

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

Pierre Louis DROUHIN

SITUATION DE L'EDITION DE
REPRINTS-REIMPRESSIONS
EN EUROPE ET AUX ETATS UNIS

SITUATION OF REPRINT PUBLISHING
IN EUROPE AND THE UNITED STATES

ANNEE : 1987

23^{ème} PROMOTION



ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES BIBLIOTHEQUES

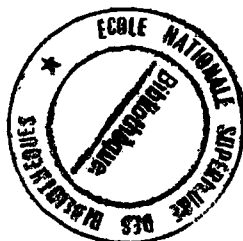
17-21, Boulevard du 11 Novembre 1918 - 69100 VILLEURBANNE

Pierre Louis DROUHIN

SITUATION DE L'EDITION DE
REPRINTS-REIMPRESSIONS
EN EUROPE ET AUX ETATS UNIS

SITUATION OF REPRINT PUBLISHING
IN EUROPE AND THE UNITED STATES

Mémoire rédigé sous la direction de Messieurs
Alain Giffard et Jean-Pierre Juillet



Etude sur la situation actuelle de l'édition de reprints dans le monde occidental, à partir d'informations recueillies auprès des éditeurs, et d'un examen de leur production. Après un bref historique, les pratiques éditoriales les plus marquantes sont décrites et commentées sur la base de données chiffrées. Les difficultés actuelles de la profession sont abordées, l'accent étant mis sur l'analyse des causes. Les voies possibles d'une évolution sont esquissées.

Survey of the present situation of reprint publishing in the Western World, based on informations gathered from the publishers, and the examination of their production. After a short historical record, description and comment are given of the more prominent publishers' practices, on the basis of cipheral data. The industry's present problems are considered, the stress being put on the analysis of the causes. The possible ways of an evolution are outlined.

1987

9

PLAN

1.	<u>INTRODUCTION</u>	1
2.	<u>TRAVAUX D'APPROCHE</u>	
2.1	DEFINITION.....	1
2.2	IDENTIFICATION DES EDITEURS.....	2
2.3	TYPLOGIE DES EDITEURS.....	4
3.	<u>VUE D'ENSEMBLE</u>	
3.1	HISTORIQUE.....	5
3.2	DOMAINES COUVERTS PAR LE REPRINT.....	7
4.	<u>LE REPRINT VU DE L'INTERIEUR :</u> <u>PRATIQUES EDITORIALES</u>	
4.1	CHOIX DES TITRES.....	8
4.2	LOCALISATION ET FOURNITURE DU DOCUMENT ORIGINAL.	9
4.3	MATERIEL AJOUTE.....	10
4.4	DIMENSION DES TIRAGES.....	11
4.5	FORME MATERIELLE DES REPRINTS.....	12
4.6	PRIX.....	12
4.7	DIFFUSION ET VENTE.....	14
5.	<u>UN SECTEUR EN CRISE</u>	
5.1	SYMPTOMES.....	15
5.2	CAUSES.....	16
6.	<u>CONCLUSION : DISPARITION OU EVOLUTION ?</u>	18

1. INTRODUCTION

Les études d'ensemble sur ce secteur si particulier de l'édition qu'est le reprint ne sont pas légion.

La seule d'une certaine ampleur à ce jour, à notre connaissance, se trouve dans la thèse que Madame Carol Nemeyer a consacré au reprint d'érudition aux Etats-Unis (1). Cependant les bornes géographiques de cet ouvrage, et sa date déjà ancienne (1972), ne permettent pas d'avoir une vision générale de la situation actuelle.

L'objet du présent travail n'est certes pas d'offrir un panorama aussi détaillé que celui présenté par Madame Nemeyer, mais il a néanmoins pour ambition de dresser un tableau suffisamment précis de l'industrie du reprint en 1986-1987 dans le monde occidental.

Pour rassembler les informations qui ont nourri cette étude, la tâche essentielle a consisté en une enquête (le mot est à prendre ici dans toutes ses acceptions) auprès des éditeurs de reprint, par l'envoi de questionnaires et par des entrevues quand cela s'est révélé possible, afin d'obtenir dans la plus large mesure des informations de première main. Le dépouillement et l'analyse de catalogues d'éditeurs a constitué l'autre grand versant de notre travail. Enfin, l'examen de la littérature consacrée au sujet a permis de rassembler quelques informations supplémentaires.

2. TRAVAUX D'APPROCHE

2.1 DEFINITION

La première chose à faire quand on aborde une question est d'en cerner précisément les contours. Cela est particulièrement vrai en ce qui concerne le reprint.

Les termes employés pour décrire une même réalité sont en effet nombreux - ainsi, en France, on entend indifféremment parler de "réimpression", "réimpression anastatique", "réimpression photomécanique", "réimpression photographique", "réimpression en fac-similé", "reprint", etc...

Les définitions sont aussi multiples, parfois contradictoires, souvent floues (2).

Avant d'en aborder l'étude proprement dite, cela semble donc une nécessité, pour délimiter le champ des investigations, de tenter de donner une définition aussi précise que possible, ni trop vaste ni trop restrictive, de ce qu'est un reprint.

Deux critères sont déterminants:

d'un point de vue technique

- c'est la réimpression, sous forme d'un livre, par un procédé photographique (offset le plus souvent mais non exclusivement), d'un ouvrage épuisé.

d'un point de vue commercial

- cette réimpression est entreprise par un éditeur différent de celui de la publication originale (ne seront donc pas prises en compte les rééditions offset d'ouvrages souvent anciens de leur fonds telles que les pratiquent par exemple les éditions Gallimard [collections Tel et l'Imaginaire] ou Calmann-Lévy [Tirage limité]).

Un certain nombre d'autres critères fréquemment mis en avant ne semblent pas être essentiels, que ce soit le faible nombre d'exemplaires (La Révolution surréaliste a été réimprimée par les Editions Jean-Michel Place à plus de 13.000 exemplaires) ; l'adjonction d'un appareil critique, d'une préface, etc, absent de l'édition reproduite ; le public auquel est destinée la réimpression ou le mode de diffusion (Jean de Bonnot, quoi qu'on en dise, est bien un éditeur de reprint).

2.2 IDENTIFICATION DES EDITEURS DE REPRINT

Une difficulté se fait jour quand vient le moment d'identifier les entreprises qui pratiquent l'édition de reprints.

Les sources en effet ne sont pas nombreuses, rarement cohérentes entre elles, souvent parsemées d'informations fautives ou non mises à jour. (Dans son étude sur les réimprimeurs américains, Madame Nemeyer rapporte que seulement une centaine d'éditeurs purent être identifiés par le biais de répertoires divers, les noms et adresses des 174 firmes restantes étant glanés au hasard de diverses sources d'information (3)).

Le manque d'un répertoire international, fournissant une liste vérifiée et complète de tous les éditeurs publiant des reprints se fait ici cruellement sentir.

En ce qui concerne la préparation de cette étude, la source la plus précieuse a été le Guide to Reprints, qui recense essentiellement des firmes américaines. L'édition de 1985 - la plus récente que nous ayons pu consulter - contient un répertoire de 455 firmes, qui se répartissent comme suit :

AMERIQUE	307	dont	USA	305
			Canada	2
EUROPE	135		RFA	49
			Grande-Bretagne	28
			Pays-Bas	20
			France	9
			Italie	9
			Suisse	5
			Liechtenstein	3
			RDA	3
			Belgique	2
			Islande	2
			Espagne	2
			Autriche	1
			Hongrie	1
			Pologne	1
AUTRES	11		Japon	5
			Hong-Kong	1
			Taiwan	1
			Inde	1
			Nlle Zélande	1
			Israël	1
			Afrique du Sud	1

Le Répertoire des éditeurs et diffuseurs de langue française a permis d'identifier 72 éditeurs supplémentaires, essentiellement français.

L'International Directory of Publishers n'ayant pas d'index par sujets n'a pu être d'aucun secours.

D'autres sources ont été utilisées : annonces publicitaires, essentiellement, mais aussi le bouche à oreille.

Toutes ces sources conjuguées et croisées ont permis de dresser une liste d'approximativement 540 éditeurs signalés comme participant, d'une manière ou d'une autre, à l'industrie du reprint.

Une enquête globale dépassant le cadre de cette étude, une sélection a dû être opérée, et a conduit à l'envoi de 195 questionnaires et demandes d'information. Ces courriers ont ensuite été complétés par des entretiens téléphoniques et des entrevues. Le tableau ci-dessous donne les chiffres

des informations qu'il a été possible de rassembler. On y trouvera, dans l'ordre et par pays, le nombre des éditeurs contactés, des envois retournés par la poste, des réponses reçues (éditeurs ne pratiquant pas le reprint / questionnaires complétés / réponses hors questionnaire), et des catalogues qu'il a été possible de se procurer).

PAYS	NOMBRE D'ENVOIS	NPAI	PAS DE REPRINT	QUEST	AUTRE INF.	CATALOGUES
AUTRICHE	1	-	-	1	-	1
BELGIQUE	4	-	-	2	1	2
CANADA	2	-	-	-	-	-
FRANCE	92	6	10	13	6	16
G. B.	10	-	1	3	-	3
ITALIE	7	-	-	2	-	2
LIECHT.	2	-	-	-	-	-
PAYS-BAS	18	-	-	3	1	4
RFA	14	-	-	2	1	3
SUISSE	2	-	1	-	-	1
USA	43	2	-	2	-	4
Total	195	8	12	28	9	36

37

2.3 TYPOLOGIE DES EDITEURS DE REPRINT

Le milieu du reprint, plus encore que d'autres secteurs de l'édition, comporte une grande diversité de firmes : le reprint ne représente pas à proprement parler un genre, comme on pourrait le dire de l'édition spécialisée en Sciences humaines, en Poésie, en Musique, mais se caractérise plutôt comme un mode de production. Le monde du reprint, en fait, présente la richesse d'aspects et de facettes, sur une échelle réduite, du monde éditorial dans son ensemble.

Pour tenter de définir différentes catégories, trois paramètres se révèlent essentiels (qu'on aurait bien évidemment pu affiner, ainsi que les chiffres qui les segmentent, et auxquels d'autres auraient pu se rajouter - mais on aurait alors abouti à une typologie trop complexe et rapidement ingérable).

Ces critères sont les suivants :

- le nombre de titres réimprimés (moins de 50 ; de 50 à 500 ; plus de 500).
- la place que ces reprints occupent dans la production globale de l'éditeur concerné (marginale ; de 10 à 50 % ; dominante).
- la clientèle visée (érudits et/ou universitaires ; public diversifié)

La combinaison de ces différents paramètres aboutit à dix-huit catégories, dont certaines sont apparues comme n'étant pas représentatives d'une réalité. Onze ont finalement été retenues.

Selon les cas, le reprint présentera les caractéristiques suivantes :

- A. Plus de 500 titres ; dominant ; clientèle érudite (Ex.: *Kraus, Johnson, Slatkine.*)
- B. De 50 à 500 titres ; dominant ; clientèle érudite (Ex.: *Edhis, Scholars' Facsimiles & Reprints.*)
- C. Moins de 50 titres ; dominant ; clientèle érudite (Ex.: *Hall.*)
- D. De 50 à 500 titres ; minoritaire ; clientèle érudite (Ex.: *Fromman.*)
- E. Moins de 50 titres ; minoritaire ; clientèle érudite. (Ex.: *Blanchard.*)
- F. Moins de 50 titres ; marginal ; clientèle érudite (Ex.: *Maisonneuve & Larose.*)
- G. Plus de 500 titres ; dominant ; clientèle diversifiée (Ex.: *Laffitte.*)
- H. De 50 à 500 titres ; dominant ; clientèle diversifiée (Ex.: *Ed. d'Aujourd'hui.*)
- I. Moins de 50 titres ; dominant ; clientèle diversifiée (Ex.: *Flace.*)
- J. Moins de 50 titres ; minoritaire ; clientèle diversifiée (Ex.: *Fygmalion.*)
- K. Moins de 50 titres ; marginal ; clientèle diversifiée (Ex.: *Lebovici.*)

3. VUE D'ENSEMBLE

3.1 HISTORIQUE

Le principe de la reproduction d'un ouvrage n'est pas récent. Au XIX^e siècle, des éditeurs comme *Teubner*, à Leipzig, s'étaient faits une spécialité de la réimpression en fac-similé de livres anciens, par l'usage de techniques photo-lithographiques. Mais ces procédés étaient longs, coûteux, et ne pouvaient en aucune manière permettre la production rapide d'un nombre important de titres.

Les techniques de l'offset, par contre, apparues dans les années 1860, et industrialisées au tournant du siècle, permettent avec une bien plus grande souplesse et rapidité la réimpression d'un livre.

Ce sont donc le développement et les progrès rapides de ces techniques qui ont permis l'expansion des réimpressions et la naissance de ce marché particulier de l'édition.

L'apparition du reprint sur une échelle industrielle se situe vers 1930, avec quelques firmes américaines, telle *Harper*, qui s'engagent dans des programmes de réimpression massive et bon marché d'ouvrages populaires, sous la forme de "Paperbacks" (l'équivalent de notre Livre de poche).

Mais le reprint tel que nous le connaissons aujourd'hui, c'est à dire essentiellement la réimpression de monographies et de périodiques d'érudition, destinés à un marché beaucoup plus étroit, ne naît qu'à partir de 1940, sous la poussée des événements historiques.

Du fait de la guerre et des difficultés pour faire passer aux livres les frontières, le gouvernement américain s'inquiète : sans informations sur les développements étrangers de la science, les chercheurs américains risquent de ne plus pouvoir mener de recherches valables.

Un grand programme de réimpression de périodiques et de monographies scientifiques est alors lancé, sous l'égide de l'Alien Property Custody, dès 1940.

Ce programme sera intensifié et élargi quand surviendra la destruction de quelques uns des plus importants centres éditoriaux d'Allemagne ou d'ailleurs (la destruction du centre du livre de Leipzig, en décembre 1943, avait alors été jugée une catastrophe comparable à l'incendie de la Bibliothèque d'Alexandrie). Ce programme de réimpression acquiert alors une nouvelle mission : sauvegarder le patrimoine intellectuel de l'humanité, empêcher, par leur multiplication, que certains ouvrages rares ne disparaissent totalement sous les bombes. De 1941 à 1945, 196 collections de périodiques et 700 monographies seront ainsi réimprimées. Parallèlement, le transfert d'un grand nombre de documents sur microformes est entrepris.

L'industrie du reprint va connaître, quelques années plus tard, une véritable explosion, sous l'influence d'une conjoncture bien particulière. A partir de la fin des années 1950, et pendant plus de dix ans, le monde de l'éducation aux Etats-Unis croît de manière extraordinaire. Pour accueillir ces milliers d'étudiants nouveaux, des établissements universitaires sont créés, des nouvelles bibliothèques construites. C'est un marché d'une amplitude jamais vue qui s'offre au monde de l'édition et de la librairie. Comme toutes ces bibliothèques cherchent à constituer leurs collections de base, les librairies d'occasion, notamment en ce qui concerne les périodiques, se trouvent rapidement démunies et débordées.

Il y a dans ce secteur des hommes qui comprennent vite que le seul moyen d'absorber et de satisfaire ces demandes, c'est de procurer les ouvrages requis par un autre biais : sous la forme de réimpressions. C'est ainsi que *Kraus*, bientôt suivi par de nombreux autres libraires, développe une activité de reprint, et donne au secteur les traits qui sont encore souvent les siens aujourd'hui.

De l'autre côté de l'Atlantique, entre 1960 et 1965, un certain nombre de firmes se lancent à leur tour dans l'aventure, là encore essentiellement des libraires spécialisés, notamment en Hollande, en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Suisse.

Il faudra attendre plus longtemps en France pour que le reprint se développe vraiment - ce qu'il fera avec des caractéristiques propres. Après les pionniers que sont, dès 1965, *Léonce Laget*, spécialisé dans les techniques et l'artisanat, et *Marc Penau*, qui se tourne vers le régionalisme (l'un des points de force essentiel du reprint français), ce n'est que dans les années 1972-1975 que l'on verra surgir une nouvelle génération d'entreprises : *Jeanne Laffitte*, *Jean-Michel Place*, et les *Editions d'Aujourd'hui*, que dirige Jacques Charrière.

Parallèlement, quelques éditeurs traditionnels développent des programmes de reprint : *Garnier*, ou *Pierre Belfond* en 1979.

3.2 DOMAINES COUVERTS PAR LE REPRINT

Le visage du reprint, nous l'avons vu, a été modelé par les conditions dans lesquelles il est apparu et a pris son essor. En ce qui concerne les genres des ouvrages réimprimés, on observe une grande fidélité aux premières orientations.

Dans le secteur du reprint d'érudition, les "Humanités", au sens large, restent incontestablement dominantes. Littérature et critique littéraire, Philosophie, Théologie, Orientalisme, Histoire règnent en maîtres. La Bibliographie occupe également une place importante.

Les Sciences et Techniques, par contre, demeurent le parent pauvre (une exception notable : la *Librairie scientifique et technique A. Blanchard*).

Une autre caractéristique des débuts perdure chez les éditeurs les plus importants (cat. A) : la réédition massive de périodiques et de collections de monographies - les catalogues de *Kraus* ou *Johnson*, par exemple, comportent relativement peu d'ouvrages isolés.

Avec la floraison des éditeurs s'adressant à une clientèle plus large, les genres abordés se sont diversifiés. Des revues littéraires que réimprime J.-M. Place à la collection Grands maîtres de la chasse et de la vénerie que propose *Fygmalion*, l'éventail est largement ouvert.

Cependant, le régionalisme constitue encore le genre le plus pratiqué, aussi bien par les gros éditeurs que par les entreprises presque confidentielles.

4. LE REPRINT VU DE L'INTERIEUR : PRATIQUES EDITORIALES

Une fois délimité le champ, tracé dans ses grandes lignes le contour de ce microcosme que représentent les réimprimeurs, essayons de rentrer dans la machine pour voir, de l'intérieur, comment elle fonctionne, quelles sont les pratiques de ces éditeurs bien particuliers.

4.1 CHOIX DES TITRES

Interrogés sur la manière dont ils sélectionnent les titres à réimprimer, les éditeurs de reprint d'érudition évoquent essentiellement deux motivations : leur expérience, et les suggestions que leur font les chercheurs.

L'expérience est citée comme primordiale dans près de 75 % des réponses, expérience basée dans de nombreux cas sur une pratique de la librairie d'occasion, puisque de nombreux reprinteurs sont issus de ce secteur (et souvent cumulent encore aujourd'hui les deux activités).

Les suggestions de chercheurs spécialisés dans le domaine sont en importance la seconde source, citée par la moitié des éditeurs (mais parfois aussi rejetée avec violence : les éditions *De Graaf* précisent : "We never consult others" !).

Les études de marché ne sont citées que deux fois sur un ensemble de 37 réponses.

Il apparaît que plusieurs éditeurs éprouvent des réticences à consulter les bibliothécaires, qui pourtant sont d'une part, nous le verront, leur clientèle essentielle, et d'autre part constituent une source d'information potentielle importante, par les demandes de leurs lecteurs, sur les ouvrages pour lesquels une réimpression (ou une réédition) serait souhaitable.

En ce qui concerne les éditeurs de reprints plus grand public, l'expérience est souvent citée, l'arbitraire parfois invoqué (*Les Incunables*), ou encore "le hasard et la nécessité" (*J.-M. Place*).

Mais la personnalisation des choix est ici de moindre conséquence, puisque la vocation de ces firmes n'est pas avant tout de fournir des instruments de travail à des chercheurs.

4.2 LOCALISATION ET FOURNITURE DU DOCUMENT ORIGINAL

Corrolaire du choix des ouvrages à réimprimer est la recherche d'un original, si possible complet et en bon état, à partir duquel effectuer les clichés. Il y a bien sûr des cas où c'est le hasard qui joue son rôle dans la découverte d'un ouvrage - notamment pour les éditeurs qui ont parallèlement une activité de libraires - et où c'est la présence de l'original qui est à l'origine de la décision de réimprimer, mais dans la plupart des cas la décision intervient en amont. L'éditeur doit alors se livrer à un travail de localisation, souvent long et difficile, de manière à pouvoir se procurer un exemplaire en bon état, ou un lot complet de fascicules, dans le cas d'une réimpression de périodique. Le recours à plusieurs sources est parfois nécessaire pour combler des lacunes. Ce travail n'est malheureusement pas toujours effectué avec le sérieux souhaitable, surtout en ce qui concerne les monographies, et il arrive de rencontrer des reprints comportant des pages manquantes ou illisibles.

Les sources auquel un éditeur peut faire appel sont au nombre de quatre :

- son propre fonds, s'il est libraire (*J. Laffitte*, à ses débuts)
- le marché d'occasion s'il fait partie du petit groupe de ceux qui préfèrent acheter (*De Graaf, Forni*)
- des collections de particuliers
- le réseau des bibliothèques, ce qui est de loin le cas le plus fréquent (70 % des réponses)

Quand il est fait appel aux services d'une bibliothèque, plusieurs démarches sont possibles : photocopies sur place, notamment pour les ouvrages conservés à la Bibliothèque Nationale de Paris ; achat de microfilms (négatifs quand cela est possible) ; mais surtout emprunt.

Cette pratique a d'ailleurs souvent amené des frictions entre bibliothécaires et reprinteurs, les premiers reprochant aux seconds de fréquents retards dans la restitution des ouvrages, voire leur perte, ou

encore les dommages subis par le livre du fait de son clichage (dos et couvertures cassés, erreurs dans la réintercalation des pages si l'ouvrage a été démonté, etc.). L'établissement systématique d'un contrat en bonne et due forme, tel que celui préconisé par le Reprinting Committee de l'A.L.A. (4) serait sans doute une bonne chose, mais il ne semble pas que ce soit une pratique courante.

Dans 80 % des cas, l'éditeur verse au fournisseur de l'original une rémunération sous la forme d'exemplaires (de 1 à 3, exceptionnellement jusqu'à 6 [Thornton]) de la réimpression. Les rémunérations en argent restent un phénomène très marginal. Un seul éditeur a déclaré pratiquer une rémunération au pourcentage, *Les Incunables*, qui verse 3 % du produit h.t. des ventes aux bibliothèques qui lui ont fourni les originaux.

Dans le cas où l'ouvrage n'est pas tombé dans le domaine public, le réimprimeur verse à l'éditeur original 10 % du produit des ventes

4.3 MATERIEL AJOUTÉ

Une fois le choix du titre effectué, et l'exemplaire original en sa possession, l'éditeur de reprint se trouve face à un certain nombre de décisions à prendre, qui détermineront le succès ou l'échec de la publication. Trois points essentiels sont à envisager : l'addition de nouveau matériel, la taille du tirage, la présentation matérielle de la publication.

L'adjonction de matériel intellectuel nouveau est un des points les plus cruciaux. En effet, notamment dans le domaine de l'érudition, il peut paraître utile, voire indispensable, de préciser, par une préface confiée à un spécialiste, l'état de la recherche au moment de la rédaction de l'ouvrage et son évolution jusqu'à aujourd'hui. Une bibliographie mise à jour peut également constituer une source d'information très utile au lecteur. Enfin, pour certains ouvrages, l'établissement d'un index, absent de l'édition première, se révèle parfois une nécessité.

Cependant, ces pratiques ont toujours été une pomme de discorde dans le milieu du reprint, au sein duquel les positions sont divergentes et parfois même conflictuelles.

Il est d'ailleurs à remarquer qu'en France notamment plusieurs éditeurs que nous avons contacté récusent le terme de reprint, puisque leurs réimpressions étaient "commentées" (c'est le cas notamment de la *Librairie Adolphe Ardant*, et des *Editions Louis Pariente*). Dans le même ordre

d'idée, le slogan de *J.-M. Place*, qui entendait se différencier du monde du reprint traditionnel, a longtemps été "Réimpression n'est pas Reprint".

Il est un fait que l'image la plus courante du reprint est celle d'une reproduction pure et simple d'un ouvrage ancien, sans adjonction d'aucune sorte. Cela s'explique sans doute par le fait que les plus gros éditeurs (catégories A et G) semblent en effet peu enclins à produire des reprints "mis à jour". Quelques-uns y sont même résolument opposés, expliquant que la préparation de ces ajouts entraîne souvent d'assez longs délais qui retardent la mise à disposition du public de l'ouvrage, entraîne également une augmentation des coûts de revient (saisie et composition, honoraires de la personne chargée de la rédaction, etc.), pour un résultat qui souvent n'apporte pas vraiment une plus-value décisive (5).

Pour d'autres par contre, essentiellement les éditeurs d'érudition de taille moyenne et petite (catégories B à E), c'est une politique fréquente que de resituer un ouvrage dans son temps et dans le nôtre, et de le rendre si besoin est plus maniable, soit de manière systématique (*Scholars' Facsimiles & Reprints*), soit par des décisions prises cas par cas.

4.4 DIMENSION DES TIRAGES

Une des caractéristiques principales de l'édition de reprint est la pratique presque exclusive de petits tirages.

On trouvera dans le tableau qui suit la répartition par nombre d'exemplaires et par catégories des 34 éditeurs dont il a été possible d'établir les chiffres des tirages moyens.

Tirage	0-200	201-500	501-1000	+ de 1000
A	3	1	0	0
B	1	6	0	0
C	0	2	1	0
D	0	2	0	0
E	0	1	1	0
F	0	2	0	0
G	0	1	0	0
H	0	1	1	0
I	0	1	1	1
J	0	0	3	3
K	0	0	1	1
Total	4	17	8	5

Ainsi qu'on le voit, la quasi totalité des éditeurs produisant des reprints à l'intention d'un public érudit (catégories A à F) procèdent à des tirages n'excédant pas 500 exemplaires. On remarque également que les plus importantes entreprises - *Kraus, Johnson* et *Adeva*, en l'occurrence - procèdent aux plus faibles tirages (il ne nous a malheureusement pas été possible d'obtenir d'indication sur les tirages de la firme *Slatkine*, mais selon toutes probabilités ils sont également inférieurs à 200 exemplaires). Toutes ces firmes, en effet, ont comme public potentiel - et explicitement recherché, ainsi qu'il ressort de leurs propres déclarations - les universitaires ou spécialistes des domaines concernés, et ce essentiellement par le biais des bibliothèques (6).

Les éditeurs visant un lectorat plus diversifié pratiquent quant à eux des tirages plus élevés, rarement en dessous de 500 exemplaires, puisque leur clientèle potentielle est plus large.

4.5 FORME MATERIELLE DES REPRINTS

La clientèle visée par l'éditeur détermine dans une large mesure la présentation matérielle des réimpressions.

Le reprint d'érudition ayant comme clientèle essentielle les bibliothèques, les éditeurs de ce domaine s'attachent à leur fournir des volumes durables et solides. Les papiers sont en général garantis sans bois et non acides, pour assurer au volume une longévité souvent supérieure aux originaux, et les volumes sont systématiquement ou presque reliés (certains éditeurs proposant parfois également une version brochée pour quelques titres).

En ce qui concerne le reprint destiné à un lectorat plus large, les présentations peuvent revêtir toute une gamme d'aspects, de la reliure artisanale plein cuir pour les ouvrages de haute bibliophilie (la Bible 42 lignes de Gutenberg que proposent *Les Incunables*) jusqu'au dos carré-coupé-collé (*Editions d'Aujourd'hui*).

4.6 PRIX

De manière générale, les reprints rentrent dans la catégorie des livres chers.

Avant de chercher les raisons (ou les déraisons) de ces prix fréquemment prohibitifs pour un particulier, d'en analyser les justifications

possibles, il ne paraît pas inutile de dresser un tableau comparatif des prix à la page de quelques éditeurs représentatifs.

EDITEUR/CAT.	PRESENT.	NBRE D'EX.	PRIX MOYEN	PRIX MAX.
Adeva (A)	Rel.	100-150	0.70	1.64
Aujourd'hui (H)	Br.	400	0.35	0.47
De Graaf (B)	Rel.	300-500	0.82	2.39
Edhis (B)	Rel./Br.	150-750	0.92	1.79
Forni (A)	Rel./Br.	400	0.60	1.12
Fromman (D)	Rel.	?	1.15	2.70
Hall (C)	Rel.	500-1000	0.39	0.57
Kraus (A)	Rel./Br.	100-150	0.91	4.06
Laffitte (G)	Rel.	300-500	0.58	1.03
Olms (A)	Rel.	?	0.67	0.78
Repr. C° (B)	Rel.	300-500	0.29	0.42
Sch.F.& R. (B)	Rel.	100-200	0.99	2.16
Slatkine (A)	Rel.	?	0.85	1.46

(N.B. : Ces prix moyens ont été calculés sur la base d'un échantillon représentatif de 50 titres par éditeur (pour autant que leur catalogue n'en comportât pas moins). Ne sont pris en compte aucun in-folio ni ouvrage comprenant au delà de 5 illustrations en noir et blanc. Les taux de change retenus pour les monnaies étrangères ont été les suivants : 1 \$ = 6 fr. ; 1 Florin = 2,95 fr. ; 1 DM = 3,34 fr. ; 100 Lires = 4,67 fr. ; 1 Livre sterling = 9,96 fr.)

Différents facteurs sont responsables de ces prix. Le coût élevé des frais fixes de l'impression offset (essentiellement photogravure et calage des plaques), joint à la faiblesse des tirages, en constitue certainement la cause essentielle. Mais viennent aussi s'y rajouter la cherté du papier sans bois et le façonnage - couture des cahiers et reliure dans la plupart des cas (?). (On remarque d'ailleurs que l'un des prix à la page les moins élevés est le fait des *Editions d'Aujourd'hui*, un des rares éditeurs à proposer des ouvrages exclusivement brochés).

Cependant ces facteurs n'expliquent pas tout : à tirage similaire et à qualité identique, on constate parfois des disparités de prix importantes et difficiles à expliquer, même en tenant compte des variations des taux de change. Ce phénomène est encore plus frappant quand il s'agit du même ouvrage réimprimé par plusieurs éditeurs.

En voici quelques exemples, parmi d'autres :

Godefroy, Frédéric. - Dictionnaire de l'ancienne langue française (éd. de Paris, 1891-1902, 10 vol.)

Kraus : 1500 \$ (9000 FF)

Slatkine : 2000 FS (8120 FF)

Marcabru. - Poésies complètes (éd. de Toulouse, 1909)

Slatkine : 60 FS (243,60 FF)

Johnson : 28 \$ (168 FF)

Le Duc, Philibert. - Chansons et lettres patoises bressanes ... (éd. de Bourg, 1881)

Slatkine : 100 FS (406 FF)
Laffitte : 210 FF

Barbey d'Aurevilly, Jules. - Goethe et Diderot (éd. de Paris, 1913)

Slatkine : 60 FS (243,60 FF) (rel.)
Ed. d'Aujourd'hui : 99 FF (br.)

Borel, Pétrus. - Champavert (éd. de Paris, 1922)

Slatkine : 75 FS (304 FF) (br.)
Ed. des Autres : 59 FF (br.)

Villon, François. - OEuvres complètes (éd. de Paris, 1923)

Slatkine : 170 FS (690,20 FF)
Kraus : 32 \$ (192 FF)

Régnier, Mathurin. - OEuvres complètes (éd. de Paris, 1853)

Kraus : 87 \$ (522 FF)
Ed. d'Aujourd'hui : 120 FF

4.7 DIFFUSION ET VENTE

Les éditeurs d'érudition pratiquent essentiellement une vente par correspondance, avec un système d'annonces dans la presse spécialisée pour leurs réalisations les plus marquantes, complétées par l'envoi de prospectus réguliers et de catalogues à une clientèle étroite recensée en fichiers (on remarque d'ailleurs que tous ces éditeurs éditent régulièrement (tous les ans, ou tous les deux ans) un catalogue général de leurs publications, catalogue souvent coûteux mais indispensable, du fait de leur système de diffusion).

Certains mettent parallèlement en dépôt un choix de leurs titres dans quelques librairies spécialisées - rarement plus d'une par pays - mais de manière très sporadique. Il semble même y avoir de la part d'une assez large proportion de ces éditeurs de fortes réticences, avouées ou non, à passer par le circuit traditionnel de la vente des livres, et quelques uns avouent préférer un rapport direct par lettres avec leurs acheteurs, dont ils peuvent ainsi garder les coordonnées : tout nouveau client doit pouvoir être identifié, recensé, et contacté directement lors de la parution d'un titre susceptible de l'intéresser. Il est certain que ce phénomène de relative fermeture sur un petit cercle d'initiés ne joue guère en faveur d'une expansion de la diffusion des reprints d'érudition.

Ces pratiques ne se retrouvent pas dans les catégories d'éditeurs visant une clientèle plus large, qui pratiquent dans leur majorité la vente en

librairie (sauf à chercher un public particulier, accessible essentiellement par annonces dans la presse familiale, comme *Jean de Bonnot*). Il existe certes des diversités dans la diffusion, mais tout à fait comparables à celles de l'édition en général : entre une maison d'édition locale, de très petite taille (*Kelenn*) ou plus importante (*Les Presses du Languedoc*), s'adressant essentiellement à un public régional, et un éditeur "littéraire" comme *J.-M. Place*, les circuits de distribution et l'aire géographique couverte varieront, non la volonté de conquérir un public. Une initiative qui mérite d'être mentionnée est celle des *Editions Jeanne Laffitte*, qui avec une petite équipe de représentants (5 aujourd'hui) ont tissé leur propre réseau de diffusion et de promotion, démarchant les librairies et les bibliothèques, organisant des expositions, suscitant des articles dans la presse, avec un dynamisme remarquable.

5. UN SECTEUR EN CRISE

5.1 SYMPTOMES

Interrogés sur la manière dont il ressentaient la situation actuelle et dont ils envisageaient l'avenir de leur profession, les éditeurs, dans une large majorité (dans leur totalité à une exception près pour ceux dont l'activité est essentiellement la réimpression) émettent des jugements et des pronostics pessimistes.

"I do not think there is a future for reprint, exceptions not regarded"
(*E. J. Bonset*)

"It is more and more difficult to sell reprints" (*Fromman*)

"Decreasing till zero" (*E. Forsten*)

"Pas d'avenir" (*Edhis*)

"Uncertain" (*A. Hall*)

"Little future" (*Chadwyck-Healey*)

"Inquiétude" (*Gutenberg*)

Il est bien sûr possible que ces réponses ne représentent pas l'état d'esprit général de la profession (un éditeur pour qui les affaires marchent bien est sans doute moins enclin à répondre à une enquête sur sa profession qu'un éditeur inquiet ou en difficulté), mais il est bien d'autres signes qui indiquent un net fléchissement du secteur.

Tout d'abord, la baisse régulière, dans les quinze dernières années, des tirages moyens de plusieurs éditeurs (*Kraus, Johnson*).

La réduction frappante du nombre de titres publiés par année est également un indice significatif (*Adeva, The Reprint Company, Slatkine* [une trentaine de titres publiés en 1985 sur un total de plus de 3000 en 20 ans], *Laffitte* [6 reprints seulement en 1986, après une période de véritable boulimie éditoriale dans les années 1970]). Cette réduction s'accompagne souvent d'un redéploiement dans d'autres secteurs de l'édition, notamment la publication d'oeuvres originales (les reprints ne représentent plus qu'un cinquième des publications de *J. Laffitte*).

Plus frappant encore, l'arrêt total des activités de reprint de certains éditeurs - et non des moindres : *L. Laget* (1985), en France ; ou en Hollande *B.R. Grüner* (1972) et *E.J. Bonset* (1978) (créateurs de la première bibliographie courante de reprints, *Bibliographia anastatica*), ou encore *De Graaf* (1978).

Autre symptôme, la vente à des soldeurs de plusieurs stocks de reprints (*Laget, Inter-Livres, Slatkine* (collection *Ressources*), *Siloë, Le Signe* parmi d'autres).

5.2 CAUSES

Les premières raisons à prendre en compte pour tenter de comprendre les difficultés actuelles sont des raisons de conjoncture. On a vu que le reprint avait entamé son expansion lors des grands programmes de création de bibliothèques aux Etats-Unis, qui avaient pour conséquence des budgets d'acquisition considérables. Mais une fois les collections de base constituées, les kilomètres de rayonnages remplis de reliures flambant neuves, ces bibliothèques en sont arrivées à gérer des budgets d'acquisitions courantes, donc infiniment réduits par rapport à la flambée initiale.

De plus, la crise qui a frappé l'économie des pays occidentaux a eu de nombreuses répercussions (souvent même démultipliées) sur le secteur éducatif et culturel. Les budgets des bibliothèques, notamment aux Etats-Unis, en ont subi les contre-coups.

Il faut aussi prendre en compte l'évolution des grands courants culturels, ce que l'on pourrait appeler "l'air du temps" : la primauté des Sciences humaines, dominantes dans les dernières décennies, et qui constituent le champ d'action privilégié de l'édition du reprint, est en train de s'éroder depuis plusieurs années. Plusieurs éditeurs d'ailleurs se plaignent d'un désintérêt croissant des lecteurs ("L'érudition intéresse de moins en moins", écrit *M. Centener* des *Editions d'Histoire sociale*).

Enfin, la concurrence des microformes, de plus en plus généralisées, et d'un coût moindre (les prix vont fréquemment du simple au triple), contribue certainement à affaiblir l'industrie du reprint.

Mais à ces raisons extérieures viennent s'ajouter des faiblesses propres au secteur du reprint, à la manière dont il s'est développé.

Les éditeurs expriment notamment l'idée que, suite aux programmes imposants des années 1960, le champ des ouvrages qui méritent réimpression se réduit désormais à une peau de chagrin, tant en ce qui concerne l'érudition que le régionalisme.

Il est un fait que le reprint, se nourrissant exclusivement de la production du passé, ne peut survivre que tant qu'il y a matière à réimprimer. Néanmoins, il paraît pour le moins hasardeux de prétendre que tout a déjà été fait. Ce qui est en cause dans certains cas semble plutôt l'incapacité à remettre en question des politiques éditoriales peu imaginatives, trop fermées sur elles-mêmes (bornée dans certains cas extrêmes à la réimpression méthodique d'ouvrages mentionnés dans des bibliographies "de référence" (Critical Bibliography of French Literature de Cabeen, Books for College Libraries, etc.) ou à la republication exclusive de grandes collections du passé - Société des anciens textes français, Bibliothèque elzevirienne de Pierre Jannet, Grands auteurs de la France).

La désaffection de certains clients potentiels provient d'autre part de quelques pratiques, sinon générales, du moins suffisamment visibles pour entraîner quelque méfiance.

En premier lieu, la présence dans les catalogues de titres annoncés comme disponibles alors qu'ils n'ont jamais été publiés. Ce phénomène s'explique par deux raisons.

Il arrive qu'un éditeur ait l'intention de publier un ouvrage, en insère la notice dans son catalogue, pour ne découvrir qu'ensuite qu'il lui est impossible de se procurer le document original (document qui parfois n'a jamais existé, l'éditeur s'étant laissé abuser par une erreur dans une bibliographie). La précipitation causée par le désir de prendre de vitesse un concurrent en est souvent responsable de ces erreurs.

Dans la plupart des cas cependant, ce phénomène relève de la "souscription cachée" : si les commandes arrivent en nombre suffisant, il est procédé au tirage, sinon, l'ouvrage n'est jamais effectivement réimprimé (ce qui n'empêche pas que sa notice reste imprimée dans les catalogues, créant ce que les anglo-saxons appellent un "bibliographic ghost"). Les avantages pour l'éditeur sont évidents : aucune mise de fonds

propres n'est nécessaire, le tirage étant financé par les recettes des commandes ; le nombre d'exemplaires peut être fixé avec précision, évitant les stocks d'inventures ; le catalogue s'est enrichi d'un nouveau titre. Cette pratique, dénoncée par tous les articles traitant du reprint (2), a été rencontrée jusque - et peut-être surtout - dans les rangs des plus grands éditeurs, qui soit la niaient, soit la justifiaient en expliquant que c'était là le seul moyen pour eux d'avoir une idée des besoins de la clientèle (3). Elle semble désormais plus rare, ayant la plupart du temps cédé la place à des techniques de souscription "avouée" plus classiques. Mais la suspicion de nombreux clients virtuels persiste.

Un autre reproche souvent fait aux éditeurs de reprints est celui qui concerne la publication d'ouvrages déjà disponibles, soit couramment (et à un prix souvent moindre) sur le marché d'occasion (10), soit sous la forme d'un reprint.

Il arrive en effet qu'un éditeur mal informé, ou tout simplement peu scrupuleux et désirant mettre un concurrent en difficulté par des pratiques de dumping, réimprime un titre déjà proposé par ailleurs.

Une faiblesse fondamentale se révèle ici : l'absence de concertation entre éditeurs, d'autant plus dangereuse que le marché est plus étroit. Des initiatives ont bien été tentées pour amorcer une concertation, mais sans succès. Marc Penau, en France, avait notamment envisagé de réunir périodiquement les réimprimeurs français au Cercle de la Librairie, mais il a rapidement dû abandonner, devant l'indifférence de ses collègues. Quant aux Etats-Unis, on y entend parler depuis plus de vingt ans de la possibilité de créer une association de reprinteurs, sous les auspices de l'Association of American Publishers (AAP). Elle ne semble pas encore avoir vu le jour.

6. CONCLUSION : DISPARUTION OU EVOLUTION ?

L'industrie du reprint, c'est indéniable, se porte mal. Il ne se passe de jour sans qu'on en annonce la fin imminente, du fait de comportements anachroniques et passésistes, et de l'éclosion de nouvelles technologies (microfiche hier, vidéodisque aujourd'hui) qui sont destinées à prendre sa place.

Cependant, si les Cassandre ne manquent pas, si certains éditeurs sont en effet contraints de cesser leurs activités, d'autres tentent de réagir, et d'apporter des solutions aux problèmes actuels.

Quelques firmes se sont attachées à reconquérir et fidéliser le public traditionnel des bibliothèques, par un plus grand soin apporté à l'identification bibliographique (mention précise de l'édition reproduite), au choix des ouvrages, à leur présentation intellectuelle.

D'autres ont cherché à attirer de nouveaux lecteurs : *Jeanne Laffitte* ou *Jean-Michel Place*, en diversifiant les domaines abordés (Gastronomie pour l'une, Histoire de la Photographie et Equitation pour l'autre) ; ou *Michel Slatkine* en publiant des reprints moins onéreux, dans une présentation brochée, tirés à plus grand nombre (collection Ressources).

Toutes ces tentatives n'ont certes pas été couronnées de succès (la collection Ressources, n'ayant pas le succès escompté, a dû être vendue à des soldeurs) mais elles indiquent une volonté de ne pas se laisser abattre, de trouver les voies d'une évolution nécessaire mais possible.

Les fonds des bibliothèques, les caves des éditeurs, les collections de particuliers recèlent encore bien des trésors qui dorment, auxquels l'édition d'un reprint procurerait une nouvelle vie, et qui pourraient intéresser aussi bien les chercheurs qu'un public plus large. Cette mission de préservation et de diffusion d'un patrimoine culturel méconnu, oublié, ou en danger de disparaître (11) reste l'un des apanages du reprint, qui seul ou presque aujourd'hui permet de rendre accessibles certains ouvrages, à un coût et dans des délais raisonnables.

Cette mission cependant n'est possible qu'à la condition que se développe une concertation entre différents partenaires (les réimprimeurs entre eux, mais aussi les bibliothèques, les chercheurs, les pouvoirs publics), afin d'établir des listes d'ouvrages à reimprimer, et plus largement de définir une véritable politique du reprint, notamment en ce qui concerne le régime fiscal des éditeurs qui le pratiquent (12).

Si cette évolution se fait et se poursuit, si les initiatives prises çà et là se généralisent, alors l'industrie du reprint, avec des éditeurs responsables, dynamiques, imaginatifs, et ouverts, aura encore de beaux jours devant elle.

NOTES

- (¹) Nemeyer, C. Scholarly Reprint in the United States. New York, Bowker, 1972.
- (²) Madame Nemeyer donne dans son étude (*op. cit.*, p. 159-161) une liste comprenant rien de moins que douze définitions.
- (³) Nemeyer, *op.cit.*, p. 57.
- (⁴) American Library Association, Reprinting Committee. "Lending to Reprint and Microform Publishers", in Library Resources and technical services, p. 178-179, n°2, 1975, 19.
- (⁵) J. Chodak, président de la *Genealogical Publishing Company*, déclarait notamment : "Il est de loin préférable d'avoir un livre 'pauvre' immédiatement disponible que d'attendre toute une vie pour une reproduction soi-disant améliorée, avec toutes les chances que cette prétendue reproduction améliorée contienne elle-même des erreurs" (cité in Nemeyer, *op. cit.*, p. 84).
- (⁶) Exclusivement même s'il faut en croire un éditeur qui nous affirme que "les universitaires n'achètent pas de livres, c'est bien connu !".
- (⁷) L'étude de C. Dupuy (Les Petits tirages, Paris, 1986) donne les chiffres de 19 devis établis par différents imprimeurs pour effectuer le tirage à 1000 exemplaires d'un reprint de 256 pages (brochage compris). Ces tarifs varient de 19,38 à 53,29 FF l'exemplaire, les postes de photogravure et d'impression étant les plus importants.
- (⁸) Les éditeurs du Guide to Reprints eux-mêmes pensent utile de dégager leur responsabilité pour les notices fictives qui pourraient se glisser dans leur publication, et prennent le soin de préciser dans une note liminaire : "Il a été demandé aux éditeurs de ne signaler que les titres qui ont effectivement été réimprimés et qui sont disponibles. Ils ont été instamment priés de ne pas signaler les ouvrages qu'ils envisageaient de publier".
- (⁹) Cf. les déclarations de Daniel G. Garret : "[Par ces pratiques] nous cherchons à dire que nous avons besoin de savoir s'il y a un besoin ou non pour un titre" (Garret, D. *The Ethics of Reprint Publishing*, in LRTS, p. 72, n°1, 1971, 15.)
- (¹⁰) Il arrive même parfois que le livre ne soit pas épuisé : *Slatkine* avait ainsi réédité en 1977 les quatre volumes d'œuvres de Francis Viélé-Griffin publiés à partir de 1924 par le *Mercure de France*, alors que les trois premiers étaient encore disponibles (pour un prix bien inférieur à celui de la réimpression).
- (¹¹) Avant qu'elle ne soit réimprimée, la collection complète du *Mercure galant* n'était conservée que dans une bibliothèque.
- (¹²) *J. Laffitte* propose par exemple que les éditeurs de reprint aient un statut particulier et ne soient plus imposés sur leur stocks (si ce n'est au taux du vieux papier), mais uniquement sur les produits de leurs ventes.

BIBLIOGRAPHIE

- Alexakis, V. L'Expansion du "reprint". Le Monde, 2 juillet 1982.
- American Library Association, Reprinting Committee. Lending to Reprint and Microform Publishers : a Policy Statement. Library Resources and Technical Services, p. 178-179, n°2, 1975, 19.
- Aslelon, R.F. Microforms : Where do They Fit ? Library Resources and Technical Services, p. 57-62, n°1, 1971, 15.
- Bibliographia Anastatica : a Bimonthly Bibliography of Photomechanical Reprints. Amsterdam, 1964-1973, 10 vol.
- Bonnefoy, C. ; Garcin, J. ; Pudlowski, G. ; Yon, B. [et al.]. Le Temps du Reprint. Les Nouvelles littéraires, p. 17-22, 27 octobre 1977.
- Devlin, E. Public Service Librarians and Reprints. Library Resources and Technical Services, p. 72-75, n°1, 1971, 15.
- Dupuy, C. Les Petits tirages. Paris, (s.n.), 1986.
- Dunlap, C.R. Reprinting : Problems, Directions, Challenges : Introduction. Library Resources and Technical Services, p. 34-35, n°1, 1971, 15.
- Garret, D.G. The Ethics of Reprint Publishing. Library Resources and Technical Services, p. 53-56, n°1, 1971, 15.
- Guide to reprints : an International Bibliography of Scholarly Reprints. New York, Guide to Reprints inc., 1985.
- Kronik, E. Old Books in New Covers : Reprints Revisited. Collection Management, p. 115-125, n°1-2, 1984, 6.
- Labarre, A. Les Reprints et leurs problèmes. Bulletin d'information de l'Association des bibliothécaires français, p. 22, n°109, 1980.
- Lambert, M. Les Reprints : rapport de synthèse. Bulletin d'information de l'A.B.F., p. 19, n°109, 1980.
- Nemeyer, C.A. Scholarly Reprint in the United States. New York, Bowker, 1972.
- Nemeyer, C.A. Scholarly Reprint Publishing in the United States : Selected Findings from a Recent Survey of the Industry. Library Resources and Technical Services, p. 35-48, n°1, 1971, 15.
- Un Nouveau secteur de l'édition : les reprints. Bibliographie de la France, p. 1476-1483, n°44, 1975.
- Place, J.-M. Un Phénomène historique : le reprint. Bulletin d'information de l'A.B.F., p. 17-18, n°109, 1980.

Rappaport, F. The Changing Philosophy of Reprint Publishers. Library Resources and Technical Services, p. 48-52, n°1, 1971, 15.

Robertson, I. ; Stahlschmidt, A. Facsimiles of Historical Children's Books. Library Trends, p. 513-527, n°4, 1979, 27.

Sullivan, H.A. Reprints and the Technical Services, or the Age of Happy Problems. Library Resources and Technical Services, p. 67-72, n°1, 1971, 15.

Tanazacq, N. Reprints ou microformes. Bulletin d'information de l'A.B.F., p. 23, n°109, 1980.

LISTE DES EDITEURS

(Cette liste comprend les identifications des éditeurs dont les informations ont sous une forme ou une autre nourri cette étude. Elle ne prétend en aucune manière fournir un répertoire complet ni même représentatif de l'industrie du reprint. La catégorie à laquelle ils appartiennent (*cf. supra*, p. 5) a été précisée entre crochets carrés quand il a été possible de l'établir.)

AKADEMISCHE DRUCK U. VERLAGSANSTALT (ADEVA) [A]
Neufeldweg 75, 8010 GRAZ (AUTRICHE)

AMIS DU CENTRE DU XX^e SIECLE [E]
(Université de Nice, UER de Civilisation)
117 rue de France, 06000 NICE (FRANCE)

EDITIONS JACQUES ANTOINE [J]
55/57 rue des Eperonniers, 1000 BRUXELLES (BELGIQUE)

LIBRAIRIE ADOLPHE ARDANT [K]
2 allée du 19 mars 1962, 87410 LE PALAIS (FRANCE)

EDITIONS D'ART CALEDONIENNES [J]
B.P. 1626 NOUMEA (NOUVELLE-CALEDONIE)

EDITIONS D'AUJOURD'HUI [H]
83120 LE PLAN DE LA TOUR (FRANCE)

EDITIONS RENE BAUDOVIN
10 rue de Nesle, 75006 PARIS (FRANCE)

LIBRAIRIE SCIENTIFIQUE & TECHNIQUE A. BLANCHARD [F]
9 rue de Médicis, 75006 PARIS (FRANCE)

E.J. BONSET [B]
Patrijzenstraat 8, 2040 AC ZANDVORT (PAYS-BAS)

ALAIN BRIEUX, Libraire-éditeur [C]
48 rue Jacob, 75006 PARIS (FRANCE)

CENTRE DE PHILOSOPHIE POLITIQUE ET JURIDIQUE
(Université de Caen, UFR de Droit et Sciences politiques)
Esplanade de la Paix, 14032 CAEN CEDEX

CHADWYCK-HEALEY Ltd [F]
20 Newmarket Road, CAMBRIDGE CB5 8DT

CONNY CÖLL REPRINTVERLAG [H]
Hubertusstrasse 13, 8022 GRÜN WALD (R.F.A.)

DE GRAAF PUBLISHERS [B]
Zuideinde 40, 2420 AA NIEUWKOOP (PAYS-BAS)

ANDRE DEWALLENS
Brusselsesteenweg 60, 3020 HERENT (BELGIQUE)

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES BEAUX-ARTS [J]
17 quai Malaquais, 75006 PARIS (FRANCE)

EDHIS (Editions d'Histoire sociale) [B]
23 rue de Valois, 75001 PARIS (FRANCE)

ERRANCE
17 rue de l'Arsenal, 75004 PARIS (FRANCE)

ARNALDO FORNI [A]
Via Gramsci 164, 40010 SALA BOLOGNESE (ITALIE)

EGBERT FORSTEN [E]
Postbus 6148, 9702 HC GRONINGEN (PAYS-BAS)

FRIEDRICH FROMMAN VERLAG [D]
Postfach 500460, 7000 STUTTGART 50 (R.F.A.)

B.R. GRÜNER [D]
Nieuwe Herengracht 31, 1011 RM AMSTERDAM (PAYS-BAS)

LIBRAIRIE GUENEGAUD
10 rue de l'Odéon, 75006 PARIS (FRANCE)

GUTENBERG REPRINTS [B]
20 rue de Savoie, 75006 PARIS (FRANCE)

HAERE PO NO TAHITI [J]
BP 1958, PAPEETE, TAHITI (POLYNESIE FRANCAISE)

ANTHONY C. HALL [C]
30 Staines Road, TWICKENHAM TW2 5AH (G.B.)

EDITIONS HENRIQUEZ [K]
74 rue de Membre, 6868 BOHAN (BELGIQUE)

HEIMERAN VERLAG
Postfach 400824 8000 MÜNCHEN 40 (R.F.A.)

HERDER EDITRICE E LIBRERIA [F]
Piazza Montecitorio 120, 00186 ROMA (ITALIE)

LES INCUNABLES [I]
13-15 pl. des Vosges, 75004 PARIS (FRANCE)

INSTITUT DE LA RENAISSANCE ET DE L'AGE CLASSIQUE [C]
(Université de Saint-Etienne)
34 rue Francis Baulier, 42023 ST-ETIENNE CEDEX

INSTITUT DU MONDE ARABE
40 rue du Cherche-midi, 75006 PARIS (FRANCE)

INTER-LIVRES
55 passage Jouffroy, 75009 PARIS (FRANCE)

JOHNSON REPRINT CORPORATION [A]
111 Fifth Ave., NEW YORK, N.Y. 10003 (U.S.A.)

KELENN [K]
33 rue Kerivin, 29215 GUIPAVAS (FRANCE)

KRAUS REPRINT [A]
Route 100, MILLWOOD, N.Y. 10546 (U.S.A.)

EDITIONS JEANNE LAFFITTE [G]
BP 1903, 13225 MARSEILLE CEDEX 02 (FRANCE)

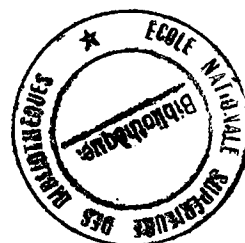
LIBRAIRIE LEONCE LAGET [B]
75 rue de Rennes, 75006 PARIS (FRANCE)

EDITIONS GERARD LEOVICI [K]
27 rue St-Sulpice, 75006 PARIS (FRANCE)

G.P. MAISONNEUVE ET LAROSE [H]
11 rue Victor Cousin, 75005 PARIS (FRANCE)

EDITIONS DE LA NUEE BLEUE
17/21 rue de la Nuée bleue, 67001 STRASBOURG (FRANCE)

GEORG OLMS VERLAG [A]
Hagentorwall 7, 3200 HILDESHEIM (R.F.A.)



EDITIONS LOUIS FARIENTE [K]
44 rue du Colisée, 75008 PARIS (FRANCE)

LIBRAIRIE INTERNATIONALE PICARD [F]
82 rue Bonaparte, 75006 PARIS

EDITIONS JEAN-MICHEL PLACE [I]
12 rue Pierre & Marie Curie, 75005 PARIS (FRANCE)

LES PRESSES DU LANGUEDOC [J]
33 rue Rouchet, 34000 MONTPELLIER (FRANCE)

PYGMALION [J]
70 av. de Breteuil, 75007 PARIS (FRANCE)

LIBRAIRIE QUESSEVEUR [I]
2 pl. des Laitiers ou des Cornières, 47000 AGEN (FRANCE)

THE REPRINT COMPANY [B]
P.O.B. 5401, SPARTANBURG, S.C. 29301 (U.S.A.)

SCHOLARS' FACSIMILES AND REPRINTS [B]
P.O.B. 344, DELMAR, N.Y. 12054 (U.S.A.)

LE SIGNE
Le Billehou, 91190 GIF/YVETTE (FRANCE)

EDITIONS SILOE
8 pl. St-Sulpice, 75006 PARIS (FRANCE)

SLATKINE REPRINTS [A]
Case postale 267, 1211 GENEVE 3 (SUISSE)
7 quai Malaquais, 75006 PARIS (FRANCE)

J. THORNTON & SONS [D]
11 Broad Street, OXFORD OX1 3AR (G.B.)

VARIORUM REPRINTS [B]
20 Pembridge Mews, LONDON W11 3EQ (G.B.)

LE VIEUX MONTMARTRE [K]
12 rue Cortot, 75018 PARIS (FRANCE)