principale difficulté. Certes, d'autres dispositifs de commercialisation émergent, mais ils ne peuvent concerner qu'une faible part des petits éditeurs, et par ailleurs demeurent très fragiles.* ■

\*\* Bertrand Legendre est docteur en sciences de l'information et de la communication, maître de conférences à l'université Paris 13-Villetaneuse où il dirige le master « Politiques éditoriales ». Il est membre du LabSic et chercheur à la Maison des sciences de l'homme Paris-Nord.

## ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

### Une forte concentration

Au-delà des crises que le monde de l'édition connaît depuis plus de vingt ans en matière de distribution, le contexte dans lequel évoluent les petits éditeurs est d'abord marqué par les nouvelles concentrations survenues ces toutes dernières années autour de Hachette et de La Martinière. Le niveau de concentration de l'activité est souligné par les statistiques professionnelles : alors que 34 maisons ou groupes réalisaient en 2004 les trois quarts du chiffre d'affaires de la profession<sup>1</sup>, elles n'étaient plus que 12, en 2005, à en représenter 70 %.

### et une forte augmentation de la production éditoriale

La production a plus que doublé en plus de quinze ans – elle est passée de 31 720 titres en 1988<sup>2</sup> à 68 433 en 2005. Cette très forte augmentation renforce le rôle déterminant des structures de distribution des principaux groupes éditoriaux et va de pair avec la montée en puissance de la grande distribution et des chaînes. Cette tendance, à laquelle s'ajoute la focalisation sur certains *best-sellers*, contribue à inciter les détaillants à privilégier la commercialisation des nouveautés au détriment du fonds.

Dès lors, une série de questions se pose : dans quelle mesure les petits éditeurs parviennent-ils à remplir la fonction de vivier qui leur est fréquemment dévolue ? quelles conditions de base doivent-ils réunir en termes de professionnalisation, de niveau de production et de chiffres d'affaires ? le développement de maisons créées *a minima* est-il encore possible ? les exigences à l'entrée sont-elles plus discriminantes, au point de condamner aujourd'hui à la marginalité des structures qui, naguère, auraient pu penser leur avenir à partir d'une pratique non ou faiblement professionnalisée ? peut-on enfin estimer que les mutations de l'aval de la chaîne, intervenues pour une large part depuis le début des années 1980, déterminent pour l'amont un socle de critères *sine qua non* de viabilité ?

## Définir ce qu'est un « petit » éditeur<sup>3</sup>...

Tenter une définition de ce qu'est un « petit » éditeur conduit à recourir d'abord à des critères quantitatifs. Mais les limites de ces critères sont très rapidement perceptibles et incitent à en rechercher d'autres dans le champ de professionnalisation.

### ... selon des critères économiques

#### Le chiffre d'affaires

Il pourrait *a priori* constituer l'élément de sélection le plus pertinent. Cependant, même en retenant un niveau de chiffre d'affaires très inférieur à celui qui sert de seuil aux statistiques annuelles de la profession, établies par le Syndicat national de l'édition (SNE<sup>4</sup>), l'idée même de seuil conduit à écarter les maisons naissantes ou d'autres, moins récentes, mais qui ont un très faible niveau d'activité.

La significativité économique ne peut donc pas constituer un critère minimal de sélection dans le cadre d'une étude qui a pour objet la compréhension de la situation des nouvelles maisons d'édition. On ne peut davantage retenir comme limite supérieure le niveau requis par l'enquête annuelle du SNE : il conduit à écarter de la définition des structures qui, par l'ancienneté de leurs fonds, ont atteint un niveau de chiffre d'affaires plus élevé tout en restant dans une configuration très modeste.

#### Principales caractéristiques du « petit » éditeur

C'est la dimension artisanale de son activité qui caractérise d'abord un « petit » éditeur : la définition des choix éditoriaux, le travail avec les auteurs et l'attention portée aux aspects techniques de la production sont au cœur de sa conception du métier. En revanche, il n'est que très rarement en mesure de traiter à un niveau satisfaisant les questions juridiques ou les questions de gestion, de promotion et de commercialisation.

Un petit éditeur débute toujours *a minima*, avec une ou deux personnes salariées à temps partiel ou non salariées. Rares sont les maisons qui parviennent à accroître leur effectif, même si l'on constate qu'une expérience préalable permet de sortir plus rapidement de ces conditions minimalistes.

Dans la plupart des cas, le capital initial est de 7 600 € et souvent dispersé. Dans les années qui suivent la création, les augmentations de capital constituent alors un enjeu, car très vite apparaît un ensemble de problèmes : fonds propres insuffisants, difficultés d'accès au crédit et risques d'y recourir, faiblesse des marges de manœuvre pour envisager de se développer.

1. *Repères statistiques, France 2005 (données 2004)*, Paris, Syndicat national de l'édition, 2005.

2. *L'édition de livres en France 1988. Statistiques*, Paris, Syndicat national de l'édition, 1989.

3. Voir encadré ci-dessous.

4. L'enquête annuelle du SNE utilise un seuil de « significativité économique » établi à 100 000 €.

## Le nombre de titres au catalogue

Il ne peut davantage être retenu comme élément de définition de ce qu'est un petit éditeur, une limite basse excluant les débutants tandis qu'une limite haute écarterait des maisons déjà « confirmées » par le développement de leur catalogue mais qui continuent de travailler avec des moyens très réduits.

## Le nombre de titres annuels, les effectifs, le mode de commercialisation (auto-diffusion ou diffusion déléguée, auto-distribution ou distribution déléguée), le statut (entreprise ou association), etc.

Ces autres critères peuvent être retenus mais les mêmes objections peuvent être faites. Ainsi, du statut, lequel n'est pas utilisable dans la mesure où de nombreuses structures ont commencé leur activité sous forme associative, pas plus que la maîtrise du capital, qui renvoie plutôt à la notion d'indépendance.

## ... selon des critères de professionnalisation

En revanche, le champ de la professionnalisation offre la possibilité d'isoler certains critères qui peuvent contribuer à une définition de ce qu'est un « petit » éditeur. On ne retiendra donc, à ce titre, ni les structures d'auto-édition ni celles de publication à la demande qui sont des services de fabrication d'ouvrages à titre payant sur commande de l'auteur.

Les notions en jeu dans les critères de professionnalisation portent sur deux éléments, en dehors

desquels il n'est pas possible de parler d'activité éditoriale : la fonction de sélection, par laquelle se définit une politique éditoriale, et l'apport de valeur ajoutée. De même, la notion d'éditeur, quelle que soit la taille des structures, exige que des contrats d'auteurs soient établis en conformité avec les textes juridiques en vigueur.

Ces éléments permettent de fixer la limite inférieure de ce qu'est un « petit » éditeur mais la limite supérieure, sans une part d'arbitraire, est en revanche beaucoup plus difficile à établir. Le fait de retenir un nombre maximum de titres au catalogue<sup>5</sup> est moins contestable qu'un niveau plafond du chiffre d'affaires qui, pour un petit éditeur, peut en effet varier sensiblement d'une année sur l'autre ; il peut d'autre part fluctuer tout aussi fortement d'un éditeur à un autre pour un même niveau de développement du catalogue en fonction de la nature et du prix moyen de la production.

## LA DÉMOGRAPHIE DES PETITS ÉDITEURS

Entre 1988 et 2005, 692 maisons d'édition ont été créées, soit un rythme moyen de 40 maisons par an – 50 durant la période 1974-1988 (voir tableau 1). Cette moindre activité de création ne signifie pas pourtant que les créateurs aient été plus attentifs aux conditions permettant d'assurer la pérennisation de leur maison puisque, parallèlement, le taux de mortalité a été de 49 % sur la période récente alors qu'il n'était que de 43 % précédemment (voir tableau 2).

Tableau 1 – Nombre de maisons d'édition créées par année entre 1988 et 2005\*

Année de création	Nombre de maisons créées	Année de création	Nombre de maisons créées
1988	69	1997	46
1989	76	1998	30
1990	60	1999	33
1991	55	2000	18
1992	67	2001	15
1993	44	2002	14
1994	40	2003	6
1995	65	2004	9
1996	45	<b>Total</b>	<b>692</b>

\* Les données liées aux années de naissance portent sur la sous-population des maisons créées après 1988.

D'après les annuaires *Livres Hebdo* (de 1988 à 2005)

Source : *Les nouveaux éditeurs (1988-2005)* (DEPS, Ministère de la culture, 2007)

5. Le chiffre de 250 titres a été retenu comme limite supérieure dans l'enquête réalisée en 2004 par Dilicom pour le compte du Syndicat national de l'édition (SNE). C'est ce chiffre qui a été repris dans l'étude en vue de permettre des rapprochements.

**Tableau 2 – Répartition des maisons d’édition entre « disparues » et « survivantes » entre 1973-1988 et 1988-2005**

Période de création	Fin de période (1988)				Fin de période (2005)			
	Maisons disparues		Maisons survivantes		Maisons disparues		Maisons survivantes	
	(en nombre)	(en %)	(en nombre)	(en %)	(en nombre)	(en %)	(en nombre)	(en %)
1988-2005 Base = 692 créations	/	/	/	/	337	49	355	51
1973-1988 Base = 812 créations	351	43	461	57	/	/	/	/

D’après les annuaires *Livres Hebdo* (de 1988 à 2005), J.-M. BOUVAIST et J.-G. BOIN, *Du printemps des éditeurs à l’âge de raison...*, op. cit.  
Source : *Les nouveaux éditeurs (1988-2005)* (DEPS, Ministère de la culture, 2007)

### Causes de disparition

Quelle que soit la période considérée – 1977-1988 ou 1988-2005 –, les maisons disparaissent pour les mêmes raisons : épuisement des moyens, manque de projets, fatigue des responsables devant les difficultés et absence de résultats encourageants. Par ailleurs, l’espérance de vie des nouvelles maisons se réduit nettement chaque fois que survient une crise : l’année 1993, marquée par les conséquences économiques de la première guerre du Golfe, en est un bon exemple, tout comme le montrent bien les années qui ont connu le plus grand nombre de disparitions avec les dépôts de bilan et faillites de plusieurs diffuseurs-distributeurs (voir tableau 3).

Dans ces circonstances, les maisons plus vulnérables ne sont ni les plus récentes ni les plus modestes, mais plutôt celles qui ont déjà plusieurs années d’activité et se sont engagées dans un processus de développement avec recours au crédit, effectifs salariés, commercialisation déléguée, etc. Comme elles se trouvent en phase d’investissement mais qu’elles n’ont pas atteint le niveau d’activité leur permettant de résister aux difficultés, elles ne disposent d’aucune solution pour faire face à leurs charges. Trop petites pour attirer la confiance de partenaires, ces maisons sont trop grandes pour échapper aux difficultés, alors que d’autres fonctionnant dans des conditions strictement minimales parviennent plus aisément à se mettre en état d’attendre une sortie de crise.

**Tableau 3 – Nombre de disparitions de maisons d’édition par année entre 1988 et 2005 selon la période de création (avant ou après 1988)**

Année de disparition	Maisons créées avant 1988		Maisons créées après 1988	
	(en nombre)	(en %)	(en nombre)	(en %)
2004	55	15,5	68	20,2
2003	18	5,3	19	5,6
2002	12	3,4	26	7,7
2001	13	3,6	31	9,2
2000	9	2,5	21	6,2
1999	14	3,9	26	7,7
1998	15	4,2	24	7,1
1997	9	2,5	22	6,5
1996	5	1,4	9	2,7
1995	6	1,7	20	5,9
1994	10	2,8	18	5,3
1993	67	18,9	24	7,1
1992	20	5,6	13	3,9
1991	19	5,3	10	3,0
1990	13	3,6	4	1,2
1989	32	9	2	0,6
1988	37	10,4		
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>	<b>337</b>	<b>100</b>

D’après les annuaires *Livres Hebdo* (de 1988 à 2005) Source : *Les nouveaux éditeurs (1988-2005)* (DEPS, Ministère de la culture, 2007)



**Tableau 4 – Nombre de titres publiés par an par les maisons d’édition créées entre 1988 et 2005, disparues ou survivantes**

Nombre de titres par an	Maisons créées et disparues entre 1988 et 2005		Maisons créées entre 1988 et 2005 et survivantes	
	(en nombre)	(en %)	(en nombre)	(en %)
De 1 à 5	101	29,9	73	20,5
De 6 à 10	99	29,4	89	25,1
De 11 à 15	27	8,0	60	16,9
De 16 à 20	18	5,3	35	9,9
De 21 à 30	15	4,5	30	8,5
De 31 à 50	14	4,2	16	4,5
De 51 à 100	7	2,1	10	2,8
Plus de 100	5	1,5	5	1,4
Non-réponse	51	15,1	37	10,4
<b>Total</b>	<b>337</b>	<b>100</b>	<b>355</b>	<b>100</b>

D’après les annuaires *Livres Hebdo* (de 1988 à 2005)

Source : *Les nouveaux éditeurs (1988-2005)* (DEPS, Ministère de la culture, 2007)

### Renouvellement de la filière

Pour avoir une idée de ce que serait la capacité de renouvellement de la filière, on peut extrapoler le nombre de maisons encore actives en 2020 à partir du nombre de maisons créées entre 1974 et 1988 encore vivantes en 2005 (21 %), rapporté au nombre de maisons créées entre 1988 et 2005 : 145 maisons, selon ce mode de calcul, seraient encore en activité en 2020. Cette donnée, qui fournit un premier éclairage, ne peut être considérée indépendamment des capacités de production et de commercialisation de ces structures : si l’on croise en effet durée de vie et volume de production, on observe que les maisons les moins productives sont aussi les plus nombreuses à disparaître. Les maisons qui éditent de 1 à 5 titres par an et ne représentent que 20 % des survivantes mais 30 % des disparues illustrent combien sont importants pour l’espérance de vie des nouveaux éditeurs le programme éditorial et un niveau minimal de production (voir tableau 4).

### TROIS PROFILS DE CRÉATEURS

Parce qu’elle requiert à la fois une connaissance approfondie de la chaîne du livre, des compétences techniques, certains moyens financiers et un projet intellectuel, la situation des petits éditeurs semble réservée à des professionnels expérimentés et très insérés dans le milieu. Or, parmi les maisons d’édition créées dans les vingt dernières années, nombreux sont les créateurs à ne pas réunir l’ensemble de ces conditions. On voit se dessiner trois grands profils.

#### Des professionnels issus des métiers du livre

Lecteurs, critiques, éditeurs, attachés de presse, représentants, libraires..., beaucoup de ces créateurs de maisons d’édition ont exercé auparavant dans de grosses ou moyennes structures. Travaillant le plus souvent seuls, ils reprennent dans la maison qu’ils créent la spécialité qui était la leur dans la maison qu’ils quittent.

#### Des professionnels issus d’autres filières et experts dans une spécialité

Dépourvus d’expérience de l’édition, ces créateurs ont repéré un manque dans le domaine dont ils sont spécialistes et où ils disposent de nombreux contacts – l’édition scientifique est le secteur où l’on rencontre le plus de professionnels ayant ce profil. Certains, ayant déjà une expérience en matière de création et de gestion d’entreprise, peuvent transférer sur l’activité d’édition des moyens humains et financiers issus de leur activité initiale.

#### Des autodidactes passionnés qui créent leur activité par amour de la littérature et des livres

Nombre d’éditeurs engagés et militants appartiennent à cette catégorie dans laquelle peuvent entrer également les collectifs d’auteurs, mode de lancement d’une maison d’édition qu’on rencontre beaucoup dans le domaine de la bande dessinée notamment.

Si ces profils montrent qu’il n’est pas strictement indispensable d’être professionnel pour réussir, on observe toutefois qu’une expérience dans la profession, de même qu’un solide programme éditorial

sont des gages de réussite ; à l'inverse, un manque de cohérence ou de spécificité du projet, un nombre trop faible de publications ou un rythme de parutions trop distendu handicapent lourdement les perspectives de ces petites maisons.

## **LES POLITIQUES ÉDITORIALES DES PETITS ÉDITEURS**

Rompant avec des choix éditoriaux dispersés, les petits éditeurs tendent désormais à construire leur identité en travaillant plus en profondeur sur des spécialités moins nombreuses.

### **Moins de spécialités**

Durant la période 1988-2005, la priorité est restée aux trois spécialités sur lesquelles les éditeurs s'étaient engagés précédemment (entre 1974 et 1988) – sciences humaines, littérature et beaux-arts. Toutefois, les politiques éditoriales sont devenues moins généralistes, au profit de politiques davantage orientées vers la construction d'une identité plus précise, ceci se traduisant par une réduction du nombre de spécialités sur lesquelles s'engagent les maisons – 2,8 en moyenne contre 4 pour la période 1974-1988.

### **Des spécialités différentes**

Alors que les sciences humaines, les beaux-arts et la référence apparaissaient précédemment comme des spécialités favorables à la viabilité des nouveaux éditeurs, sur la période récente elles ont cessé d'être des gages de pérennité et ce sont désormais la jeunesse, la vie pratique, l'enseignement, les sciences et techniques qui sont plus propices à la longévité des nouvelles maisons, même s'il faut admettre que le resserrement des politiques éditoriales n'accroît pas visiblement leurs chances de survie.

### **Des évolutions prudentes**

À travers ces modes d'action, on voit se dessiner une stratégie générale qui consiste à choisir son créneau de façon aussi précise que possible, en espérant pouvoir ainsi se faire connaître des libraires et des journalistes, constituer un catalogue cohérent et fidéliser des lecteurs.

Il y a également les tentatives de diversification, qui se révèlent souvent porteuses de risques majeurs

si elles interviennent de manière trop précoce ou si elles sont insuffisamment préparées. Passer, par exemple, de la littérature ou des sciences humaines à la jeunesse ou au livre pratique pose des problèmes spécifiques de diffusion et de promotion que, souvent, les petites structures n'ont pas les moyens de résoudre.

Comment, dans ce cas, faire évoluer son projet éditorial ? Mûris par les échecs, avertis par leurs diffuseurs ou simplement conscients des risques, les nouveaux éditeurs ne se diversifient pas facilement. Les responsables de maisons sont nombreux à affirmer n'avoir d'autre projet que celui qui est le leur depuis la création et à exprimer le sentiment que la ligne éditoriale qu'ils travaillent correspond à ce qu'ils savent faire.

Entre intentions initiales et évolutions, le constat qui se dégage le plus souvent pourrait être résumé ainsi : soit les choix initiaux se révèlent trop faibles et il est alors très difficile de mettre en œuvre les évolutions qui seraient nécessaires, soit ces choix se révèlent pertinents et la question des évolutions est abordée avec beaucoup de précautions et de temps.

## **LA COMMERCIALISATION DES PETITS ÉDITEURS**

Les tendances lourdes rappelées ci-dessus contribuent à durcir le contexte dans lequel les petites maisons d'édition évoluent car elles supposent une très forte professionnalisation de l'ensemble de la chaîne. Sans cette montée en puissance, les petites structures s'exposent à passer de la marge à la marginalité : en effet, plus encore qu'en matière de pratiques éditoriales, l'amateurisme trouve aujourd'hui très difficilement sa place sur le terrain de la commercialisation.

Deux acteurs jouent un rôle essentiel dans la commercialisation des petits éditeurs : les grandes librairies dites « traditionnelles » et les structures de diffusion-distribution.

### **Les grandes librairies**

Certaines grandes librairies, qui offrent un assortiment important pouvant compter plus de 100 000 références et 3 000 éditeurs différents et qui, comme l'ensemble de la chaîne, sont très directement confrontées à l'augmentation régulière de la production<sup>6</sup>, jouent un rôle essentiel dans la commer-

6. En 1988, 38 000 titres et plus de 68 000 en 2005.

**Tableau 5 – Modes de diffusion des maisons d'édition selon qu'elles sont nées avant ou après 1988**

en %

Diffuseurs	Maisons nées avant 1988 et disparues entre 1988 et 2005	Maisons nées après 1988	
		et disparues entre 1988 et 2005	et survivantes
Auto-diffusion	51,25	36,9	31,45
CDE	1,1	5,0	6,8
Ulysse	1,7	2,7	3,9
Harmonia mundi	1,4	1,5	3,7
Hachette	1,9	3,6	3,7
Le Seuil	-	0,6	3,4
Vilo	2,5	3,3	3,1
CDE	2,2	5,3	2,5
Dilisco	1,7	2,1	2,5
Interforum	0,8	1,2	2,0
Diffédit	0,8	0,3	1,7
Breizh	1,9	0,9	1,4
Les sentiers du livre	-	0,9	1,4
Distique	1,9	2,4	1,1
Stendhal	3,3	3,9	0,8
Vilo 2	-	1,5	1,1
Quorum Magnard	-	2,4	1,7
Sofedis	1,9	0,9	1,4
Soleils	0,8	0,9	1,4
Géodif	-	0,3	1,4
Casteilla	-	0,3	1,4

D'après les annuaires *Livres Hebdo* (de 1988 à 2005)

Source : *Les nouveaux éditeurs (1988-2005)* (DEPS, Ministère de la culture, 2007)

cialisation des petits éditeurs. Selon les estimations<sup>7</sup>, entre 100 et 250 points de vente sont en mesure, à eux seuls, de tenir un rôle déterminant dans la réussite d'un titre. La concentration de l'activité sur un nombre réduit de points de vente n'est pas obligatoirement défavorable aux petits éditeurs, dans la mesure où leur diffusion, quelles qu'en soient les modalités, se limite très souvent à la frange supérieure du premier niveau. Dans leur majorité, les petits éditeurs ne constituent pas un enjeu financier pour ces points de vente, et la place qu'ils y trouvent est fortement déterminée par la recherche d'une valeur ajoutée en termes d'image par rapport à la grande distribution et par des préoccupations relevant de la « bibliodiversité<sup>8</sup> ».

Si ces grandes librairies assurent une commercialisation appréciable pour les petits éditeurs, leur forte professionnalisation joue à double sens : favorablement pour ceux des éditeurs qui ont adopté des pratiques rigoureuses d'information, de régularité et de commercialisation, défavorablement pour tous ceux qui, avec des pratiques fluctuantes, restent en

deçà des conditions minimales requises sur le plan commercial.

## Les structures de diffusion-distribution

Le tableau 5 met notamment en évidence le recul de l'auto-diffusion depuis 1988 ; cependant, dans la mesure où les critères de sélection posés par les diffuseurs généralistes – nombre de titres, chiffre d'affaires... – ne sont pas accessibles à bon nombre de maisons nouvelles, et où la plupart des diffuseurs ne veulent pas allonger leur liste de diffusés, les possibilités d'accès au marché par le biais des principales structures de diffusion-distribution sont très faibles.

L'auto-diffusion-distribution, même élargie à un petit groupe d'éditeurs, ne peut pas constituer une solution durable, tant du point de vue des éditeurs (cette fonction se développant au détriment de la fonction éditoriale) que du point de vue des libraires.

7. Les chiffres, rappelés par Jean-Marie Bouvaist, permettent de prendre la mesure du phénomène sur la longue durée : on comptait 1 000 véritables librairies en 1970, 650 dans les années 1980, et entre 400 et 500 dans les années 1990 (« Les libraires et la crise », *Cahiers de l'économie du livre*, n° 7, 1992, p. 94). François Rouet estime, quant à lui, à 250 le nombre de libraires « grands généralistes » constituant en 2007 le cœur du premier niveau de librairie (*Le livre. Mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, coll. « Les études de la documentation française », 2007, p. 199).

8. Voir *Des paroles et des actes pour la bibliodiversité*, Paris, Alliance des éditeurs indépendants, 2006.

Des initiatives ont été prises par certains éditeurs pour mettre en place de petits groupements de diffusion (comme In extenso) en partenariat avec de grandes structures de distribution. D'autres fonctionnements de dimension intermédiaire (Pollen, Le Comptoir des Indépendants) constituent une voie professionnalisée entre l'auto-diffusion et la diffusion déléguée, qui conduit souvent à la constitution de portefeuilles de petits éditeurs en nombre trop important pour que chacun soit assuré d'y trouver une visibilité satisfaisante. Mais ces initiatives en matière de diffusion peinent à se reproduire et c'est là un point sur lequel l'attention des pouvoirs publics doit être portée.

## QUELLES PERSPECTIVES POUR LES PETITS ÉDITEURS ?

Interrogés sur leur avenir et sur la façon dont ils peuvent contribuer au renouvellement de la filière et à la diversité de la production éditoriale, les éditeurs esquissent trois hypothèses.

### Le renoncement

Certaines maisons d'édition très personnalisées, portées par la passion individuelle de leur fondateur au prix de rémunérations sans rapport avec le travail fourni, limitent souvent toute réflexion sur leur avenir, en raison de l'âge du responsable ou de la situation très difficile dans laquelle elles se trouvent.

L'incertitude se rencontre aussi chez de jeunes éditeurs qui ne parviennent pas à atteindre un seuil de fonctionnement leur assurant des revenus décents ; couplée à l'évolution générale du marché du livre et à l'isolement quotidien dans lequel se déroule le travail éditorial, cette précarité peut avoir raison de la motivation initiale.

La question de l'avenir est volontiers éludée, et quand elle est traitée, c'est souvent sur le ton de l'amertume lié au sentiment que le travail accompli pourrait disparaître sans guère laisser de traces.

### La poursuite à l'identique

Plus optimistes, certains veulent poursuivre leur activité dans les conditions et au niveau où ils se trouvent aujourd'hui, affirmant ainsi leur refus d'entrer dans des logiques de développement. Leur fonctionnement, sans pour autant les placer dans une situation confortable économiquement, les

maintient en deçà des risques attachés aux stratégies de croissance. Cette option est celle du risque minimum et elle permet, le cas échéant, de maintenir des activités périphériques qui contribuent à viabiliser l'ensemble de la structure.

## Le développement

À côté de ces deux précédentes hypothèses, d'autres maisons d'édition établissent des projets de développement selon deux modèles :

- l'un, à dominante éditoriale, consiste, pour celles qui s'auto-diffusent, à aller vers une délégation de la commercialisation accompagnée d'un développement de l'édition. Pour celles qui délèguent déjà leur commercialisation, il s'agit de développer l'activité éditoriale dans les limites posées par le souci de rester indépendantes, même si l'on en trouve qui envisagent de laisser des acteurs extérieurs entrer au capital pour trouver les moyens de se développer ;
- le second modèle de développement imaginé par certaines maisons est caractérisé par une dominante commerciale. Il s'agit dans ce cas de soutenir l'activité éditoriale en développant une activité de diffuseur-distributeur.

## QUELQUES PRÉCONISATIONS EN GUISE DE CONCLUSION

### Améliorer l'accompagnement

En privilégiant les initiatives tournées vers une approche globale de l'économie de la filière, il s'agit d'abord d'encourager la mutualisation de certaines problématiques professionnelles – la promotion et la diffusion par exemple, le lien avec les sphères éducatives et culturelles, mais aussi les aspects immobiliers et les problèmes d'équipement en informatique et en moyens de communication.

Plus fondamentalement, il faut répondre aux attentes que les petits éditeurs expriment en matière d'aides financières destinées au développement des structures, pour que soient réunies les conditions d'une mutation vers la commercialisation déléguée.

De manière générale, l'accompagnement peut aussi consister à mettre à disposition des éditeurs un service de conseil, capable notamment de traiter en amont les aspects juridiques, économiques et commerciaux indispensables à l'élaboration de projets d'entreprise complets.



## **Favoriser l'intégration des petits éditeurs dans une large interprofession**

De nombreux éléments relativisent la réalité d'une chaîne vertueuse du livre et de la diversité culturelle. Les zones d'incompréhension et d'ignorance réciproques sont nombreuses, et la convergence des efforts en faveur du livre entre éditeurs, libraires et établissements culturels (bibliothèques, théâtres, cinémas, écoles d'art...) demeure insuffisante. Des actions restent à inventer pour défendre de bout en bout de la chaîne la place de l'édition de création. Un exemple en est donné par les éditeurs de jeunesse qui ont su, de longue date, développer de nombreuses formes de partenariats avec le milieu scolaire et avec les bibliothèques ; ces partenariats offrent l'opportunité d'un travail de fond dont il est possible d'imaginer qu'il soit conduit également au profit de domaines éditoriaux tels que la littérature, les sciences humaines, le livre d'art ou la vulgarisation scientifique.

Un label, qui aurait pour base des principes de fonctionnement et de critères qualitatifs négociés entre libraires, éditeurs et diffuseurs-distributeurs, faciliterait la présence de la petite édition dans les points de vente ; il pourrait être étendu à des manifestations impliquant établissements scolaires et culturels.

## **Soutenir les initiatives de mutualisation cohérentes et professionnalisées**

Les expériences de diffusion mutualisée fondées sur la cohérence de petits groupes d'éditeurs et sur

une volonté de professionnalisation ouvrent, à une échelle restreinte, une voie possible à une économie viable de la petite édition.

Des exemples existent de structures qui, selon des modes de fonctionnement différents, assurent une commercialisation dans une démarche de professionnalisation. Le soutien à ces réseaux existants paraît donc fortement nécessaire en raison du fait qu'ils sont susceptibles de jouer un rôle structurant dans la commercialisation de la production des petits éditeurs.

Il faut par ailleurs aider des groupements émergents à se consolider et à se professionnaliser par un accompagnement sous forme de conseil d'entreprise et inciter à la création de nouvelles structures de commercialisation, notamment pour la partie diffusion. Des aides au recrutement pourraient contribuer à faire émerger de nouveaux pôles de diffusion à partir de maisons qui s'auto-diffusent et assurent déjà la diffusion de tiers, maisons qui ont fait la preuve de leur savoir-faire en la matière.

## **Répondre aux attentes de formation**

La demande de formation s'exprime autour des questions de gestion, de fiscalité et de droit, mais les petits éditeurs formulent également des attentes en matière de promotion et de commercialisation. Il s'agit de compléter la polyvalence nécessaire au fonctionnement des petites structures. Il faut parvenir à faire en sorte que la formation puisse devenir accessible, géographiquement et financièrement, et que les programmes des formations soient établis « sur mesure » en fonction du profil de ces maisons, sans chercher à imposer un modèle d'organisation.

### **RÉSUMÉ**

Principalement fondées sur des enquêtes de terrain, ces études examinent la situation actuelle des petits éditeurs et établissent un bilan démographique des mouvements de création et de disparition de maisons d'édition entre 1988 et 2005. Elles décrivent notamment les conditions de fonctionnement de ces maisons, la spécificité de leurs choix éditoriaux et leurs difficultés d'accès au marché, tout en replaçant dans le contexte général de la profession les perspectives et les attentes de ces petites structures éditoriales.

### **ABSTRACT**

*These studies, which are based mainly on on-the-spot surveys, examine the present situation of small publishers and provide a "demographic" record of the birth and demise of publishing houses from 1988 to 2005. The studies describe the conditions under which these publishers operate, their individual editorial policies, their difficulties in penetrating the market, and set the prospects and hopes of these small publishing concerns within the general context of the trade.*

## Méthodologie

Deux études ont été menées :

- la première, sur « les petits éditeurs », dresse un état des lieux à partir d'une enquête qualitative menée auprès d'un échantillon de maisons actuellement en activité ;
- la seconde, sur « les nouveaux éditeurs », s'inscrit dans la durée (1988-2005) pour rendre compte, sur la base d'une démarche à la fois quantitative et qualitative, de l'évolution de la démographie, de la position et des pratiques des nouveaux éditeurs dans le champ éditorial. Cette étude s'inscrit dans le prolongement de celle qui avait été réalisée sur la période 1974-1988\*. Cette continuité induit donc que les nouveaux éditeurs pris en compte ici sont ceux qui ont été créés à partir de 1988.

Les deux études s'appuient sur des entretiens approfondis menés en face à face, couvrant les aspects suivants : modes de production, pratiques de gestion, personnel, aspects juridiques et financiers, projet éditorial, rythme de production, achat et cession de droits, politiques d'auteurs, commercialisation, perspectives et attentes.

Des entretiens complémentaires ont été menés auprès de responsables de structures de diffusion-distribution, de librairies et de bibliothèques.

Deux autres sources ont été également mobilisées pour l'enquête sur les nouveaux éditeurs :

- la première alimente l'approche quantitative ; elle est constituée par les annuaires professionnels de *Livres Hebdo* publiés entre 1988 et 2005. Ces annuaires fournissent, au-delà des mouvements de création et de disparition, un ensemble de données sur l'activité de ces maisons, notamment en ce qui concerne la nature et le rythme de leur production, leurs modes de commercialisation, leurs effectifs et lieux d'implantation ;
- la seconde source repose sur une analyse systématique de la presse professionnelle menée sur toute la période prise en compte. Elle a pour objectif de replacer dans la longue durée les éléments issus de la série d'entretiens et de l'analyse statistique, de recueillir des données sur un nombre élargi de maisons et d'éditeurs et de permettre le repérage de continuités ou d'évolutions dans la manière de traiter les problèmes qui se posent aux nouveaux éditeurs.

**Tableau 1 – Composition de l'échantillon (26 maisons d'édition créées et/ou disparues entre 1988 et 2005)**

	Créée en	Lieu d'implantation	Statut
Aubéron*	1990	Anglet (Pyrénées-Atlantiques)	SARL
Bleu autour*	1997	Saint-Pourçain-sur-Sioule (Allier)	SARL
Les Cahiers du temps	1995	Cabourg	Société en nom propre
Cairn*	1997	Pau	SARL
Cassini*	1995	Paris	SARL
Le Castor astral*	1975	Paris/Bordeaux	SARL
La Compagnie créative*	2001	Bordeaux	Société en nom propre
Le Coq à l'âne	1996	Reims	SARL
Cornélius*	1991	Paris	SARL
Desjonquères*	1983	Paris	SARL
L'Esprit des Péninsules*	1993	Paris	SARL
La Fosse aux ours*	1997	Lyon	SARL
Fremok*	2002	Montreuil (Seine-Saint-Denis)	Association
Gaïa*	1991	Larbey (Landes)	SARL
Jasmin*	1997	Clichy (Hauts-de-Seine)	SARL
Maxima	1990	Paris	SA
Joca seria*	1991	Nantes	SARL
L'Œil*	1997	Montreuil (Seine-Saint-Denis)	SARL
Petit à Petit	1997	Darnétal (Seine-Maritime)	SARL
Phaïdon France	1999	Paris	SARL
Plume	1994	Paris	SA puis SARL
Le Pommier*	1999	Paris	SA
Le Point du jour*	1996	Paris/Cherbourg	Association
Les Presses du réel	1992	Dijon	SARL
Sciences humaines éditions	1998	Auxerre	SA
Sabine Wespieser éditeur	2001	Paris	SARL

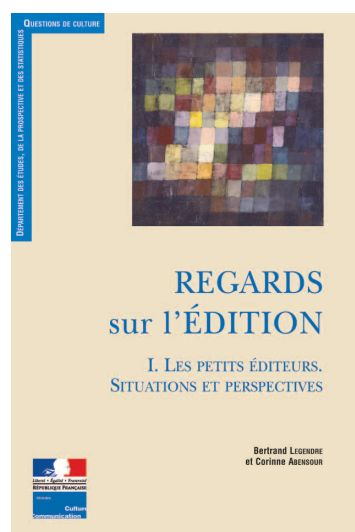
Les enquêtes menées auprès des maisons signalées par \* ont été utilisées pour les deux études ; les autres ont servi uniquement à l'étude sur les petits éditeurs

Source : *Les nouveaux éditeurs (1988-2005)* (DEPS, Ministère de la culture et de la communication, 2007)

\* Jean-Marie BOUVAIST et Jean-Guy BOIN, *Du printemps des éditeurs à l'âge de raison, les nouveaux éditeurs en France, 1974-1988*, Paris, La Documentation française, 1989.

# REGARDS sur l'ÉDITION

## I. LES PETITS ÉDITEURS. SITUATIONS ET PERSPECTIVES



Parmi les nombreux facteurs de mutation que connaît la filière du livre, certains affectent tout particulièrement les petits éditeurs. Les crises successives de leurs distributeurs au cours des vingt dernières années, la montée en puissance des groupes dominants et des chaînes de librairies, le foisonnement de

la production sont quelques-unes des causes de ce paradoxe : en amont, l'évolution des techniques a facilité l'accès à la position d'éditeur, alors qu'en aval, les obstacles à l'entrée sur le marché se sont renforcés.

Cet ouvrage, fondé sur une enquête approfondie auprès d'un ensemble de petits éditeurs, analyse la diversité de leurs conditions de création et de fonctionnement, tant sous les aspects éditoriaux que commerciaux, techniques, financiers et humains. Ce portrait de groupe éclaire la réalité du rôle de ces petits éditeurs, rend compte de leurs perspectives et de leurs attentes, et permet aux auteurs de proposer un ensemble de préconisations en matière d'accompagnement, d'articulation à l'interprofession, de mutualisation et de formation.

## II. LES NOUVEAUX ÉDITEURS (1988-2005)



Cet ouvrage consacré aux nouveaux éditeurs dresse un bilan démographique des mouvements de création et de disparition de maisons d'édition entre 1988 et 2005. Les auteurs de l'étude ont cherché à définir les différents modèles mis en place, en interrogeant tout particulièrement les parcours professionnels de

ces nouveaux acteurs du livre, leurs choix en matière de politique éditoriale, leurs relations avec les auteurs, leurs types d'organisations et leurs modes de commercialisation. Ils se sont appliqués à replacer dans le contexte général de la profession le rôle que tiennent les nouveaux éditeurs dans le renouvellement de la filière. Si l'accès à la fonction d'éditeur semble facilité par les nouvelles technologies, d'une manière générale les difficultés d'accès au marché augmentent. L'ouvrage présente de nombreuses initiatives récentes en matière de diffusion-distribution.

Auteurs de ces deux volumes : Bertrand LEGENDRE et Corinne ABENSOUR

# Bon de commande

À remplir et à adresser à : **La Documentation française**  
Département de la promotion  
29, quai Voltaire, 75344 Paris cedex 07  
☎ 33 (0)1 40 15 69 96 — 📠 33 (0)1 40 15 69 87  
Vente également en librairie et sur : **[www.ladocumentationfrancaise.fr](http://www.ladocumentationfrancaise.fr)**

Nom

Prénom

Profession

Adresse

Code postal

Localité

<input type="checkbox"/> Vol. I – ISBN : 978-2-11-096201-0	19,00 €
<input type="checkbox"/> Vol. II – ISBN : 978-2-11-096202-7	19,00 €
Participation aux frais de facturation et de port (sauf pour les abonnements) (collissimo)	
	4,95 €

---

**montant total à payer**

