

Diplôme de conservateur de bibliothèque

## **Le livre en danger ? : un enjeu pour la coopération interprofessionnelle**

**Carine Bardeaux**

Sous la direction de Thierry Ermakoff

Responsable de la formation, des partenariats et des stages, Enssib

## **Remerciements**

Je tenais à remercier :

- mon directeur de mémoire, Thierry Ermakoff,
- l'équipe de l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation, en particulier Élisabeth Mandallaz,
- ainsi que Noëlle Drognat-Landré et Gilles Lacroix, conseillers Livre et lecture à la Direction régionale des affaires culturelles Rhône-Alpes.

Je remercie également Benoît Epron, François Rouet, Michel Valensi, Jérôme Vidal et Frédéric.

Chacun, à sa manière, m'a aidée dans la réalisation de ce travail.

## Résumé :

L'analyse des contraintes spécifiques à chaque métier et des coopérations existantes met en évidence l'intérêt, voire la nécessité, d'appréhender les rapports entre éditeurs, libraires et bibliothécaires en termes de complémentarité. Chacune de ces trois professions doit se repositionner dans un environnement mouvant où les frontières entre les fonctions s'estompent. Les mutations technologiques constituent une opportunité de renforcer les liens interprofessionnels pour que la notion de « chaîne du livre » continue d'avoir un sens et que la diversité culturelle soit préservée.

## Descripteurs :

Livres - - Industrie et commerce - - France - - 1990-....

Livres - - Industrie et commerce - - Politique publique- - France - - 1990-....

Livres - - Innovations - - France - - 1990-....

Livres - - Aspect économique - - France - - 1990-....

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.

**Abstract :**

The analysis of each branch's specific challenges and of the existing collaborations underlines the importance –or the need- to apprehend the relations among editors, booksellers and librarians in terms of complementarity. Each of these three professions has to find a new position in a changing environment where the boundaries between functions tend to disappear. Technological developments provide an opportunity to reinforce interprofessional links in order for the "book-chain" to continue to have a sense and for cultural diversity to be preserved.

**Keywords :**

Books - - Industry and business - - France - - 1990-....

Books - - Industry and business - - Public policy - - France - - 1990-....

Books - - Innovations - - France - - 1990-....

Books - - Economic aspect - - France - - 1990-....

# Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INTRODUCTION .....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>PARTIE 1 : LES CONTRAINTES PROPRES À CHAQUE ACTEUR.....</b>  | <b>10</b> |
| 1. LES PETITS ÉDITEURS ET LEURS PROBLÈMES DE DIFFUSION/DISTRIBUTION DANS UN CONTEXTE D'HYPERCONCENTRATION ..... | 10        |
| 1.1. <i>Les petits éditeurs indépendants.....</i>   | <i>10</i> |
| 1.1.1. La notion d'indépendance .....   | 10        |
| 1.1.2. L'affirmation d'un projet éditorial .....  | 11        |
| 1.2. <i>Un rapport de force inégal.....</i>   | <i>12</i> |
| 1.2.1. La concentration des structures de diffusion/distribution.....   | 13        |
| 1.2.2. Des solutions alternatives.....  | 14        |
| 1.3. <i>Le manque de visibilité des petits éditeurs.....</i>  | <i>16</i> |
| 1.3.1. Dans les médias.....   | 16        |
| 1.3.2. Le rôle de la critique .....   | 17        |
| 2. LES LIBRAIRES INDÉPENDANTS ET LEUR FRAGILITÉ ÉCONOMIQUE FACE À UNE FUITE EN AVANT DE L'OFFRE ÉDITORIALE..... | 18        |
| 2.1. <i>Le libraire indépendant : concilier culture et commerce.....</i>  | <i>18</i> |
| 2.1.1. La prédominance du fonds menacée .....   | 18        |
| 2.1.2. La labellisation.....  | 20        |
| 2.2. <i>Une situation économique inquiétante.....</i>   | <i>21</i> |
| 2.2.1. Des pratiques commerciales spécifiques .....   | 21        |
| 2.2.2. Des problèmes de trésorerie .....  | 23        |
| 2.3. <i>La reconfiguration du marché.....</i>   | <i>24</i> |
| 2.3.1. Une diversité de points de vente du livre .....  | 24        |
| 2.3.2. Nouvelles concurrences et phénomène de concentration.....  | 25        |
| 3. LES BIBLIOTHÉCAIRES ET LEURS IMPÉRATIFS ADMINISTRATIFS ET FINANCIERS.....                                    | 27        |
| 3.1. <i>L'application du Code des marchés publics.....</i>  | <i>27</i> |
| 3.1.1. Les procédures d'achat public .....  | 27        |
| 3.1.2. Le renouvellement des relations entre professionnels du livre.....                                       | 29        |
| 3.2. <i>La loi sur le droit de prêt ou le resserrement des budgets d'acquisitions ....</i>                      | <i>30</i> |
| 3.2.1. Un subtil équilibre .....  | 31        |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 3.2.2.  | Les conséquences du plafonnement de la remise.....   | 32        |
| 3.3.  | <i>Le rôle des bibliothèques dans la chaîne du livre</i> .....                                     | 33        |
| 3.3.1.  | Un soutien à la création.....  | 33        |
| 3.3.2.  | Leur poids économique .....  | 35        |
| <b>PARTIE 2 : LES MODALITÉS DE LA COOPÉRATION .....</b> |  | <b>37</b> |
| 1.  | LES INSTITUTIONS, DES ACTEURS DE L'INTERPROFESSION .....   | 37        |
| 1.1.  | <i>Un acteur traditionnel : l'État</i> .....   | 37        |
| 1.1.1.  | Une action centralisée : le Centre national du livre.....  | 37        |
| 1.1.2.  | Une action déconcentrée : les Directions régionales des affaires<br>culturelles.....               | 38        |
| 1.2.  | <i>De nouveaux acteurs : les régions</i> .....   | 39        |
| 1.2.1.  | Un soutien économique à la chaîne du livre.....  | 39        |
| 1.2.2.  | État/régions : complémentarité ou concurrence ? .....  | 40        |
| 1.3.  | <i>Les structures régionales pour le livre au carrefour de l'interprofession</i> ....              | 41        |
| 1.3.1.  | Des associations institutionnelles ?.....  | 41        |
| 1.3.2.  | L'exemple de l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation...<br>.....                    | 43        |
| 1.3.2.1.  | Les chartes, outils de professionnalisation .....  | 43        |
| 1.3.2.2.  | Encourager les relations interprofessionnelles .....   | 44        |
| 2.  | DES RELATIONS PROFESSIONNELLES CONTRAINTES OU CHOISIES ? .....                                     | 45        |
| 2.1.  | <i>Un cadre structurant : la loi Lang</i> .....  | 46        |
| 2.1.1.  | Le prix unique du livre .....  | 46        |
| 2.1.2.  | Une loi méconnue du grand public .....   | 47        |
| 2.2.  | <i>Des accords interprofessionnels</i> .....   | 47        |
| 2.2.1.  | L'amorce d'un dialogue.....  | 47        |
| 2.2.2.  | Des outils interprofessionnels .....   | 48        |
| 2.2.3.  | Vers de nouveaux lieux de concertation .....   | 49        |
| 2.3.  | <i>Une action militante</i> .....  | 50        |
| 2.3.1.  | Une multitude de syndicats et d'associations professionnelles .....                                | 50        |
| 2.3.2.  | L'Association pour le développement de la librairie de création : une<br>coopération réussie ..... | 51        |
| 3.  | UNE CULTURE COMMUNE AUX ACTEURS .....  | 52        |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 3.1.  | <i>Les risques sur le contenu éditorial</i> .....                                | 52        |
| 3.1.1.  | L'uniformisation de la production éditoriale .....                               | 52        |
| 3.1.2.  | La diversité culturelle : une nécessité démocratique .....                       | 53        |
| 3.2.  | <i>Les risques sur le support livre</i> .....                                    | 55        |
| 3.2.1.  | Du changement de support .....   | 55        |
| 3.2.2.  | À la disparition du support .....  | 57        |
| 3.3.  | <i>Nouveaux supports, nouveaux usages</i> .....                                  | 59        |
| 3.3.1.  | Un nouveau rapport au texte .....  | 59        |
| 3.3.2.  | Un changement de statut du livre .....   | 60        |
| <b>PARTIE 3 : LE REPOSITIONNEMENT DES ACTEURS</b> ..... |  | <b>62</b> |
| 1.  | LA LIBRAIRIE EN LIGNE OU LA DISPARITION DU LIBRAIRE .....                        | 62        |
| 1.1.  | <i>Une sur-concentration de la librairie en ligne</i> .....                      | 62        |
| 1.1.1.  | Une nouvelle économie pour la vente de livres .....                              | 62        |
| 1.1.2.  | Le phénomène de « longue traîne » .....  | 64        |
| 1.2.  | <i>Les marketplaces : une alliance contre nature ?</i> .....                     | 65        |
| 1.2.1.  | De l'intérêt pour les vendeurs en ligne .....                                    | 65        |
| 1.2.2.  | Aux risques pour les libraires traditionnels .....                               | 66        |
| 1.3.  | <i>Le portail des libraires indépendants</i> .....                               | 67        |
| 1.3.1.  | Les libraires et les technologies de l'information et de la communication .....  | 67        |
| 1.3.2.  | Quel modèle : Amazon ou Booksense.com ? .....                                    | 69        |
| 2.  | UNE CONFUSION DES RÔLES .....  | 71        |
| 2.1.  | <i>Internet, un atout pour l'édition imprimée</i> .....                          | 71        |
| 2.1.1.  | Lekti-écriture, le site de l'édition indépendante .....                          | 71        |
| 2.1.2.  | Le lyber des éditions de l'Éclat .....   | 72        |
| 2.2.  | <i>L'édition électronique à la recherche de nouveaux modèles économiques</i> ... | 74        |
| 2.2.1.  | Un mouvement d' « édition généralisée » ou l'édition sans éditeurs ...           | 74        |
| 2.2.2.  | Une économie en mutation .....   | 76        |
| 2.3.  | <i>Un nouveau duo : éditeurs et bibliothécaires</i> .....                        | 77        |
| 2.3.1.  | La documentation électronique en bibliothèques .....                             | 78        |
| 2.3.2.  | Les bibliothèques numériques .....   | 79        |
| 3.  | VERS DE NOUVELLES COOPÉRATIONS .....   | 80        |

|                                |  |           |
|--------------------------------|--|-----------|
| 3.1.                           | <i>Face au risque de monopolisation</i> .....                  | 80        |
| 3.1.1.                         | L'apparition de nouveaux métiers .....                         | 80        |
| 3.1.2.                         | L'implication de nouveaux acteurs .....                        | 81        |
| 3.2.                           | <i>Et au risque de dispersion</i> .....                        | 83        |
| 3.2.1.                         | Le paradoxe de la dispersion.....                              | 83        |
| 3.2.2.                         | Renforcer le cœur de métier.....                               | 84        |
| 3.3.                           | <i>Une mutualisation de la production intellectuelle</i> ..... | 85        |
| 3.3.1.                         | Une circulation de l'information renforcée .....               | 85        |
| 3.3.2.                         | Des coopérations affirmées.....                                | 86        |
| <b>CONCLUSION</b> .....        |  | <b>88</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....     |  | <b>89</b> |
| <b>TABLE DES ANNEXES</b> ..... |  | <b>96</b> |



## ***Introduction***

« On ne va bientôt plus pouvoir aborder le lecteur du XXI<sup>e</sup> siècle comme un lecteur de la fin du XIX<sup>e</sup> ! ». Cette phrase de Lorenzo Soccavo, tirée de son livre *Gutenberg 2.0. Le futur du livre*, traduit l'ampleur des transformations que connaît le livre et de celles qui l'attendent. Après l'impact décisif du numérique sur la presse, la musique et le cinéma, les incertitudes sont grandes quant à l'avenir du livre. Témoin de cette inquiétude, le rapport sur le livre numérique demandé en février de cette année par le ministère de la Culture et de la Communication à Bruno Patino, président du *Monde Interactif*. Cette mission de concertation, de réflexion et de proposition a pour double objectif d'analyser les modifications induites sur l'économie du livre par la révolution numérique et de guider les choix des pouvoirs publics sur l'évolution juridique du secteur.

Au-delà du livre lui-même, des préoccupations existent sur les acteurs de la filière. L'édition et la librairie indépendantes peinent à trouver leur place dans un secteur où la sur-concentration est de mise. Quant aux bibliothèques, elles ont parfois des difficultés à faire reconnaître leur rôle dans le marché du livre et dans la défense de la création. Ces trois professions constituent les maillons principaux de ce qu'il est convenu d'appeler la « chaîne du livre ». Expression singulière si l'on considère que l'une des particularités de ces trois métiers est sans doute leur incapacité à communiquer et à se comprendre.

Au moment où les nouvelles exigences technologiques obligent à repenser les pratiques professionnelles, il s'avère utile de souligner les spécificités et les impératifs de chacun des acteurs du livre. Cette meilleure connaissance est un préalable au renforcement de la coopération interprofessionnelle qui existe déjà et dont les modalités méritent d'être étudiées. La chaîne du livre prend son sens au sein de cette culture du livre partagée. Néanmoins, le repositionnement des acteurs induit par le livre électronique doit être une opportunité, en s'appuyant sur les technologies de l'information et de la communication, pour réinventer l'interprofession, pour créer de nouvelles solidarités et ainsi donner vie à la chaîne du livre numérique.

## **Partie 1 : Les contraintes propres à chaque acteur**

### **1. Les petits éditeurs et leurs problèmes de diffusion/distribution dans un contexte d'hyperconcentration**

#### **1.1. Les petits éditeurs indépendants**

Il est facile aujourd'hui de produire des livres du fait de l'appropriation par une majorité des nouvelles technologies et parce que ces dernières ont permis une baisse des coûts de production. Ainsi, l'impact du numérique sur la fabrication des ouvrages est considérable. Il permet, entre autres, de créer plus rapidement, ce qui augmente le nombre de titres publiés, d'imprimer de faibles quantités d'ouvrages, ce qui limite les tirages et donc les stocks, et de réactualiser fréquemment les livres, ce qui multiplie le nombre de rééditions. Puisque produire des livres est de nos jours à la portée de chacun, la question se pose de savoir ce qui caractérise un éditeur. En outre, il convient de s'interroger sur ce que recouvre cette notion d'indépendance, revendiquée par de nombreux petits éditeurs et qui, selon Jérôme Vidal<sup>1</sup>, produit une image valorisante et socialement légitimante.

##### **1.1.1. La notion d'indépendance**

Il existe différentes manières pour un éditeur de concevoir son indépendance.

La première est une indépendance absolue, par défaut ou par choix, qui, pour être réalisée, doit répondre aux trois conditions suivantes :

- être indépendant dans ses choix éditoriaux : maîtriser intégralement son programme éditorial ;

---

<sup>1</sup> VIDAL, Jérôme. *Lire et penser ensemble. Sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique*. Paris : Éditions Amsterdam, 2006. 101 p.

- être indépendant financièrement : contrôler la totalité du capital, sans avoir un endettement qui permette à un créancier de peser sur les orientations de la maison ;
- être indépendant commercialement : s'occuper complètement de sa diffusion et de sa distribution.

Réunir ces trois exigences n'est possible que dans le cas de niches éditoriales très spécifiques, sinon ces limites sont très difficiles à atteindre et ne sont même pas souhaitables tant elles sont contraignantes.

La deuxième solution consiste à être indépendant éditorialement et financièrement et à se regrouper avec d'autres petits éditeurs pour assurer la diffusion et la distribution. C'est le cas par exemple de plusieurs éditeurs de BD qui ont créé une structure commune, Le Comptoir des indépendants, pour se commercialiser. Ce dispositif leur permet de faire des économies d'échelle, de tendre vers davantage de professionnalisation et d'être plus visibles pour les libraires.

Enfin, la troisième solution réside dans une indépendance éditoriale et financière assortie d'une sous-traitance commerciale auprès d'un éditeur plus important. Un éditeur qui n'a pas les capacités en interne de répondre aux exigences de la diffusion et de la distribution, délègue ces fonctions à une structure éditoriale plus conséquente. Le recours à ce système n'empêche pas d'avoir des relations suivies avec les libraires et ne signifie pas un désintérêt pour la commercialisation. Au contraire, ces éditeurs en ont compris l'importance et la nécessité d'agir de manière professionnelle dans ces activités. La notion d'indépendance, souvent mobilisée avec une visée partisane, est complexe. Il apparaît que la quasi-clandestinité à laquelle aboutit une indépendance absolue constitue une limite à cette indépendance et à la possibilité de contribuer à la diversité culturelle.

### 1.1.2. L'affirmation d'un projet éditorial

L'objectif premier d'un éditeur indépendant est la construction et la pérennité d'un catalogue dense et cohérent. En effet, l'œuvre d'un éditeur est son catalogue. Choisir une ligne éditoriale et la suivre suppose de prendre des risques et implique de faire reposer la maison d'édition sur un système de péréquation. Autrement dit, les livres qui ont trouvé leur public, qui ont rapporté de l'argent permettent le financement d'ouvrages plus difficiles, à rotation lente (nombre de ventes annuelles faible), qui mettront plus de temps à rencontrer un public ou qui, peut-être, ne le rencontreront pas. La production des petits éditeurs est souvent non rentable car leur catalogue est réputé difficile, d'où

l'importance des subventions publiques pour que ces publications continuent d'exister. Pour Laurent Cauwet<sup>2</sup>, responsable des éditions Al Dante, cette pratique de l'édition exigeante ouvre des espaces d'expérimentation, s'inscrit dans le temps et se vit sans sécurité. Il faut prendre garde aujourd'hui à ce que cette pratique de l'édition reste possible. L'enjeu est essentiel, comme le souligne Muriel Bonicel<sup>3</sup> de la librairie Tschann à Paris : « C'est par la « petite édition » exigeante, j'entends avec un projet, une ligne éditoriale, que se renouera le dialogue avec le livre ». Construire un catalogue harmonieux dans lequel aucun titre ne se trouve par hasard, où la présence de chaque titre s'explique par rapport à l'ensemble, est le contraire d'une accumulation de « bons coups éditoriaux ».

Cette démarche implique également de suivre une politique d'auteurs. Si un éditeur se caractérise par ses choix, son véritable travail est d'aider l'auteur à « accoucher » de son œuvre en instaurant une relation de confiance. Ce suivi régulier et constructif, constitutif du rôle de l'éditeur, qui exige du temps, semble de moins en moins exister dans les grandes maisons d'édition. C'est la raison pour laquelle certains auteurs déjà confirmés préfèrent être publiés chez de petits éditeurs. Pour les auteurs débutants, travailler avec de petits éditeurs est également plus confortable puisqu'ils auront plusieurs tentatives pour trouver leur public et seront soutenus. L'éditrice Sabine Wespieser affirme d'ailleurs<sup>4</sup> : « L'édition littéraire c'est un compagnonnage ». De la même manière qu'un catalogue se construit dans la durée, la relation auteur/éditeur s'inscrit dans le temps.

Cette fourmilière que constituent les petits éditeurs indépendants, doit impérativement exercer son activité de façon professionnelle pour continuer à être ce vivier de la création culturelle et intellectuelle. En effet, il ne suffit pas de produire pour être un éditeur, encore faut-il être lu. C'est l'accès au marché qui fait la différence. Or, cet accès, particulièrement difficile pour les petits éditeurs, devient impossible pour ceux qui ne font pas preuve de professionnalisme.

## 1.2. Un rapport de force inégal

Pour deux éditeurs sur trois, l'aval de la chaîne se révèle être un espace très mal connu. Ces éditeurs encourent le risque d'incompréhensions profondes des pratiques et des

---

<sup>2</sup> Situation de l'édition et de la librairie. *Lignes*, mai 2006, n°20, 206 p.

<sup>3</sup> Op. cit.

<sup>4</sup> **LEGENDRE, Bertrand. ABENSOUR, Corinne.** *Regards sur l'édition. II Les nouveaux éditeurs (1988-2005)*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007. 125 p.

intérêts de leurs interlocuteurs. Cette méconnaissance est d'autant plus dommageable que la diffusion/distribution est la clé d'accès au marché.

### 1.2.1. La concentration des structures de diffusion/distribution

Dans la chaîne du livre, le diffuseur a pour rôle de promouvoir les catalogues des éditeurs auprès des libraires et en contre-partie, reçoit une commission de l'ordre de 8 % du chiffre d'affaires calculé au prix de vente public hors taxes des exemplaires facturés. Le distributeur, lui, s'occupe de la partie logistique (stockage, préparation et envoi des commandes, facturation) et est rémunéré sur les flux d'ouvrages (mises en vente, réassorts et retours).

En France, il existe une centaine de structures de diffusion, réparties en quatre catégories :

- les grands généralistes (une dizaine) : rattachés aux grandes maisons d'édition, ils possèdent de nombreux éditeurs en portefeuille et recouvrent la quasi-totalité des spécialités éditoriales, avec une forte présence de la littérature générale. Ils ont des équipes dédiées pour chaque niveau de clientèle (les différents types de points de vente étant regroupés par niveaux<sup>5</sup>). Citons pour exemples Livre Diffusion Services (LDS) et le Centre du Livre pour la distribution du groupe Lagardère, Interforum, filiale d'Editis dédiée à l'activité de diffusion/distribution, ou encore le Centre de Diffusion de l'Édition (CDE) pour Gallimard, la Sodis ayant en charge la distribution.
- les diffuseurs spécialisés (environ 54) : leur activité se limite à une ou à quelques spécialités éditoriales. Pour la plupart, ils ont en charge un petit nombre de catalogues.
- les diffuseurs régionaux (une quinzaine) : ils n'agissent que sur une part du territoire, n'ayant pas une vocation nationale.
- les diffuseurs de petits éditeurs (une quinzaine également) : la commercialisation se fait à l'échelle nationale. Inextenso, qui a interrompu son activité fin 2006, Belles Lettres Diffusion, ou encore Harmonia Mundi font partie de cette catégorie.

---

<sup>5</sup> Voir p. 24, les différents niveaux de librairies

Avant d'accepter ou de refuser un éditeur dans son portefeuille, un diffuseur analyse plusieurs critères. Il faut tout d'abord un équilibre entre les éditeurs qui réalisent des ventes importantes et ceux à diffusion modeste, ensuite, il ne faut pas qu'il existe une contradiction ou une concurrence directe au sein des diffusés. Il faut aussi que l'éditeur soit capable d'assurer une production minimale et régulière, qu'il ait une ligne éditoriale claire et qu'il respecte un minimum de pratiques professionnelles (en termes d'informations, de délais...). Les grands diffuseurs généralistes ajoutent d'autres conditions telles qu'un nombre minimum de titres publiés annuellement, un montant plancher de chiffre d'affaires, qui rendent ces structures inaccessibles aux petits éditeurs. En outre, ces structures ont déjà beaucoup d'éditeurs en portefeuille et ne veulent pas allonger la liste de leurs diffusés.

### 1.2.2. Des solutions alternatives

Par conséquent, pour les éditeurs indépendants, les possibilités d'accès au marché par le biais de ces structures, quelle que soit leur catégorie, sont très faibles d'où la nécessité de multiplier des initiatives qui mettent en place de nouveaux modes de diffusion. Le cas d'Harmonia Mundi qui poursuit une politique commerciale centrée sur le premier niveau et sur un esprit de partenariat avec les libraires, en est une illustration.

D'autres initiatives visent à assurer une mutualisation de la fonction commerciale. Plusieurs éditeurs se regroupent pour créer ensemble leur propre structure de diffusion de leur catalogue. Ils partagent ainsi leurs compétences et leurs charges et provoquent un effet de masse qui favorise les relations avec les partenaires. Souvent, les éditeurs se regroupent par spécialité, ce qui donne une grande cohérence au portefeuille de diffusés. Pour être viables, ces structures doivent atteindre un seuil de 200 nouveautés par an à diffuser, ce qui représente en moyenne une vingtaine de maisons. Chaque participant doit également accepter le respect de règles communes de fonctionnement professionnalisées (respect du calendrier de publication par exemple) et le principe d'une direction de l'ensemble. Toutefois, les relations interindividuelles peuvent s'avérer délicates du fait de la forte dimension symbolique de la diffusion et de l'attachement des éditeurs à leur production. La grande fragilité de ces groupements est due à la difficulté d'atteindre simultanément un niveau suffisant de professionnalisme et un seuil d'activité en deçà duquel le risque est considérable. Néanmoins, cette voie mérite d'être davantage explorée car elle est particulièrement adaptée à des maisons dont la production est vouée à une diffusion limitée entre 200 et 400 points de vente. De

plus, la diffusion primant sur la distribution, l'accès à un outil de distribution devient possible lorsque la diffusion est assurée. Les structures de diffusion spécialisées qui se sont créées ces dernières années ont d'ailleurs joué la carte de la complémentarité avec de grandes structures de distribution industrielles : Inextenso et Volumen, Athélès et les Belles Lettres. Dans cet esprit, un autre type d'expériences pourrait être mené : celle d'une auto-diffusion élargie à d'autres maisons en lien avec un distributeur opérationnel. Pour remédier aux problèmes de distribution des petits éditeurs, le syndicat national de l'édition (SNE) et le syndicat de la librairie française (SLF) ont créé en 2007 une structure interprofessionnelle, baptisée Calibre. Cette société centralise les commandes des libraires pour des ouvrages d'éditeurs adhérents au système. Ces derniers s'engagent à approvisionner Calibre, qui ne gère aucun stock, dans un délai convenu à l'avance. Une fois les ouvrages réceptionnés, Calibre prépare les commandes, les expédie et les facture aux libraires. La société règle ensuite les éditeurs et leur fournit des statistiques de ventes. Ce système a l'avantage de ne pas reposer sur une mutualisation problématique entre gros et petits flux mais de tirer sa pertinence de la consolidation de l'ensemble des flux. Ainsi, des flux minimums pour supporter les frais de structure permettent de consentir des coûts de distribution de l'ordre de 14 %, dont 3 % pris en charge par le libraire, qui sont sans commune mesure avec les frais pour un livre isolé. Grâce à ce groupement de commandes, les frais fixes et les coûts variables unitaires diminuent, permettant à chacun des intervenants de faire des économies.

L'auto-diffusion/distribution reste pourtant le lot commun de nombreux petits éditeurs. 43 % des petits éditeurs déclarent être diffusés en librairies exclusivement par eux-mêmes, 27 % exclusivement par un diffuseur et 25 % par un diffuseur et par eux-mêmes. Plus de 70 % de leurs ouvrages sont implantés sur l'ensemble du territoire national mais dans moins de 100 librairies. Ces chiffres<sup>6</sup> mettent en évidence le manque de système professionnel de diffusion et sont confirmés par les chiffres relatifs à la distribution. 49 % des petits éditeurs sont distribués en librairies exclusivement par eux-mêmes, 28 % exclusivement par un distributeur, 18 % par un distributeur et par eux-mêmes et 5 % par plusieurs distributeurs non exclusifs. Ces résultats expliquent en partie pourquoi la production des éditeurs indépendants n'est présente qu'en peu d'exemplaires chez les libraires et, très souvent, uniquement à la demande d'un client.

---

<sup>6</sup> **Association l'autre LIVRE.** L'édition menacée. Livre blanc sur l'édition indépendante. Paris : Éditions Dubois, 2005. 79 p.

Par manque de moyens, de temps, de savoir-faire, la commercialisation des ouvrages est souvent négligée par les petits éditeurs alors qu'aujourd'hui elle ne souffre aucun amateurisme.

### **1.3. Le manque de visibilité des petits éditeurs**

Le plus difficile pour un éditeur n'est pas de produire un livre mais de faire en sorte qu'il soit remarqué au milieu des quelque 60 000 ouvrages qui paraissent annuellement en France. En outre, le contexte n'est pas particulièrement favorable puisqu'on assiste à une médiatisation croissante d'une frange de la production éditoriale au détriment du travail de médiation dont la petite édition aurait le plus grand besoin.

#### **1.3.1. Dans les médias**

En 2003 déjà, *Livres Hebdo* reconnaissait que la télévision était devenue le « média prescripteur par excellence ». Avec la fin de l'interdiction de la publicité pour le livre à la télévision, ce phénomène risque de s'accroître. Jusqu'en janvier 2004, la publicité pour le livre à la télévision était en effet interdite pour ne pas augmenter le fossé entre les gros éditeurs puissants, aux moyens financiers importants, dont la production était largement visible, et les petits éditeurs plus confidentiels. De plus, le livre recevait traditionnellement le soutien de la presse écrite. En 2004, l'interdiction a été partiellement levée sur les chaînes du câble et du satellite puis elle a été également levée sur les chaînes hertziennes et la télévision numérique terrestre (TNT) en 2007. Bien que ce mode de promotion soit incontournable, il n'est pas sûr qu'il soit le mieux adapté au livre. En effet, il est extrêmement coûteux et n'a aucun sens pour un livre publié à moins de 200 000 exemplaires étant donné les montants engagés. Autrement dit, il est limité à un nombre restreint d'éditeurs, pour un nombre encore plus restreint d'ouvrages. En outre, une campagne publicitaire télévisuelle touche un public indifférencié, ce qui fait douter de sa pertinence et de son impact sur les ventes.

Une émission littéraire de qualité est certainement plus efficace. Mais de la même manière que pour la publicité, l'accès aux médias pour les petits éditeurs est extrêmement limité. La concentration est telle dans la presse, dans les médias et dans l'édition, que ce sont souvent les mêmes groupes qui détiennent des participations dans ces différentes activités. Ainsi, la production éditoriale d'une maison, filiale d'un groupe industriel comme Lagardère ou Bertelsmann, n'aura aucun mal à obtenir une couverture médiatique, notamment dans les journaux, magazines ou sur les ondes des radios



appartenant également à ce groupe. Certains documents d'actualité par exemple, ou des livres dont l'auteur a un potentiel médiatique, voient leurs ventes atteindre des sommets en très peu de temps puis retomber tout aussi rapidement, l'effet de mode étant passé. Il est particulièrement regrettable que l'écrivain (l'homme) prenne le pas sur l'œuvre (le produit) car, comme le souligne Blanchot, « chaque fois que l'artiste est préféré à l'œuvre, cette préférence, cette exaltation du génie signifie une dégradation de l'art »<sup>7</sup>. Cette sur-médiatisation d'une part spécifique de la production va de pair avec le phénomène de « best-sellerisation » recherché par les grands groupes pour augmenter leur rentabilité. Les médias mettent donc toujours en avant le même type d'ouvrages, dits faciles, à rotation rapide, et dont l'auteur a déjà une certaine notoriété.

### 1.3.2. Le rôle de la critique

Quant aux critiques littéraires, ils ne compensent que peu ces dérives. La majorité d'entre eux sont auteurs, publiés dans les grandes maisons d'édition, ou journalistes dans des organes de presse qui dépendent des groupes industriels. Les holdings contrôlent la parole de bout en bout de la chaîne. Selon Bertrand Leclair, romancier et essayiste, et Christophe Kantcheff, critique de cinéma et de littérature<sup>8</sup>, la question de la critique est liée à celle du journalisme, elle-même liée aux évolutions économiques et idéologiques de la presse et des médias. La crise traversée par la presse écrite entraîne de la précarité. Les critiques sont souvent pigistes et recherchent des « coups » médiatiques, du sensationnel, du « people ». La critique devient du journalisme culturel qui propose un guide à la consommation. Elle prétend juger alors qu'elle n'a plus les moyens de le faire dans une société où l'idéologie dominante est celle du « tout-communication ». La question du jugement est donc à repenser au plan de la critique médiatique. Beaucoup de livres n'ont pas de visibilité en raison de préjugés sur les centres d'intérêt des lecteurs ou par respect du bon goût médiatique et idéologique. Pour Jérôme Vidal<sup>9</sup>, « la critique est critique quand elle devient politique », le travail des critiques étant d'offrir à leurs lecteurs une « traduction » des ouvrages dont ils rendent compte.

---

<sup>7</sup> **BLANCHOT, Maurice.** Où va la littérature ?. *Nouvelle nouvelle Revue Française*, août 1953, n°8, p.291-303.

<sup>8</sup> Situation de l'édition et de la librairie. *Lignes*, mai 2006, n°20, 206 p.

<sup>9</sup> **VIDAL, Jérôme.** Lire et penser ensemble. Sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique. Paris : Éditions Amsterdam, 2006. 101 p.

L'avenir de l'édition dépend aussi du rôle décisif de la critique. Tout comme il dépend également des libraires qui, submergés par le nombre de livres publiés, peinent de plus en plus à jouer leur rôle de médiateur.

## **2. Les libraires indépendants et leur fragilité économique face à une fuite en avant de l'offre éditoriale**

### **2.1. Le libraire indépendant : concilier culture et commerce**

« Le livre, tout en étant dans le commerce, transcende le commerce », Carlos Fuentes<sup>10</sup>.

#### **2.1.1. La prédominance du fonds menacée**

Une librairie indépendante repose sur un concept qui est fonction du style du libraire, de sa marque, de son fonds conséquent et de qualité, de son ambiance due au plaisir de visiter ce lieu original, sur la qualité des services rendus à la clientèle et aux éditeurs, et sur la politique de réseaux entretenus avec les éditeurs indépendants. Le dialogue entre le client et le libraire commence dès la vitrine et se poursuit dans la librairie à travers l'organisation des rayons les uns par rapport aux autres, par le choix du classement, par la manière de réaliser ses tables de présentation. Cette animation du livre dans l'espace du magasin est ce qui singularise chaque librairie. Les deux autres caractéristiques essentielles d'une librairie indépendante sont sa taille restreinte qui suppose un choix, et la présence de personnes passionnées, qualifiées et formées pour promouvoir des livres « difficiles ». Le libraire constitue en effet un fragile contre-poids à la médiatisation des titres.

Le conseil prodigué par quelques libraires produit un bouche à oreille et une dynamique des ventes et permet ainsi aux livres qui n'ont aucun soutien publicitaire de trouver leurs premiers lecteurs. Les médias accompagnent le succès, l'amplifient, tandis que les libraires le créent. Le lecteur, affolé par la masse de la production éditoriale, ressent le besoin d'être guidé par un professionnel qui a une connaissance réelle de son fonds et qui fait preuve d'une disponibilité propice à la communication. Le libraire joue un rôle de prescripteur, de médiateur, et sa qualité se juge sur la sélection qu'il propose. Le

---

<sup>10</sup> **FUENTES, Carlos.** *Ce que je crois.* Paris : Grasset, 2003. 400 p.

libraire indépendant porte une attention particulière aux ouvrages à rotation lente (titres peu vendus), à la production de petits éditeurs, notamment dans les domaines comme la philosophie ou la poésie. Avoir une « politique d'éditeurs », soutenir l'édition indépendante, faire découvrir une production confidentielle sont les aspects les plus séduisants du métier et s'assimilent à des actes de militantisme. Pour mettre en avant leur spécificité, les petites et moyennes librairies font davantage d'actions de valorisation auprès du public mais aussi auprès d'autres prescripteurs comme les bibliothécaires et les enseignants. Le réseau de ces librairies traditionnelles est indispensable à la survie de la création en littérature et en sciences humaines.

Cette pratique de la librairie suppose d'être attentif d'abord au fonds, à l'assortiment, au réassort, et de n'envisager la nouveauté qu'en second lieu. Le fonds pour le libraire est l'équivalent du catalogue pour l'éditeur : c'est son œuvre. Toutefois, pour être viable, la librairie, comme l'édition, doit reposer sur un système de péréquation qu'expliquait déjà Diderot<sup>11</sup> en 1763 : « Un fonds de librairie est donc la possession d'un nombre plus ou moins considérable de livres propres à différents états de la société, et assorti de manière que la vente sûre mais lente des uns, compensée avec avantage par la vente aussi sûre mais plus rapide des autres, favorise l'accroissement de la première possession. Lorsqu'un fonds ne remplit pas toutes ces conditions, il est ruineux ». Là réside toute la difficulté du commerce de la librairie : trouver un équilibre entre les nécessités commerciales et les exigences culturelles. Ainsi pour Pierre Descomps, fondateur avec Jean-Marie Bouvaist de la formation moderne au métier de libraire, « le métier de libraire consiste en un acte de création d'un assortiment et de mise en avant de celui-ci, toutes les catégories de la gestion (financière et commerciale) devant être subordonnées au projet de défendre la diversité de la création éditoriale »<sup>12</sup>. Face à la croissance perpétuelle du nombre d'ouvrages publiés, le libraire est en proie à des difficultés grandissantes : des problèmes d'espace, des difficultés de financement du stock, un recul du fonds au profit de la nouveauté, des ouvrages qui ne restent plus que quelques semaines sur les rayonnages. Sur 20 000 points de vente de livres en France, seuls 300 possèdent un fonds dont une part importante des titres ont été publiés il y a plus d'un an. Pour faciliter la gestion des stocks et limiter les frais d'immobilisation, la tentation est grande de diminuer le volume et la diversité de l'offre avec, à terme, le risque d'une

<sup>11</sup> **DIDEROT, Denis.** *Lettre sur le commerce de la librairie.* Paris : Mille et une nuits, 2003. 142 p.

<sup>12</sup> **BRUILLON, Michel. DUCAS, Sylvie (sous la dir. de).** *Les professions du livre. Édition – Librairie – Bibliothèque.* Paris : Ellipses, 2006. 192 p.

standardisation de l'assortiment. Le rôle de conseil du libraire, de passeur, bien que fondamental, est en recul depuis 20 ans, et son fonds est menacé de disparition.

### 2.1.2. La labellisation

Contrairement au domaine musical où le mot «label» est employé couramment avec une très forte volonté de marquer l'appartenance au «hors-champ», dans la filière du livre, il ne s'emploie pas, excepté pour une part de la production de BD. Les choses vont peut-être évoluer avec la proposition faite par Antoine Gallimard dans son *Rapport de la Mission de réflexion sur la Librairie indépendante*<sup>13</sup> de septembre 2007, de créer un label «Librairie indépendante de référence» (LIR) suivant l'exemple des cinémas d'art et d'essai. Ce statut spécifique, doté d'une visibilité efficace et assorti de mesures de compensation, se veut un soutien aux libraires méritants dans un contexte économique difficile.

Pour pouvoir prétendre à ce label, la librairie doit satisfaire à plusieurs critères :

- elle doit appartenir à la catégorie des Petites et Moyennes Entreprises selon la norme européenne,
- son directeur, présent au capital, doit être indépendant en termes de décision, de signature et d'embauche,
- il n'est pas possible d'avoir recours à une centrale d'achats pour constituer l'assortiment,
- la part des ventes de livres doit atteindre 75 % du chiffre d'affaires global pour les librairies des grandes villes et 50 % pour celles situées dans les petites et moyennes villes,
- la majorité des ventes doit être réalisée au détail,
- le fonds (titres publiés depuis plus d'un an, éditions de poche comprises) doit constituer plus de la moitié de l'assortiment,
- le poids de la masse salariale doit représenter plus de 15 % du chiffre d'affaires.

La part des animations culturelles et la qualité des services rendus par le libraire seront également prises en compte, sans être discriminantes. Environ 800 librairies pourraient prétendre à ce label.

---

<sup>13</sup> **Centre national du livre. Études, rapports et chiffres.** *Rapport Gallimard sur la librairie indépendante* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <http://www.centrenationaldulivre.fr/?Rapport-Gallimard-sur-la-librairie>

Le comité chargé de décerner le label, renouvelable tous les trois ans, sera composé, pour un tiers, de personnalités du monde des lettres ou des médias, pour un deuxième tiers, d'administrateurs publics spécialistes de l'économie du livre et, pour le tiers restant, de professionnels de la chaîne du livre.

L'attribution de ce label entraîne trois mesures :

- une aide des éditeurs et du Centre national du livre (Cnl) à l'acquisition de certains ouvrages de fonds, sous forme de conditions commerciales supérieures aux remises habituellement consenties et de subventions allouées par le Cnl,
- une réduction des charges salariales,
- des exonérations ou allègements fiscaux (taxe professionnelle et taxe d'aide au commerce et à l'artisanat).

Les propositions d'Antoine Gallimard veulent s'inscrire dans le prolongement de la loi Lang en reconnaissant la dimension qualitative du travail des libraires et leur rôle social. Néanmoins, elles ne répondent qu'à une part des problèmes que rencontrent les libraires et ne proposent aucune solution pour améliorer les conditions commerciales auxquelles ils sont soumis.

## **2.2. Une situation économique inquiétante**

### **2.2.1. Des pratiques commerciales spécifiques**

Le rapport d'Antoine Gallimard fait suite au constat par les pouvoirs publics de la situation d'urgence dans laquelle se trouve la librairie après la publication en mars 2007 de l'étude sur *La situation économique de la librairie indépendante*<sup>14</sup>. En effet, les libraires doivent faire face à une dégradation de leur marge bénéficiaire. Alors qu'il y a une dizaine d'années, elle atteignait 2,5 % du chiffre d'affaires, la rentabilité moyenne d'une librairie ne représente plus aujourd'hui que 1,4% du chiffre d'affaires. Ces difficultés financières empêchent de rétribuer correctement les salariés, de les former et rendent complexe le maintien d'un fonds à rotation lente. De nombreux libraires ayant atteint l'âge de la retraite, souhaitent vendre leur commerce mais ne trouvent pas de repreneurs pour une activité si peu rentable. Il faut donc s'interroger sur les raisons de

---

<sup>14</sup> **Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture. Situation économique de la librairie indépendante** [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <[http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude\\_economique\\_librairies\\_30mars2007.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude_economique_librairies_30mars2007.pdf)>

ce manque de rentabilité, mise à part l'augmentation du coût des loyers en centre ville qui pèse sur les charges et vient aggraver la situation.

Le libraire, à l'inverse de tout autre détaillant, ne fixe pas sa marge commerciale, ni le prix des « produits » qu'il vend. En effet, la loi Lang de 1981 a instauré le prix unique du livre avec une fixation du tarif par l'éditeur. Quant à la remise du libraire, elle est déterminée par le diffuseur selon des principes définis par la loi Lang. Ainsi, la remise détaillant est composée d'une remise de base minimum, d'une remise qualitative et d'une remise quantitative. Pour ne pas favoriser outrageusement les plus grosses librairies, la remise qualitative doit être supérieure ou égale à la remise quantitative. La remise qualitative dépend de la manière dont la production de l'éditeur est défendue par le libraire : faible taux de retours, acceptation des offices, nombreuses animations... Les remises consenties aux détaillants s'échelonnent de 20 à 42 % du prix public hors taxes (PPHT) de l'ouvrage ; elles peuvent dépasser 50 % du PPHT pour les grossistes et les importateurs. En moyenne, la remise détaillant pour une librairie de premier niveau correspond à 38 % du PPHT. Chaque année ce pourcentage est négocié entre le détaillant et le diffuseur, de même que sont discutés régulièrement entre libraires et éditeurs d'autres aspects des coûts commerciaux et financiers tels que les frais de transport (à la charge du libraire), les modalités et les délais de paiement, ou encore les autorisations de retours.

Le travail des représentants consiste à promouvoir le catalogue des éditeurs diffusés auprès des détaillants afin de réaliser les meilleures mises en place. Les mises en place, ou mises en vente, se font de deux manières : les offices et les notés. L'office est un abonnement contractuel entre l'éditeur et le détaillant par lequel ce dernier s'engage à recevoir systématiquement les nouveautés de l'éditeur dans certaines conditions d'assortiment et de quantité. Les libraires concluent des contrats d'office avec les différents diffuseurs, via leur distributeur. L'office « personnalisé » permet aux libraires de modifier le nombre d'exemplaires souhaités pour certains ouvrages, afin d'adapter ces offices à l'image de la librairie et aux attentes de sa clientèle. Régulièrement, des libraires se plaignent d'« offices sauvages », c'est-à-dire d'envois de titres non prévus au contrat d'office, assimilables à de la vente forcée. Quelques libraires fonctionnent sans office mais fournissent alors un important travail de préparation de leur assortiment dans les grilles de nouveautés envoyées par les diffuseurs. Ce travail sur l'assortiment est primordial car le libraire ne pourra pas se faire rembourser ses invendus et la réglementation sur les soldes en librairies est contraignante. Les notés sont des pré-

commandes de nouveautés prises par le représentant en suivant les instructions du libraire. En contre-partie de ces mises en vente (offices et notés), le libraire a un droit de retour intégral trois mois après la réception des ouvrages et dans un délai d'un an. Les frais de port pour l'acheminement des retours sont encore une fois payés par le libraire, à moins qu'il puisse échanger ses colis de retours contre des colis d'office. Les réassorts, payés au comptant ou facturés à 30 ou 60 jours fin de mois, sont des commandes faites par le libraire qui estime qu'il doit avoir l'ouvrage en permanence dans ses rayons et qui le recommande dès sa vente. Quant aux « commandes clients », elles sont effectuées par le libraire à la demande d'un client particulier ou d'une collectivité dont il détient le marché (pour une bibliothèque par exemple).

### 2.2.2. Des problèmes de trésorerie

Les factures des offices et des notés reçues par le libraire doivent généralement être payées à 90 jours fin de mois. Le libraire dispose alors d'un trimestre pour vendre un livre arrivé en début de mois, ou de deux mois pour un livre reçu en fin de mois. Les libraires n'ont donc pas une moyenne de 90 jours pour vendre leurs livres, mais plutôt de 70 à 80 jours, ce qui suppose une rotation des stocks plus rapide. Ainsi, le libraire doit équilibrer son stock entre les livres de rang A (dont la rotation est de 6 à 12, c'est-à-dire 6 ventes annuelles minimum, ce qui concerne surtout les nouveautés), ceux de rang B (rotation de 3 à 5, essentiellement les livres de fonds qui se vendent régulièrement tout au long de l'année) et ceux de rang C (rotation de 0,5 à 3, autrement dit les livres de fonds à ventes irrégulières mais qui contribuent à l'image de la librairie).

Mais les libraires ne sont pas aidés dans la recherche de ce subtil équilibre par les distributeurs, au contraire, puisque certains ont tendance à ne pas respecter les dates de livraison des offices prévues au contrat et à les envoyer en fin de mois pour être payés plus vite. En outre, les libraires ne reçoivent le remboursement des retours que trois mois minimum après leur renvoi sous forme d'à-valoir sur la commande suivante. Avec les offices sauvages, les distributeurs économisent sur le stockage et se font de la trésorerie aux frais des libraires. Enfin, en cas de non-paiement d'un distributeur, le libraire ne peut plus lui commander de livres, à moins de payer au comptant. Les libraires sont nombreux à dénoncer la cavalerie financière qu'engendre l'office mais ils ne font pas le poids face à de grandes maisons d'édition et aux structures de diffusion/distribution qui imposent les règles du jeu. La perversité du système est qu'il incite à toujours produire davantage puisque la mise en place des nouveautés permet de

financer la production des suivantes et que la rémunération des distributeurs dépend des flux d'ouvrages. Les libraires ne peuvent plus suivre le rythme de parution des nouveautés et n'ont plus la place pour tout exposer à tel point que certains ouvrages sont retournés sans même être sortis des cartons. La durée de vie des ouvrages en librairies est maintenant réduite, en moyenne, à quatorze semaines alors qu'il y a vingt ans, elle était de six mois.

Le système économique qui régit la filière paraît relativement bloqué : tout repose sur le prix public hors taxes des livres. Or, c'est l'éditeur, seul, qui le fixe, entraînant des conséquences sur la rémunération des autres acteurs, notamment celle des libraires. Pour rétablir de l'équilibre dans les rapports de force économiques, une des solutions pour les libraires est de se regrouper afin de faire contre-poids aux éditeurs.

## 2.3. La reconfiguration du marché

### 2.3.1. Une diversité de points de vente du livre

Le nombre de librairies recensées sur le territoire varie fortement selon la source choisie. L'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) par exemple, avance le chiffre de 26 000 points de vente du livre tandis que *Livres Hebdo* n'en considère que quelques milliers, voire quelques centaines qui font vivre l'essentiel de l'édition.

Sur les 26 000 points de vente qui déclarent la vente de livres comme la seule ou l'une de leurs activités, 4 000 sont véritablement des « pôles livres » où l'on trouve un choix de titres importants, la possibilité d'effectuer des recherches bibliographiques et de commander des ouvrages à l'unité. Mais ces « pôles livres » regroupent une variété de structures : 1 200 librairies-papeteries-presse, 800 rayons livres dans des grandes surfaces, 600 librairies-papeteries (ces trois types de magasins proposant un choix de 1 000 à 5 000 titres), 1 200 librairies générales ayant une offre de 5 000 à 50 000 titres, 150 librairies spécialisées dont l'offre est de 2 000 à 20 000 titres et une cinquantaine de grandes surfaces spécialisées dans le livre avec une offre supérieure à 50 000 titres.

Les librairies sont segmentées par niveaux, deux ou trois selon les diffuseurs, mais il est impossible de chiffrer ces niveaux. Chaque diffuseur possède sa propre appréciation et sa typologie de librairies qui correspond à une organisation particulière de la vente. Le premier niveau est considéré comme le plus remarquable sur le double plan qualitatif (capacité à recevoir des représentants, à « lancer » un titre et présence du fonds) et



quantitatif (vente d'une part importante de la production). Il comprend environ un millier de librairies mais leur nombre varie selon les éditeurs ; le groupe Hachette par exemple n'en compte que 400. Selon François Rouet<sup>15</sup>, 250 librairies constituent le cœur du premier niveau de librairies en 2000, alors qu'en 1970, on décomptait 1 000 véritables librairies. Le deuxième niveau comprend de 4 000 à 12 000 points de vente selon les diffuseurs et regroupe les petits points de vente de proximité. Plus récemment est apparu chez certains diffuseurs, le terme de « troisième niveau » pour désigner les très petits points de vente et les points de vente occasionnels. En règle générale, les diffuseurs préfèrent s'occuper des librairies qui vendent le plus et n'envoient pas leurs représentants dans celles qui réalisent un chiffre d'affaires qu'ils jugent insuffisant, sans toujours tenir compte du bassin de clientèle ou du travail fourni par le libraire. Cette vision ne se justifie qu'à court terme car, sur la durée, elle bloque le développement des points de vente ce qui prouve, une fois encore, la position stratégique de la diffusion. De la même manière, un distributeur préférera livrer en priorité ses gros clients (les grandes surfaces par exemple) plutôt que les petites librairies qui devront attendre leurs commandes. Diffusion et distribution participent à la vie des librairies, comme à celle des structures éditoriales, ou peuvent empêcher leur essor.

### 2.3.2. Nouvelles concurrences et phénomène de concentration

Mais les librairies traditionnelles, associées aux maisons de la presse, ne représentent qu'un quart des ventes de livres en valeur<sup>16</sup>. Les grandes surfaces, spécialisées et non spécialisées, représentent chacune environ 20 %, tandis que la vente par correspondance et les clubs représentent 16 %. Quant aux ventes sur Internet, elles ne représentaient que 3 % en 2003 mais atteignent aujourd'hui 8 %. La tendance actuelle est une baisse de la part de la librairie traditionnelle au profit des grandes surfaces (spécialisées et non spécialisées) et d'Internet. La croissance de ce dernier canal est désormais rapide : le plafond escompté pour la vente en ligne pour l'ensemble du commerce de détail est de 18 %<sup>17</sup>. L'offre sur le web se structure et s'organise avec l'accroissement des services proposés, l'augmentation du nombre d'internautes, les progrès de l'accessibilité avec la

---

<sup>15</sup> **ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle.* Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

<sup>16</sup> Source : TNS-Sofres

<sup>17</sup> *Libre-Service Actualités* du 12 décembre 2002

généralisation du haut débit, l'installation de l'achat en ligne dans les habitudes de consommation.

À côté de ces nouvelles formes de concurrence, la concentration des librairies s'accélère comme le montre par exemple, le rachat par Bertelsmann en 2005 des librairies Privat puis du réseau Alsatia. Les chaînes de librairies se renforcent et des grandes librairies indépendantes ressemblent et agissent de plus en plus comme ces chaînes dans certaines grandes villes (Mollat à Bordeaux, Decitre à Lyon, Sauramps à Montpellier). Certes, la concentration peut être attrayante car elle est synonyme de professionnalisme mais elle comporte des risques d'uniformisation du marché et d'inversion du rapport de force entre l'aval et l'amont de la filière. En effet, si les milliers de librairies individuelles sont remplacées par quelques puissantes centrales d'achat, cela aboutira à un renversement des positions entre le producteur et le détaillant, en faveur de ce dernier. Cette situation existe aux Etats-Unis et conduit à des pratiques commerciales, les « coop practices » qui interrogent. Les vitrines et les présentoirs des librairies sont loués à la semaine par les éditeurs. Les grands groupes qui peuvent en payer le prix, obtiennent que quelques-uns de leurs titres soient en première page de catalogues ou soient mis en avant lors d'animations. La chaîne de librairies Barnes & Noble valorise en priorité les livres de sa production. En France, les éditeurs et les diffuseurs ont dû s'adapter à la centralisation des décisions et aux modalités de référencement dans les hypermarchés, les Fnac ou les grandes librairies traditionnelles. La grande distribution a réussi à imposer son modèle, redéfinissant les relations entre les éditeurs et les points de vente. Tous les diffuseurs importants ont une équipe dédiée aux hypermarchés avec des services spécifiques : opérations de promotion en exclusivité, proposition d'assortiments, conception de collections ou de marques correspondant aux caractéristiques de la grande distribution. Les hypermarchés sont fortement intéressés par le livre car la marge de 40 % en moyenne est supérieure à celle des produits frais par exemple, la possibilité de retours évite les invendus et la loi Lang interdit la concurrence sur le prix.

L'enjeu pour les éditeurs, toutes catégories confondues, est donc double : entretenir des relations stabilisées sur des bases quasi-partenariales (pour les plus grandes maisons) afin d'assurer la pérennité des grandes librairies, mais aussi assurer l'avenir de la petite et moyenne librairie dont les conditions de viabilité et de rentabilité sont précaires. La disparition de la librairie traditionnelle entraînera inexorablement une concentration

encore accrue de la vente du livre au détail ainsi qu'une insuffisance et une uniformisation de l'offre physique de livres.

Cependant, l'avenir de la librairie traditionnelle ne dépend pas uniquement de ses relations avec ses fournisseurs, il est aussi fonction des rapports qu'elle entretient avec ses clients, au premier rang desquels se trouvent les bibliothèques.

### **3. Les bibliothécaires et leurs impératifs administratifs et financiers**

#### **3.1. L'application du Code des marchés publics**

Les réformes successives du Code des marchés publics en 2001, 2004 et 2006 ont modifié les méthodes de travail des bibliothécaires, notamment pour ce qui concerne les achats de documents. La nouvelle réglementation du Code des marchés publics, qui ne reconnaît nullement la spécificité du livre, a des répercussions sur les relations que les bibliothécaires entretiennent avec les libraires et les éditeurs.

##### **3.1.1. Les procédures d'achat public**

Pour être en mesure d'appliquer correctement cette loi, il faut tout d'abord la comprendre et revenir aux principes fondamentaux qui la sous-tendent. Le Code des marchés publics veut garantir la liberté d'accès à la commande publique, la transparence de la procédure, l'égalité des candidats et l'efficacité et la bonne utilisation des deniers publics. L'État et l'ensemble des collectivités territoriales, et de leurs établissements, sont soumis au Code lorsqu'ils réalisent des achats, mais la procédure à suivre va dépendre du montant de ces derniers. Si les achats sont inférieurs à 210 000 € hors taxes pour les collectivités, à 135 000 € hors taxes pour l'État, pour une même catégorie d'achats sur une année, un marché à procédure adapté (MAPA) conviendra. Dans un MAPA, les modalités de publicité du marché et de mise en concurrence sont adaptées en fonction du montant et de l'objet du marché. Elles sont propres à chaque collectivité et sont consignées dans un guide de procédure. Si les montants des achats sont supérieurs à ces seuils, il faudra lancer un appel d'offres. Ces dispositifs entraînent un important formalisme, avec des délais à respecter entre chacune des étapes, qui implique une anticipation maximale. Il faut notamment trois à quatre mois pour monter un marché.

En outre, il faut être capable d'évaluer ses besoins à l'avance puisque la collectivité doit connaître l'étendue des besoins à satisfaire pour un même type de produits ou de services sur une année pour pouvoir déterminer la procédure à suivre. La première étape consiste donc à définir ses besoins de manière exhaustive, qualitativement d'abord, à partir d'une nomenclature d'achats (liste des achats par nature), mais aussi quantitativement, en collectant les besoins pour le produit concerné de l'ensemble des services de la collectivité. Ensuite, il s'agit de classer ce besoin général en différentes catégories plus spécifiques, appelées lots. L'allotissement permet à des entreprises différentes de répondre à une partie du marché selon leur spécialité.

Il convient alors de déterminer les critères à partir desquelles les offres vont être jugées. Ces « critères de choix des offres » sont à distinguer des « critères de sélection des candidatures » qui déterminent les conditions professionnelles, techniques et financières qu'un candidat doit remplir pour que son offre puisse ensuite être examinée. Dans la majorité des marchés, le critère du prix a son importance, même si le Code précise que ce n'est pas l'opérateur économique « le moins disant » qui doit être retenu, mais le « mieux disant ». Pour les marchés de livres, le prix n'est pas un critère déterminant à cause du prix unique du livre. Néanmoins, la loi Lang prévoit la possibilité pour le fournisseur de faire une remise supérieure à 5 % sur les ouvrages achetés par l'État et les collectivités territoriales pour leurs besoins propres, excluant la revente. Depuis la loi sur le droit de prêt de 2003, cette remise est limitée à 9 % pour les ouvrages non scolaires. Elle n'est cependant pas obligatoire, le soumissionnaire n'est donc pas obligé d'en proposer une. Il faut donc trouver des critères pertinents, justifiés, et non discriminatoires, un critère de localisation géographique par exemple n'étant pas autorisé. Les critères qualitatifs autour de la notion de service priment actuellement. Les « Recommandations aux libraires, aux bibliothécaires et à leurs collectivités »<sup>18</sup> constituent une aide à la détermination de ces critères de choix des offres qui feront l'objet, dans un deuxième temps, d'une pondération.

Une fois les besoins déterminés et les critères de choix retenus, il faut rédiger, avec l'aide du service des achats de la collectivité, les différents documents constitutifs du dossier de consultation des entreprises (DCE) : le règlement de la consultation (RC), le cahier des clauses administratives particulières (CCAP), le cahier des clauses techniques

---

<sup>18</sup> **Association des bibliothécaires de France. Dossiers en ligne : Loi sur le droit de prêt en bibliothèque. Recommandations aux libraires, aux bibliothécaires et à leurs collectivités** [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <<http://www.abf.asso.fr/IMG/doc/Recommandations.doc>>

particulières (CCTP) et l'acte d'engagement (AE) qui constitue le contrat effectif. La procédure est lancée avec la publication de l'annonce, et un délai est laissé aux entreprises pour pouvoir y répondre, selon des modalités strictes. Puis, une commission procède à l'ouverture des plis, à l'analyse des offres et à l'attribution du marché. Le marché est signé pour une durée d'un an, reconductible trois fois.

Les bibliothécaires et les libraires ont dû s'adapter au formalisme imposé par le Code des marchés publics.

### 3.1.2. Le renouvellement des relations entre professionnels du livre

Les bibliothécaires ont eu des réticences par rapport au Code des marchés publics car, d'une part, il les faisait entrer dans des procédures juridiques qu'ils ne maîtrisaient pas et qui leur donnaient un surcroît de travail et, d'autre part, il les empêchait de choisir leurs fournisseurs et de travailler avec les libraires locaux. Pour certains d'entre eux, l'enjeu était de poursuivre le partenariat de qualité avec les libraires et continuer à pouvoir soutenir la librairie indépendante. Pour y parvenir, ils se sont servis de l'allotissement et du choix des critères d'attribution comme des outils stratégiques. Ils ont ainsi cherché des critères de sélection des offres qui, tout en respectant la loi, permettraient de privilégier les libraires locaux. C'est le cas du choix sur place par exemple. Pour d'autres bibliothécaires, les marchés publics étaient l'occasion d'être plus exigeant avec les fournisseurs et de compenser la perte de remise par l'obtention de services complémentaires. Par ces deux attitudes, on a toutefois abouti à des dérives, à la multiplication d'appels d'offres comportant des critères de choix toujours plus exigeants. Ainsi, les bibliothécaires demandent la fourniture de notices bibliographiques, la proposition de grilles d'offres ou encore la participation à des animations. Le Code permet de demander ces prestations, à condition qu'elles soient rémunérées. L'accroissement de ces exigences, associé à la lourdeur administrative des marchés publics, conduit les petits libraires, soit à travailler à perte, soit à renoncer à répondre aux appels d'offres. D'autant que les libraires n'accèdent pas toujours facilement aux annonces et aux appels d'offres et que l'application différente du Code d'une collectivité à l'autre complexifie davantage encore les procédures. La limitation de la remise engendre une rentabilité plus importante qu'auparavant pour les grandes librairies et les grossistes qui en profitent pour trouver un nouveau positionnement en

proposant des services tels que des rencontres, des visites, payées par le fournisseur dans ses entrepôts, des formations.

Pourtant, le fait d'avoir des bibliothèques comme clients assure aux librairies indépendantes des volumes de commandes auprès des éditeurs, ce qui conditionne pour partie leur remise, et permet une meilleure rotation des stocks. Cela est aussi l'occasion d'élargir l'offre en rayons et de développer des fonds pointus, notamment lorsque des bibliothèques universitaires ou spécialisées sont clientes. En termes d'image, c'est également s'affirmer comme le partenaire d'une institution culturelle de la collectivité. Il est donc essentiel de revenir à des critères de choix significatifs, de recadrer la notion de service, de recentrer les relations autour du livre, du conseil et de la proximité. Les critères doivent davantage portés sur le fonds de la librairie, reflet de sa qualité, sur le professionnalisme de l'équipe de libraires qui garantit un échange fructueux entre professionnels du livre. Les bibliothécaires et les libraires doivent se saisir de cette opportunité pour apprendre à mieux se connaître, identifier leurs interlocuteurs et comprendre le fonctionnement de l'autre. Suite à une enquête réalisée dans la région Rhône-Alpes en 2003<sup>19</sup>, le constat a été établi qu'avec l'application du Code, le nombre de fournisseurs des bibliothèques avait baissé tandis que le positionnement des libraires de proximité comme fournisseurs s'était renforcé.

En revanche, en rendant quasiment impossible l'achat hors marché, le Code des marchés publics se révèle être un véritable frein au développement des relations entre éditeurs et bibliothécaires. Auparavant, les petits éditeurs se rendaient en bibliothèques pour présenter leur catalogue et vendre leurs titres. Dorénavant, les bibliothèques ne devant acheter que dans le cadre des marchés publics, les éditeurs renoncent à faire connaître directement leur production aux bibliothécaires qui ont de plus en plus de difficultés à se tenir informés sur les parutions des petites maisons. En renforçant le libraire dans sa position d'intermédiaire, le Code distend le lien direct entre bibliothécaire et éditeur.

### **3.2. La loi sur le droit de prêt ou le resserrement des budgets d'acquisitions**

Après des débats houleux entre bibliothécaires et éditeurs, au premier rang desquels Jérôme Lindon, fondateur des Éditions de Minuit qui avait milité pour le prix unique du

---

<sup>19</sup> Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation. **Librairie**. *Synthèse de l'étude sur les librairies* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <http://www.arald.org/pdf/librairie/analyse%20lib%20definitif.pdf>

livre et qui, cette fois, soutenait qu'un livre emprunté dans une bibliothèque était une vente perdue pour les libraires et un manque à gagner pour les auteurs et leurs éditeurs, la loi n° 2003-517 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs, a finalement été adoptée le 18 juin 2003.

### 3.2.1. Un subtil équilibre

Conformément à la directive européenne de novembre 1992, cette loi met en œuvre le droit des auteurs à une légitime rémunération au titre du prêt de leurs œuvres en bibliothèques. Elle vise à améliorer la situation financière des auteurs par la rémunération pour le prêt et la constitution d'une retraite complémentaire, et la situation économique des librairies par le plafonnement des remises aux collectivités. Elle se donne également pour objectif la rénovation du partenariat entre bibliothèques et librairies afin de soutenir la diffusion d'une offre diversifiée et d'enrichir la vie culturelle locale. Enfin, elle souhaite consolider l'action des bibliothèques et l'accès du public le plus large à la lecture publique en écartant le paiement du droit de prêt par l'utilisateur et en supprimant la possibilité d'interdiction des prêts par les auteurs.

L'État, par le biais d'une contribution forfaitaire, et les collectivités, par le biais d'une contribution proportionnelle aux achats, participent au financement. Ainsi, l'État paie annuellement 1,50 € par inscrit en bibliothèques publiques de prêt, associatives et privées, à l'exception des bibliothèques scolaires, et 1 € par inscrit en bibliothèques de l'enseignement supérieur. Un prélèvement de 6 % sur le prix public d'achat des ouvrages destinés aux bibliothèques de prêt est versé par les fournisseurs à la Société française des intérêts des auteurs de l'écrit (Sofia), organisme de gestion collective chargé de collecter ces sommes et de les redistribuer. Les auteurs et les éditeurs perçoivent une rémunération au titre du droit de prêt, calculée à partir des exemplaires de leurs œuvres achetés par les bibliothèques et répartie à parité entre les auteurs et les éditeurs. Une part des ressources sert à financer un régime de retraite complémentaire pour les écrivains et les traducteurs qui vivent essentiellement de leur plume. La dernière mesure est le plafonnement à 9 % des rabais accordés aux collectivités par leurs fournisseurs de livres non scolaires.

Fondée sur un principe de solidarité entre les acteurs de la chaîne du livre, la loi sur le droit de prêt entraîne des répercussions financières pour chacun d'entre eux.

### 3.2.2. Les conséquences du plafonnement de la remise

Les bibliothécaires ont dû présenter et expliquer la loi relative au droit de prêt au sein de leurs collectivités, aussi bien aux services administratifs qu'aux élus, afin notamment d'obtenir une augmentation de leurs budgets pour compenser la baisse de la remise. De manière générale, on constate que les budgets des bibliothèques sont de plus en plus contraints du fait, certes du plafonnement du rabais auprès des fournisseurs, mais aussi du fait de l'augmentation du prix des ouvrages (entre 2003 et 2004 par exemple, le prix des livres a augmenté d'un euro), des abonnements et surtout de la documentation électronique. Grâce à l'enquête réalisée en 2005 dans la région Rhône-Alpes<sup>20</sup>, il est possible d'évaluer l'impact de l'application de la loi sur le droit de prêt, et plus particulièrement du plafonnement de la remise, sur les achats dans les bibliothèques de cette région. Malgré une augmentation de leur budget d'acquisitions de livres de 7,7 % en moyenne (8,7 % pour les bibliothèques municipales et 5,7 % pour les bibliothèques départementales de prêt) entre 2003 et 2004, le volume de livres acquis a diminué globalement de 0,65 % (de 5,3 % en BDP, contre une hausse de 2,4 % en BM). Ces augmentations budgétaires, déjà insuffisantes pour compenser la baisse de la remise, se sont en outre ralenties en 2005. La perte de pouvoir d'achat liée au plafonnement des rabais est évaluée de 8,61 % à 16 %<sup>21</sup> selon la taille des collectivités.

Pour aider les bibliothèques territoriales à maintenir leur volume d'achats de livres en dépit du plafonnement des rabais, un dispositif d'aide exceptionnelle a été mis en place par le Centre national du livre (Cnl) pendant deux ans. Instauré en 2004, ce plan d'accompagnement des rabais consistait à verser en deux fois une aide financière aux bibliothèques qui consentaient à une augmentation de leur budget d'acquisitions d'au minimum 7 % sur deux ans. Le montant de la subvention était proportionnel à l'augmentation votée par la collectivité et venait s'ajouter au budget de la bibliothèque pour acquérir des ouvrages de qualité. Seules les bibliothèques remplissant les critères habituels du Cnl pour accorder ses aides, c'est-à-dire personnel qualifié, horaires d'ouverture, budget d'acquisitions pour les imprimés d'au moins 2 € par habitant pour les BM (0,50 € pour les BDP), étaient éligibles. En 2004, plus de 20 % des bibliothèques recensées ont déposé un dossier, soit 673 demandes, augmentant des ¾ le nombre total

---

<sup>20</sup> **MORICE, Frédérique.** Les conséquences des réglementations, loi sur le droit de prêt et Code des marchés publics, pour les bibliothèques de lecture publique de la région Rhône-Alpes. 2005. Mémoire d'étude, Diplôme de conservateur de bibliothèque, Enssib (Villeurbanne).

<sup>21</sup> Source : Centre national du livre



de dossiers déposés auprès du Cnl, et 19 % des bibliothèques recensées ont obtenu une subvention. Pour cette même année, les aides du Cnl aux bibliothèques ont augmenté de 30 %. Au total, par le biais de ce dispositif, le Cnl a distribué environ 2 500 000 €.

Les aides du Cnl n'ont cependant pas suffi à enrayer la diminution des budgets et étaient limitées dans le temps ; les bibliothécaires ont donc dû procéder à de nouvelles redistributions des budgets en interne. Ces contraintes financières, associées à l'application du Code des marchés publics, ont également abouti à une plus grande formalisation des politiques documentaires des bibliothèques.

Quant aux libraires, ils connaissent globalement une hausse de leur marge (estimée à 0,2 % en moyenne pondérée) et, ne devant plus faire face aux sur-enchères des grossistes sur les remises, parviennent à emporter davantage de marchés publics. Toutefois, ils regrettent que, trop souvent, les responsables des collectivités considèrent la remise de 9 % comme la remise standard, voire obligatoire, et oublient que les libraires reversent 6 % du montant total hors taxes de leurs ventes aux établissements de prêt. Ils se plaignent aussi de la charge de travail supplémentaire, et complexe s'ils ne sont pas informatisés, que représente la collecte de cette taxe, d'autant plus que ce travail est invisible pour les autres professionnels du livre. Enfin, ils se posent des questions sur le réel bénéfice qu'en retirent les auteurs car ces derniers restent nombreux à ignorer l'existence de cette redevance.

La loi relative au droit de prêt et le Code des marchés publics encadrent fortement les relations entre libraires et bibliothécaires, il est par conséquent impératif pour ces deux professions de travailler ensemble pour tirer le meilleur parti de ces dispositifs réglementaires et concourir ainsi à la défense du livre.

### **3.3. Le rôle des bibliothèques dans la chaîne du livre**

#### **3.3.1. Un soutien à la création**

Étant donné la forte augmentation des prêts en bibliothèques (210 millions en 2005) face à la stagnation des ventes de livres (411 millions), la revendication d'un « prêt payant » s'est faite de plus en plus forte. Le principal argument avancé par les défenseurs du droit de prêt consistait à affirmer que les bibliothèques faisaient une concurrence déloyale aux librairies en mettant à disposition du public, gratuitement ou pour une somme dérisoire, des milliers de livres. De plus, le prêt d'un ouvrage empêchait son achat en multiples exemplaires ce qui privait l'auteur et l'éditeur de rémunération. Les enquêtes sur les

pratiques culturelles des Français ont cependant démontré que ce raisonnement était erroné. En effet, elles ont mis en évidence la pratique cumulative des lecteurs qui sont souvent les mêmes à acheter des ouvrages en librairies et à en emprunter en bibliothèques. Ainsi, Baptiste-Marrey<sup>22</sup> lie complètement la situation du commerce du livre et celle des bibliothèques sur un territoire donné : « La prétendue concurrence déloyale entre bibliothèques et librairies ne joue pas comme on s’y attend : c’est dans les villes ou les quartiers bien équipés en bibliothèques que les librairies se maintiennent le mieux. ». Pour lui, les rapports entre bibliothèques et librairies doivent s’envisager en termes de complémentarité, les bibliothèques permettant l’accès aux livres et à la lecture à une large part de la population française, particulièrement en milieu rural. Les bibliothèques participent à l’apprentissage de la lecture, à l’action culturelle, à la démocratisation. D’où l’importance pour ces deux réseaux de travailler en collaboration pour concevoir une véritable politique du livre, pour défendre la création et la qualité et pour résister à la médiatisation, même si cette évidence reste insuffisamment mise en œuvre. La bibliothécaire Danièle Taesch<sup>23</sup> va jusqu’à lier le destin de ces deux métiers : « Loin de les opposer, je pense qu’il faut les unir et que librairies et bibliothèques doivent mener le même combat : celui de la survie de la création littéraire sans laquelle après les libraires, les bibliothèques seront condamnées à mourir à leur tour ».

La défense de la diversité culturelle fait partie des missions des bibliothèques rappelées dans le *Manifeste de l’Unesco sur la bibliothèque publique*<sup>24</sup> adopté en novembre 1994 : « développer le dialogue interculturel et favoriser la diversité culturelle ». Pour Baptiste-Marrey<sup>25</sup>, il s’agit d’une évidence : « les bibliothèques devraient avoir maintenant pour mission – service public oblige et puisque le marché la néglige – de soutenir la création littéraire dans ses formes les plus audacieuses ». La spécificité du bibliothécaire réside dans l’attention qu’il porte au choix des titres proposés, comme le fait le libraire en constituant son assortiment. Le bibliothécaire doit veiller à attribuer une place aux ouvrages à faible diffusion, aux livres spécialisés, à la petite édition. D’ailleurs, de manière générale, les éditeurs indépendants considèrent que les bibliothèques sont attentives à leur travail. Cet intérêt particulier pour la production éditoriale de qualité

---

<sup>22</sup> BAPTISTE-MARREY. *Éloge des bibliothèques*. Paris : CFD/Hélikon, 2000. 238 p.

<sup>23</sup> BAPTISTE-MARREY. *Éloge de la librairie avant qu’elle ne meure*. Cognac : Le temps qu’il fait, 1988. 129 p.

<sup>24</sup> United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Manifeste de l’Unesco sur la bibliothèque publique* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : [http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman\\_fr.html](http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html)

<sup>25</sup> BAPTISTE-MARREY. *Éloge des bibliothèques*. Paris : CFD/Hélikon, 2000. 238 p.

renforce la position du bibliothécaire au sein de la chaîne du livre. Il faut pourtant reconnaître que les autres professionnels du livre reprochent souvent aux bibliothécaires de ne pas prendre suffisamment de risques alors que les bibliothèques ont un positionnement hors marché. Le fait d'avoir une mission de service public à remplir ne met cependant pas à l'abri les bibliothèques des contingences économiques. Ainsi, la diminution de leurs budgets d'acquisitions les oblige à sélectionner davantage tandis que la question toujours plus pressante de la rentabilité des établissements peut les inciter à se tourner vers des publications grand public afin d'attirer le plus grand nombre. Dans ce contexte, le soutien à l'édition et à la librairie indépendantes relève donc d'une démarche particulièrement volontariste de la part des bibliothécaires.

### 3.3.2. Leur poids économique

Avec la loi sur le droit de prêt, fondée sur un mélange subtil de régulation et d'équilibre, les bibliothèques publiques deviennent des acteurs légitimes de l'économie du livre. Le rôle des bibliothèques par rapport aux libraires ayant été abordé précédemment, il convient maintenant d'analyser le poids des bibliothèques sur le marché de l'édition.

Les 8,4 millions de volumes acquis par les bibliothèques ne représentent que 2 % des exemplaires vendus et 6,5 % du chiffre d'affaires du secteur. En 2004, les crédits d'acquisitions des 2 700 bibliothèques municipales s'élevaient à 64,1 millions d'euros et ceux des bibliothèques départementales de prêt à 32,6 millions d'euros<sup>26</sup>. Il faut bien sûr ajouter les 87 millions d'euros<sup>27</sup> d'achats des bibliothèques universitaires dont dépendent des pans entiers de l'édition, en sciences humaines notamment. Les prescriptions des enseignants étant de moins en moins nombreuses, les éditeurs se plaignent de la dépendance qui existerait entre celles-ci et les politiques d'acquisitions des bibliothécaires universitaires. Ils voient dans ce lien une des raisons de la chute de leurs ventes.

Néanmoins, une part non négligeable des livres de recherche ou de création à petit tirage est écoulee en bibliothèques. Il serait par conséquent utile de faire connaître aux éditeurs la part de la petite édition dans les achats des bibliothèques. Aujourd'hui, les fonds complets d'édition ne sont pas en librairies mais en bibliothèques. Il est évident que ces dernières n'achètent pas uniquement des ouvrages « difficiles » et que leurs acquisitions

---

<sup>26</sup> **ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle*. Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

<sup>27</sup> Source : Enquête statistique générale des bibliothèques universitaires

sont très variées. Elles acquièrent des livres d’auteurs connus ou rencontrant le succès et demandés par les usagers, mais aussi et surtout, des ouvrages à faible audience, non pré-vendus, non médiatisés, ou chers. En soutenant ce type de documents, elles jouent un rôle moteur et ont un effet de levier pour certains romanciers comme pour l’ensemble de la production innovante, particulièrement en littérature jeunesse. La tradition d’animation pour les enfants autour de la littérature jeunesse en bibliothèques publiques profite aux éditeurs et à leurs ventes. Avant l’application du Code des marchés publics, certains éditeurs envoyaient des diffuseurs spécialisés présenter leur production aux bibliothécaires. Pour Jean-Yves Reuzeau<sup>28</sup>, directeur littéraire des éditions le Castor astral, « le travail de ces diffuseurs spécialisés était très complémentaire du travail effectué par les libraires. Cela suffisait parfois pour que certains livres difficiles parviennent au point mort ». Peu d’éditeurs font maintenant un travail d’information spécifique à destination des bibliothèques alors qu’elles sont un relais vers le public mais aussi vers les libraires. Ces derniers reconnaissent en effet élargir considérablement leurs fonds grâce aux demandes des bibliothèques de titres publiés par des petites maisons.

Enfin, notons que les acquisitions ne sont pas le seul moyen pour les bibliothèques de soutenir la diversité culturelle. Le travail d’animation effectué autour de la création littéraire, d’ouvrages de qualité, est également de première importance. Le fait d’appartenir à des réseaux qui défendent l’édition indépendante, l’exigence culturelle, la « bibliodiversité » est aussi une forme d’engagement pour les bibliothécaires qui va au-delà d’un soutien économique à la filière.

Travailler ensemble de manière efficace exige comme préalable de connaître les spécificités, les contraintes et les objectifs de ses partenaires. Les professionnels du livre qui ne souhaitent pas limiter leurs rapports aux autres acteurs de la filière à de simples relations économiques doivent prendre conscience de cette nécessité. C’est à cette seule condition qu’une véritable coopération supposant le partage de valeurs communes, pourra être envisagée.

---

<sup>28</sup> **LEGENBRE, Bertrand. ABENSOUR, Corinne.** *Regards sur l’édition. I Les petits éditeurs. Situations et perspectives.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007. 167 p.

## **Partie 2 : Les modalités de la coopération**

### **1. Les institutions, des acteurs de l'interprofession**

#### **1.1. Un acteur traditionnel : l'État**

Pour l'année 2007, l'ensemble des aides de l'État au livre s'élève à 1369 millions d'euros et a fait l'objet d'un rapport, suite à l'audit de modernisation sur la chaîne du livre<sup>29</sup> commandé par le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie et par le ministère de la Culture et de la Communication. Les modalités d'intervention de l'État sont appelées à évoluer prochainement puisque sont proposés une reconfiguration de la Direction du livre et de la lecture (DLL) et le remplacement du Centre national du livre (Cnl) par l'Agence nationale du livre.

##### **1.1.1. Une action centralisée : le Centre national du livre**

Le Cnl, établissement public administratif présidé par le directeur du livre et de la lecture au ministère de la Culture et de la Communication, a vocation à gérer un dispositif d'aides pour soutenir l'ensemble de la chaîne du livre (auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires, promoteurs du livre et de la lecture), et notamment la création et la diffusion des œuvres les plus exigeantes sur le plan littéraire. Par l'attribution de prêts et de subventions, après avis de commissions spécialisées composées de professionnels du livre, le Cnl répond à un objectif culturel (soutien à la création) et économique (soutien à la prise de risque). Ses ressources principales sont issues de deux taxes : la redevance de 3 % sur la vente du matériel de reprographie et celle de 0,20 % sur le chiffre d'affaires de l'édition dont sont exonérés les éditeurs ayant un chiffre d'affaires inférieur à 76 000 €. En 2006, les interventions du Cnl se sont élevées à 19,6 millions d'euros. Le Cnl se veut également être un lieu de rencontres et d'actions

---

<sup>29</sup> **Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie.** *Forum de la performance – audits de modernisation* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : [http://www.audits.performance-publique.gouv.fr/performance/audit\\_ci.php?idref=118](http://www.audits.performance-publique.gouv.fr/performance/audit_ci.php?idref=118)

interprofessionnelles où auteurs, traducteurs, éditeurs, libraires et bibliothécaires sont étroitement associés aux activités mises en œuvre. Une réforme du Cnl visant à une répartition plus rigoureuse des rôles entre le Cnl et les Directions régionales des affaires culturelles (Drac), surtout pour l'aide aux manifestations littéraires, a été révélée au mois de décembre 2007. Ces nouvelles orientations peuvent se résumer ainsi : démocratiser la qualité en aidant moins pour aider mieux, autrement dit favoriser les projets d'excellence.

### 1.1.2. Une action déconcentrée : les Directions régionales des affaires culturelles

La Direction du livre et de la lecture (DLL), par l'intermédiaire des structures déconcentrées que sont les Drac au sein desquelles se trouvent les conseillers pour le livre et la lecture, assure un rôle d'évaluation et de réglementation de la filière et apporte également son soutien à l'économie du livre. À partir de l'exemple de la Drac Rhône-Alpes, il est possible de prendre la mesure des interventions entreprises et des moyens déployés, sans toutefois les aborder de manière exhaustive. Il faut en outre noter que les Drac n'opèrent pas de manière uniforme sur l'ensemble du territoire mais qu'elles s'adaptent au contexte local. Ainsi, la Drac Rhône-Alpes distribue des bourses d'écriture et des bourses d'encouragement aux auteurs, ainsi que des bourses de traduction. Elle subventionne également des manifestations littéraires sélectionnées selon des critères qualitatifs. Les manifestations doivent notamment se conformer à la *Charte des missions de service public des manifestations de promotion du livre et de la lecture en Rhône-Alpes*<sup>30</sup> qui insiste, entre autres, sur la nécessité de rémunérer les auteurs invités. Certaines manifestations sont conventionnées, ce qui leur assure une pérennité et constitue une marque de reconnaissance du travail accompli. Une aide au développement des maisons d'édition professionnelles et de qualité qui ont plus d'un an d'existence et dont les résultats financiers attestent de leur viabilité, peut être accordée par la Drac. Du côté des librairies, la Drac soutient leur activité en leur accordant des aides à l'animation et à l'informatisation qui encourage la professionnalisation. Malgré ces subventions, 28 % des librairies de Rhône-Alpes ne sont pas encore informatisées. Une nouvelle aide à la création, la reprise, l'agrandissement et la rénovation, apparaît en

---

<sup>30</sup> **Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation. Manifestations.** *Charte des missions de service public des manifestations de promotion du livre et de la lecture en Rhône-Alpes* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <<http://www.arald.org/charte.php>>

2008 en partenariat avec la Région. Dans le secteur des bibliothèques, outre l'aide à la construction et à la modernisation des bibliothèques publiques, l'action de la Drac est surtout tournée vers le patrimoine écrit, du fait du Plan d'action pour le patrimoine écrit (PAPE) initié en 2003 par la DLL. La Drac finance des projets de coopération d'envergure comme par exemple, le site *Mémoire & actualité en Rhône-Alpes*<sup>31</sup> qui propose notamment un catalogue collectif des fonds locaux et la consultation de la presse locale ancienne numérisée, le Plan de conservation partagée des périodiques ou encore l'Inventaire régional des fonds patrimoniaux. Pour mener à bien une grande part de ses actions, la Drac passe par l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation (Arald) qu'elle finance à hauteur de 30 %, les 70 % restant étant apportés par la Région.

## 1.2. De nouveaux acteurs : les régions

### 1.2.1. Un soutien économique à la chaîne du livre

Bien que la loi ne les y oblige pas, les régions sont de plus en plus nombreuses à s'emparer de la compétence culturelle du fait, sans doute, de ce que la culture peut apporter en termes d'image et d'identité. De grandes concertations avec les acteurs culturels ont eu lieu dans différentes régions, et notamment en Rhône-Alpes. À partir de 2004, chaque secteur a été étudié l'un après l'autre : tout d'abord le cinéma et l'audiovisuel, puis le spectacle vivant, ensuite les arts plastiques, le patrimoine et enfin le livre et la lecture en 2007. Au terme de ces « Rencontres pour le livre et la lecture en Rhône-Alpes », la Région a décidé d'une nouvelle politique pour le livre, en renforçant les actions menées jusqu'à présent pour mieux répondre aux besoins du secteur du livre et aux attentes des professionnels, et contribuer à prendre en compte les évolutions technologiques, économiques et sociétales liées aux nouvelles pratiques culturelles. Cet ensemble de mesures voté par le conseil régional de Rhône-Alpes au début de l'année 2008, a pour principaux objectifs d'améliorer la condition précaire des auteurs, d'apporter des réponses aux difficultés rencontrées par les entreprises indépendantes et d'encourager l'élargissement des publics. Il s'attache en outre à soutenir l'innovation et à favoriser la transversalité, domaines dans lesquels l'intervention régionale trouve pleinement sa légitimité. La Région pose comme condition majeure au succès de toute

---

<sup>31</sup> **Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation.** *Mémoire & actualité en Rhône-Alpes* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <http://memoire.arald.org/>

nouvelle politique du livre de préserver, voire de renforcer, en concertation avec l'interprofession, la cohésion de la chaîne du livre en Rhône-Alpes.

Le concours de la région Rhône-Alpes vise à encourager la création littéraire, sa diffusion et sa valorisation. Dans la continuité de son engagement, elle soutient prioritairement l'économie du livre, ce qui suppose un investissement budgétaire conséquent. Ainsi, en 2008, l'aide à l'édition augmente de plus de 25 % et comprend des aides au catalogue papier, à la publication d'ouvrages, de revues, aux réimpressions d'ouvrages de fonds et à la participation à des salons professionnels. Pour la première fois en 2008, la région Rhône-Alpes distribue aux auteurs des bourses d'aide à l'écriture et alloue des aides pour les résidences d'écrivains. Elle accorde des subventions à la librairie, environ à part égale avec la Drac, et innove en créant une aide au développement de fonds durables et spécifiques. D'autres actions, moins directement liées à l'économie du secteur, sont également prévues comme la mise en place d'un observatoire de l'emploi dans le secteur du livre, la création d'un pôle de conseil et d'expertise dans les domaines du droit et de la gestion en faveur des professionnels, le soutien aux démarches collectives permettant aux entreprises de faire face aux mutations du secteur, ou encore l'encouragement des démarches de promotion du livre en direction du jeune public et des publics les plus éloignés de la culture.

### 1.2.2. État/régions : complémentarité ou concurrence ?

Cette nouvelle politique témoigne de l'implication grandissante de la région Rhône-Alpes dans le domaine du livre et de la lecture mais pose la question de sa cohérence avec les actions menées par l'État. Il est indispensable que ces interventions ne recherchent pas la sur-enchère et ne s'inscrivent pas dans une relation de concurrence, mais répondent au contraire à un objectif de complémentarité. Le partenariat entre la région Rhône-Alpes et la Drac Rhône-Alpes, né il y a 25 ans, se renforce et se traduit par le cofinancement de l'Arald, par une nouvelle politique concertée pour les bourses de création littéraire, par des politiques de soutien à l'édition complémentaires (la Drac aidant sur l'investissement, la Région sur le fonctionnement), par une politique conjointe accrue pour l'aide à la librairie et par une politique contractuelle pour les achats en patrimoine écrit, par le biais du Fonds régional d'acquisitions des bibliothèques (FRAB). Guy Saez dans l'introduction de l'ouvrage de Pierre Moulinier<sup>32</sup>,

---

<sup>32</sup> **MOULINIER, Pierre.** *Politique culturelle et décentralisation.* Paris : L'Harmattan, 2002. 336 p.



rappelle l'importance de la coopération comme garante de la cohérence des politiques publiques : « En termes de régulation de la politique culturelle, c'est sur la notion de coopération qu'il faut désormais porter l'attention [...]. Fonction centrale ou déconcentrée, la coopération permet de définir les règles du jeu acceptées par tous, elle établit les rapprochements nécessaires entre les initiatives des uns et des autres, elle évite une certaine dispersion à la multitude de projets que lancent les collectivités tout en respectant la diversité des choix artistiques ».

Mais la multiplicité des dispositifs mis en œuvre entraîne un risque de perte de visibilité. L'autre danger, à l'heure où l'État se désengage de la culture, est qu'il soit conforté dans cette attitude par la position des régions qui le suppléent. À terme, l'État versera-t-il encore des bourses aux auteurs ? En outre, le champ d'action de la région ne recouvre pas complètement celui de l'État ; les bibliothèques par exemple y sont relativement exclues, le patrimoine écrit également. Les régions ne feront-elles pas le choix de valoriser les productions régionalistes, l'édition jeunesse ou la bande dessinée, secteurs plus porteurs, plus visibles médiatiquement, au détriment de la littérature ? À n'en pas douter, ces évolutions vont influencer sur les missions de l'Arald et, plus généralement, sur les missions des Structures régionales pour le livre (SRL).

### **1.3. Les structures régionales pour le livre au carrefour de l'interprofession**

#### **1.3.1. Des associations institutionnelles ?**

Les Structures régionales pour le livre (SRL) sont nées dans la première moitié des années 1980 avec la décentralisation. À cette époque furent mises en place les premières agences régionales de coopération entre bibliothèques, soutenues par la Direction du livre et de la lecture, ainsi que les premiers centres ou offices régionaux du livre créés à l'initiative principale des conseils régionaux, pour soutenir l'économie du livre et la vie littéraire. L'apparition simultanée sur un même territoire de deux structures associatives, l'une relevant de l'État, l'autre de la région, a provoqué des tensions. Mais à partir de la fin des années 80, les missions de coopération entre bibliothèques et celles relatives à l'interprofession du livre ont été le plus souvent confiées à un seul organisme. Dans certaines régions, les deux structures préexistantes ont été fusionnées, marquant la volonté conjointe de l'État et de la région de travailler ensemble (ce fut le cas notamment en Rhône-Alpes avec la naissance de l'Arald en 1993).

La majorité des SRL ont un statut associatif même si certaines d'entre elles, comme dans le Centre ou en Bretagne, ont récemment adopté le statut d'Établissement public de coopération culturelle (EPCC) qui permet d'associer au sein d'un même établissement public des collectivités territoriales et l'État pour la gestion d'une activité culturelle. Leur financement provient pour l'essentiel de l'État et des régions, dans des proportions variables. La part des régions est majoritaire pour les SRL qui ont les budgets les plus élevés et/ou celles qui furent créées à l'initiative des conseils régionaux, alors que le financement par l'État reste prépondérant dans les structures qui ont les budgets les plus faibles, ou celles de création récente. Les SRL programment leurs actions en direction de l'ensemble des partenaires publics et privés du livre mais la disparité de leurs objectifs et de leurs moyens entraîne des fonctionnements différents d'une région à l'autre. En outre, elles adaptent leurs interventions aux besoins du territoire sur lequel elles travaillent. Néanmoins, de manière générale, elles coordonnent des actions dans le domaine du patrimoine écrit, développent leurs activités de soutien à l'économie du livre et de promotion de la vie littéraire, et assument un rôle primordial dans le domaine de l'information auprès de l'ensemble de leurs partenaires, et dans celui de la formation continue. Elles sont de plus en plus des espaces de dialogue et des relais à l'interprofession du livre. L'implication des professionnels dans les SRL est forte puisqu'ils sont membres de leur conseil d'administration et qu'ils composent les différentes commissions de réflexion et d'expertise sur lesquelles s'appuient les SRL pour agir.

Les SRL sont réunies au sein de la Fédération interrégionale du livre et de la lecture (Fill) qui réalise une enquête biennale sur l'évolution de leur fonctionnement et de leurs activités. Lieu d'échanges et de coordination, la Fill propose et conduit des actions communes dans un souci de cohérence et d'équilibre entre les territoires. La question de la mutualisation entre les SRL est délicate du fait de leur grande disparité ; les structures, selon leur taille, n'y voyant pas le même intérêt. Les plus petites recherchent davantage une mise en commun de moyens tandis que les plus grandes sont plutôt intéressées par la visibilité et la représentativité de la Fill. Il peut être judicieux en effet de se regrouper, pour peser dans des négociations par exemple, ou pour être reconnu à l'échelon national.

L'analyse de l'activité de l'Arald, l'agence la plus importante avec celle d'Aquitaine, et l'une des premières à avoir fait le choix de la dynamique interprofessionnelle, permet de mieux appréhender l'apport des SRL à la chaîne du livre.

### 1.3.2. L'exemple de l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation

L'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation a l'avantage de pouvoir compter sur deux atouts incontestables : la concertation qui existe entre la Drac Rhône-Alpes et la Région ainsi que l'engagement des professionnels de la filière. Forte de ces appuis, l'Arald a développé le professionnalisme des acteurs et renforcé la cohérence de la chaîne du livre.

#### 1.3.2.1. *Les chartes, outils de professionnalisation*

L'Arald est à l'initiative de la rédaction de plusieurs chartes qui favorisent le respect entre les différents intervenants du secteur et visent à l'équilibre de ce dernier.

En amont de la filière, les éditeurs de Rhône-Alpes ont participé à l'élaboration d'une charte<sup>33</sup> comprenant dix engagements, dans le but de valoriser leurs choix, leurs prises de risque, leur contribution à la vie culturelle, intellectuelle, artistique et sociale, de renforcer leur cohésion, et de faciliter leur reconnaissance en tant que professionnels de l'édition par le public et par leurs partenaires. Face à la diversité des structures, ce document se veut être une référence pour quantifier et qualifier la profession d'éditeur. Elle insiste sur les notions de politique éditoriale, de catalogue, sur les relations avec les auteurs et notamment sur leur rémunération, ainsi que sur la commercialisation professionnelle et sur la promotion des ouvrages. Le dernier article porte sur l'interprofession, plus particulièrement sur le respect de la déontologie dans les rapports aux autres professionnels du livre. Cette charte qui pose un cadre, des repères communs, des critères de qualité et d'exigence, a été reprise au niveau national.

En ce qui concerne la commercialisation des livres, le contrat de plan État-Région de 2000-2006 prévoyait une campagne de promotion de la librairie indépendante, intitulée « Parce qu'un livre n'est pas un produit comme les autres ». Le choix de communiquer sur le prix unique du livre et de mettre l'accent sur l'interprofession a été retenu. Suivant l'exemple de la charte des éditeurs, une charte de qualité des librairies en Rhône-Alpes<sup>34</sup> a été rédigée puis largement diffusée, en priorité aux médiateurs que sont les bibliothécaires et les enseignants. Ce document composé de sept articles, rappelle les qualités professionnelles du libraire, sa capacité à proposer un assortiment, son rôle de conseil, de découvreur, sa formation, ses propositions d'animations. Comme pour les

---

<sup>33</sup> Voir annexe 1 : Charte des éditeurs de la région Rhône-Alpes

<sup>34</sup> Voir annexe 2 : Charte des librairies en Rhône-Alpes

éditeurs, le dernier article souligne la nécessité du dialogue entre les professionnels du livre pour une meilleure promotion de la lecture.

Autres lieux de promotion du livre, les salons et fêtes littéraires font eux aussi l'objet d'une charte. Suite à l'enquête réalisée en Rhône-Alpes sur les manifestations littéraires, il est apparu que celles-ci étaient souvent sous-administrées, peu professionnalisées, qu'elles faisaient appel à de nombreux bénévoles, à du personnel mis à disposition par d'autres structures, et que les auteurs n'étaient que rarement rémunérés pour leur participation. L'Arald a mis en place un groupe de travail réunissant des présidents de manifestations (représentants d'associations, éditeurs, libraires, bibliothécaires...) et des auteurs pour réfléchir aux moyens de remédier à ces dysfonctionnements et à la rédaction d'une *Charte des missions de service public des manifestations de promotion du livre et de la lecture en Rhône-Alpes*<sup>35</sup>. Cette charte a été élaborée en vue de constituer un document de référence présentant des orientations et des objectifs à atteindre, sur lequel, en outre, l'État et la Région peuvent fonder leurs interventions. La programmation culturelle et la présence d'écrivains rémunérés sont replacées au centre des manifestations qui doivent être des lieux de rencontres pour les différents acteurs du livre dont les compétences sont complémentaires. Les organisateurs doivent également porter une attention particulière au travail de qualité effectué par les professionnels de la région. S'inscrivant dans une mission de service public, ils doivent garder à l'esprit la notion de territoire et encourager des actions de lutte contre l'illettrisme et les exclusions culturelles. Contrairement à la charte des éditeurs, celle des manifestations littéraires ne peut s'étendre à l'ensemble du territoire car les situations sont très contrastées selon les régions. Les salons et fêtes du livre se multiplient et attirent un public autre que celui qui se rend en librairies ou dans les bibliothèques, mais ne font pourtant l'objet d'aucune analyse au niveau national. La Fill envisage la réalisation d'une étude sur les publics de ces manifestations à laquelle l'Arald souhaite collaborer activement. En effet, un autre volet d'intervention de l'Arald consiste à observer et à enquêter sur le secteur du livre pour informer les professionnels et les institutions et rechercher des axes d'amélioration.

### 1.3.2.2. Encourager les relations interprofessionnelles

---

<sup>35</sup> **Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation. Manifestations.** *Charte des missions de service public des manifestations de promotion du livre et de la lecture en Rhône-Alpes* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <<http://www.arald.org/charte.php>>

L’Arald n’agit jamais seule ; elle a besoin de l’apport des professionnels. Ainsi, par la mise en place de commissions, de groupes de travail, l’Arald est un espace de concertation et de dialogue. En plus de demander aux acteurs du livre de participer activement aux projets, elle organise différentes manifestations telles que des journées d’étude, des colloques, des voyages qui sont autant d’occasions de rencontres.

Lors de l’application du nouveau Code des marchés publics et de la loi sur le droit de prêt, l’Arald a proposé aux bibliothécaires et aux libraires des stages de formation en commun, décentralisés sur l’ensemble de la région. Ces ateliers qui débutaient par la présentation des contraintes de chacun, ont permis de véritables échanges. Une enquête<sup>36</sup> a ensuite été menée pour mesurer les retombées de ces législations sur les deux professions.

L’Arald privilégie des thèmes posant problème à l’interprofession qui en débat au cours de journées d’étude. Les libraires et les éditeurs se sont par exemple rencontrés pour évoquer la question des remises et du maintien du fonds en librairies. Des cycles de rencontres ont abordé les rapports entre la presse et les auteurs, ou encore les relations entre les organisateurs de manifestations littéraires et les libraires. Cette année, un voyage au 2<sup>ème</sup> Salon des Sciences humaines à Paris est proposé aux libraires et aux bibliothécaires afin de rencontrer les éditeurs en sciences humaines de la région qui participent à cette manifestation grâce au soutien de l’Arald. Une rencontre autour de la revue, réunissant éditeurs, libraires et bibliothécaires, est également prévue en 2008.

L’Arald place au cœur de ses missions le développement de la coopération interprofessionnelle et favorise les temps d’échange et de dialogue qui permettent à chacun de mieux comprendre le fonctionnement des autres acteurs, d’avoir une approche globale de l’ensemble du secteur et de renforcer le sentiment d’appartenance à la chaîne du livre.

## 2. Des relations professionnelles contraintes ou choisies ?

La loi sur le prix unique du livre de 1981, dite loi Lang, structure l’ensemble de la filière du livre mais ne suffit pas à elle seule pour réguler les relations entre les différents

---

<sup>36</sup> **Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation. Librairie.** *Synthèse de l’étude sur les bibliothèques. Synthèse de l’étude sur les librairies* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <http://www.arald.org/pdf/librairie/analyse%20bib%20definitif.pdf> <<http://www.arald.org/pdf/librairie/analyse%20lib%20definitif.pdf>>

partenaires. C'est la raison pour laquelle des accords interprofessionnels complètent l'organisation du commerce du livre.

## 2.1. Un cadre structurant : la loi Lang

### 2.1.1. Le prix unique du livre

Ce dispositif législatif particulier reconnaît que le livre « n'est pas un produit comme les autres » et que, par conséquent, les lois du marché ne peuvent pas s'appliquer seules. Les pouvoirs publics doivent intervenir pour infléchir les mécanismes économiques et pour prendre en compte le caractère culturel du livre qui ne peut être soumis à des exigences de rentabilité immédiate. Selon le ministre de la Culture de l'époque, Jack Lang, le prix unique du livre doit remplir un triple objectif :

- permettre l'égalité des citoyens devant le livre, qui sera vendu au même prix sur tout le territoire national,
- maintenir un réseau décentralisé très dense de distribution, notamment dans les zones défavorisées,
- soutenir le pluralisme dans la création et l'édition, en particulier pour les ouvrages difficiles.

La loi du 10 août 1981 pose donc le principe d'un prix unique de vente du livre, fixé par l'éditeur ou par l'importateur, les détaillants pouvant pratiquer un rabais maximum de 5 %. Le rabais pour la vente de livres aux collectivités est lui aussi plafonné depuis 2003, seule la vente de livres scolaires à certaines collectivités peut faire l'objet de remises non plafonnées. Les dispositions de la loi s'appuient sur une définition fiscale du livre qui bénéficie d'une TVA à 5,5 % et s'appliquent également, en France, à la vente de livres par Internet. La loi oblige le détaillant à offrir un service gratuit de commande à l'unité, ce qui n'est pas toujours respecté dans tous les points de vente du livre. Elle encadre également la notion de soldes qui ne peuvent être pratiqués que pour un livre paru depuis au moins deux ans et en stock depuis six mois chez le libraire et sans qu'il y ait de publicité à l'extérieur du lieu de vente. La période des soldes en librairies n'est donc pas définie et les prix sont alors libres. Quant aux livres d'occasion, ils ne sont pas soumis à la loi Lang. Enfin, cette dernière précise que la remise consentie au détaillant par le fournisseur doit davantage tenir compte de la qualité du service rendu que de la quantité vendue. Contrairement aux pratiques de la majorité des secteurs économiques, dans la filière du livre, le prix n'est pas fixé par le vendeur final mais par

le producteur. L'autre particularité que le livre partage avec le disque, la presse et la pharmacie, est la possibilité, sous certaines conditions, de reprise des invendus par le producteur, sans pénalité pour le détaillant.

### 2.1.2. Une loi méconnue du grand public

Après plus de vingt-cinq ans d'application, il demeure difficile d'effectuer un bilan de la loi Lang car de nombreuses données sont manquantes et il n'y a pas de consensus sur la méthode à utiliser. Pour certains, analyser les conséquences de la non existence de la loi sur le prix unique du livre relève de la fiction. On a cependant coutume de comparer la situation de la librairie avec celle du commerce du disque, pour reconnaître à la loi Lang le mérite d'avoir sauvé la librairie indépendante alors que les disquaires, n'ayant pas bénéficié d'une telle loi, ont disparu. À l'inverse, la loi n'a pas empêché la concentration ni de l'édition, ni de la librairie et, en supprimant la concurrence par le prix, a même favorisé l'arrivée des hypermarchés dans le secteur de la vente du livre. La nécessité de cette loi semble aujourd'hui admise par le plus grand nombre bien que certains essaient encore de la contourner, en offrant par exemple les frais de port lors d'achat d'ouvrages en ligne. Ces dérives sont notamment encouragées par la méconnaissance du public à l'égard de cette loi ; une campagne d'information à grande échelle permettrait d'y remédier et aurait certainement des conséquences favorables sur les ventes des libraires indépendants. Notons enfin que le régime du prix unique du livre, pourtant très dérogatoire, a été validé dans son principe au regard du droit européen.

Pour les professionnels du livre, le prix unique apparaît tout autant comme un élément de contrainte que comme un facteur d'efficience. Certes, il augmente l'interdépendance des acteurs, mais il oblige à une solidarité renouvelée et à la recherche commune d'une plus grande efficacité.

## 2.2. Des accords interprofessionnels

### 2.2.1. L'amorce d'un dialogue

Reconnaissant l'insuffisante rentabilité des professions du livre et la nécessité de rechercher en commun une meilleure productivité globale, les éditeurs, les diffuseurs, les distributeurs et les libraires ont mis en place la « médiation Cahart » qui a abouti en 1991 au « Premier protocole d'accord sur les usages commerciaux de la librairie ». Ce

protocole, signé par les Syndicat national de l'édition (SNE) et les représentants des libraires, concernait essentiellement la mise en vente des nouveautés et les remises. Les conditions de fonctionnement de l'office ont été redéfinies et une série de critères objectifs pour l'attribution de la remise qualitative a été formulée. Ce premier « accord Cahart » a permis de débloquer les relations interprofessionnelles et de reprendre des discussions régulières. Il a été réactualisé en 2001 avec la signature du « Protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie » et une Commission de suivi des accord Cahart est chargée de la vérification de leur bonne application et de leur évolution. Fin 2007, un cycle de discussions a été engagé pour renégocier le protocole des usages commerciaux. Forts de la publication en mars 2007 de l'étude sur *La situation économique de la librairie indépendante*<sup>37</sup>, les libraires appellent à une réécriture complète du protocole tant sur le service des nouveautés que sur les remises avec notamment une revalorisation des remises qualitatives.

### 2.2.2. Des outils interprofessionnels

Le dialogue interprofessionnel a également permis la mise en place d'outils pour faciliter la commercialisation du livre. Ainsi, en 1990 a été créée par des éditeurs et des libraires, sous forme associative, la Commission de liaison interprofessionnelle du livre (Clil) chargée du développement du marché, de la promotion du livre, de l'étude et de l'amélioration des pratiques de la filière. Lieu de concertation, la Clil gère la question du transport vers la province et suit notamment l'activité de la plate-forme Prisme. Cette dernière est une plate-forme nationale de tri et de regroupement du livre qui consolide quotidiennement des flux en provenance d'éditeurs et de distributeurs en une seule et unique expédition à destination des libraires de province. La Clil traite aussi des dossiers communs au circuit du livre tels que les échanges de données informatisées. L'EDI (échange de données informatisées) constitue le transfert électronique d'informations entre deux partenaires commerciaux, sans intervention humaine. Il permet la gestion des commandes, des expéditions, la dématérialisation et la centralisation des factures, en se basant sur un fichier unique des ouvrages, le Fichier exhaustif du livre (FEL), administré par la Clil. Ce fichier commercial de l'édition française de plus de 600 000 références a été développé en partenariat avec la société Dilicom (ex-Edilectre), également gérée

---

<sup>37</sup> **Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture.** *Situation économique de la librairie indépendante* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <[http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude\\_economique\\_librairies\\_30mars2007.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude_economique_librairies_30mars2007.pdf)>



paritairement par des libraires et des éditeurs et qui a pour objet de faciliter le développement des EDI dans le secteur commercial du livre. Le FEL, consultable par Internet, fonctionne sur le principe d'une fiche-produit par ouvrage avec une mise à jour quotidienne de la disponibilité des titres par les distributeurs. Il regroupe les fichiers de Dilicom et d'Hachette, et identifie les ouvrages des petits éditeurs non adhérents à Dilicom. Aujourd'hui, des outils systématiques et exhaustifs, supposant l'adhésion du plus grand nombre pour être pertinents, sont proposés aux professionnels sans toujours tenir compte de leurs spécificités. Il y a certainement d'autres dispositifs à inventer car il existe encore des réserves de productivité dans l'interface des relations commerciales entre éditeurs et libraires. Mais, comme le souligne François Rouet<sup>38</sup>, ces nouveaux services ne peuvent pas remplacer une véritable collaboration fondée sur le dialogue et la solidarité : « Ils sont assurément précieux dans un marché plus difficile s'ils permettent de rendre moins conflictuel le partage de la marge entre éditeurs et libraires, mais ne remplaceront jamais la communication directe, le nécessaire sentiment de solidarité et la volonté partagée de développer des relations interprofessionnelles profitables à tous au sein de la filière ».

### 2.2.3. Vers de nouveaux lieux de concertation

En 2003, le rapport de Francis Lamy sur la mise en place d'une structure permanente de concertation et de médiation de l'économie du livre<sup>39</sup> préconisait la nomination d'un médiateur du livre pour garantir l'application des règles existantes et préserver les relations commerciales des risques de déséquilibre. Cette proposition a été reprise par la Commission des affaires culturelles du Sénat à la fin de l'année 2007. Les libraires souhaitent son application pour pouvoir recourir à un intervenant extérieur en cas de litige tandis que le SNE la rejette, estimant que les instances actuelles, notamment la Commission des usages commerciaux qui réunit libraires et éditeurs, remplissent leur rôle d'échange interprofessionnel et d'autorégulation. Néanmoins, suite aux concertations menées dans le cadre de Livre 2010<sup>40</sup>, un Conseil du Livre devrait être prochainement constitué. Instance de consultation, de médiation et d'expertise, il

---

<sup>38</sup> **ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle.* Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

<sup>39</sup> **Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture.** *Rapport Lamy sur la mise en place d'une structure permanente de concertation et de médiation de l'économie du livre* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/lamy/livre.htm>>

<sup>40</sup> **Centre national du livre. Études, rapports et chiffres.** *Rapport Livre 2010 : « Pour que vive la politique du livre »* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.centrenationaldulivre.fr/?Rapport-Livre-2010-Pour-que-vive>>

permettra une concertation systématique et décloisonnée des différentes professions de la chaîne du livre et des ministères concernés, sur les grandes problématiques transversales à l'économie du livre.

## 2.3. Une action militante

### 2.3.1. Une multitude de syndicats et d'associations professionnelles

Les professions d'éditeur et de libraire, surtout lorsqu'elles sont exercées de manière indépendante, sont des métiers solitaires dans lesquels la notion de création est omniprésente et avec elle, la notion d'unicité. En effet, il s'agit pour l'éditeur de créer son catalogue, reflet de ses choix et de ses engagements, de même que, pour le libraire, la constitution de son assortiment est une réalisation pensée qui doit le distinguer des autres lieux de vente du livre. Cet état d'esprit, ajouté aux grandes difficultés auxquelles ils sont confrontés et qui leur demandent beaucoup d'énergie pour y faire face, entraîne plutôt les libraires et les éditeurs vers l'individualisme. Pourtant, les regroupements, associations, syndicats ne manquent pas.

Dans l'édition, l'organisation la plus visible et qui bénéficie d'un véritable poids à l'échelon national est le Syndicat national de l'édition (SNE). Le SNE tire sa légitimité de l'adhésion de la majorité des grandes maisons d'édition mais cette situation pose des problèmes en termes de représentativité. Les petits éditeurs ne se sentent pas correctement représentés par un syndicat administré par les plus importantes structures dont les préoccupations et les objectifs sont très différents des leurs, pour ne pas dire opposés. C'est la raison pour laquelle les éditeurs indépendants se regroupent au sein de diverses associations, comme *l'autre LIVRE* par exemple.

La librairie quant à elle, a longtemps connu une absence de représentation syndicale unifiée, ce qui l'a desservie, notamment face aux éditeurs. Aujourd'hui, le Syndicat de la librairie française (SLF) est l'interlocuteur des pouvoirs publics et du SNE mais sa représentativité est également contestée. Le SLF qui réunit des librairies hétérogènes, est surtout géré par les grands libraires indépendants dont les priorités ne coïncident pas toujours avec celles des petits libraires.

Du côté des bibliothèques, ce sont des associations qui les représentent au niveau national, au premier rang desquelles l'Association des bibliothécaires de France (ABF). Mais là encore, une multitude d'associations a vu le jour, mettant l'accent sur les

spécificités plutôt que sur les points communs : l'Association des professionnels de l'information et de la documentation (ADBS), l'Association des directeurs de bibliothèques départementales de prêt (ADBBDP), l'Association des directeurs des bibliothèques municipales et intercommunales des grandes villes de France (ADBGV), l'Association des directeurs des bibliothèques universitaires (ADBU), pour n'en citer que quelques unes. Cette diversité n'a cependant pas empêché un rapprochement entre ces associations de bibliothécaires et des associations d'archivistes et de documentalistes au sein de l'Interassociation Archives-Bibliothèques-Documentation, pour exercer un lobbying lors de la préparation et de la discussion du texte de loi relative aux droits d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information (loi DADVSI). Il est néanmoins regrettable que l'ensemble des acteurs du secteur ne se regroupe pas pour adopter une position commune face au numérique et aux bouleversements qu'il va engendrer et qui toucheront toute la filière. Au contraire, chacun défend ses prérogatives sans chercher à comprendre les conséquences pour les autres professionnels de la chaîne du livre.

### 2.3.2. L'Association pour le développement de la librairie de création : une coopération réussie

L'Association pour le développement de la librairie de création (Adelc) est née de la prise de conscience de cette évidente communauté de destin entre les différents acteurs du livre, en particulier les éditeurs et les libraires. Ses réalisations et sa longévité sont des motifs d'encouragement pour l'interprofession.

L'Adelc a été créée en 1989 par quatre éditeurs (Gallimard, Le Seuil, La Découverte et Minit) et par France Loisirs, conscients de la nécessité de soutenir la librairie ; nécessité rappeler par Jérôme Lindon : « Nous avons toujours pensé que notre métier d'éditeur n'avait pas d'avenir sans les libraires »<sup>41</sup>. Aujourd'hui, France Loisirs s'est retiré de l'association mais une vingtaine d'éditeurs y adhèrent, lui versant au moins 1,5 % de leur chiffre d'affaires, le ministère de la Culture lui apporte des subventions et des fondations privées sont partenaires. L'objectif est d'aider les librairies de création qui entretiennent un fonds important, en leur apportant une aide technique et un soutien financier, et en contribuant à l'amélioration de leur outil d'exploitation et à l'assainissement de leur structure financière. L'Adelc espère ainsi assurer la pérennité

---

<sup>41</sup> **ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle*. Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

des librairies de création existantes et favoriser de nouvelles implantations. Chaque année, une vingtaine de librairies, capitalistiquement indépendantes, sont aidées par des apports en compte courant assortis d'une prise de participation minimale, ou par l'octroi de subventions. La librairie est analysée au niveau économique mais aussi au niveau de la professionnalité du libraire. Une excellente connaissance du fonds éditorial et de solides capacités de gestionnaire sont indispensables pour obtenir une aide. L'Adelc joue ainsi un rôle d'observatoire des structures et des pratiques professionnelles et valorise ces « bonnes pratiques » par la remise du « prix Adelc des librairies ». Sur les 400 premières librairies françaises, un tiers de celles qui se sont déclarées indépendantes, ont déjà été soutenues par l'Adelc en presque vingt ans.

Ce soutien à la création traduit une démarche militante de la part d'éditeurs qui sont pourtant bien établis et reconnus sur le marché éditorial. Cet engagement pour la création de la part de grandes maisons d'édition prouve que, décidément, le livre n'est pas un produit comme les autres.

### 3. Une culture commune aux acteurs

#### 3.1. Les risques sur le contenu éditorial

##### 3.1.1. L'uniformisation de la production éditoriale

L'éditeur André Schiffrin qui, dès 1999, nous mettait en garde sur le phénomène de concentration de l'édition<sup>42</sup>, renouvelle son avertissement dans son article intitulé « Le réveil douloureux de « l'exception française » »<sup>43</sup> face à l'accélération de ce mouvement dans l'édition française depuis le début des années 2000. Il ne faut pas se laisser abuser par un tableau idyllique de la France où un grand nombre d'excellents ouvrages sont encore publiés, où il existe les meilleures librairies au monde et où le choix de livres reste significatif. Avec le rachat de Vivendi par Hachette, l'édition et les médias français se trouvent à un stade de concentration supérieur à celui de n'importe quel autre pays. Et il ne s'agit pas uniquement de la concentration de la production mais aussi de celle de la diffusion, de la distribution, de la promotion et de la commercialisation des œuvres littéraires et culturelles. La majeure partie de l'édition française est contrôlée par un

<sup>42</sup> SCHIFFRIN, André. *L'édition sans éditeurs*. Paris : La Fabrique éditions, 1999. 94 p.

<sup>43</sup> Association l'autre LIVRE. *L'édition menacée*. Livre blanc sur l'édition indépendante. Paris : Éditions Dubois, 2005. 79 p.

fabricant d'armes (Lagardère) et par un groupe d'investissement financier (Wendel). Dans le même temps, 3 des 4 « grands indépendants » ont disparu : Flammarion a été racheté par Rizzoli-Fiat, Le Seuil par La Martinière et Albin Michel se rapproche inexorablement d'Hachette. Les 12 premiers groupes réalisent près de 80 % du chiffre d'affaires de l'édition<sup>44</sup>, tandis que, selon le rapport de la Commission européenne de janvier 2004, 4 groupes publient 90 % des poches et 2 groupes produisent 80 % des livres scolaires et 90 % des dictionnaires. Au sein de ces groupes, les éditeurs subissent une forte pression pour atteindre un profit annuel de l'ordre de 10 %, soit 3 à 4 fois supérieur à celui traditionnellement espéré par le monde éditorial. Si chaque livre doit rapporter de l'argent, la nature même de la fonction éditoriale est alors irrémédiablement altérée. Être guidé par la seule recherche de rentabilité suppose de ne plus distinguer entre l'œuvre et le produit, de tendre au suivisme littéraire, de donner la priorité au marketing et à la course aux best-sellers, et d'être réticent à publier des ouvrages non conformistes. On assiste à une uniformisation des thèmes et des contenus, à un appauvrissement de l'offre. Les livres racoleurs, les livres de circonstance ou *quick books* écrits et fabriqués en une dizaine de jours puis vendus sur une durée aussi courte, qui se rapprochent davantage de la presse que de l'édition, sont favorisés au détriment des livres de recherche rigoureux et didactiques, des essais, des livres novateurs. Jérôme Vidal<sup>45</sup> l'affirme : « La variété et la qualité de la production éditoriale en France sont indiscutablement menacées à moyen terme ». Il souligne que ce processus de standardisation de la production n'est pas nouveau mais que ce qui est remarquable aujourd'hui c'est « la façon dont les majors, loin de simplement annihiler la créativité de l'édition et des auteurs, s'attachent par divers procédés à la capter et à la conformer à leurs exigences ». Ainsi, créativité et uniformisation sont paradoxalement liées. La concentration excessive met en péril la liberté de créer et réduit encore la visibilité des petits éditeurs, trop faibles pour faire contre-poids.

### 3.1.2. La diversité culturelle : une nécessité démocratique

Le véritable danger est dû au fait que le livre n'est pas un bien industriel ordinaire, mais un bien culturel, l'un des vecteurs les plus importants de l'expression des idées,

---

<sup>44</sup> Source : *Livres Hebdo* n° 618 du 21.10.2005

<sup>45</sup> VIDAL, Jérôme. Lire et penser ensemble. Sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique. Paris : Éditions Amsterdam, 2006. 101 p.

indispensable à la bonne santé démocratique d'un pays qui, s'il est standardisé, ne permet plus l'expression du pluralisme. Des livres importants pour la culture ou pour le débat public ne seront pas publiés s'il ne sont pas jugés assez rentables par les groupes d'édition. D'autres, considérés comme contraires aux intérêts du groupe, feront l'objet d'une auto-censure et ne seront pas édités, au détriment de l'information des citoyens. La multiplication des ouvrages de commande, produits de plus en plus rapidement, pose la question du traitement de l'information, voire parfois, de la désinformation. L'accessibilité à l'information pour le citoyen devient également problématique. De nos jours, ce n'est pas l'absence d'information qui pose problème mais plutôt le trop plein qui abolit le sens critique, qui anéantit la réflexion, le jugement et la faculté de prendre du recul. Deux temporalités s'opposent : celle de l'urgence de la consommation et celle, en retrait du monde, de la lecture, fondement de tout apprentissage. La nature et le contenu de la production éditoriale qui engagent pourtant notre société dans sa globalité sont préoccupants. Alors que la pluralité des points de vue sur un fait permet d'en approcher la réalité, le processus d'uniformisation nous en éloigne. Ce consensus qui neutralise la pensée, la littérature et l'art, ce processus d'infantilisation intellectuelle et morale, cette forme de neutralisation sont de nouvelles expressions de la censure. L'objectif n'est pas de faire disparaître la littérature mais de la rendre inoffensive. Les problèmes de l'édition, qui reste un lieu privilégié de l'élaboration et de la diffusion d'une culture critique et démocratique, doivent donc être envisagés dans le contexte plus large des transformations de notre univers culturel et politique. Pour Jérôme Vidal<sup>46</sup>, il ne faut pas se focaliser exclusivement sur le phénomène de concentration éditoriale mais s'interroger plus généralement sur le « devenir actuel de notre désir de démocratie, autrement dit de notre désir de penser, de lire et d'agir ensemble ». Le futur du débat démocratique à l'échelle de la planète, puisque le mouvement est mondial, est en jeu et passe par la sauvegarde de la diversité culturelle.

L'importance des enjeux a été prise en compte au niveau international avec, en 2001, la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*. Une nouvelle étape a été franchie par la Conférence générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco)<sup>47</sup> qui s'est réunie à Paris en octobre 2005 et a établi une *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*.

---

<sup>46</sup> Op. cit.

<sup>47</sup> United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <<http://www.unesco.org/fr>>

Cet instrument juridique international entré en vigueur le 18 mars 2007, soit 3 mois après sa ratification par 30 États dont la France, contribue à consacrer la diversité culturelle en droit international et établit une solidarité culturelle internationale. La convention reconnaît la valeur spécifique des biens et services culturels. Elle considère la diversité culturelle comme un « patrimoine commun de l'humanité » et sa défense « comme un impératif éthique, inséparable du respect de la dignité de la personne humaine ». Elle rappelle aux États la nécessité de respecter la « féconde diversité des cultures » et de « faciliter la libre circulation des idées par le mot et par l'image ». Il leur est également demandé de favoriser un environnement qui incite « à créer, produire, diffuser et distribuer leurs propres expressions culturelles et à y avoir accès ». Les éditeurs indépendants de l'association *l'autre LIVRE* s'inscrivent parfaitement dans cette démarche en proposant, à la suite des États Généraux de l'édition indépendante, d'« inventer une autre façon d'être dans laquelle le livre sera reconsidéré et traité comme un bien culturel indispensable au progrès de l'humanité »<sup>48</sup>. L'éditeur Gilles Collet<sup>49</sup> ajoute une dimension interprofessionnelle à la défense de la diversité culturelle en appelant de ses vœux la création d'une plate-forme interprofessionnelle regroupant libraires, éditeurs indépendants, structures de diffusion-distribution indépendantes, ainsi que les bibliothèques pour partager des ressources, acquérir de la visibilité et défendre la bibliodiversité. Mais les dangers qui pèsent sur le livre ne concernent pas uniquement son contenu, ils menacent aussi l'objet.

## 3.2. Les risques sur le support livre

### 3.2.1. Du changement de support

Il est courant d'entendre que l'avenir de l'édition réside dans les évolutions des supports et particulièrement dans le numérique. Cette réflexion est due au fait que le secteur éditorial est souvent réduit à l'édition de littérature. Or, des mutations technologiques se produisent depuis une trentaine d'années dans certains domaines éditoriaux, notamment dans celui des dictionnaires et encyclopédies, modifiant les frontières du livre. L'offre multimédia se diversifie, les documents hybrides qui associent un livre papier à un CD-

---

<sup>48</sup> **Association l'autre LIVRE**. *L'édition menacée*. Livre blanc sur l'édition indépendante. Paris : Éditions Duboiris, 2005. 79 p.

<sup>49</sup> *Des paroles et des actes pour la bibliodiversité. 23 éditeurs indépendants prennent la parole lors de la rencontre « Les éditeurs indépendants du monde latin et de la bibliodiversité », 27-30 novembre 2005, Guadalajara, Mexique*. Paris : Alliance des éditeurs indépendants, 2006. 277 p.

Rom ou à un DVD sont nombreux, les livres-cassettes ou CD se développent et aujourd'hui apparaissent des ouvrages qui renvoient vers des sites Internet. Cette variation de supports concerne essentiellement des ouvrages de consultation comme des guides ou des livres pratiques, qui associent texte et image avec une large place laissée à cette dernière.

L'évolution actuelle en revanche touche directement ce qui fait le livre, à savoir l'encre et le papier qui deviennent électroniques. Le papier électronique, selon la définition de l'Office québécois de la langue française, est un support informatique constitué par une feuille de plastique comportant des couches d'électrodes et d'encre utilisées pour faire apparaître des caractères alphanumériques à sa surface. Il s'agit donc d'une sorte d'écran plat, fin et flexible qui doit apporter un meilleur confort de lecture. Quant à l'encre électronique, elle est composée de microcapsules qui réagissent à une impulsion électrique pour se positionner sur une surface et y afficher un texte ou des images stables. Annoncé au plus tôt pour 2010, LG-Philips a présenté récemment son e-paper (ou papier électronique) qui, sous la forme d'une page au format A4, a une résolution de 1 280 x 800 pixels et est capable de reproduire 16,7 millions de couleurs. Outre ses performances technologiques, il peut être roulé et est très économe en énergie car il n'a besoin d'électricité que lorsque les images changent. Le papier électronique semble remplir toutes les fonctions du papier, portabilité, confort de lecture, autonomie et bien d'autres encore, interactivité, contextualisation des contenus, capacité de stockage.

Ces avancées techniques relancent le concept de livre électronique ou e-book, apparu au début des années 2000. À cette époque, des acteurs tels que Cytale et Gemstar proposent de nouveaux supports physiques de lecture de livres numériques sous la forme de tablettes électroniques, le Cybook et le Rocket eBook. L'aspect technique est central dans leur approche avec une volonté de transférer les pratiques de lecture et d'usage issues du livre imprimé. Mais ces tablettes de lecture restent lourdes et n'offrent pas une ergonomie qui permette une lecture longue et linéaire. Enfin, l'offre limitée d'ouvrages à télécharger et la multiplicité des formats ont eu raison de ces premières tentatives. Aujourd'hui ces expériences reviennent différemment avec Amazon ou Sony qui utilisent la technologie du papier et de l'encre électroniques. C'est en novembre 2007 qu'Amazon a mis en vente aux Etats-Unis son lecteur numérique propriétaire, le Kindle, appelé à devenir l'iPod de la lecture. Pour 399 \$, soit environ 270 €, le Kindle propose 88 000 titres de livres, journaux et magazines, numérisés et téléchargeables directement sans ordinateur ni wi-fi, en se connectant à la base livres comme un téléphone portable.



Il est léger, environ 300 grammes, a des dimensions légèrement supérieures à celles d'un livre de poche et dispose d'un clavier et d'une mémoire interne qui lui permet de contenir environ 200 livres. La principale innovation selon Amazon se situe dans la connectivité sans fil de l'appareil qui a une autonomie d'une trentaine d'heures.

Ces nouvelles technologies qui ambitionnent de se substituer au papier dépendent de fichiers numériques qui, eux, peuvent être diffusés bien au-delà de ce nouveau support.

### 3.2.2. À la disparition du support

Les éditeurs eux-mêmes peuvent proposer aux lecteurs une offre de livres numérisés. Ce choix reste encore limité du fait de la crainte du piratage, de questions juridiques complexes, notamment celles liées au droit d'auteur, et surtout de la non émergence d'un nouveau modèle économique sur ce marché.

Néanmoins, les éditeurs sont de plus en plus nombreux à mettre en ligne des fichiers numériques sur leur site Internet. Il s'agit le plus souvent des premières pages d'un roman, des extraits d'un ouvrage ou des feuillets, à l'exemple de P.O.L. D'autres éditeurs, comme L'Harmattan, vont jusqu'à présenter sur leur site un catalogue numérique dont les titres sont vendus 30 % moins cher que leur version papier. Une grande variété de produits éditoriaux se développe avec Internet : des services en ligne, des mises à jour, des téléchargements de fichiers, des portraits d'auteurs, des entretiens... Il est vrai qu'Internet et le numérique ouvrent de nouvelles perspectives de diffusion, de distribution et même de conservation, et qu'ils redonnent vie à des pans entiers de l'édition à public restreint, en permettant la rentabilisation de petits tirages via des systèmes d'impression numérique à la demande.

Certains catalogues numériques ne sont pas proposés directement par les éditeurs mais par des intermédiaires qui constituent des plates-formes et négocient les droits avec les maisons d'édition pour mettre en ligne des ouvrages en texte intégral ou permettre leur téléchargement en vue d'un prêt. C'est le cas de Cyberlibris, site spécialisé en économie et management, ou de Numilog, plus généraliste, véritables bibliothèques numériques qui s'adressent en priorité au monde universitaire et offrent plusieurs formules d'abonnement. Des portails existent également pour des revues, à l'image de Cairn pour les revues de sciences humaines et sociales. Des offres se développent aussi en direction du grand public. La bibliothèque Fnac-Cyberlibris par exemple, permet d'avoir accès en ligne en texte intégral à un millier d'ouvrages répartis dans des bouquets thématiques

auxquels il faut s'abonner. Les livres ne sont pas téléchargés, ils sont simplement consultés, et leurs éditeurs perçoivent une redevance.

Pour anticiper cette évolution du support, voire sa disparition, il est pertinent d'analyser les transformations dans le domaine du disque et de la vidéo. La révolution numérique s'est faite dans la musique et dans le cinéma avec l'apparition de formats de compression/décompression (MP3, DivX) qui, sans en altérer de façon trop importante la qualité, permettent de diminuer fortement les volumes des fichiers numériques et donc de les échanger et de les transporter facilement. La mise au point de ces formats a été accompagnée par la création d'appareils performants et pratiques d'utilisation comme le baladeur ou la platine DVD, qui ont banalisé leur usage. Le public s'en est emparé malgré les freins et les protestations des industriels de la musique et du cinéma, et malgré les tentatives des politiques pour régulariser ce marché. Pour l'instant, aucun format particulier n'a été trouvé pour le livre et aucun nouveau support satisfaisant ne paraît pouvoir détrôner le papier ; mais jusqu'à quand ? On peut regretter l'attitude frileuse des industriels qui préfèrent vivre sur leurs acquis plutôt que de chercher l'innovation laissant ainsi le champ libre à d'autres acteurs extérieurs au monde de l'édition tels que Google, Amazon ou Microsoft. Car il est difficile d'imaginer que le livre échappera à la révolution numérique qui veut que le contenu prenne le pas sur le contenant.

On peut toutefois nuancer ces propos en considérant qu'il existe deux types d'ouvrages, dont l'un sera davantage exposé que l'autre. À la différence du CD ou du DVD, l'objet livre peut lui-même être une création et comporter un aspect artistique et esthétique. C'est typiquement le cas du livre d'artiste. Vecteur de plaisir, le livre papier demeure très lié à la littérature qui suppose une lecture linéaire, difficile à réaliser sur écran. Inversement, les livres les plus informationnels, utilitaires, dans lesquels on recherche une information précise, actualisée, dont les données sont structurées, faciles à découper, seront certainement plus faciles à mettre en ligne et à consulter par le biais du numérique que par celui du papier. On assistera donc certainement à la dématérialisation d'une partie de la production éditoriale, mais le numérique ne supplantera pas intégralement le papier ; tout dépendra des pratiques et des attentes du lecteur.

### 3.3. Nouveaux supports, nouveaux usages

#### 3.3.1. Un nouveau rapport au texte

Une des principales explications à l'échec de l'e-book première version, est la survalorisation de la technique par rapport à l'usage. L'avenir de l'édition n'est pas seulement technique, il va dépendre de la capacité des acteurs du livre à répondre aux besoins des lecteurs qui évoluent, en leur proposant des produits éditoriaux à réelle valeur ajoutée.

Le lecteur d'aujourd'hui est avant tout un consommateur qui se déplace beaucoup, qui aime avoir tout ce dont il a besoin à portée de mains, mais sans être encombré, et qui est pressé. Le temps long du livre ne correspond plus aux rythmes de vie des individus. Cette mobilité croissante avec la possibilité d'être connecté partout, tout le temps, modifie les modes d'accès au savoir et les modes de consommation des produits culturels. Ce constat vaut pour la lecture. Le fait que notre société soit consumériste implique une mise en avant de la notion d'utilité qui s'applique également pour le livre. Le lecteur-consommateur recherche une information à jour, repérable facilement et rapidement. Il a une vision parcellaire du livre qui ne l'intéresse pas toujours dans sa globalité mais parce qu'une partie va répondre à sa demande. Les possibilités techniques autorisent le client à être encore plus exigeant : il pourra avoir son livre « à la demande », n'acheter que la page qui l'intéresse, ne s'abonner qu'à un bouquet thématique ou, au contraire, tendre vers l'exhaustivité et télécharger tous les contenus de son choix. L'environnement technologique dans lequel nous vivons induit une familiarité des individus avec la technique et donc de fortes attentes vis-à-vis d'elle. Les appareils doivent être ergonomiques, maniables, faciles d'utilisation, compatibles, multi-usages et nomades. Ainsi l'e-book, uniquement réservé à la lecture, ne répond pas totalement aux attentes actuelles ce qui peut constituer un frein à son développement.

Les objets du quotidien communiquent de plus en plus entre eux et interagissent par ondes radio, favorisant les usages multimédia. L'omniprésence du multimédia dans notre société s'accompagne du développement de l'interactivité. L'individu prend alors l'habitude d'être sollicité, d'être actif, de participer. Internet encourage cette collaboration active et le web 2.0 en fait même un principe. La figure du « consommateur-acteur », selon la formule de Roger Chartier, triomphe. Avec les fichiers numériques, le lecteur peut directement annoter le texte et a des possibilités

d'indexation inédites. Le phénomène d'indexation des documents numériques par l'utilisateur prend de l'ampleur sur Internet. Les utilisateurs attribuent leurs propres mots-clés, ou tags, aux contenus des sites. Ce procédé, appelé folksonomie (de « folks » les gens, et de « taxonomy » règles de classification, soit la « classification par les gens »), correspond à une sorte de classement collaboratif des données d'un site afin d'en faciliter l'accès. La prochaine évolution annoncée est le web sémantique qui permet de rendre accessible et exploitable par des machines le contenu des ressources. Grâce à une structuration en métadonnées, l'ordinateur pourra faire des recherches intelligentes au cœur des ressources du web. Enfin, habitués au moteur de recherche Google, les usagers attendent de la simplicité et de l'exhaustivité, voire un accès direct au contenu. L'outil informatique rend possible des recherches rapides en plein texte, intuitives ou très élaborées selon les besoins. Il favorise l'émergence d'une science du texte, facilite le travail des chercheurs et leur ouvre des possibilités que le papier ne leur laissait pas envisager. En utilisant Internet les gens lisent, et notamment les jeunes. Mais ils diversifient leurs médias éditoriaux, ce qui engendre le repositionnement de ces derniers.

### 3.3.2. Un changement de statut du livre

Ces nouvelles pratiques interrogent sur l'usage du livre qui est fait dans notre société mais aussi sur la place qui lui est réservée. Désormais, on lit plus ailleurs que dans les livres, et notamment à l'écran avec les blogs, les forums, les mails. Ce phénomène induit un changement dans notre rapport à la lecture et à la littérature car le savoir ne passe plus seulement par le livre et sa disponibilité physique. Le livre perd de son prestige puisqu'il n'est plus l'unique vecteur de la connaissance et de la culture. Autrement dit, « lire, écrire et accéder au savoir sont en train de changer de sens et de référent »<sup>50</sup>.

Face à ce que Roger Chartier appelle « la mobilité électronique des œuvres », les notions d'œuvre et d'auteur sont remises en cause. Il n'y a plus ni frontière ni identité stable du texte ce qui pose la question de la validité, de la fiabilité. Avec la banalisation de l'acte d'écrire (sur un clavier), de l'acte d'éditer (sur Internet), les fonctions et les missions de l'ensemble des acteurs du livre sont interrogées et perdent de leur évidence. Le texte perd son caractère définitif que lui confère l'imprimé, il devient mouvant, peut être modifié, mis à jour instantanément. L'autre usage remarquable du net est la navigation

---

<sup>50</sup> **ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle.* Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

d'un site sur un autre par le biais de renvois ou de liens hypertextes. La linéarité du texte disparaît alors ; l'espace est ouvert, à l'inverse de l'espace clos du livre.

L'unité du livre, sa globalité, est aussi remise en question avec le numérique. La relation contenant-contenu n'existe plus et les deux sont distingués fortement pour permettre le passage du contenu sous d'autres formes que le papier. L'architecture de l'ouvrage est analysée, sa structuration prime car elle permet la transformation vers le numérique et donc une meilleure rentabilité économique. La structure prend le pas sur le contenu qui perd ainsi de sa valeur. La notion de prix devient moins évidente : qu'est-ce qui le justifie ? la forme ou le fond ? l'objet livre ou l'œuvre intellectuelle ? La question du prix est d'autant plus centrale qu'Internet valorise le modèle de la gratuité. Avec le numérique, on tend à oublier que l'édition est un commerce.

Néanmoins, le livre papier conserve des atouts qui lui garantiront sa survie. Selon François Rouet, « face à la révolution numérique qui n'a pas fini de déployer ses implications, le livre est certainement moins menacé dans son existence que dans son statut »<sup>51</sup>. Il reste en effet un lieu de référence et d'authentification, à l'opposé de la nébuleuse du web incontrôlée et incontrôlable. Face à la prolifération informative de la communication en ligne, le livre assume un rôle essentiel de fixation de la pensée, de certification et de pérennisation de l'information. Le livre papier est l'instrument privilégié de la permanence du texte.

Même si aujourd'hui, le chiffre d'affaires de l'édition électronique reste 20 à 30 fois inférieur à celui de l'édition imprimée, les éditeurs prennent au sérieux le tournant numérique, conscients qu'il répond à des pratiques nouvelles et qu'il leur ouvre d'autres perspectives à inventer. Puissant outil de promotion et de diffusion, instrument privilégié d'interactivité, de diversification des contenus et des services, Internet attire autant qu'il inquiète car il remet en cause toute la filière du livre.

---

<sup>51</sup> Op. cit.

## **Partie 3 : Le repositionnement des acteurs**

### **1. La librairie en ligne ou la disparition du libraire**

Bien que très interdépendants, les différents maillons de la chaîne du livre explorent pourtant chacun de leur côté de nouvelles voies pour leur activité. Du côté de la commercialisation, des acteurs extérieurs au secteur, les grands sites de vente en ligne, sont apparus avec Internet, tandis que les libraires traditionnels trouvent difficilement leur place sur la Toile.

#### **1.1. Une sur-concentration de la librairie en ligne**

##### **1.1.1. Une nouvelle économie pour la vente de livres**

Les produits culturels arrivent en tête des biens les plus commandés sur le net. La croissance actuelle des ventes de livres en ligne est de 30 à 40 % par an, de sorte qu'en 2010, les achats d'ouvrages en ligne devraient représenter entre 10 et 15 % du marché total<sup>52</sup>. Il faut d'ailleurs noter la montée en puissance de librairies en ligne comme Amazon ou Alapage qui ne s'appuient pas sur des magasins, à la différence de la Fnac. Rapidité, interactivité, évolution vers une offre plus large, marketing relationnel (autrement dit, personnalisé), Internet renouvelle la vente de livres et redonne un second souffle à la vente par correspondance traditionnelle. Mais être présent et visible sur Internet nécessite des investissements, d'autant plus élevés que forte croissance ne rime pas nécessairement avec rentabilité immédiate. Les opérateurs les plus importants ont été déficitaires pendant des années et une opacité règne toujours autour de leurs chiffres d'affaires. Pour être compétitif au niveau du service, il est également indispensable de s'appuyer sur une logistique performante qui suppose un traitement, une expédition et un transport des commandes sans failles. Il faut enfin proposer un assortiment conséquent pour que l'offre soit significative et réponde au besoin de profusion qu'implique le net. La lourdeur des stocks que cet impératif induit pèse sur le plan

---

<sup>52</sup> Source : EdiStat/TiteLive

financier mais aussi en termes logistiques car elle peut ralentir les livraisons. Avec le commerce électronique, une autre économie de la vente du livre se met en place. Ainsi, de nouveaux coûts apparaissent : celui de la recherche de l'information qui était auparavant pris en charge par l'acheteur, celui de la livraison, celui du référencement aux portails, celui de l'e-publicité. D'autres coûts à l'inverse sont supprimés ou très réduits, comme celui de l'implantation physique. C'est une économie des coûts fixes qui s'invente et qui suppose, pour durer, d'avoir une présence précoce et forte sur le marché. La hiérarchie entre les vendeurs de livres en ligne est la suivante : loin devant, Amazon qui détiendrait environ 45 % de parts de marché, ensuite la Fnac avec 35 % puis, à bonne distance, Alapage et Chapitre, et enfin une kyrielle d'autres sites. Les principaux acteurs du marché concurrencent le plus directement les grandes librairies généralistes qui disposent dans leurs magasins d'un nombre considérable de références. C'est la raison pour laquelle on retrouve sur Internet les très grandes librairies indépendantes et les petites chaînes comme Decitre (présent sur le web depuis 1999), Sauramps, Mollat ou Pavé. Eric Hardin des librairies Pavé considère que « si [les librairies] ne veulent pas voir leurs clients leur échapper au profit des grands sites comme Amazon, il leur faut être présentes sur le web avec des services », (*Livres Hebdo* du 14 octobre 2005). Aujourd'hui, le secteur de la vente de livres en ligne semble durablement structuré au niveau des acteurs tandis que de nouvelles potentialités restent à explorer au niveau de l'offre et des services. Des fonctionnalités telles que le « feuilletage électronique », la « recherche au cœur » (qui permet de rechercher les livres par leur contenu, possibilité présente sur le site d'Amazon), la réédition à la demande de livres épuisés (proposée par Alapage) devraient se généraliser. En outre, forts de leurs résultats et de leur poids économique, les librairies en ligne pourraient devenir plus exigeantes avec les éditeurs sur les relations commerciales. Certaines pratiques sont déjà dénoncées, comme celle qui oblige l'éditeur à payer l'opérateur pour être en bonne place sur son site, ou encore celle qui consiste à faire supporter par l'éditeur le coût de la livraison, gratuite pour le client. Ce dernier point fait l'objet d'une bataille juridique entre les grands sites marchands sur Internet et le Syndicat de la librairie française (SLF) qui considère la gratuité des frais de port des livres achetés en ligne comme un détournement de la loi Lang. Au-delà de la seule vente du livre, c'est l'ensemble de la filière qui passe d'une économie de biens tirant profit de l'abaissement de coûts variables à une économie du service fondée sur des coûts fixes. L'autre particularité à souligner de la vente de livres en ligne est le renouveau que connaît le fonds.

### 1.1.2. Le phénomène de « longue traîne »

Alors que dans les librairies physiques, le fonds ne semble plus trouver sa place, submergé par les nouveautés, il dispose d'une position de premier choix sur les librairies en ligne. Le nombre de titres référencés est en effet impressionnant, approchant l'exhaustivité. Si aujourd'hui la clientèle du commerce électronique ressemble de plus en plus à la population française dans son ensemble, au départ le e-commerce concernait surtout une clientèle jeune, masculine et urbaine, qui recherchait sur Internet des ouvrages très spécialisés, peu présents dans les stocks des libraires. Les éditeurs reconnaissent d'ailleurs le poids d'Internet pour la vente d'ouvrages de fonds à faible rotation ; certains, comme Dominique Morel, directeur commercial des Presses universitaires de France, allant jusqu'à affirmer : « certains de nos livres ne sont d'ailleurs plus vendus qu'en ligne », (*Livres Hebdo* du 4 février 2005). Internet favorise les titres du fonds et les petites ventes. En 2001, le fonds représentait 80 % des ventes d'Amazon.fr<sup>53</sup>. Comme pour la musique, on assiste à un phénomène de « long tail », traduit par « longue queue » ou « longue traîne ». Ce concept, expliqué en octobre 2004 par Chris Anderson dans un article de *Wired* dont il est le rédacteur en chef, repose sur le principe suivant : le montant de chiffre d'affaires généré par une myriade de ventes à quelques exemplaires sur des centaines de milliers de titres est égal, voire supérieur, à celui réalisé avec les ventes de best-sellers, à condition que les canaux de distribution proposent assez de choix. Internet rend accessible ce marché potentiel et conduit à ce nouveau modèle économique. La Fnac estime par exemple que moins de 1 % des ouvrages qu'elle référence se sont vendus à plus de 5 000 exemplaires et que la barre des 500 exemplaires vendus n'est franchie que par la moitié des titres référencés. Les 50 meilleures ventes d'une année ne représentent qu'environ 10 % du chiffre d'affaires d'une librairie indépendante<sup>54</sup>. Autrement dit, le secteur du livre, dans son ensemble, réalise la plus grande part de son chiffre d'affaires avec des lecteurs aux goûts différenciés, donc avec des « produits ciblés » (d'où l'intérêt du marketing relationnel possible grâce à Internet). Néanmoins, la généralisation de l'achat en ligne devrait rapprocher la structure des ventes en ligne de celle des magasins, et la concurrence sur les nouveautés devrait s'exacerber.

---

<sup>53</sup> **ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle*. Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

<sup>54</sup> Source : Xerfi, novembre 2005



La quasi-exhaustivité de l'assortiment est rendue possible par les coûts fixes du commerce en ligne, mais génère elle-même un coût élevé, du fait notamment de l'importante immobilisation de stock qu'elle suppose. Les vendeurs en ligne ont trouvé une solution pour faire supporter une partie de ce coût par les librairies traditionnelles : les marketplaces.

## 1.2. Les marketplaces : une alliance contre nature ?

### 1.2.1. De l'intérêt pour les vendeurs en ligne

N'ayant pas les moyens de développer et de maintenir un site de ventes en ligne, certaines librairies généralistes indépendantes s'associent aux géants de la librairie en ligne, à savoir Amazon ou Alapage. Ces derniers, dans le cadre de leur marketplace, sorte de galerie commerciale virtuelle, exposent et vendent des titres proposés par leurs libraires partenaires. Cette offre complémentaire ouverte aux particuliers et aux détaillants permet aux vendeurs en ligne d'élargir leur offre globale.

Les premiers « sites de marché » (traduction officielle de marketplaces) sont apparus il y a une dizaine d'années pour les livres d'occasion et les livres anciens. Ainsi, Chapitre.com par exemple, webrairie spécialisée dans l'ancien et l'occasion, a tissé de nombreux partenariats avec des libraires-bouquinistes. Jusqu'en avril 2007, Alapage présentait sur son site l'offre de tiers extérieurs, en plus de sa propre offre stockée dans son dépôt de Villiers-sur-Marne, mais la limitait, pour les produits culturels, à l'ancien et à l'occasion. Cette activité, loin d'être marginale, représentait environ 15 % de son volume d'affaires<sup>55</sup>. Par ailleurs, pour le livre neuf, Alapage et le grossiste, La Générale du livre (qui s'occupe plus particulièrement des expéditions), sont partenaires d'un millier de libraires indépendants via le site Lalibrairie.com créé en 2000. Ce portail offre aux librairies, clairement identifiées, une vitrine sur le net ainsi qu'un accès à une base de données mutualisée et à des services logistiques. L'internaute peut ainsi choisir d'acheter son livre auprès de sa librairie préférée. Lalibrairie.com parie sur l'attachement des consommateurs à leur librairie de proximité alors que ce public visé par le site n'est a priori pas celui qui achète le plus en ligne. Pour pallier ces difficultés et faire face à la concurrence, le site développe une activité de grossiste en proposant aux libraires de s'approvisionner dans son catalogue. En avril 2007, Alapage décide

---

<sup>55</sup> NORMAND, Clarisse. Alapage développe son marketplace. *Livres Hebdo*, 20 avril 2007, n°686, p.52.

l'ouverture d'un marketplace, considéré comme un service supplémentaire qui vise notamment à améliorer la disponibilité des produits proposés, critère déterminant dans l'acte d'achat. Alapage en a profité pour actualiser son site. Ainsi, plus de 15 000 références bénéficient d'au moins une des options suivantes : feuilletage et possibilité de zoomer les premières pages pour les beaux livres et les bandes dessinées, lecture des premières pages pour les romans, écoute d'un message audio de l'auteur et de la lecture d'un extrait du livre, revues de presse, avis de lecteurs, « nuages de mots » (sélection des termes les plus recherchés par les internautes donnant directement accès aux ouvrages correspondants). En plus de proposer une offre d'ouvrages encore plus large, le site s'est enrichi de nombreux services nouveaux. La création du marketplace d'Amazon est bien antérieure puisqu'elle remonte à 2003 et concerne, dès cette date, aussi bien les livres d'occasion que les livres neufs apportés par les particuliers et les professionnels. Amazon propose sur un même site à la fois son offre et celle de ses concurrents, facilitant les recherches des internautes mais maintenant dans l'ombre ses partenaires. Au niveau mondial, Amazon réalise un tiers de son activité avec ses marketplaces<sup>56</sup>. Quant à la Fnac, logiquement, elle ne dispose pas de marketplace puisqu'elle possède ses propres magasins.

Pour ces commerçants en ligne, le marketplace est donc un moyen d'enrichir leur catalogue et de renforcer leur image en apparaissant comme un lieu où l'on trouve tout, y compris des titres rares et pointus, les plus demandés. Les webrairies ne craignent pas la concurrence avec les librairies partenaires car, si un titre est référencé à la fois dans leur stock et dans celui d'un libraire tiers, l'internaute préfère acheter l'ouvrage auprès d'elles du fait de la livraison gratuite, de leur notoriété et de leur capital confiance.

### 1.2.2. Aux risques pour les libraires traditionnels

Face à la perspective d'accéder à Internet à un moindre coût et d'augmenter leurs ventes, des libraires traditionnels répondent positivement aux sollicitations des webrairies et s'associent à elles. Quand un internaute achète un ouvrage à un libraire tiers, celui-ci reçoit la commande et s'occupe de son traitement et de son expédition. Mais le règlement du prix du livre passe par l'intermédiaire de l'opérateur qui rétrocède ensuite au libraire les sommes dues, déduction faite de sa commission. Le premier bilan de ces expériences est plutôt positif puisque ce système apporte des millions de clients

---

<sup>56</sup> **NORMAND, Clarisse.** Marketplaces. Des liaisons dangereuses ?. *Livres Hebdo*, 1<sup>er</sup> décembre 2006, n°668, p.6-9.

potentiels et permet un assainissement des stocks par la hausse des ventes d'ouvrages de fonds. Une libraire affirme réaliser ainsi « 10 à 20 % de son chiffre d'affaires au comptant, avec des ventes à 90 % sur des titres de fonds...notamment en sciences humaines »<sup>57</sup>. La souplesse du dispositif est également appréciée, autorisant une expérience de la vente sur Internet sans investissement préalable et de façon simple, avec la possibilité de se retirer à tout moment.

Vu par certains libraires comme une alternative au tassement des ventes en magasins, ce système n'a cependant pas que des avantages. Tout d'abord, les librairies y sont peu visibles même si certaines, comme Vents d'ouest à Nantes, s'efforcent de joindre au livre envoyé un courrier et un catalogue présentant leur offre afin d'être identifiées. Ensuite, la charge de travail du libraire est considérablement accrue puisqu'il doit traiter de multiples commandes unitaires et les expédier, au risque de n'être plus qu'un manutentionnaire et la librairie, un entrepôt. Enfin, la marge des librairies partenaires est faible puisqu'elle est amputée de la commission de 12 % retenue par la webrairie. Mais surtout, à terme, le libraire peut se retrouver dans une situation de dépendance vis-à-vis de l'opérateur, tout en renforçant la position de ce dernier sur le marché alors qu'ils sont concurrents. Non seulement les librairies en ligne améliorent leur image et la satisfaction de leurs clients grâce aux libraires tiers, mais elle récupèrent ainsi des informations sur les demandes des clients qui leur permettront d'ajuster leur offre et de se passer des librairies traditionnelles. L'adhésion à ces marketplaces ne peut donc être envisagée par les libraires que de façon temporaire, en attendant la création d'un site qui mettra en avant leurs propres qualités et spécificités.

### **1.3. Le portail des libraires indépendants**

#### **1.3.1. Les libraires et les technologies de l'information et de la communication**

Depuis septembre 2006, le Syndicat de la librairie française (SLF), conscient de l'obligation pour les libraires indépendants de trouver une place sur le net, a mis en place une mission sur le « portail de la librairie indépendante » avec le recrutement d'une personne dédiée à ce projet. Le dossier est difficile ; différentes positions existent au sein du SLF et plusieurs versions du projet ont été envisagées sur la base de deux

---

<sup>57</sup> **NORMAND, Clarisse.** Marketplaces. Des liaisons dangereuses ?. *Livres Hebdo*, 1<sup>er</sup> décembre 2006, n°668, p.6-9.

études réalisées en 2007. L'une portait sur l'« impact du numérique sur la librairie indépendante » et l'autre sur des questions plus concrètes de mise en œuvre du portail<sup>58</sup>. À travers ces analyses, les libraires indépendants apparaissent en retrait par rapport aux évolutions numériques que connaît le monde du livre.

L'étape de l'informatisation des librairies n'est pas franchie par tous et, lorsqu'elle l'est, des difficultés demeurent quant à la maintenance informatique, à la mise à jour des données, aux questions d'interopérabilité des logiciels. D'une manière générale, les libraires sont insuffisamment formés à l'outil informatique. Même si certains libraires ont créé leur propre site Internet, très peu sont véritablement présents sur le web par manque de temps, de connaissance, de formation, d'investissement à consacrer à des activités « gratuites » telles que des conseils de lecture, des rédactions de fiches sur les ouvrages, l'animation d'un blog, la mise à jour du site. La mutualisation qu'offre Internet serait tout à fait pertinente pour les informations culturelles gratuites délivrées par les libraires. Si les libraires dans leur ensemble ont relativement intégré l'enjeu de visibilité et de présence commerciale sur le net, ils se sont en revanche, peu appropriés la dimension communautaire que véhicule Internet. Peu de libraires ont développé des outils informatiques pour faciliter leurs relations commerciales comme par exemple, la constitution de fichiers clients, qui pourraient être utilisés avec Internet. Les bases de données bibliographiques constituent un véritable enjeu dans le contexte d'Internet et pourtant, les libraires ne sont pas en position de force par rapport aux autres acteurs. Les libraires sont également peu familiarisés avec les contenus numériques et leurs usages, actuels et futurs, d'où une difficulté pour eux à imaginer quel rôle ils auront à jouer. Ce repositionnement suppose bien sûr l'acquisition de compétences nouvelles.

Face à ce diagnostic, il semble évident que le portail ne résoudra pas à lui seul tous les problèmes et qu'il doit être accompagné de mesures, comme des aides à l'équipement informatique, à la formation, des programmes de sensibilisation au numérique, des journées d'étude autour du développement des usages des contenus numériques. La clé du succès de ce projet réside dans la mobilisation de tous les acteurs, sur l'ensemble du territoire national. L'enjeu est en effet d'importance puisqu'il s'agit d'amener toute une profession à anticiper au mieux les changements, et à inventer des pratiques nouvelles de l'activité de libraire, adaptées aux attentes de la société de l'information, sous peine

---

<sup>58</sup> **Agence régionale pour l'écrit et le livre en Aquitaine.** Portail de vente en ligne de la librairie indépendante. On y est presque !. *Lettres d'Aquitaine*, janvier-mars 2008, p.12.

de voir son existence menacée. C'est la raison pour laquelle tous les acteurs de la chaîne du livre sont concernés.

### 1.3.2. Quel modèle : Amazon ou Booksense.com ?

Ces études préalable à la réalisation du portail considèrent que le rôle de « diffuseur » reste central dans la profusion informationnelle actuelle et qu'il revient aux libraires. Ces derniers doivent être capables de diffuser les produits éditoriaux, sous quelle que forme qu'ils soient, d'assurer la compatibilité de tous les supports de lecture et de garantir éventuellement une certaine forme d'archivage. Ils doivent maintenir le lien avec le lecteur en lui offrant en ligne, comme ils le font en magasins, la recherche d'informations, le conseil, leur connaissance des éditeurs et de leur catalogue, ainsi que des auteurs, leur sensibilité littéraire, leurs prises de position, autant d'éléments sur lesquels un simple moteur de recherche ne peut rivaliser. Ils doivent aussi s'adapter à une variété de modèles économiques pour les ventes et pouvoir vendre à la page, à l'article, à l'ouvrage, vendre par bouquets de services. Les libraires pourraient être également des artisans de la rematérialisation des contenus numériques en proposant l'impression à la demande. Remplir toutes ces fonctions, à la fois traditionnelles et innovantes, supposent de nouvelles compétences, plus techniques, mais aussi plus documentaires et informationnelles, pour guider l'internaute. Par rapport à des plateformes de vente à distance, les libraires disposent d'un atout d'importance : leur maillage territorial et leur proximité géographique.

Alors qu'à l'origine du projet de portail, l'objectif était de mettre en avant la spécificité du réseau des libraires indépendants (qualité, conseil...) et d'inciter les internautes à se rendre dans les librairies, alors que la nécessité de se recentrer sur le cœur du métier de libraire a été réaffirmée dans les deux études, la dernière version du projet vise pourtant à concurrencer les grands sites de vente en ligne. La solution proposée comporte deux niveaux : un site vitrine pour chaque librairie participante et une plateforme d'achats en ligne, s'appuyant sur un stock centralisé et une structure commune e-commerce. Suivant le modèle de la Lalibrairie.com, le portail est considéré comme un outil de relation-client et de fidélisation. Le libraire pourrait ainsi gérer des campagnes mails ciblées, faire un lien vers ses programmes de fidélité, présenter des informations sur ses animations, donner la possibilité aux internautes de réserver des ouvrages de son stock et profiter de fonctionnalités mutualisées. L'objectif est de créer le réflexe Internet chez le client tout en maintenant son passage en librairie, de prolonger la relation privilégiée

qui lie les libraires traditionnels à leurs clients en préservant un haut niveau de service. L'exemple de la Librairie.com montre à quel point ce pari est difficile. L'autre volet du projet est la création d'un portail e-business qui permettrait à chaque libraire de profiter d'une logistique industrielle rapide de vente à distance mutualisée, comprenant l'envoi des commandes au domicile des clients. Il s'agit de prouver la capacité des libraires indépendants à proposer un service semblable à celui des grands sites de vente en ligne. Il reste alors à trouver un partenaire capable de prendre en charge le stock ainsi que la logistique client et de négocier avec un prestataire déjà présent sur Internet, la mise à disposition d'une base de données. À ce stade du projet, il faut également créer une structure économique pour financer la réalisation, sous la forme d'une société anonyme simplifiée (SAS) réunissant quelques dizaines de libraires actionnaires. Le choix d'une solution industrielle commune est l'un des enjeux majeurs de l'année pour pouvoir ouvrir le site vraisemblablement début 2009.

Pour une part, ce projet ressemble à Booksense.com, portail mis en place par les libraires indépendants américains pour faire face à la concurrence des chaînes et des librairies en ligne. Booksense.com est une sorte de portail d'accès au site de chaque libraire adhérent, chaque site bénéficiant d'une conception et d'outils communs mais pouvant être personnalisé. En revanche, les libraires assurent les livraisons des ouvrages achetés en ligne. Pour se démarquer des sites d'achats en ligne, les libraires doivent rester dans une démarche qui leur est propre et mettre en avant leur valeur ajoutée : la richesse bibliographique, l'organisation de l'offre, l'instauration d'une véritable relation, le conseil. Le site Internet doit être envisagé comme une interface commerciale, complémentaire de la librairie physique qui permet de s'informer, de préparer ses achats, voire de réserver ses ouvrages. Cette fonction est d'autant plus importante qu'un tiers des clients déclarent se renseigner sur Internet avant de passer à l'achat<sup>59</sup> ; information à prendre en compte également par les autres acteurs du livre, notamment les éditeurs.

---

<sup>59</sup> **BEUVE-MÉRY, Alain.** La vente de livres en ligne a explosé en 2006. *Le Monde des livres*, 19 janvier 2007.

## 2. Une confusion des rôles

### 2.1. Internet, un atout pour l'édition imprimée

#### 2.1.1. Lekti-écriture, le site de l'édition indépendante

Les éditeurs indépendants, de leur côté, cherchent aussi à être présents sur Internet et à utiliser avec profit les technologies de l'information et de la communication. Dans cet objectif, le site créé en 2003 par Joël Faucilhon, Lekti-écriture.com, regroupe une cinquantaine d'éditeurs francophones indépendants en littérature, sciences humaines et jeunesse, et constitue un espace de diffusion de leurs catalogues. À l'origine, le collectif s'est constitué autour d'une revue, *Contre-feux*, avec le souci de présenter des livres et des auteurs essentiels, qui ne trouvent pas leur place dans les librairies et qui ont beaucoup de mal à avoir une visibilité et à rencontrer leur public. L'idée est venue ensuite de rassembler sur un même site, pour gagner en visibilité et mutualiser les moyens, plusieurs éditeurs indépendants afin d'accentuer leur présence en librairies et de permettre au grand public de les découvrir. Le site offre à chaque éditeur participant un espace, qu'il peut alimenter de manière autonome dans le but de communiquer avec facilité et efficacité en direction du public et des libraires. Ce rapprochement permet également une meilleure connaissance entre les éditeurs, des échanges, un dialogue. Les critères pour être associé au Lekti sont la rigueur et l'exigence du travail éditorial mené ainsi que les qualités humaines des éditeurs. Outil de promotion de la littérature, le site Lekti-écriture.com met en avant l'éditeur comme passeur de textes. En 2005, une réflexion a été conduite afin de pérenniser cette expérience. Des solutions telles que faire appel à la publicité ou rendre les contenus payants ont été écartées, au profit de la commercialisation des ouvrages présentés par les éditeurs. Dans un souci de respecter la chaîne du livre, le choix de travailler avec une librairie indépendante a été fait. La librairie partenaire Clair-Obscur à Albi détient en stock la totalité des ouvrages présentés par les éditeurs sur le site, ce qui lui permet d'expédier rapidement les commandes. Bien que le projet de Lekti reste profondément ancré dans une démarche non commerciale, cette interface de vente en ligne est un moyen de soutenir économiquement cette expérience, qui nécessite des investissements, et d'assurer sa

viabilité à long terme. Joël Faucilhon<sup>60</sup> est conscient que cette structure demeure fragile et qu'elle ne peut résoudre tous les problèmes de l'édition indépendante. Il s'agit là d'une solution parmi d'autres qu'il faut inventer. La créativité doit en effet permettre de renouer un lien avec le grand public tout en compensant le manque de moyens financiers. Ainsi, d'autres éditeurs explorent des voies expérimentales.

### 2.1.2. Le lyber des éditions de l'Éclat

Suite à la polémique sur le prêt payant en bibliothèques, Michel Valensi, fondateur des éditions de l'Éclat, décide en 2000 de mettre en œuvre une nouvelle pratique éditoriale : proposer en même temps une version papier des ouvrages publiés et une version électronique disponible gratuitement dans son intégralité sur le site de la maison d'édition. Michel Valensi explique sa démarche dans son « Petit traité plié en dix sur le lyber »<sup>61</sup> et affirme que le numérique oblige les éditeurs à reconsidérer la question des supports. Convaincu que le numérique ne se substituera pas au livre papier, au moins pour ce qui concerne des idées développées et argumentées, Michel Valensi considère le lyber comme une tentative de cohabitation dynamique des deux supports. Il fait le pari de la pérennité du livre papier tout en exploitant les possibilités que lui offrent les technologies de l'information et de la communication. Le principe du lyber repose, outre sur la mise en ligne intégrale et gratuite du texte, sur une invitation à celui qui lit ou télécharge un ouvrage, à en acheter un exemplaire si la version électronique lui a plu. Le lecteur peut également obtenir sur le site de l'éditeur l'adresse du libraire le plus proche de son domicile où le livre risque d'être disponible, les libraires indépendants étant privilégiés. La page « libraires » est la plus consultée du site depuis son ouverture. Le lecteur a aussi la possibilité d'intervenir sur le texte en ligne en le commentant dans des fichiers complémentaires consultables par les autres internautes. Il s'agit de proposer au lecteur une sorte de pacte en vue de la constitution d'une « communauté » rendue possible grâce à Internet.

Huit ans après la mise en place de cette initiative, on constate que le papier et le numérique ne se concurrencent pas mais, qu'au contraire, la mise en ligne intégrale et gratuite du texte favorise le plus souvent la vente en librairies des volumes papier. Si on

---

<sup>60</sup> **Sitartmag.** *Lekti-écriture.com. Entretien avec Joël Faucilhon, fondateur et responsable* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.sitartmag.com/lekti.htm>>

<sup>61</sup> **Éditions de l'Éclat.** *Petit traité plié en dix sur le lyber* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.lyber-eclat.net/lyber/lybertxt.html>>



prend l'exemple du premier titre mis en ligne en 2000, *TAZ* de Hakim Bey paru en 1997, on remarque que cet ouvrage, vendu à 700 exemplaires entre 1997 et 2000, enregistre aujourd'hui 17 000 exemplaires vendus. Tous les ouvrages des éditions de l'Éclat n'ont pas bénéficié de l'effet lyber et vu augmenter leur vente suite à leur mise en ligne, néanmoins, les 20 meilleures ventes de l'éditeur ont toutes une version intégrale et gratuite disponible sur le net. Cette démarche ne va donc ni à l'encontre des livres papier ni à l'encontre des libraires. Ces derniers qui, au départ, se sont fortement opposés à cette initiative, l'ont aujourd'hui mieux comprise, sans toutefois vraiment y adhérer. Ils pourraient en effet utiliser le lyber pour informer leurs clients sur le contenu des ouvrages, en considérant le lyber comme une extension de leurs rayonnages. Peu le font mais, à leur décharge, les libraires ne sont pas tous équipés pour pouvoir le faire. Le lyber est aussi un moyen de palier l'absence des ouvrages de l'éditeur sur les rayons des bibliothèques ; c'est un moyen complémentaire de diffusion. On peut se demander pour quelles raisons cette expérience a peu été reprise par d'autres éditeurs et n'a pas davantage suscité de commentaires, alors qu'elle est avantageuse sur le plan commercial. Michel Valensi<sup>62</sup> considère que les éditeurs sont paralysés par l'exemple du disque, mis en danger économiquement par Internet, et ne poussent pas plus loin leur réflexion sur ces technologies. En outre, le fait de montrer les contenus mis en vente avant de réaliser leur vente, constitue peut-être un risque supplémentaire pour certaines maisons d'édition. Enfin, le principe du lyber calque celui de la bibliothèque qui n'est pas le modèle préféré des éditeurs. Toutefois, François Gèze des éditions La Découverte a récemment donné raison à Michel Valensi en créant une maison d'édition, Zones, qualifiée d'« espace de résistance éditoriale », qui reprend le principe et le terme de lyber dans sa ligne éditoriale.

Pour autant, ces initiatives restent du domaine de l'expérience dont les effets à plus long terme doivent encore être analysés, des tentatives audacieuses, intéressantes, à suivre, mais qui ne constituent pas un nouveau modèle en émergence. La question des nouveaux modèles économiques demeure centrale pour les acteurs de la chaîne du livre, méfiants à l'égard d'Internet et du mythe de la gratuité qu'il véhicule.

---

<sup>62</sup> Entretien par mail au début de l'année 2008

## 2.2. L'édition électronique à la recherche de nouveaux modèles économiques

### 2.2.1. Un mouvement d' « édition généralisée » ou l'édition sans éditeurs

Bien qu'ayant pris au sérieux le tournant numérique, les éditeurs hésitent à entreprendre les investissements nécessaires pour obtenir une place sur ce secteur. Il est vrai que l'édition électronique induit des coûts élevés et une activité importante de recherche et développement pour faire face à la fréquence des changements technologiques. Malgré le souci d'entretenir une image de modernité et d'innovation, et, pour certains, malgré le désir d'être le *gate keeper*, c'est-à-dire celui qui s'emparera du marché, une réticence interne demeure par rapport au marché électronique, et notamment par rapport à la pérennité du support numérique.

Avec Internet, les éditeurs doivent faire face à une nouvelle concurrence, que certains jugent déloyale, celle des contenus mis en ligne par toutes les structures qui ne sont pas éditoriales. Les limites sont ainsi brouillées sur la Toile entre des livres faisant l'objet d'un véritable travail éditorial et les auto-publications non validées. Le risque de confusion est encore plus grand pour les éditeurs qui travaillent peu leurs textes. Les contenus des amateurs sont face, sans distinction, aux contenus des professionnels qui, eux, s'efforcent de garantir une marque, une certification des propos, une validité. La mise en ligne de contenus étant extrêmement simple, l'édition devient une activité très partagée et prend des formes diverses. Elle peut par exemple aboutir à la publication en ligne d'encyclopédies libres et collaboratives telles que *Wikipédia*, qui se passent d'éditeurs et d'auteurs professionnels. Le modèle éditorial traditionnel est alors complètement remis en cause. Il existe en effet quatre manières de publier du contenu sur Internet. La première, classique, suit le modèle éditorial issu de l'imprimé avec une validation du contenu en amont. La deuxième est la publication autoritative, à l'origine d'Internet, qui correspond à de l'auto-publication et à de l'auto-diffusion. La troisième est la publication distribuée, selon le principe du *peer to peer* qui repose sur des échanges interpersonnels de fichiers entre internautes et où l'évaluation du contenu se fait a posteriori en fonction du succès rencontré. Ce modèle est très développé pour la musique ; certains groupes se sont d'ailleurs faits connaître uniquement par ce biais, sans être produits par une maison de disques. Enfin, le dernier mode de publication est le méta-éditorial qui consiste à éditer en pensant aux modalités d'accès et en

réfléchissant à l'indexation par méta-données pour que le contenu soit facilement accessible sur le net par les moteurs de recherche.

Gardant à l'esprit les évolutions de l'édition musicale, les éditeurs veulent préserver le marché imprimé par crainte du piratage. La contre-façon numérique, malveillante ou bienveillante car certains souhaitent simplement voir se réaliser l'utopie d'une diffusion généralisée du savoir, est très développée et entraîne une course permanente et sans fin entre protection et décryptage des fichiers. Les technologies sécurisées de gestion des droits numériques, ou Digital rights management (DRM), qui permettent au détenteur du droit d'auteur de spécifier à l'acheteur ce qu'il peut faire et d'éviter que le fichier se retrouve sur le web, sont aujourd'hui remises en cause. D'abord, parce que les internautes finissent par les contourner, ensuite parce qu'elles sont considérées comme une entrave à la diffusion des contenus culturels et qu'elles empêchent l'interopérabilité. Pour remédier à ces problèmes, le schéma de licence globale a été proposé et faisait partie du projet de loi DADVSI (relative aux droits d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information). Cette proposition provoqua de vifs débats et ne fut finalement pas retenue. Elle visait à instaurer une rétribution forfaitaire pour l'auteur en contrepartie de l'échange de contenus via Internet, sur l'exemple des redevances versées à la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem) lors de la diffusion d'œuvres musicales. Ce système fonctionne à l'inverse de celui du droit d'auteur qui veut que ce dernier donne au préalable l'autorisation d'exploiter son œuvre contre une rémunération. En effet, dans le cas de la licence globale, il n'y a pas besoin d'autorisation de l'auteur pour utiliser son œuvre sur Internet lorsqu'elle est mise à disposition, mais une somme forfaitaire est prévue pour le rétribuer. La licence globale recherche donc un compromis entre la circulation des données numériques et la rémunération des auteurs mais se heurte à la difficulté de mettre en place un tel système. L'édition électronique soulève également une autre question qui risque de compliquer les relations entre auteurs et éditeurs. Il faudra en effet déterminer à qui appartiennent les droits numériques des œuvres imprimées, s'ils sont partagés entre l'auteur et l'éditeur ou s'ils reviennent uniquement à l'auteur. Sujet délicat, d'autant que les éditeurs souhaitent éviter une situation où les écrivains se passeraient de leurs services pour mettre directement leurs textes en ligne.

### 2.2.2. Une économie en mutation

Une autre explication complémentaire à la frilosité des éditeurs face à l'édition électronique est le fait qu'une part essentielle de la rentabilité des grands groupes provient de la distribution, situation particulière à la France. Cette « économie du camion » comme l'appellent certains, et les gains qu'elle engendre, disparaissent avec le numérique. C'est une des raisons pour laquelle les grands groupes qui détiennent les sociétés de distribution les plus importantes sont réticents au remplacement du papier par le numérique. Il s'avère donc primordial pour eux de trouver des modèles économiques viables sur Internet et de ne pas se laisser dépasser par le culte de la gratuité du net qui veut que les contenus soient librement accessibles alors que les canaux, les moyens d'accès sont payants. En réalité les fournisseurs d'accès vendent un accès gratuit aux contenus des autres acteurs. Les éditeurs peuvent s'inspirer des fabricants de *hardware* (matériel informatique physique), des fournisseurs d'accès ou des moteurs de recherche qui, eux, ont trouvé leur modèle économique. La publicité est notamment un modèle envisageable qui permettrait de maintenir l'accès gratuit aux contenus. Google par exemple a récemment déposé un brevet, intitulé « Personnalisation de contenu et de publicité dans des publications », dont l'idée repose sur l'intégration d'une publicité personnalisée aux contenus choisis par l'internaute. Les revenus ne seraient plus tirés des contenus éditoriaux mais des budgets publicitaires. Reste à savoir si les internautes accepteraient le prix de la gratuité : une intrusion dans leur vie privée pour cibler la publicité et une invasion des encarts promotionnels au milieu des textes. Sans aller jusqu'à ces extrémités, les éditeurs pourraient avoir de la publicité sur leur site en lien avec les contenus proposés.

Le marché se réorganise et voit les agrégateurs qui ont pour fonction de rassembler des contenus éditoriaux d'origines diverses et de les distribuer via un site unique, prendre une place de plus en plus importante. Les modes de commercialisation des ouvrages numériques diffèrent de ceux des livres imprimés et les éditeurs doivent s'adapter. Il existe trois modes de commercialisation dans la net-économie :

- le *Business to Consumer* (B2C), autrement dit de l'entreprise au consommateur : il s'agit de faire payer l'utilisateur à la consommation ou sous forme d'abonnement ;
- le *Business to Business* (B2B) ou de l'entreprise à l'entreprise : l'agrégateur s'adresse à un organisme institutionnel, tel une bibliothèque ou un établissement

d'enseignement, qui achète pour le compte des membres de sa communauté, mais la question de la répercussion des coûts à l'utilisateur final se pose alors ;

- le *Peer to Peer* (P2P), soit de pair à pair, utilisé dans les échanges gratuits mais qui pourrait être envisagé pour la vente, l'agrégateur n'assurant que la mise en relation et la gestion des droits numériques.

Avec le numérique se pose la question de la nature de l'objet éditorial : l'éditeur vend-il un produit ou un service ? Le client achète-t-il un contenu ou simplement un droit d'accès, et ce dernier est-il temporaire ou pérenne ? L'unité commercialisée est aussi transformée puisque l'édition électronique rend possible la fragmentation de la vente (la vente d'extraits, de chapitres, de pages, d'articles) ou encore le développement de l'offre de bouquets thématiques. Le client accède aux contenus en payant soit à l'acte, (« pay per view » qui consiste à acheter en téléchargeant un fichier à l'unité), soit en s'abonnant pour avoir accès à certains services (consultation, copie, mise à jour, recherche en plein texte...) ou à certaines sélections d'ouvrages, c'est le cas des prêts de livres numériques par exemple. Une double évolution des modèles économiques sur Internet est en cours : un glissement du mode B2C au mode B2B et le passage d'un modèle privilégiant le paiement à la consommation vers un modèle basé davantage sur la vente d'abonnements ou de licences.

Enfin, il est important de noter que certains éléments juridiques et économiques diffèrent entre le papier et l'électronique : la loi Lang ne s'applique pas aux livres numériques, la TVA à 5,5 % non plus. Nous sommes aujourd'hui dans une période de transition et nous sommes confrontés à un effet de seuil, autrement dit, nous n'avons encore pas atteints un niveau d'offre suffisant pour permettre le développement de la demande. Mais le comportement des acheteurs change, et notamment celui des bibliothèques, qui affectent une part croissante de leur budget au numérique (jusqu'à 50 % aux Etats-Unis), créant ainsi un débouché et un marché solvable pour l'édition électronique.

### **2.3. Un nouveau duo : éditeurs et bibliothécaires**

Situées au cœur de la société de l'information, les bibliothèques ont été les premières dans la chaîne du livre à utiliser Internet. Son développement s'est accéléré ces cinq dernières années et aujourd'hui, Internet est présent dans la moitié des bibliothèques françaises. La documentation électronique prend également son essor, en particulier

dans les bibliothèques universitaires (BU) car l'essentiel du fonds des bibliothèques municipales (BM) est constituée par de l'édition littéraire qui est moins adaptable à la lecture sur écran.

### 2.3.1. La documentation électronique en bibliothèques

Depuis le début des années 2000, la part de la documentation électronique dans les budgets d'acquisitions des BU ne cesse d'augmenter, au détriment des achats d'ouvrages imprimés. Entre 1999 et 2005, les dépenses des universités en faveur des ressources électroniques ont augmenté de 179 %<sup>63</sup>. Cette croissance est due à la hausse des tarifs d'abonnements aux périodiques électroniques mais également à un enrichissement de l'offre numérique proposée par les BU à leurs utilisateurs. Face à la multiplication des initiatives privées, publiques, des bibliothèques, des établissements d'enseignement, la Sous-direction des bibliothèques et de l'information scientifique (SBIS) a créé un Observatoire du numérique auquel participe l'Enssib, avec Benoît Epron pour pilote, afin de recenser l'offre électronique et d'étudier les pratiques numériques dans l'enseignement supérieur. À terme, le SNE, et peut-être le Cnl, devraient y participer. Les premiers documents concernés par le basculement vers le numérique ont été les périodiques car leur édition électronique permet une actualisation rapide des contenus. Aujourd'hui, l'édition électronique apparaît comme une solution au manque de manuels que peuvent proposer les BU aux étudiants de première année, faute de budget suffisant. De plus en plus de BU s'abonnent à des plate-formes comme Numilog qui proposent en prêt la version numérique d'ouvrages sous droits, ces derniers ayant été négociés avec les éditeurs. Dans le cadre du programme «Campus numériques» du ministère de la Jeunesse, de l'Éducation nationale et de la Recherche, un projet expérimental de bibliothèque numérique pour les étudiants en sciences humaines et sociales appelé Manum (pour manuels numériques), a été développé d'octobre 2001 à avril 2003. Il a réuni des éditeurs et des bibliothécaires afin de s'accorder sur la terminologie employée, de proposer un modèle économique, de faire des préconisations techniques sur la numérisation et de réfléchir aux contenus à numériser. Ce projet n'a pas eu d'aboutissement opérationnel mais a donné lieu à un prototype illustrant les fonctionnalités attendues d'un service de bibliothèque numérique. Avec la généralisation du mode de commercialisation B2B sur Internet, les bibliothèques deviennent de plus en

---

<sup>63</sup> Source : ministère de l'Éducation nationale, Sous-direction des bibliothèques et de l'information scientifique (SDBIS)

plus incontournables dans la diffusion des contenus. Les éditeurs ont pris conscience de cette position stratégique et n'ont d'ailleurs pas intérêt à se passer de cet intermédiaire car leur objectif n'est pas le prêt mais la vente. Et les bibliothèques sont des clients essentiels pour l'édition électronique. Les acteurs marchands attendent des bibliothèques qu'elles prennent davantage de risques par rapport au numérique, créant ainsi une demande qui permettra de développer l'offre. Des négociations sont actuellement en cours entre la SBIS et les éditeurs pour créer des modèles économiques rentables autour des manuels électroniques. Mais dans la configuration qui se dessine, le libraire ne semble plus avoir sa place.

### 2.3.2. Les bibliothèques numériques

Sur d'autres points, éditeurs et bibliothécaires sont plutôt dans une relation de concurrence. En effet, les bibliothécaires offrent de plus en plus fréquemment l'accès par le biais du site Internet de la bibliothèque, à la version intégrale de documents numérisés. Ils mettent en ligne des cours, des thèses, des colloques, des résultats de recherches, des ouvrages libres de droits afin de constituer une véritable bibliothèque numérique. Cette dernière a pour double objectif de faciliter la communication scientifique par le biais d'archives ouvertes (données issues de la recherche scientifique et de l'enseignement accessibles librement sur Internet) et de capitaliser les connaissances pour un usage immédiat mais aussi dans un but patrimonial.

C'est précisément pour mettre à disposition du plus grand nombre les richesses patrimoniales que la Bibliothèque nationale de France (BnF) a lancé dès 1997 son projet de bibliothèque numérique Gallica. Elle a numérisé des fonds libres de droits en vue de créer une bibliothèque patrimoniale et encyclopédique, accessible gratuitement sur Internet. Aujourd'hui, Gallica 2 s'ouvre à l'édition contemporaine. Suite au rapport Livre 2010, le ministère de la Culture et de la Communication a favorisé la mise en place d'un partenariat entre les éditeurs et la BnF. Ainsi, à compter du Salon du Livre 2008, est menée pour un an une expérimentation d'offre légale d'ouvrages sous droits sur Internet. Le Cnl soutient cette expérience en proposant aux éditeurs une subvention pour la diffusion numérique de documents soumis au droit d'auteur. Gallica 2 permet de consulter par la même interface, des documents patrimoniaux numérisés par la BnF et des livres publiés récemment. Les documents patrimoniaux sont téléchargeables gratuitement à partir du site tandis que les documents contemporains sont accessibles via les sites des e-distributeurs partenaires. Selon le titre et le site partenaire, il est possible

de feuilleter gratuitement le document, de le louer pour une durée déterminée, de le télécharger ou de le commander en ligne, le prix de chaque service étant déterminé par l'e-distributeur et l'éditeur. Au terme de la phase expérimentale qui permettra de mieux cerner les usages, une évaluation sera conduite. Le projet Gallica 2 s'inscrit dans un cadre européen puisque la BnF est l'agrégateur français pour la bibliothèque numérique européenne, Europeana. Une autre collaboration existe entre la BnF et les éditeurs du portail Cairn, spécialisé dans les revues en sciences humaines et sociales. Les numéros des périodiques parus avant 2000, sont numérisés par la BnF et en accès libre et gratuit via Gallica, tandis que les numéros publiés après 2000, sont numérisés par les éditeurs et ont un accès payant. Ces coopérations sont encouragées par les pouvoirs publics, via le Cnl qui a institué récemment une Commission sur la politique numérique, chargée de l'attribution et du suivi des crédits pour le projet Europeana, car elles contribuent à une meilleure visibilité de la culture française sur le web. Néanmoins, pour que des actions communes restent possibles entre éditeurs et bibliothécaires, il faut que le rôle de chacun soit clairement établi et que les bibliothécaires aient uniquement une fonction de *publisher*, de mise en ligne des textes, et non une fonction d'*editor* qui suppose un travail éditorial apportant une valeur ajoutée au contenu.

### 3. Vers de nouvelles coopérations

#### 3.1. Face au risque de monopolisation

##### 3.1.1. L'apparition de nouveaux métiers

Le passage de l'édition papier à l'édition électronique engendre des modifications non seulement sur l'aval de la chaîne du livre, en particulier sur les modes de commercialisation, mais aussi sur le cœur du métier d'éditeur, sur la production des contenus éditoriaux. Le modèle éditorial traditionnel n'est plus le seul en vigueur et d'autres systèmes apparaissent dans lesquels la fonction éditoriale est partagée entre différents intervenants. Autant pour le livre, ou pour des supports physiques comme le CD ou le DVD-Rom, il est aisé d'établir la responsabilité éditoriale, autant cette dernière est difficile à percevoir lorsqu'il s'agit d'édition électronique qui n'a pas de version définitive, qui est mouvante. Les éditeurs deviennent des éditeurs multimédia, le texte n'étant plus qu'une partie de ce qu'ils publient. La question de la nature de la



fonction éditoriale se pose alors : est-elle identique pour le livre et pour les autres supports, pour le livre et pour les contenus dématérialisés ? Certes, il y a des exigences communes, notamment celles relatives au travail et à la réflexion sur les contenus, mais les différences sont nombreuses. Il faut soit apprendre à maîtriser les spécificités, en particulier techniques, des nouveaux supports, soit se situer en amont et alors devenir auteur et concepteur du contenu, ce que n'est pas un éditeur de livres imprimés. Ces changements induisent des modifications au niveau des savoir-faire ainsi que des outils, et nécessitent des investissements importants dans la chaîne graphique en grande évolution. Ils entraînent aussi des modifications sur le plan des relations avec les auteurs qui deviennent des interlocuteurs parmi de nombreux autres pour l'éditeur.

En outre, les évolutions technologiques remettent radicalement en cause l'économie de l'offre qui caractérisait le marché du livre, en permettant de confectionner des ouvrages à la demande et de personnaliser l'offre au maximum selon les désirs des acheteurs. Ce passage d'un marché de l'offre à un marché de la demande suppose un travail inverse de l'éditeur. Alors qu'il produisait avant de vendre, il devra vendre avant de produire. De même, sur Internet, le travail de l'éditeur autour du texte est moins visible ; son rôle relève davantage de celui d'un fournisseur de données. On assiste à une désintermédiation, valable également au niveau de la commercialisation des textes. Le site Lulu.com, société présente cette année au Salon du Livre de Paris, illustre à l'extrême ce phénomène. L'internaute qui souhaite publier son livre télécharge son manuscrit puis, grâce aux outils de mise en page mis à sa disposition, personnalise son ouvrage. Il a ensuite la possibilité de le vendre en l'imprimant au fur et à mesure des commandes. Ce site d'auto-publication nie complètement l'intermédiation de l'éditeur et du libraire. À l'inverse, le livre électronique engendre de nouvelles fonctions qui réintroduisent de la médiation, comme les sites portails ou les agrégateurs de contenus, mais qui ne sont pas assurées par les acteurs traditionnels de la chaîne du livre.

### 3.1.2. L'implication de nouveaux acteurs

De nouveaux entrants issus de l'informatique et des réseaux prennent une place croissante dans le secteur du livre, et au-delà, dans celui des industries culturelles. Ces acteurs, tels Google ou Microsoft, ont les connaissances techniques et une démarche d'innovation indispensables pour être présents de façon pérenne sur le marché du numérique. Des entreprises spécialisées dans la vente en ligne, comme Amazon, renouvellent les relations commerciales et les pratiques marketing autour du livre.

L'apparition de ces sociétés, dont le poids économique et les capacités d'action au niveau mondial sont sans commune mesure avec ceux des acteurs du livre même les plus importants, laisse augurer l'ampleur des bouleversements à venir dans les rapports de force internes à la filière. Il faut néanmoins noter que cette entrée de membres extérieurs au secteur a été rendue possible par la mésentente des acteurs de la filière, éditeurs, libraires et bibliothécaires, qui ne sont pas parvenus à constituer une chaîne du livre numérique. Il est vrai que pour y aboutir, il aurait fallu que l'un d'entre eux prenne l'ascendant sur les deux autres et, au vu des enjeux, cela n'était pas envisageable. Cette situation laissait donc la porte ouverte à une intervention des pouvoirs publics et à celle d'acteurs extérieurs. Le risque pour les acteurs de la filière est bien sûr de se voir déposséder d'une part du marché, mais aussi de devoir compter avec des intervenants incontournables, du fait de leur maîtrise des ressources informatiques, qui se préoccupent peu des spécificités du secteur et pour qui le livre est un produit comme les autres.

Le cas de Google et de son programme *Google Book Search* est particulièrement emblématique. En octobre 2004, la société propriétaire du moteur de recherche le plus utilisé au monde, annonce son projet de mettre en ligne sur Internet des millions d'ouvrages numérisés. Dans un premier temps, il s'agit de numériser des ouvrages d'éditeurs commerciaux avec lesquels des accords ont été signés. Le but est de proposer en ligne des extraits d'ouvrages pour les promouvoir et assurer leur vente via des services de librairies en ligne. Mais très rapidement, Google fait part de son intention de numériser à grande échelle les collections de 5 bibliothèques publiques anglo-saxonnes partenaires du projet. L'objectif à 10 ans est la numérisation de 15 millions d'ouvrages. Les éditeurs de livres soumis au droit d'auteur réagissent pour s'opposer à cette opération et le programme est suspendu quelques mois puis repris, mais axé sur les livres libres de droits. Le développement des partenariats avec les éditeurs qui le souhaitent est également poursuivi et d'autres bibliothèques rejoignent le dispositif. Les ouvrages libres de droit sont consultables en texte intégral, téléchargeables et imprimables. Cette opération, du fait du nombre de volumes numérisés, des moyens alloués, de l'intervention d'un acteur privé dans la mise en ligne de fonds patrimoniaux, et du non respect des droits des auteurs et des éditeurs, a suscité de vives réactions. Elle est à l'origine du projet de constitution d'une bibliothèque numérique européenne pour éviter un risque de monopole sur la numérisation d'ouvrages, notamment patrimoniaux, et sur la diffusion par une seule société privée et commerciale. La manière de procéder

de Google, contournant la législation sur la propriété intellectuelle, a provoqué de la colère, certes, mais aussi des interrogations sur la nécessité d'assouplir ces règles pour parvenir à un équilibre entre droit d'auteur et accessibilité. La Commission européenne a d'ailleurs pris position en soulignant l'impératif, pour les projets de numérisation à grande échelle, de revoir les lois sur la propriété intellectuelle pour que le paiement des droits ne soit pas plus élevé que le coût de réalisation de l'opération.

L'intrusion d'acteurs extérieurs à la filière du livre bouscule les habitudes et les pratiques et ne va pas dans le sens d'une plus grande protection des acteurs traditionnels. Les enjeux stratégiques pour chacun étant différents, il s'avérera d'autant plus difficile de trouver des positions communes.

## **3.2. Et au risque de dispersion**

### **3.2.1. Le paradoxe de la dispersion**

Il peut paraître paradoxal d'utiliser la notion d'éparpillement pour évoquer Internet alors que la Toile est l'endroit où l'on peut tout trouver et qui rassemble tous les possibles. C'est par conséquent le lieu de l'abondance, de la multitude et cette profusion entraîne précisément la dispersion. Si cette prodigalité peut en griser certains, elle peut en effrayer d'autres. Il manque des repères au milieu de ces nombreux producteurs et diffuseurs de contenus pour juger de leur pertinence et de leur qualité. Avec l'entrée dans l'économie du livre numérique, la question de l'existence de la critique se pose ainsi que celle de son expression. Face à la masse des contenus, comment repérer le bon livre de celui sans importance, comment trouver celui qui comptera demain ? Ces questions sont fondamentales, surtout si les librairies traditionnelles disparaissent et avec elles, leur rôle de filtre de l'offre éditoriale. Peut-on croire qu'une société quasi-monopolistique comme Amazon fera la promotion d'ouvrages de qualité, plus difficiles d'accès ? Ces jalons seraient d'autant plus nécessaires que sur le net, tout apparaît sur le même plan, sans distinction, sans hiérarchisation. Les frontières se brouillent entre les différentes activités d'écriture, d'édition et de vente. Le numérique offre la possibilité à n'importe qui de remplir une de ces fonctions ou les trois à la fois, et provoque une confusion des rôles. Si les auteurs, les livres, les éditeurs se multiplient indéfiniment, comment s'y retrouver ? Il n'y a pas non plus de contrôle sur la provenance des contenus, sur leur véracité, sur l'identité de celui qui les met à disposition. Certains aspects d'Internet sont opaques malgré l'image de transparence, de proximité et de

simplicité qu'il véhicule. Il faut donc acquérir des codes, comprendre le fonctionnement et les logiques sous-tendues par ce média pour être capable de l'utiliser au mieux. L'internaute a besoin d'être guidé, de suivre un apprentissage. Il appartient aux acteurs traditionnels du livre de créer des dispositifs, d'inventer des réseaux pour jouer ce rôle de critique et de promoteur du livre de qualité. Ce sont eux en effet qui ont les compétences pour déterminer la valeur, hiérarchiser, donner du sens et orienter l'internaute dans une offre multiple et dispersée.

### 3.2.2. Renforcer le cœur de métier

L'hyperchoix ou la diversité de l'offre n'est pas une garantie de la diversité de la demande. Devant la profusion de l'offre d'information, sur Internet mais aussi de manière plus générale, les individus éprouvent le besoin de se référer à des médiateurs. Le rôle des professionnels du livre est de constituer une interface entre une production surabondante de livres et une réception qui devient de ce fait problématique. Ces intermédiaires, éditeurs, libraires, bibliothécaires, doivent remplir cette fonction complexe d'organiser la rencontre d'une offre intellectuelle pléthorique avec une demande individuelle. La reconnaissance de la qualité d'une production va dépendre de la capacité des acteurs à développer leur marque, à gagner la confiance des lecteurs par le sérieux de leur travail et de leurs prescriptions, à donner des gages de crédibilité. En respectant ces exigences, les acteurs du livre seront identifiés, repérés comme des intermédiaires incontournables. Dans un contexte extrêmement concurrentiel et international où l'attention des individus est moins captive car très sollicitée, la question de la visibilité et de la crédibilité des intermédiaires éditoriaux et commerciaux s'avère fondamentale. L'excès engendre une perte de visibilité : perdu parmi des millions de pages, comment retrouver le texte que l'on cherche ? Et surtout, comment découvrir ce texte alors que l'on en ignore l'existence ? Tous les acteurs de la vie culturelle doivent réagir et travailler dans le même sens : rendre visible le livre.

Au-delà des aspects techniques induits par le livre électronique, c'est le contenu proposé qui prime. Fondamentalement le métier d'éditeur reste identique : il consiste à découvrir, à être un passeur de textes, à travailler avec des auteurs. Comme le libraire ou le bibliothécaire, l'éditeur doit faire le tri, sélectionner des contenus, choisir des formes, autrement dit, se centrer sur la base des métiers du livre. Pour l'éditrice Catherine

Lucet<sup>64</sup>, le métier d'éditeur dans un monde numérique reste, et sera plus encore à terme, « la responsabilité d'assurer la cohérence, l'intégrité et la véracité d'un texte ». Le bibliothécaire, lui, doit continuer à assumer une veille sur la production éditoriale, à indexer des contenus pour assurer leur accessibilité, à répondre aux questions des usagers sur place et à distance. La problématique du rôle conservatoire, mémoriel des bibliothèques est amplifiée avec les flux numériques et la dématérialisation. Comment les bibliothèques vont-elles assurer une fonction de conservation de la mémoire numérique si elles n'achètent que des accès et non plus des contenus ? Les bibliothèques semblent devoir poursuivre cette mission puisque le dépôt légal du web a été confié à la BnF mais dorénavant, l'exhaustivité n'est plus envisageable. De la même manière, le libraire doit consolider ses atouts qui déterminent sa spécificité : sa proximité avec la clientèle, le maillage du territoire, son assortiment et la connaissance qu'il en a, ses conseils, son intégration dans la vie locale par le biais des animations. Autant d'avantages qui lui permettent de jouer pleinement son rôle de médiateur, de donner une visibilité au livre et de susciter le désir de lecture.

### 3.3. Une mutualisation de la production intellectuelle

#### 3.3.1. Une circulation de l'information renforcée

Le 1<sup>er</sup> février dernier, un « Appel pour le livre »<sup>65</sup> a été lancé sur le site *Lekti-écriture.com*, sous-titré « Internet, le livre et la circulation des idées ». Ce texte rappelle à quel point Internet favorise la diffusion du savoir et des connaissances : « Internet est une chance formidable pour le livre : ce médium permet à l'ensemble des lecteurs de percevoir une production qui était jusque-là, parfois, difficile d'accès. Internet permet de découvrir de nouveaux auteurs, de nouveaux textes, de nouveaux éditeurs, et d'enrichir considérablement l'accès à la culture pour tous ». Les nouvelles technologies de l'information sont une opportunité pour les éditeurs qui savent les utiliser, de démultiplier leur potentiel de rencontres avec leurs lecteurs. Internet décuple l'impact du bouche-à-oreille. En facilitant l'accès aux livres, en permettant l'expression de la

<sup>64</sup> **BIANCHI, Florence.** Auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires : ce que change l'internet. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2007, n°4, p.85-86.

<sup>65</sup> **Lekti-écriture.com.** *Contre-feux, la revue littéraire de lekti-écriture.com. Appel pour le livre* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet : <<http://www.lekti-écriture.com/contrefeux/Appel-pour-le-livre,316.html>>

pensée, Internet est un facteur de démocratisation culturelle. Dominique Lahary souligne également le fait qu'Internet facilite l'action publique : « Sans Internet, l'interassociation constituée au moment de la loi DADVSI n'aurait pas pu travailler avec la même rapidité et la même efficacité »<sup>66</sup>. Ce média autorise en effet une large circulation de l'information et un accès immédiat qui modifie les pratiques professionnelles. Le mail par exemple, change les relations des libraires avec leurs fournisseurs mais aussi avec leurs clients ; les échanges sont maintenant dématérialisés (bons de commande, factures...). Les informations commerciales sont disponibles à tout moment sur le site des fournisseurs, ce qui permet aux libraires d'être plus réactifs et de satisfaire au mieux la clientèle. Les abonnements à des services professionnels en ligne sont devenus courants pour tous les acteurs de la chaîne du livre. Enfin, Internet permet de resserrer les liens professionnels, de se regrouper par communautés d'intérêts et de rompre ainsi l'isolement. Le net, en formalisant ces communautés, facilite la constitution de réseaux. Ces regroupements sont d'ailleurs indispensables pour acquérir une visibilité dans cette multitude informationnelle. Internet permet à la fois de s'informer entre professionnels du livre, de se connaître et de communiquer en direction d'une communauté de lecteurs attachés à la bibliodiversité.

### 3.3.2. Des coopérations affirmées

Non seulement les technologies de l'information optimisent la communication, mais elles soutiennent aussi le développement de projets collaboratifs. Internet incite les individus à être actifs, à participer à des wikis, à des blogs, à des forums. Les bibliothécaires ont ainsi élaboré des outils virtuels au service de leur propre information. Des sites d'associations, des journaux professionnels en ligne, des listes de discussion de portée nationale, voire internationale, assurent une circulation des idées, constituent des lieux de débat et de réflexion collective. Grâce à Internet, la réflexion professionnelle est dynamisée et démocratisée. Toutes ces formes de collaboration rendues possibles par les nouvelles technologies intensifient les relations de coopération des intelligences. C'est également sur un partage des compétences et sur une mutualisation des connaissances que repose le principe des logiciels *open source*, qui constitue un recours aux formats propriétaires, freins à la diffusion des savoirs. L'utilisation des logiciels libres par les acteurs du livre doit être encouragée. Le livre a

---

<sup>66</sup> Ce qu'Internet a changé pour les professionnels (dossier). *Livres Hebdo*, 23 mars 2007, p.112-136.

enfin acquis une visibilité incomparable grâce au développement de bases de données réalisées et enrichies par des éditeurs, des libraires ou des bibliothécaires. La production intellectuelle est ainsi rassemblée dans des bases de données très conséquentes, et pour certaines, disponibles gratuitement en ligne. Le site *Mémoire & actualité en Rhône-Alpes*, né de la coopération entre plusieurs dizaines de bibliothèques pour aboutir à un catalogue collectif des fonds locaux et à la consultation de la presse locale ancienne numérisée, illustre parfaitement l'intérêt de la mutualisation. Le libraire-éditeur Bernard de Fréminville va plus loin en appelant de ses vœux la création d'une base de données informative, gratuite, accessible par tous : « Le grand public a droit à une information compétente et complète sur les livres qui sont en vente. Il faut donc, et de toute urgence, que soit constituée une base de données nationale et gratuite, la plus riche possible, et qui fédère ce qui existe déjà »<sup>67</sup>. En outre, il s'inquiète pour cette communauté interprofessionnelle du livre qui « ne se vit pas comme une communauté virtuelle à intérêt commun ».

Il revient pourtant aux professionnels de s'emparer des technologies actuelles et futures et de s'organiser collectivement pour imaginer des solutions. Pour Jérôme Vidal<sup>68</sup>, il est important d'encourager le « common intellect », la maximisation de ces relations de coopération car elles sont la condition de la production et de la diffusion des savoirs. Et cette « résistance » inventive et créatrice est la seule attitude appropriée pour les acteurs de la chaîne du livre qui doivent mettre à profit les apports des nouvelles technologies, et non les regretter. La révolution numérique est en cours, il faut la comprendre et l'orienter dans le sens le plus favorable à la création.

---

<sup>67</sup> **FERRAND, Christine. ANDREUCCI, Catherine.** Entretien Bernard de Fréminville. *Livres Hebdo*, 14 septembre 2007, n°701, p.76-77.

<sup>68</sup> **VIDAL, Jérôme.** Lire et penser ensemble. Sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique. Paris : Éditions Amsterdam, 2006. 101 p.

## **Conclusion**

Les changements amorcés sont loin d'être terminés et personne ne peut dire avec certitude quel sera l'avenir du livre. Dans cette période de transition, les conjectures et les hypothèses sont nombreuses. Un constat est cependant établi : les mutations technologiques remettent moins en cause l'existence du livre que son statut dans notre société. Les nouvelles technologies facilitent la circulation des idées, la diffusion des connaissances, la démocratisation du savoir, donnant une place de premier ordre aux contenus. Les acteurs du livre ne doivent pas se laisser déposséder par les professionnels de la technique et doivent garder à l'esprit que leurs fonds constituent leurs principales richesses. Ils ont encore un rôle à tenir : celui de passeur de textes.

Pour poursuivre cette tâche, chacun doit être conscient qu'un fait qui concerne l'un des métiers a des répercussions sur l'ensemble du secteur, étant donné l'équilibre fragile sur lequel repose la filière. L'expression « chaîne du livre » est particulièrement représentative de ce lien qui, dans le même temps, oblige à de nouvelles solidarités. Il faut toutefois reconnaître que la diversité des situations complique les rapports entre professionnels du livre.

Ainsi, les problématiques qui se dessinent pour les bibliothèques semblent être différentes selon le type d'établissement. Les bibliothèques municipales apparaissent plus proches des libraires indépendants, soucieuses de la notion de territoire tandis que les bibliothèques universitaires développent des contacts avec les éditeurs et s'intéressent davantage à la production virtuelle. Néanmoins, elles partagent toutes une même mission de médiation et se retrouvent sur la question des publics. Attentives aux pratiques, elles mettront certainement en évidence la complémentarité du livre papier et du livre électronique en fonction des usages.



# **Bibliographie**

## **MONOGRAPHIES**

**Association l'autre LIVRE.** *L'édition menacée. Livre blanc sur l'édition indépendante.* Paris : Éditions Duboiris, 2005. 79 p.

**BAPTISTE-MARREY.** *Éloge des bibliothèques.* Paris : CFD/Hélikon, 2000. 238 p.

**BAPTISTE-MARREY.** *Éloge de la librairie avant qu'elle ne meure.* Cognac : Le temps qu'il fait, 1988. 129 p.

**BRUILLON, Michel. DUCAS, Sylvie (sous la dir. de).** *Les professions du livre. Édition – Librairie – Bibliothèque.* Paris : Ellipses, 2006. 192 p.

*Des paroles et des actes pour la bibliodiversité. 23 éditeurs indépendants prennent la parole lors de la rencontre « Les éditeurs indépendants du monde latin et de la bibliodiversité », 27-30 novembre 2005, Guadalajara, Mexique.* Paris : Alliance des éditeurs indépendants, 2006. 277 p.

**DIDEROT, Denis.** *Lettre sur le commerce de la librairie.* Paris : Mille et une nuits, 2003. 142 p.

**EPRON, Benoît.** *L'édition universitaire française face au numérique : Enjeux stratégiques et menaces économiques pour les manuels en Sciences Humaines et Sociales.* 2005. 226 p. Th. 3<sup>e</sup> cycle : Sciences de l'information et de la communication : Lyon 1 : 2005.

**FUENTES, Carlos.** *Ce que je crois.* Paris : Grasset, 2003. 400 p.

**LEGENDRE, Bertrand. ABENSOUR, Corinne.** *Regards sur l'édition. I Les petits éditeurs. Situations et perspectives.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007. 167 p.

**LEGENDRE, Bertrand. ABENSOUR, Corinne.** *Regards sur l'édition. II Les nouveaux éditeurs (1988-2005).* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007. 125 p.

**MORICE, Frédérique.** *Les conséquences des réglementations, loi sur le droit de prêt et Code des marchés publics, pour les bibliothèques de lecture publique de la région Rhône-Alpes.* 2005. Mémoire d'étude, Diplôme de conservateur de bibliothèque, Enssib (Villeurbanne).

**MOULINIER, Pierre.** *Politique culturelle et décentralisation.* Paris : L'Harmattan, 2002. 336 p.

**PAYEN, Emmanuèle (sous la dir. de).** *Les bibliothèques dans la chaîne du livre.* Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, 2004. 246 p.

**ROUET, François.** *Le livre mutations d'une industrie culturelle.* Paris : La documentation Française, 2007. 420 p.

**SCHIFFRIN, André.** *L'édition sans éditeurs.* Paris : La Fabrique éditions, 1999. 94 p.

**SOCCAVO, Lorenzo.** *Gutenberg 2.0. Le futur du livre.* Paris : M21 Éditions, 2008. 228 p.

**VIDAL, Jérôme.** *Lire et penser ensemble. Sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique.* Paris : Éditions Amsterdam, 2006. 101 p.

**VIGNE, Éric.** *Le livre et l'éditeur.* Paris : Klincksieck, 2008. 179 p.

## ARTICLES DE PÉRIODIQUES

**Agence régionale pour l'écrit et le livre en Aquitaine.** Portail de vente en ligne de la librairie indépendante. On y est presque !. *Lettres d'Aquitaine*, janvier-mars 2008, p.12.

**ALIX, Yves.** Marchés publics et acquisitions documentaires. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2006, n°1, p.24-31.

**BERTHOU, Benoît.** La place de la petite édition en bibliothèque. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2007, n°1, p.123-124.

**BEUVE-MÉRY, Alain.** La vente de livres en ligne a explosé en 2006. *Le Monde des livres*, 19 janvier 2007.

**BIANCHI, Florence.** Auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires : ce que change l'internet. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2007, n°4, p.85-86.

**BLANCHOT, Maurice.** Où va la littérature ?. *Nouvelle nouvelle Revue Française*, août 1953, n°8, p.291-303.

Ce qu'Internet a changé pour les professionnels (dossier). *Livres Hebdo*, 23 mars 2007, p.112-136.

**CLUZEL, Audrey.** Le livre à l'heure des réseaux et du traitement numérique de l'information. *La voix des libraires*, mars 2000, n°18.

Enquête économique sur la librairie indépendante. *Les cahiers de la librairie*, mai 2007, n°6.

**FERRAND, Christine. ANDREUCCI, Catherine.** Entretien Bernard de Fréminville. *Livres Hebdo*, 14 septembre 2007, n°701, p.76-77.

**GARCIA, Daniel.** La révolution du papier électronique est pour demain matin. *Livres Hebdo*, 20 janvier 2006, n°629, p.8-11.

Le livre à l'ère du numérique. *Les cahiers de la librairie*, novembre 2006, n°5.

Librairie et édition indépendante. *Les cahiers du syndicat de la librairie française*, octobre 2005, n°3.

**NORMAND, Clarisse.** Alapage développe son marketplace. *Livres Hebdo*, 20 avril 2007, n°686, p.52.

**NORMAND, Clarisse.** Marketplaces. Des liaisons dangereuses ?. *Livres Hebdo*, 1<sup>er</sup> décembre 2006, n°668, p.6-9.

**PEDOT, Béatrice.** Les structures régionales pour le livre. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2003, n°2, p.18-23.

Situation de l'édition et de la librairie. *Lignes*, mai 2006, n°20, 206 p.

## SITES INTERNET

**Agence Rhône -Alpes pour le livre et la documentation. Manifestations.** *Charte des missions de service public des manifestations de promotion du livre et de la lecture en Rhône-Alpes* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :  
<<http://www.arald.org/charte.php>>

**Agence Rhône -Alpes pour le livre et la documentation. Mémoire & actualité en Rhône-Alpes** [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :  
<<http://memoire.arald.org/>>

**Agence Rhône -Alpes pour le livre et la documentation. Librairie.** *Synthèse de l'étude sur les librairies* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :  
<<http://www.arald.org/pdf/librairie/analyse%20lib%20definitif.pdf>>

**ARTIST. Appropriation par la recherche des technologies de l'IST.** *Le meilleur des web : souriez, vous êtes profilé !* par Hervé Le Crosnier [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<[http://artist.inist.fr/article.php3?id\\_article=449](http://artist.inist.fr/article.php3?id_article=449)>

**Association des bibliothécaires de France. Dossiers en ligne : Loi sur le droit de prêt en bibliothèque.** *Recommandations aux libraires, aux bibliothécaires et à leurs collectivités* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.abf.asso.fr/IMG/doc/Recommandations.doc>>

**Centre national du livre. Études, rapports et chiffres.** *Rapport Gallimard sur la librairie indépendante* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.centrenationaldulivre.fr/?Rapport-Gallimard-sur-la-librairie>>

**Centre national du livre. Études, rapports et chiffres.** *Rapport Livre 2010 : « Pour que vive la politique du livre »* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.centrenationaldulivre.fr/?Rapport-Livre-2010-Pour-que-vive>>

**Commission de liaison interprofessionnelle du livre.** [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.clil.org/>>

**Éditions de l'Éclat.** *Petit traité plié en dix sur le lyber* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.lyber-eclat.net/lyber/lybertxt.html>>

**Éducnet.** *Dossiers documentaires. Livre électronique, livre numérique* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.educnet.education.fr/dossier/livrelec/default.htm>>

**La documentation Française.** *Internet dans le monde* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/internet-monde/index.shtml>>

**Lekti-écriture.com.** *Contre-feux, la revue littéraire de lekti-écriture.com. Appel pour le livre* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.lekti-écriture.com/contrefeux/Appel-pour-le-livre,316.html>>

**Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture.** *Achats publics de livres : Vade-mecum à l'usage des bibliothèques territoriales* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<[http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Vade-mecum\\_marches\\_publics\\_2005.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Vade-mecum_marches_publics_2005.pdf)>

**Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture.** *Rapport Lamy sur la mise en place d'une structure permanente de concertation et de médiation de l'économie du livre* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/lamy/livre.htm>>

**Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture.** *Rapport Stasse sur l'accès aux œuvres numériques conservées par les bibliothèques publiques* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<[http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Rapport\\_Francois\\_Stasse\\_avril2005.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Rapport_Francois_Stasse_avril2005.pdf)>

**Ministère de la Culture et de la Communication. Centre de documentation de la Direction du livre et de la lecture.** *Situation économique de la librairie indépendante* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<[http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude\\_economique\\_librairies\\_30mars2007.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude_economique_librairies_30mars2007.pdf)>

**Ministère de la Culture et de la Communication.** *DRAC Rhône-Alpes* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<<http://www.culture.gouv.fr/rhone-alpes/>>

**Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie.** *Forum de la performance – audits de modernisation* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :

<[http://www.audits.performance-publique.gouv.fr/performance/audit\\_ci.php?idref=118](http://www.audits.performance-publique.gouv.fr/performance/audit_ci.php?idref=118)>

**Sitartmag.** *Lekti-écriture.com. Entretien avec Joël Faucilhon, fondateur et responsable* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :  
<<http://www.sitartmag.com/lekti.htm>>

**United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.** [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :  
<<http://www.unesco.org/fr>>

**United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.** *Manifeste de l'Unesco sur la bibliothèque publique* [en ligne]. [consulté le 16/02/08]. Disponible sur Internet :  
<[http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman\\_fr.html](http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html)>

## ***Table des annexes***

**ANNEXE 1 : CHARTE DES ÉDITEURS DE LA RÉGION RHÔNE-ALPES .....97**

**ANNEXE 2 : CHARTE DES LIBRAIRIES EN RHÔNE-ALPES .....98**



# Annexe 1 : Charte des éditeurs de la région Rhône-Alpes

**Charte des éditeurs de la région Rhône-Alpes**

## Préambule

La région Rhône-Alpes constitue un pôle important en terme d'emplois dans la filière de l'édition. Les lieux de publication s'y développent, se diversifient et les structures d'édition apparaissent de plus en plus hétérogènes.

Pour pallier cet éclatement, des éditeurs de Rhône-Alpes ont souhaité affirmer leurs choix professionnels et établir un référentiel propre à quantifier et qualifier ce secteur souvent méconnu du public.

Une profession nécessite un outil de travail permettant de définir un cadre dans lequel évoluer ensemble et des repères pour établir une déontologie professionnelle, base indispensable à des relations durables entre les partenaires culturels et économiques.

Cette charte, établie par des professionnels en relation avec l'Arald (Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation), la Région et la Ministère de la Culture (DRAC), vise à :

- mettre en lumière les choix et les engagements des éditeurs,
- renforcer la cohésion entre éditeurs professionnels,
- favoriser l'identification de la profession d'éditeur auprès du public et des partenaires culturels, institutionnels, politiques et économiques,
- mettre en valeur la contribution de cette profession à la vie culturelle, intellectuelle, artistique et sociale.

Chaque éditeur, avec sa spécificité, s'engage à respecter les critères d'exigence et d'excellence professionnelles mentionnés dans la charte. Celle-ci s'adresse à toute structure d'édition privée ou publique, quelle que soit sa forme juridique, dont l'activité principale est l'édition de livres.

---

Par le livre, l'éditeur donne vie et forme à une œuvre de l'esprit. Il assume les risques intellectuels et financiers liés à l'acte de publier. Par son travail il participe à l'enrichissement de la vie culturelle, artistique et sociale.

## Les dix engagements des éditeurs

- 1.** L'éditeur choisit ses manuscrits dans le cadre d'une politique éditoriale qui l'identifie.
- 2.** L'éditeur est responsable des ouvrages qu'il publie. Il garantit à l'auteur, qui l'accepte, un travail éditorial visant à assurer la qualité du manuscrit et à l'inscrire dans le cadre d'une collection, d'un catalogue.
- 3.** L'éditeur a seul en charge la mise en forme graphique et le suivi de fabrication du livre.
- 4.** L'éditeur travaille à compte d'éditeur, ce qui implique la signature, avec l'auteur, d'un contrat à compte d'éditeur, prévu par la loi modifiée du 11 mars 1957. L'éditeur rémunère l'auteur selon le pourcentage prévu par le contrat signé préalablement, calculé sur le prix public du livre, et ce dès le premier exemplaire vendu. Une rémunération forfaitaire peut être négociée dans les cas prévus aux articles 35 et 36 de la dite loi.
- 5.** L'éditeur attribue un numéro d'ISBN à chaque ouvrage qu'il publie et satisfait aux obligations du dépôt légal.
- 6.** L'éditeur publie et met à jour régulièrement un catalogue de ses productions, et le distribue auprès des réseaux concernés (librairies, bibliothèques, particuliers).
- 7.** L'éditeur dispose d'un système de diffusion-distribution organisé pour la vente en librairie de ses ouvrages, au niveau national (voire international) ou au niveau régional.
- 8.** L'éditeur s'engage à promouvoir ses ouvrages par le référencement dans les bases bibliographiques et commerciales, par l'envoi d'informations aux médias et aux réseaux concernés, par la présence dans les salons du livre et autres manifestations professionnelles, voire par l'organisation de signatures avec les auteurs ou par tout autre moyen de communication.
- 9.** L'éditeur, en conformité avec la loi du 10 août 1981, fixe pour chacun de ses ouvrages un prix de vente au public. En situation de détailant, il applique une remise maximum de 5% pour la vente aux particuliers et de 9% pour la vente aux collectivités (loi du 18 juin 2003).
- 10.** L'éditeur s'engage à respecter la déontologie de la profession dans ses relations avec les auteurs, les autres éditeurs, les circuits de diffusion et de distribution, les libraires et les bibliothécaires.

Les éditeurs signataires de la charte ont leur siège en Rhône-Alpes; ils s'engagent à diffuser et à compléter ce document au fil des années et ainsi à poursuivre la dynamique générée par sa publication.

Source : Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation

## Annexe 2 : Charte des librairies en Rhône-Alpes

### Charte des librairies en Rhône-Alpes



“ Un livre ne sera jamais un produit comme les autres... Libraire ne sera jamais un métier comme les autres. C'est ce qui nous a conduits à créer cette charte. ”

Votre libraire.

**Article 1**  
**Tous les livres naissent égaux en droits. Chaque livre n'a qu'un seul prix (loi du 10 août 1981).**  
Depuis 1981, chaque livre est vendu partout au même prix (fixé par l'éditeur) dans toutes les librairies, maisons de la presse et grandes surfaces en France. La loi autorise seulement une remise maximum de 5% pour les particuliers.

**Article 2**  
**Les livres ont le droit d'être vendus par quelqu'un qui les aime.**  
Chez votre libraire, un interlocuteur compétent et formé est toujours présent pour vous accueillir. Vous pouvez lui demander un conseil de lecture, une idée de cadeau, partager ses coups de cœur, ou chercher en toute liberté, si vous le préférez. S'il ne peut pas répondre à votre demande, il vous mettra en relation avec un libraire spécialisé.

**Article 3**  
**Un livre doit toujours être accompagné par beaucoup d'autres livres.**  
Le plaisir de la lecture est d'abord le plaisir de choisir. Votre libraire s'attache à vous

présenter un choix de livres très variés : ceux dont on parle, bien sûr, mais aussi ceux qui valent la peine d'être découverts. Il saura vous faire connaître des plumes méconnues, ou des thèmes qui méritent un détour.

**Article 4**  
**Tout livre désiré doit pouvoir être obtenu.**  
Vous avez oublié le titre, l'auteur ou l'éditeur ? Vous pensez à un thème, mais pas à un livre précis ? Votre libraire connaît bien les catalogues, y compris ceux des petites maisons d'édition, et dispose d'outils de recherche performants. Pour vous, il saura trouver l'introuvable.

**Article 5**  
**Un livre ne doit jamais se faire trop attendre.**  
L'ouvrage que vous recherchez n'est pas là ? Votre libraire vous le commande immédiatement et gratuitement (dans de rares cas, une contribution aux frais d'expédition peut vous être demandée). Si vous le souhaitez, vous êtes prévenu dès que votre livre est arrivé.

**Article 6**  
**Un livre sert aussi à mieux vivre ensemble.**  
La vie culturelle de votre ville et de votre région compte énormément pour votre libraire. Il s'y implique en prenant l'initiative d'animations, ou en s'associant à des manifestations autour du livre. A votre intention, il invite des auteurs pour des rencontres ou des dédicaces. Il peut aussi vous renseigner sur les bibliothèques, les écoles ou les centres culturels, dont il est le partenaire.

**Article 7**  
**Un livre doit être entouré par des gens de métier.**  
Bibliothécaires, enseignants, professionnels du livre : autant d'acteurs essentiels à la promotion de la lecture. Votre libraire est particulièrement attentif à leurs contraintes et à leurs exigences techniques. Avec eux, il prend toujours le temps du dialogue.

Source : Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation