

livre / échange

Supplément au *livre/échange* édité
par le Centre régional des Lettres de Basse-Normandie
N°03 / Mars 2011

Actualité des professionnels du livre en Basse-Normandie



ÉDITEUR CHERCHE LIBRAIRE

La vie d'un livre est faite de rencontres. Si celle de l'auteur avec son éditeur est déterminante, celle de l'éditeur avec le libraire l'est tout autant, qu'elle se fasse en direct ou par l'intermédiaire d'un diffuseur et de son réseau de commerciaux. La vie publique, le sort économique d'un projet éditorial se joue pour beaucoup dans la librairie. C'est là qu'il rencontrera, ou pas, ses premiers lecteurs, ceux qui porteront ce bouche à oreille si précieuse pour sa bonne diffusion. La relation établie entre l'éditeur et le libraire, ce moment essentiel où chacun se nourrit de l'expérience, de la sensibilité, du projet de l'autre, permettra à ce nouvel opus de trouver son chemin dans le foisonnement éditorial français. Pour cela, le libraire est incontournable, relais actif d'un monde de l'édition protéiforme, où tout ne passe pas par les mêmes canaux, où les lignes directes peuvent s'avérer très riches. C'est là que se joue la bibliodiversité, la liberté et les moyens de publier, et pour le lecteur, le plaisir de la découverte d'une nouveauté rare sur la table d'un libraire attentif, parce que celui-ci aura su écouter ce jeune éditeur passionné, entré en coup de vent dans sa boutique déjà surchargée de livres en attente d'être ouverts. C'est cette alchimie fragile que le Centre régional des Lettres souhaite accompagner, soigner, enrichir, à travers des rencontres interprofessionnelles, des publications comme *À paraître*, des formations adaptées, et des dossiers comme celui que nous vous proposons dans ce nouveau numéro de *Livre/échange PRO*.
Bonne lecture.

Laurent Delabouglise
Directeur du Centre régional des Lettres
de Basse-Normandie

DE L'AUTODIFFUSION À LA DIFFUSION DÉLÉGUÉE

Plus de 182 titres, tous genres confondus, paraissent chaque jour en France (Le secteur du livre : les chiffres-clés 2008-2009 publié par le Service du livre et de la lecture). Étape clé dans le circuit du livre, la diffusion, qu'elle soit internalisée ou déléguée, doit permettre à l'éditeur et ses ouvrages d'exister dans ce flot de parutions. Il y va de la survie de sa maison. D'où la nécessité de bâtir une stratégie commerciale adaptée à son fonctionnement et à son projet éditorial. En Basse-Normandie, 50% des éditeurs s'autodiffusent, tandis que d'autres ont fait appel à une structure de diffusion professionnelle. Par choix ou par contrainte, l'éditeur

assure souvent lui-même la commercialisation de ses livres. Chronophage, l'autodiffusion est néanmoins pour lui un facteur de professionnalisation et de crédibilité. En contact direct avec les libraires, il prend le pouls du terrain. Mais il ne pourra en contacter qu'un nombre restreint. La délégation de la diffusion intervient à une étape charnière dans le développement d'une maison d'édition et, si elle reste coûteuse, elle permet à l'éditeur de se recentrer sur son projet éditorial. Si elle n'est pas une étape imposée, l'expérience de l'autodiffusion s'avère être très valorisante au moment de signer avec un diffuseur. Mais comment choisir son mode de

diffusion en toute connaissance de cause ? À quel moment franchir le pas ? Sur quels critères fonder sa décision ? Le passage de l'autodiffusion à la diffusion déléguée : quels risques pour quels enjeux ? Des professionnels avancent des éléments de réponse tandis que des acteurs du livre installés en Basse-Normandie témoignent de leur expérience. En avril prochain, le Centre régional des Lettres de Basse-Normandie, en partenariat avec l'ASFORD, proposera une formation sur ce sujet à l'attention des éditeurs.

Dossier réalisé par
Valérie Schmitt et Nathalie Colleville

LA DIFFUSION DÉLÉGUÉE, UN OBJECTIF DE PROFESSIONNALISATION POUR L'ÉDITEUR

RESPONSABLE DU MASTER POLITIQUES ÉDITORIALES À PARIS 13-VILLETANEUSE,
BERTRAND LEGENDRE REVIENT ICI SUR LES ENJEUX DE L'AUTODIFFUSION ET DE LA DIFFUSION DÉLÉGUÉE
(Y COMPRIS LA DISTRIBUTION), INDISSOCIABLES DE TOUT PROJET ÉDITORIAL.

UN PROTOCOLE D'ACCORD AU SERVICE DE LA BIBLIODIVERSITÉ

Prolongeant les accords Cahart, le protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie, signé le 26 juin 2008*, définit les modes de remises pratiquées envers les libraires. Il s'inscrit dans le cadre mis en place par la loi du 10 août 1981, dite loi Lang.

Il permet de calculer le montant de la remise consentie aux libraires selon des critères quantitatifs (nombre d'ouvrages vendus par le libraire) et qualitatifs. Les critères qualitatifs fixés par la loi se répartissent entre deux champs : obligatoires et complémentaires. Les critères obligatoires pour le libraire sont les suivants : accepter des commandes à l'unité sur l'ensemble des titres disponibles au catalogue des éditeurs ; disposer d'un personnel formé, en mesure de conseiller la clientèle ; recevoir les représentants de l'éditeur ou du diffuseur ; organiser régulièrement des animations autour des nouveautés comme des ouvrages de fonds. En outre, les éditeurs et diffuseurs doivent intégrer trois des six critères complémentaires suivants dans le calcul de la remise : un réassort régulier des ouvrages de fonds ; l'occupation par les ouvrages de fonds d'une part équilibrée dans son assortiment par rapport aux nouveautés ; disposer d'outils bibliographiques exhaustifs et actualisés afin de répondre aux demandes de sa clientèle ; recevoir et présenter les ouvrages que l'éditeur ou son diffuseur lui fait parvenir dans le cadre de son service de nouveautés ; jouer un rôle de prescription en assurant la promotion des œuvres de création et participer aux campagnes de communication mises en place par les éditeurs ou les diffuseurs à l'attention des lieux de vente. La remise additionnelle attribuée selon ces critères qualitatifs doit être supérieure à celle consentie selon des critères quantitatifs.

« De l'application de ces divers critères et du type d'ouvrages considérés, résultent des marges extrêmement variables pour les détaillants : la fourchette est comprise entre 25 % et 40 % du prix de vente public du livre » (selon le site du SNE). Le SLF préconise une remise de 36%.

* Ce protocole d'accord a été signé par le Syndicat National de l'Édition, le Syndicat de la Librairie Française et le Syndicat des Distributeurs de Loisirs Culturels.

Disponible sur le site du CRL : www.crlbn.fr/les-aides-ressources/les-ressources-nationales

L

/É Pro : Comment un éditeur peut-il cerner le meilleur mode de diffusion adapté à sa production ? Quels sont-ils ?

Bertrand Legendre : Il est possible de distinguer quatre hypothèses principales : faire appel à une structure de diffusion de grande taille intégrée à un groupe, à une structure de diffusion moyenne appartenant à un éditeur, à une structure spécialisée dans tel ou tel genre éditorial, à une petite diffusion autonome. L'hypothèse de l'autodiffusion est aussi à envisager. Le premier cas n'a de sens que si l'éditeur a une production régulière et suffisante pour mobiliser les forces de vente, s'il s'agit d'ouvrages généralistes à relativement fort tirage et bénéficiant d'un soutien promotionnel, et si les autres éditeurs pris en charge par la structure ne sont pas ouvertement concurrents. Le second cas peut convenir si les représentants visitent effectivement les rayons concernés par la production de cet éditeur et si cette structure de diffusion a un accord avec un autre diffuseur pour d'autres points de vente plus petits, dans le cas où il est pertinent de leur proposer la production en question. Le troisième cas est adapté à des productions clairement destinées à un public spécifique (BD, sciences, jeunesse, érotisme...) La dernière hypothèse correspond surtout à une production à petit tirage destinée à un faible nombre de points de vente très « qualitatifs ».

L/É Pro : Prenons ce dernier cas. Quels bénéfices un éditeur peut-il retirer de l'autodiffusion ?

B. L. : L'autodiffusion peut être une puissante forme de formation professionnelle pour les éditeurs. Quels que soit le regard et le jugement que l'on porte sur les pratiques de la chaîne du livre, il est indispensable de les connaître. C'est évidemment loin d'être le cas de tous les éditeurs qui débutent dont certains ignorent jusqu'au taux de TVA applicable aux livres, les usages en matière d'échéances, les conditions de prise en charge du transport, le droit de retour... Mais au-delà de ces questions de technique commerciale, la relation directe avec les libraires, la connaissance de la réalité des points de vente permettent aussi d'apprendre beaucoup sur les autres éditeurs, sur l'argumentation promotionnelle, sur les réactions du public. Cet aspect est tellement important que des éditeurs diffusés continuent d'entretenir des liens réguliers avec des libraires pour ne pas se couper de ces réalités. Enfin, l'autodiffusion pratiquée sérieusement est aussi un moyen de se faire connaître et de se construire une crédibilité qui peut être précieuse, le moment venu, pour trouver un diffuseur.

L/É Pro : L'autodiffusion, à court terme, serait-elle un « passage obligatoire » pour une jeune maison ? L'éditeur doit-il envisager de déléguer sa diffusion dès le début de son activité ?

B. L. : L'autodiffusion n'est pas une obligation absolue. Des créateurs de maisons d'édition dotés d'une expérience substantielle des relations entre l'édition et le marché peuvent accéder directement à une structure de diffusion, parfois même aux plus réputées. Ils s'évitent ainsi une charge de travail qui

peut vite devenir écrasante, trouvant alors le moyen de se consacrer exclusivement au travail éditorial. En dehors d'éditeurs très spécialisés, pouvant travailler avec un très petit nombre de points de vente, eux-mêmes très ciblés, peu d'éditeurs peuvent durablement fonctionner en autodiffusion. Le passage à la diffusion déléguée me semble devoir être envisagé dès le début de l'activité, comme un objectif de professionnalisation.

L/É Pro : À quel stade de son évolution l'éditeur peut-il envisager de passer le cap de la délégation ?

B. L. : Il paraît essentiel que trois conditions soient réunies. Tout d'abord, une certaine notoriété auprès des libraires, voire des médias, définie en termes de qualité et de créativité éditoriales ; celle-ci contribuera à donner confiance aux diffuseurs sollicités. Ensuite, une capacité à mettre sur pied un programme éditorial permettant d'assurer une production régulière pendant 4 à 5 ans. Ce point est essentiel dans la mesure où les diffuseurs ont besoin de temps pour asseoir le nom d'un nouvel éditeur auprès des points de vente, et il en va de même pour les médias ; par ailleurs, on sait que l'une des causes de disparition des petits éditeurs est le manque de projets. La troisième condition est d'ordre économique et financier : il faut que la structure soit en mesure de financer son programme et de respecter les plannings de publication à définir avec le diffuseur, et qu'elle soit aussi en mesure de supporter le jeu des échéances, notamment dans les premiers temps du passage en diffusion déléguée.

L/É Pro : Quels sont les écueils auxquels se heurterait un éditeur resté en autodiffusion ?

B. L. : Ce choix n'est tenable que si la structure exclut de se développer. Outre les aspects déjà évoqués, elle présente, en apparence, l'avantage de permettre à l'éditeur de facturer plus cher ses livres, en économisant les coûts de la diffusion-distribution. Mais ce travail a aussi un coût pour lui (temps, déplacement, facturation, recouvrement...), même s'il n'est pas toujours pris en compte. Comme ce travail et ces coûts portent toujours sur un petit nombre de titres, il est encore plus difficile de les rentabiliser, et la constitution d'un fonds est, le plus souvent, une perspective très incertaine. L'écueil principal de ce fonctionnement est donc l'impossibilité du développement : pas de ventes suffisantes pour dégager des ressources, pas de temps disponible pour élaborer un programme susceptible d'intéresser un diffuseur.

L/É Pro : Quel est l'impact du passage à la diffusion déléguée pour une maison d'édition ?

B. L. : Les éditeurs autodiffusés vendent soit aux libraires avec entre 35 et 40 % de remise, soit au public au plein tarif ; ces ventes au public, salons divers, signatures, constituent parfois l'essentiel. Le passage en diffusion déléguée se traduit par une augmentation du taux de remise, autour de 55 % correspondant à la rémunération du service de diffusion - distribution. Il y a donc, pour l'éditeur, un manque à gagner à l'exemplaire et le pari porte donc sur le fait de vendre davantage d'exemplaires.

En termes de production, cela conduit donc à pratiquer des tirages plus importants, en fonction du nombre de

points de vente visités par le diffuseur, et aussi à produire un nombre de nouveautés annuelles dont le seuil minimal, en littérature générale, ne peut être inférieur à cinq titres, plus certainement autour de dix.

L/É Pro : Le regroupement d'éditeurs pour la diffusion est une piste qui a d'ailleurs déjà été expérimentée. Quel est le critère le plus pertinent pour la mutualisation : la notion de territoire géographique ou la cohérence du catalogue ?

B. L. : Le regroupement en fonction de critères territoriaux est surtout envisageable pour des éditeurs ayant une politique éditoriale régionaliste, mais la question de la concurrence des catalogues peut se poser. Il faut alors prendre en compte, notamment dans le cas de livres illustrés, les positionnements respectifs de ces catalogues sur des contenus similaires. Diffuser

deux éditeurs proposant des livres de cuisine régionale contenant des recettes très semblables posera problème en l'absence d'options techniques (formats, papier, iconographie, reliure...) ou commerciales (prix, promotion...) très distinctes. La cohérence des catalogues peut aussi être à la base de regroupements d'éditeurs à l'échelle nationale, sur des contenus pour lesquels la notion de concurrence directe est moins pertinente (photo, art contemporain). Elle peut permettre, comme cela a fonctionné pendant plusieurs années avec Inextenso dans le domaine de l'art contemporain, de constituer un volume de production suffisant pour supporter le coût d'un représentant.

L/É Pro : Les pouvoirs publics ont-ils un rôle à jouer sur cette question? Et si oui à quel niveau ?

B. L. : Les pouvoirs publics et les organisations pro-

fessionnelles ont déjà contribué à faire évoluer la situation en mettant en place la structure Calibre pour la distribution des petits éditeurs. S'agissant de la constitution de groupements d'éditeurs en vue d'une diffusion commune, la chose semble plus compliquée pour les raisons déjà mentionnées. Un moyen d'action, certes indirect, mais qui permettrait peut-être de réunir les conditions de base, serait sans doute de mettre en place ou de renforcer la formation des éditeurs au niveau régional.

BERTRAND LEGENDRE est professeur en sciences de l'information et de la communication et directeur du LabSic à l'Université Paris 13-Villetaneuse où il dirige le master Politiques éditoriales.

ÉDITIONS VAGABONDAGES

« LE DIFFUSEUR A LES CLÉS DE LA MAISON »

LES ÉDITIONS VAGABONDAGES, INSTALLÉES À BAYEUX, SE SONT SPÉCIALISÉES DANS LA BANDE DESSINÉE RÉGIONALE.

DEUX ANS APRÈS LEUR CRÉATION, PASCAL DANIEL A OPTÉ POUR LA DIFFUSION DÉLÉGUÉE.

IL TRAVAILLE DÉSORMAIS AVEC DEUX STRUCTURES DE DIFFUSION.

L/É Pro : Pouvez-vous revenir sur les premiers pas des éditions Vagabondages ?

Pascal Daniel : La maison d'édition est effective depuis trois ans mais cela fait deux ans qu'on a une vie en tant qu'éditeur ; une année de coquille vide car on a travaillé avec les auteurs et la conception de BD prend du temps... On a défini d'abord la ligne éditoriale et ensuite on l'a « remplie ». Cela nous a pris un an.

L/É Pro : Comment a débuté votre diffusion ? Très concrètement, comment fonctionniez-vous ?

P. D. : En autodiffusion. On s'était fixé de faire de la BD à caractère régional, qui parle des régions autour de trois axes : l'historique de la région, les personnages et les lieux de la région. On a proposé nos ouvrages aux librairies, aux musées, aux boutiques de souvenirs. J'ai commencé à diffuser les livres deux mois avant leur sortie, j'ai fait le tour des différents points de vente régionaux, environ cinquante, toutes catégories confondues y compris les musées, les espaces culturels Leclerc.

L/É Pro : À quel moment avez-vous senti qu'il fallait faire évoluer votre mode de diffusion ?

P. D. : Quand j'ai eu cinq titres au catalogue et un sixième qui se profilait, un peu en dehors de ma ligne éditoriale. Je sentais que si je continuais régionalement, cela ne fonctionnerait pas. Sur quatre titres, un a très bien marché, un moyennement et deux sont difficiles à vendre car, malgré le caractère régionaliste, le marché normand était restreint, nous étions vite confrontés à une zone de chalandise trop petite. Je devais agrandir ma zone de chalandise et c'est une énergie incommensurable de visiter tous les points de vente sans compter les coûts élevés en essence, hôtels, restaurants. Il fallait trouver une autre solution.

L/É Pro : Vous êtes-vous adressé à plusieurs diffuseurs ?

P. D. : Cela coïncidait avec la sortie d'une BD qui se passe en Bretagne, j'ai regardé du côté des diffuseurs bretons et nationaux (de Borée, Interforum, Edilarge, Pollen). Pour certains mon catalogue était trop petit, pour d'autres cela ne correspondait pas à leur créneau éditorial, ils ne faisaient pas de BD. Une expérience m'a interpellé, celle d'un éditeur spécialisé sur une niche, l'histoire des avions en BD. Il m'a expliqué qu'il

avait pris un diffuseur puis qu'il était revenu en autodiffusion et qu'il s'en sortait mieux ainsi. Il fait son propre catalogue qu'il envoie aux libraires et il s'est constitué un listing de points de vente qu'il relance par téléphone. À la réflexion, cette technique est applicable pour une niche éditoriale, ma maison d'édition a un catalogue plus ouvert donc c'est plus difficile à dupliquer. Je suis donc revenu sur l'idée d'une diffusion classique. Au final, parmi les diffuseurs partants pour travailler avec moi, il y avait Makassar, Coop Breizh et Ladiff.

L/É Pro : Les conditions commerciales variaient-elles beaucoup d'une structure à l'autre ?

P. D. : J'ai eu des contacts assez équivalents : entre 55 et 60 %. La remise diffuseur est équivalente à peu près partout mais les services facturés annexes varient beaucoup : le stockage, le nettoyage des livres, la mise au pilon, c'est là que la différence se joue et il faut bien les étudier. Tout le catalogue a été diffusé par Makassar pour la France, excepté la Bretagne par Coop Breizh.

L/É Pro : À ce propos, pourquoi avez-vous choisi deux diffuseurs ?

P. D. : J'ai fait le double choix de Makassar et Coop Breizh car je misais beaucoup sur *Fanch Karadec* qui se passe en Bretagne, il était donc important d'avoir un diffuseur breton et un diffuseur national spécialisé BD. Au bout de six mois j'étais très content, ça a boosté mes ventes même sur des titres de fonds qui ont été traités par les diffuseurs comme des nouveautés. Les diffuseurs ont bien accepté le découpage géographique de la diffusion. Mais c'était compliqué à gérer. Je ne recommande pas la double diffusion car il y a forcément des conflits de territoire, par exemple les espaces culturels Leclerc ou la Fnac qui ne veut avoir qu'un seul interlocuteur et dans ce cas même pour la Bretagne, c'est Makassar. Une relation avec un diffuseur doit être une relation de confiance, on lui remet « les clés de la maison », il vaut peut-être mieux n'avoir qu'un seul interlocuteur. Sur le papier, le choix était cohérent ; dans la pratique, c'est plus compliqué ; maintenant ça fonctionne bien donc je ne regrette pas mon choix.

L/É Pro : Comment s'est fait ce choix ?

P. D. : Peu de diffuseurs acceptaient mon catalogue et Makassar était un diffuseur à mon échelle qui avait un catalogue ouvert donc mon choix s'est porté naturellement sur lui. Mon argument était que l'album *Fanch Karadec* était labellisé par le nom des deux auteurs connus, Sébastien Corbet et Stéphane Heurteau et qu'il serait donc plus facile à vendre. De plus, des rapports humains se sont créés facilement, ils ont notamment accepté la double diffusion. Finalement, cela s'est beaucoup joué sur des facteurs humains.

L/É Pro : En quoi ces deux diffuseurs ont-ils répondu à vos attentes ?

P. D. : Déjà ils ont boosté les ventes ; ensuite, quand on a un nouveau projet, on peut en parler avec son diffuseur, par exemple : comment il va le vendre ? Car au-delà de la diffusion, il y a la promotion, il faut y réfléchir très en amont. Du coup, on est moins seul pour prendre la décision de lancer un nouveau projet. Le diffuseur fait aussi remonter les attentes des clients des libraires.

L/É Pro : Quel impact a eu cette délégation sur le fonctionnement de votre maison ?

P. D. : Au niveau de la gestion, l'impact a été très important : j'ai deux factures par mois quand j'en avais cinquante par mois auparavant ! Et je n'ai pas à gérer les impayés, j'ai du coup l'esprit beaucoup plus libre pour me consacrer à mon métier d'éditeur. Le diffuseur impose des dates de parution et je dois être prêt à ces dates là. Le tirage n'a pas augmenté mais quand j'imprime j'ai déjà un retour du diffuseur, donc je peux ajuster légèrement mon tirage en fonction de ses retours. L'inconvénient, c'est qu'ils paient à 90 jours fin de mois, donc pendant trois mois je n'ai pas de rentrées financières. Pour l'instant j'ai peu de retours, à voir plus tard...

L/É Pro : Quel premier bilan esquissez-vous donc ?

P. D. : Plus que positif ! J'ai longtemps reculé le moment de déléguer mais je suis satisfait en termes de ventes, cela dégage de la trésorerie même si je ne maîtrise pas encore les retours...

 www.editions-vagabondages.fr

« L'AUTODIFFUSION EST EXTRÊMEMENT VALORISANTE »

CRÉÉE EN 2004, LA STRUCTURE DE DIFFUSION POLLEN
COMPTE UNE CINQUANTAINE DE MAISONS D'ÉDITION INDÉPENDANTES À SON CATALOGUE.

Auparavant en charge de l'export pour Larousse, Benoît Vaillant a créé sa propre structure de diffusion en 2004, Pollen. Avec huit représentants, 800 librairies visitées, Pollen Diffusion couvre la France et les pays francophones. La structure a noué des partenariats à l'export pour le Canada, la Belgique et la Suisse. Spécialisée dans différents domaines (jeunesse, Beaux-Arts, littérature, tourisme), elle travaille avec les librairies indépendantes ainsi qu'avec les enseignes culturelles type FNAC. Benoît Vaillant est aujourd'hui à la tête d'une équipe de 23 personnes. Depuis trois ans, Pollen dispose de sa propre plateforme logistique, située en Vendée.

L/É Pro : Comment est née la structure de diffusion Pollen ?

Benoît Vaillant. : Pollen a été créé en 2004 en s'appuyant sur trois principes fondamentaux : tout d'abord, l'indépendance puisqu'on s'adresse à des éditeurs indépendants. Ensuite, nous ne sommes pas éditeurs. Enfin, nous faisons en sorte de ne pas nous disperser. Nous avons une cinquantaine d'éditeurs à notre catalogue. Ainsi chacun d'entre eux à l'oreille ou l'attention qu'il souhaite avoir. Nous ne sommes pas une grosse machine avec 150 personnes à destination des éditeurs, il est donc nécessaire de limiter notre spectre. Nous avons un tiers de notre activité en jeunesse et un tiers en Beaux-Arts avec les éditions Point du jour en Basse-Normandie par exemple. Pollen a commencé par être une structure de diffusion seule. On s'appuyait donc sur des structures de distribution tiers, puis nous avons racheté, il y a trois ans, une structure de distribution, en Vendée. Désormais nous avons une chaîne complète. Je suis fier de dire que depuis dix ans, il n'y a pas eu d'autres structures de diffusion-distribution qui se sont créées ex-nihilo.

L/É Pro : Comment construisez-vous votre catalogue ? Qu'est-ce qui vous décidera à intégrer un nouvel éditeur par exemple ?

B. V. : Plusieurs choses plus ou moins équilibrées, plus ou moins objectives rentrent en compte. Évidemment,

la première, c'est la qualité de ce qui est publié. Mais je dois dire que c'est devenu une difficulté. Nous voyons beaucoup de choses passer qui ressemblent à des livres, et puis à la faveur d'un entretien, on s'aperçoit que ça n'en est pas... On a de un à trois dossiers par jour qui nous arrivent par email. Cela devient même très polluant. Choisir un éditeur, c'est un peu comme un éditeur qui va sélectionner un manuscrit : est-ce que cela rentre dans ce qu'on sait faire ? Nos éditeurs publient entre 4 et 25 titres par an. On a vraiment besoin d'un éditeur qui connaisse la chaîne du livre et, si possible, qui se soit déjà frotté au terrain. Il a fait ses classes, il sait ce qu'est une remise, un coursier, une centrale d'achat. Les éditeurs qui fonctionnent avec nous, ce sont ceux qui se sont frottés au terrain, ceux qui ont commencé par l'autodiffusion. Généralement, cet exercice permet de dépasser le stade de ce qu'est une remise, etc. dans nos premiers échanges. On sait de quoi on parle, on va directement à l'essentiel. Ces éditeurs-là ont les pieds sur terre et intégré que faire des livres est une activité sympathique, mais que c'est aussi un commerce ! On évite les rêveurs ! C'est également bien sûr une question de personne, de rencontre.

L/É Pro : L'autodiffusion est-elle une étape obligée pour toute jeune maison d'édition ?

B. V. : Non mais elle est extrêmement valorisante. Je recevrai forcément un éditeur qui me dit avoir déjà fait son autodiffusion en région, qui me dit bien travailler avec L'Armitière à Rouen par exemple ou telle ou telle librairie. Quand on accueille un nouvel éditeur, on fait toujours aussi en sorte qu'il vienne enrichir ceux qui sont déjà présents au catalogue. Il amène dans sa besace une image, une librairie qui va servir aux autres. Là, c'est le schéma idéal !

L/É Pro : Combien de nouvelles maisons d'édition intégrez-vous par an ?

B. V. : Entre deux et cinq. Mais même si on se donne beaucoup de mal, il y a des maisons d'édition qui ne perdurent pas. Deux à cinq maisons nous quittent chaque année parce qu'elles arrêtent. Ce qui laisse une impression en demi-teinte, ce sont les éditeurs

qui marchent bien et rejoignent des structures plus importantes ! Un « gros » éditeur qui a quitté Pollen demandera deux petits éditeurs pour le remplacer.

L/É Pro : C'est une question d'équilibre en fait ?

B. V. : Oui. Nous n'avons aucun éditeur qui dépasse les 5% de notre chiffre d'affaires. On ne peut pas se le permettre. Ce serait un risque énorme. Nous évitons aussi les modèles associatifs qui ne sont pas en adéquation avec nos fonctionnements.

L/É Pro : En quoi l'intégration d'un catalogue de diffuseur est-elle un facteur de professionnalisation pour l'éditeur ? Que peut-elle lui apporter ?

B. V. : Deux choses : la première, l'anticipation. Nous avons trois réunions par an avec nos représentants. Je prends un exemple : celle qui se tiendra fin mars portera sur les programmes de juin à septembre. Cela impose à l'éditeur d'avoir une vraie vision de son catalogue. Fin mars, les éditeurs devront nous donner des titres, des codes, des prix, des argumentaires de vente et des visuels. Cela ne fonctionne pas toujours. Ensuite, passer par un diffuseur-distributeur leur donnera accès à des canaux qui ne sont pas forcément ouverts aux éditeurs indépendants comme la FNAC par exemple.

L/É Pro : Déléguer une partie de son catalogue à diffuseur et en garder une autre pour soi en autodiffusion : ne serait-ce pas une bonne solution pour l'éditeur ?

B. V. : Nous ne le faisons pas. Quand on parle de distribution, tout le monde pense à l'expédition de colis alors que la plus grande difficulté réside dans la gestion des retours. Une diffusion protéiforme n'entraîne donc que des dysfonctionnements. Un seul de nos éditeurs le fait : il est en autodiffusion et en autodistribution sur sa région. Cela fonctionne parce qu'ils sont vraiment sur le terrain, ils sont très professionnels.

 www.pollen-diffusion.com

LE LIBRAIRE ET L'ÉDITEUR, DES PARTENAIRES

REPRISE IL Y A SIX ANS PAR CHRISTOPHE SCELLES, PUBLICA EST UNE LIBRAIRIE GÉNÉRALISTE DE CENTRE-VILLE, SPÉCIALISÉE EN LITTÉRATURE SPIRITUELLE. ATTACHÉ AU MAINTIEN D'UN FONDS RÉGIONAL, IL ENVISAGE AUSSI LA RELATION COMMERCIALE AVEC LES ÉDITEURS COMME UN PARTENARIAT.

Christophe Scelles rencontre cinq éditeurs autodiffusés par an en moyenne, tous installés en région. « L'avantage, c'est évidemment la rencontre, la relation humaine. Les éditeurs me demandent mon avis sur les projets qu'ils ont en tête, mais je peux leur faire part des attentes des clients, si leur livre paraît au bon moment, s'il manque par exemple un beau livre sur un domaine précis au niveau régional et que l'éditeur pourrait traiter... » Pour ce libraire, il est primordial que l'éditeur ou son représentant vienne suffisamment en amont. « Je me souviens d'un éditeur de la région venu me voir trois semaines avant Noël pour me présenter son livre mais c'était évidemment beaucoup trop tard ! » Noël et la période estivale, de mai à juillet, sont les deux périodes de ventes importantes en librairie : « Les

éditeurs doivent passer deux mois avant chez nous pour présenter leurs nouveautés ». Christophe Scelles a pour habitude de conseiller aux éditeurs de faire une prospection approfondie des librairies de leur région, ensuite de prendre rendez-vous et de venir y présenter leur catalogue régulièrement et pas seulement une fois. « Un suivi régulier, au moins deux fois par an, est nécessaire. Que l'éditeur fasse une remontée régulière de ses nouveautés, qu'il entretienne le lien avec le libraire est primordial. » Mieux connaître les librairies de sa région permettra aussi à l'éditeur autodiffusé de mieux cibler ses points de vente. « Mieux vaut avoir un nombre de points de vente restreint, mais bien ciblés, plutôt qu'une mise en place très étendue, tous types de points de vente confondus. Un "produit" que le client voit partout est finalement peu attractif pour lui. »

Envisagée ainsi, la relation libraire/éditeur est très proche du partenariat. « Notre librairie régionale est un point d'ancrage pour l'éditeur. » Christophe Scelles met ainsi régulièrement en place des opérations de promotion avec l'éditeur. Lors d'opérations « un libraire/ un éditeur », il réalisera une vitrine sur un éditeur de la région. De même pour l'organisation de signature lors de la sortie d'un ouvrage : au libraire de contribuer à la promotion du livre et c'est ce dernier qui amènera les éventuels clients à franchir le seuil de sa librairie. C'est cette valeur ajoutée qui permettra au libraire de négocier des points de remise supplémentaires (cf. encadré p. 2). « La relation libraire/éditeur est un partenariat qui doit fonctionner dans les deux sens. »

« DÉLÉGUER SA DIFFUSION NE CONSISTE PAS À NE PLUS S'EN OCCUPER »

PARTIE PRENANTE D'INEXTENSO, STRUCTURE DE DIFFUSION MUTUALISÉE, LE POINT DU JOUR À CHERBOURG FAIT DÉSORMAIS APPEL À UNE STRUCTURE EXTÉRIEURE. RETOUR SUR DES EXPÉRIENCES RICHES D'ENSEIGNEMENTS.

L/É Pro : Le Point du Jour va sur ses quinze ans. À vos débuts, vous aviez opté pour l'autodiffusion.

David Benassayag : Nous avons commencé par publier, tous les trois mois, de petits volumes réunissant dix images d'un photographe et un court texte de fiction d'un écrivain. Dans notre esprit, cette collection tenait à la fois de la revue et du livre d'artiste. En termes de commercialisation, cela correspondait plutôt à une autodiffusion par dépôt. Les conseils d'éditeurs de photographie établis allaient également dans ce sens : d'une part, avec notre programme, il aurait été difficile de trouver un diffuseur efficace ; d'autre part, l'autodiffusion nous permettrait de rencontrer les libraires dont le soutien était essentiel à notre projet.

Avec optimisme, nous pensions que nos petits livres, peu chers et simples dans leur principe, pouvaient intéresser au-delà des quelques librairies parisiennes spécialisées. En croisant différentes listes, nous avons établi une sélection d'une soixantaine de librairies, couvrant grosso modo le territoire français. Deux fois par an, nous prenions la route pour leur présenter les nouvelles parutions et récupérer les invendus.

La « tournée » durait une semaine. Nos petits livres tenaient facilement dans le coffre ; nous dormions chez des amis. Au début, il y eut des moments difficiles : quand, après deux heures de route, le libraire a oublié notre rendez-vous, ne veut pas de nos livres ou ne retrouve pas ceux qu'il avait en dépôt... on se sent un peu seuls ! Mais, au fur et à mesure, des relations s'établissaient avec certains et grâce à la visibilité de nos livres, des commandes directes nous parviennent entre les « tournées ». Nous bénéficions aussi du soutien de quelques journalistes à *Libération* et aux *Inrockuptibles* notamment.

L'autodiffusion, telle que nous l'avons pratiquée intensément pendant cinq ans, nous a procuré un début de reconnaissance mais aussi une lucidité sur la difficulté du métier de libraire et l'étroitesse du marché dans lequel nous nous situons. Néanmoins, assurer sa propre diffusion, surtout par un système de dépôt, appelle un engagement parfois contradictoire avec le développement éditorial lui-même. L'autodiffusion mène à tout à condition de pouvoir en sortir dans de bonnes conditions !

L/É Pro : À quel moment de votre existence est né le projet Inextenso ? Comment est-il né ?

D. B. : En 2000, nous avons répondu à la sollicitation d'un petit diffuseur qui avait réussi à conclure un accord de distribution avec Le Seuil. Cette première expérience de commercialisation professionnelle a tourné court : trop d'éditeurs publiant chacun peu de livres à faible rotation, d'où un coût de diffusion trop important par rapport aux recettes générées. Lorsque ce diffuseur déposa son bilan, une dizaine d'éditeurs décidèrent de créer ensemble leur propre outil de diffusion, d'abord pour maintenir l'accord de distribution avec Le Seuil, que chacun n'aurait pu conserver séparément. Inextenso est donc né d'un problème auquel il fallait trouver une solution. Pourtant, très rapidement, cette structure a su définir une identité : des éditeurs d'art, d'architecture et de photographie se diffusant eux-mêmes tout en bénéficiant d'une distribution efficace.

L/É Pro : Que vous a appris ce fonctionnement coopératif de diffusion ? Votre investissement au sein d'Inextenso était-il compatible alors avec votre travail d'éditeur ?

D. B. : Nous avons eu à travers Inextenso une vision globale de la chaîne commerciale : en amont, le travail essentiel des représentants (argumentaires de vente, éléments de présentation, etc.), en aval, les problèmes

posés par la logistique (délais de réassort, gestion des retours, frais de stockage, etc.). De manière générale, Inextenso aura appris à des éditeurs comme nous, travaillant toujours un peu dans l'urgence, à se situer dans une autre temporalité. Il est vrai que cela impliquait aussi une forme de schizophrénie qui, pour ceux qui étaient le plus engagés dans la structure, a fini par peser sur leur propre travail d'éditeur.

L/É Pro : Quels furent les points forts d'Inextenso ? Et selon vous, ses faiblesses ?

D. B. : La grande force d'Inextenso tenait à un alliage très rare : d'un côté, une diffusion « sur mesure », grâce à la cohérence du catalogue et la proximité des représentants et des éditeurs ; de l'autre, une logistique efficace à travers un distributeur reconnu par les libraires. Ses faiblesses étaient évidemment financières mais aussi la disparité d'implication et de chiffre d'affaires entre les éditeurs. À un moment donné, l'alternative fut de renforcer le côté interprofessionnel du projet, en développant par exemple une expertise et des formations, ou à l'inverse son aspect commercial, en intégrant de nouveaux éditeurs et en autonomisant l'outil de diffusion. Dans un cas comme dans l'autre, cela impliquait une transformation de la structure. Un éditeur très engagé dans Inextenso a au même moment fait faillite, certains avaient le sentiment d'avoir déjà beaucoup donné tandis que d'autres participaient de moins en moins. Bref, la volonté collective a manqué pour se relancer, avec à coup sûr de nouvelles difficultés. En conséquence, nous avons décidé d'interrompre l'activité avant d'être acculé à le faire – ce qui constitue aussi une originalité ! Néanmoins, pour nous comme pour d'autres, Inextenso fut une expérience importante et positive, aussi bien humainement que professionnellement.

L/É Pro : Aujourd'hui vous travaillez avec Pollen. Que vous a apporté ce passage à cette nouvelle forme de diffusion, une structure complètement extérieure ?

D. B. : Notre entrée chez Pollen s'inscrit dans une continuité, puisque nous avons rejoint ce diffuseur avec deux autres éditeurs fondateurs d'Inextenso, comme nous, spécialisés en photographie. Là encore, il s'agissait d'un choix relatif, fonction de notre production et des autres possibilités de commercialisation existantes. Pollen, bien qu'ayant bien plus d'éditeurs en diffusion qu'Inextenso et davantage de représentants, demeure une structure à taille humaine. Des problèmes demeurent bien sûr : un éditeur, par définition, n'est jamais parfaitement satisfait de son diffuseur ! Nous travaillons actuellement avec Pollen à la mise en place d'un suivi particulier aux quelques éditeurs de photographie et d'art qu'il diffuse : représentant référent, édition d'un catalogue spécialisé, conditions de vente et délais de livraison privilégiés, voire points de remise supplémentaires, pour les libraires qui, en retour, s'engageraient sur une mise en place minimale, des réassorts immédiats et la conservation de livres de fonds. On est là dans une logique assez proche de celle d'Inextenso.

L/É Pro : Quels conseils donneriez-vous à un éditeur songeant à déléguer sa diffusion ?

D. B. : Qu'il s'agisse d'augmenter ses volumes de vente, d'être davantage présent en librairie, ou de gagner du temps, il faut admettre que cela a un coût : un éditeur autodiffusé aguerri qui délègue sa diffusion verra nécessairement ses recettes diminuer, et peut-être même sa visibilité, au moins au début. Faute d'y être préparé, on

PROVISION SUR RETOURS

Cette provision qui peut exiger une structure de diffusion auprès d'un nouvel éditeur est le nœud de toute collaboration entre les deux parties.

Elle se présente sous la forme d'un dépôt de garantie qui permet d'assurer le remboursement des retours (c'est-à-dire des livres mis en place en librairie par le diffuseur, invendus puis retournés par les libraires et qui donnent lieu à un avoir) au cas où l'éditeur ne pourrait faire face à ses engagements. La somme immobilisée peut être conséquente et rebuter les éditeurs souhaitant déléguer leur diffusion. Cette provision n'est pas obligatoire mais fréquente, elle doit donc être définie et négociée avec le diffuseur, en évitant les contrats-types qui ne prennent pas en compte l'économie spécifique de chaque éditeur au moment de déléguer sa diffusion. La provision peut également être couverte par une caution bancaire. « La provision pour défaillance sur les retours est pour nous chez Pollen de 4 000 euros, explique David Benassayag, des éditions Le Point du jour. Elle a été constituée par un prélèvement de 20 % du CA net mensuel. Lorsque nous étions chez Inextenso, par exemple, c'était placé sur un compte rétribué. Cela pose question quand le diffuseur utilise cette provision d'argent : que se passe-t-il en cas de défaillance du diffuseur ? »

ne manquera pas d'être déçu, voire en difficulté si on a fondé trop d'espoir sur les ventes. À cet égard, il est essentiel pour l'éditeur autodiffusé, a fortiori travaillant en dépôt, d'intégrer une différence capitale dans une diffusion déléguée : les retours susceptibles d'être importants et qui, chez la plupart des diffuseurs, ont un coût. Cela oblige à une grande prudence, un livre vendu ne l'est pas vraiment avant 12 mois, et à un rythme de publication relativement régulier, sans quoi l'éditeur devra faire face, quasi automatiquement, à davantage de retours que de ventes. L'éditeur doit prendre en compte les périodes, début d'année et été, de forts retours et rester attentif aux mises en place : il faut que les livres arrivent en quantités suffisantes là où ils peuvent être vendus, mais il est inutile de placer un exemplaire au petit bonheur la chance. Déléguer sa diffusion ne consiste pas à ne plus s'en occuper. Le rôle de l'éditeur est d'expliquer ses livres aux représentants, leur fournir informations et documents (images, prémaquette, etc.) très en amont de la publication et de respecter les dates de parution annoncées. Ces obligations auxquelles il n'est pas habitué peuvent être difficiles à remplir mais participent d'une forme de professionnalisation.

www.lepointdujour.eu

FORMATION

« L'AUTODIFFUSION : COMMENT BÂTIR UNE COMMERCIALISATION PROFESSIONNELLE ? »

En partenariat avec l'ASFORED, le Centre régional des Lettres de Basse-Normandie organisera un stage de formation les 7 et 8 avril 2011 à Caen, sur le thème :

« L'autodiffusion : comment bâtir une commercialisation professionnelle ? ».

Renseignements et inscriptions au 02 31 15 36 42

RESSOURCES

SUR LE WEB

« La diffusion et la distribution du livre en région : étude réalisée par la FILL avec le concours de Françoise Claustres (2009) ». Disponible sur le site de la FILL : www.fill.fr/images/documents/etude_formatweb.pdf

Les entretiens réalisés pour ce dossier sont mis en ligne dans leur intégralité sur le site du CRL : www.crlbn.fr

ARTICLES

« REGARDS SUR LES PETITS ÉDITEURS »,

Bertrand Legendre, in *Cultures études*, (avril 2007).

Disponible sur le site www.culture.gouv.fr/deps

« Le diffuseur : interface indispensable entre l'éditeur et le libraire », compte-rendu de la journée interprofessionnelle et interrégionale du 16 janvier 2009. Disponible à l'adresse suivante : arpel.aquitaine.fr/ecriture/upload/16_janvier_2009/compte_rendu.pdf

PUBLICATIONS

REGARDS SUR L'ÉDITION, Tomes 1 et 2, Bertrand Legendre et Corinne Abensour, Ministère de la culture et de la communication, Département de la perspective et des statistiques.

LE GUIDE DE L'ÉDITEUR, FILL et CNL, 2010.

EN BREF

Manifeste pour le livre et la lecture

La réforme des collectivités territoriales, adoptée le 17 novembre 2010 par le Parlement, repose la question des compétences des collectivités. La Fill (Fédération interrégionale du livre et de la lecture) s'interroge sur la place que cette réforme réserve à la culture et tout particulièrement aux politiques publiques du livre et de la lecture. Afin de mettre le livre et la lecture au cœur du débat public relatif à l'impact de cette réforme sur les politiques culturelles et d'appeler le Gouvernement et le Parlement à porter une attention accrue à cette question, les membres de la Fill ont rédigé un **Manifeste pour le livre et la lecture**. Le Centre régional des Lettres de Basse-Normandie est membre de la Fill. Son Conseil d'administration a décidé de signer ce manifeste et invite tous ceux qui veulent que soient maintenues la création, la production, la diffusion et la médiation du livre et de la lecture, dans toute leur diversité et sur tous les territoires, à signer, faire circuler et faire signer ce manifeste.

www.fill.fr

À paraître n°5

Pour sa nouvelle parution, **À paraître en Normandie** a fait peau neuve ! Comme à son habitude, ce numéro recense les titres à venir dans les maisons d'édition de Haute et Basse-Normandie. Il est conjointement publié par l'Agence régionale du livre et de la lecture de Haute-Normandie et le Centre régional des Lettres de Basse-Normandie. Il est disponible au format PDF sur le site du CRL et dans sa version papier sur simple demande au 02 31 15 36 42.

Prix

La médiathèque d'Agneaux a reçu le 9 décembre 2010 le prix Livres-Hebdo du meilleur accueil, décerné par un jury présidé par l'auteure Anna Gavalda. « En mettant l'équipe d'Agneaux à l'honneur, nous récompensons tous ceux qui leur ressemblent ; et ils se reconnaîtront. Tous ceux qui ne nous auraient pas envoyé ni courbes, ni chiffres, ni statistiques, ni photos, mais juste une petite lettre disant qu'ils étaient heureux de faire ce métier et qu'ils étaient bien incapables de nous parler de "leurs publics" pour la simple raison qu'ils ne connaissent que des visages. »

Blog des bibliothécaires

Ouvert depuis quelques mois par le CRL, ce blog se veut un lieu d'échanges et de partage de l'actualité des bibliothèques et médiathèques de Basse-Normandie. Cet espace collaboratif réservé aux professionnels a été élaboré en partenariat avec un groupe de bibliothécaires travaillant en région. Il permet aux bibliothécaires de déposer tout type d'information et d'y réagir : animation, multimédia, patrimoine... Le blog a déjà enregistré près de 100 inscriptions à ce jour. Les bibliothécaires en région peuvent s'inscrire en ligne (<http://blogdesbibliotheques.crlbn.fr/wp-login.php?action=register>). Un mot de passe sera généré automatiquement. Pour faciliter les échanges et inciter les inscrits à fréquenter le blog, une alerte mail informera chacun lors de la mise en ligne d'un nouveau post.

RENS. AU 02 31 15 36 39

LE CORRECTEUR EST LE « PREMIER LECTEUR »

INSTALLÉ À COUTANCES, FABRICE ÉMONT
EST LECTEUR CORRECTEUR PROFESSIONNEL INDÉPENDANT.

L/É Pro : Quelle formation avez-vous suivie ?
F. É. : Je suis titulaire d'une maîtrise de lettres classiques et d'un DEA de sciences du langage. C'est en 2003 que j'ai suivi une formation par correspondance au métier de correcteur au Centre d'écriture et de communication de Paris. Il s'agissait de revoir la totalité de la grammaire et de la syntaxe française, les règles de typographie, de faire un peu de réécriture aussi. J'ai toujours écrit et toujours été entouré de gens qui écrivaient et me donnaient leurs textes à relire et corriger. Je suis toujours moi-même en train de réécrire mes textes. Alors pourquoi pas ? Et cela m'intéressait d'exercer une activité à domicile. Il existe également une autre formation très réputée à l'ASFORD. Aujourd'hui, il y a peu de place pour le correcteur, voire de moins en moins de place. Les délais sont de plus en plus courts quand ce ne sont pas les éditeurs qui relisent eux-mêmes.

L/É Pro : Comment expliquez-vous cela ?

F. É. : Pour le correcteur, la « passion » l'emporte sur la recherche du « profit ». Beaucoup de correcteurs atteignent difficilement le SMIC mensuel, en moyenne sur un an. L'édition est une industrie, donc elle doit réduire ses coûts ; mais l'édition est un chaînon de la culture, donc elle doit avoir le souci du contenu et de la transmission. La place du correcteur se situe précisément sur cette ligne de faille, d'où ses fluctuations : il est un coût supplémentaire, mais il est aussi un atout pour le fond et la forme des ouvrages, donc une valeur ajoutée... On pourrait aussi dire que le soin apporté à l'orthotypographie et au style est une marque de respect de la part de l'éditeur. Proposer un produit sans fautes et « bien léché », sans incohérences de mise en forme, par exemple, c'est dire implicitement au lecteur : « *Nous respectons votre intelligence et votre sens esthétique, donc nous faisons des efforts pour vous satisfaire* ». Les économies peuvent même se trouver où on ne les attend pas : si on découvre des passages plagiés ou contraires à la loi dans un texte, on doit le signaler, histoire d'éviter à l'éditeur les frais d'un procès. Et une correctrice m'a dit un jour qu'elle avait corrigé dans un guide des erreurs concernant la toxicité des champignons : elle a, en quelque sorte, sauvé des vies ce jour-là !

L/É Pro : Très concrètement, comment procédez-vous lorsque vous avez un texte, un manuscrit à corriger ?

F. É. : En théorie, nous relisons trois fois ce qui correspond à trois étapes : la préparation de la copie ; la relecture des premières épreuves, la relecture des deuxièmes épreuves après intégration de nos premières corrections. Il existe un tarif syndical, une vitesse syndicale en fait ! 10 000 signes à l'heure pour la préparation de copie et 12 000 signes à l'heure pour la correction. Ce sont des moyennes. Lorsqu'il nous faut réécrire un texte, c'est autre chose. Il y a aussi une part d'instinct, de feeling. D'autres correcteurs seront plus stricts que moi sur les anglicismes par exemple. Mais cela dépend bien sûr du type de texte. La cohérence est dans la mise en forme, mais aussi dans l'usage de la langue. Il faut s'adapter au style de l'auteur, au public visé, au contexte ; et il faut certes suivre l'usage le plus courant, mais dans les limites du raisonnable et de sa propre « sensibilité ». Il ne s'agit pas de corriger seulement la grammaire et l'orthographe. Je vérifie les dates, les noms propres. Et dans un roman, si un personnage a les yeux bleus, c'est mieux s'ils le sont toujours quarante pages plus loin ! Je relis chaque phrase à partir de son point final. Chaque correcteur a ses astuces...

L/É Pro : Avec quels éditeurs travaillez-vous ?

F. É. : Autrement, Piktos, Vuibert, le CNRS ou encore OREP qui est dans la région. Pour certains, c'est suite à

une candidature spontanée que j'ai été choisi. J'ai de la chance, car je travaille régulièrement avec trois d'entre eux. Si j'en avais un quatrième, certes, ce serait mieux, je travaillerais plus. C'est très varié et c'est ce qui me plaît. Je passe d'un livre d'économie à un livre de poésie puis à un livre sur le jogging ou sur James Bond ! Donc, il faut tout de même avoir une bonne culture générale ! Même si on ne connaît pas tel ou tel sujet, il faut avoir l'instinct de se dire, c'est bizarre. L'un des derniers livres que j'ai relu ainsi est *Une enfance sous Mao*, paru chez Autrement. Il s'agit de l'autobiographie d'un musicien chinois sous la révolution culturelle mais sous l'angle de la cuisine locale. L'ouvrage propose les recettes évoquées dans le récit à la fin de l'ouvrage. Au total, cela a représenté une quarantaine d'heures de travail pour moi.

L/É Pro : Aujourd'hui, qu'est-ce qui vous convient le plus dans votre métier ? Quel regard portez-vous sur lui ?

F. É. : Mes horaires sont assez libres. Mais je travaille sept jours sur sept tout en travaillant un peu moins quotidiennement que si je travaillais du lundi au vendredi. Si on corrige sept heures par jour, on ne voit plus rien. Lorsque l'on est correcteur, on peut agir sur le texte. Lorsqu'on lit un texte publié, il arrive qu'une formulation ne nous plaise pas. C'est très frustrant ! Là je peux prendre la main et changer cela ! J'aime aussi la révision-traduction, lorsque je dois faire le lien entre un texte traduit et le texte source. Ce qu'il y a de plus plaisant dans la correction, c'est de se dire qu'on rend le texte plus agréable pour les futurs lecteurs. D'une part, on essaie de mettre en valeur l'auteur et son message, l'idée étant de l'aider à s'exprimer au mieux, à ne pas être trahi par un traducteur ou par son propre style, et à ne pas passer pour un incompetent alors qu'il est juste étourdi. D'autre part, le correcteur est « le premier lecteur », il se met à la place du lecteur et tente de rendre la lecture la plus aisée possible, en corrigeant les lourdeurs de style, les ambiguïtés qui naissent parfois d'une syntaxe incorrecte, voire en demandant l'ajout de notes explicatives. Ce genre de choses, aucun logiciel de correction ne sait le faire et ne le saura avant longtemps.

L/É Pro : Quelles sont les qualités nécessaires pour exercer ce métier selon vous ?

F. É. : Il faut avoir le sens de la langue écrite, ressentir lorsque la syntaxe s'écarte trop d'une norme acceptable tout en ayant le sens de la variation linguistique. Il y a par exemple des formulations que l'on acceptera d'un personnage de roman mais pas d'un économiste qui signe un essai. Il faut avoir la manie de la cohérence. Si je mets une majuscule à tel ou tel mot, alors j'en ferais de même tout au long de l'ouvrage. Enfin, il faut toujours douter : même si l'on connaît un mot, il faut tout de même aller vérifier son orthographe. Le regard du correcteur se forme petit à petit avec la pratique. Être amateur de langue française ne suffit pas ! Enfin, il faut savoir ne pas se faire oublier des éditeurs !

L/É Pro : Quel est votre statut ?

F. É. : Certains correcteurs sont salariés de leurs maisons d'édition : ce sont des chanceux ! Certains sont en entreprise individuelle, mais cela occasionne beaucoup de charges. D'autres ont profité de la nouvelle loi d'auto-entrepreneur. Certains y ont d'ailleurs été incités par leurs éditeurs... Pour ma part, je fonctionne par portage salarial. Cela a été très difficile de débiter. J'ai commencé à vivre de mon métier au bout de trois ans lorsque j'ai acquis un peu d'expérience.

CONTACT : f.emont@laposte.net / 06 77 85 76 00
CENTRE D'ÉCRITURE ET DE COMMUNICATION
42 RUE MONGE 75005 PARIS. TÉL. : 01 45 81 12 08

CONTRAT TERRITOIRE-LECTURE : MODE D'EMPLOI

ALENÇON, GRANVILLE ET COUTANCES ONT CHOISI DE REJOINDRE LE DISPOSITIF CONTRAT TERRITOIRE-LECTURE ISSU DES QUATORZE PROPOSITIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA LECTURE ÉNONCÉES PAR LE MINISTÈRE DE LA CULTURE EN 2010.

Un CTL, pour quoi faire ? Outil structurant et fédérateur, le contrat territoire-lecture sert plusieurs objectifs. « Le contrat nous permettra de structurer notre action en travaillant en réseau, en mettant en commun nos idées, nos forces, nos ressources dans une logique communautaire », explique Maïté Vanmarque, responsable de la médiathèque d'Alençon. « L'objectif noble et ultime du CTL, c'est la présence du livre sur tous les lieux de vie. » Les bibliothèques et médiathèques n'ont pas attendu ce type de dispositif pour être présentes sur le territoire : « La bibliothèque de Coutances a mis de nombreuses actions en place en direction des publics bien avant de les inscrire dans ce dispositif », précise Chantal Le Coutour, directrice de la bibliothèque de Coutances. Animations, opération *Ouvrez les livres aux bébés*, recrutement d'une médiatrice du livre : « Notre souhait d'étendre nos actions vers différents publics a été encouragé par la DRAC qui a proposé à la bibliothèque d'inscrire son action dans un contrat territoire-lecture. Le contexte actuel, le questionnement des bibliothécaires sur les évolutions du métier, les nouvelles technologies, l'érosion des prêts nous poussent à trouver un fil conducteur. Le CTL permet de définir et d'inscrire nos actions dans un cadre, de redonner une cohérence à nos projets dans un esprit commun à l'équipe. »

Diagnostiquer un territoire

Première étape du dispositif, le diagnostic permet de croiser les données chiffrées et cartographiques de différents services (municipaux, départementaux, nationaux) en provenance des partenaires les plus divers. À Coutances, cette phase a débuté en décembre 2009 et s'est achevée en février 2010. Elle a permis de définir quatre axes pour le développement de la lecture, déclinés à leur tour en fiches-action : donner du sens et de la visibilité au territoire lecture, maintenir et développer l'effort sur l'insertion des jeunes publics, positionner la médiathèque comme ressource et référent du contrat territoire-lecture, repenser la médiathèque. La ville de Granville et la Communauté Urbaine d'Alençon débutent, quant à elles, les consultations nécessaires au diagnostic. « L'étude qui a débuté en

février pour quatre mois comprend deux phases : un état des lieux au sein de la médiathèque et sur les besoins du territoire en termes de lecture publique et de numérique. Suivront des propositions de pistes pour le développement des publics », explique Albane Lejeune, responsable de la médiathèque de Granville. Idem pour Alençon qui mène un état des lieux de la lecture publique et de l'accès à la connaissance, les contrats territoire-lecture incluant un volet numérique : « Nous aurons un séminaire avec les bibliothèques, les partenaires, pour un point d'étape, réfléchir au plan d'action, approfondir notre réflexion. » La méthodologie amorce déjà le fonctionnement du contrat : travail en réseau, échange, concertation avec les partenaires et les décideurs.

Cibler et élargir les publics

Au centre du dispositif bien sûr : les publics. En croisant les champs d'action (culture, santé, éducation...), le travail en partenariat permet à la bibliothèque de mieux connaître ses publics et leurs attentes et d'en atteindre de nouveaux. « Le CTL doit nous permettre d'amener de nouveaux publics à la bibliothèque, ceux qui n'entrent pas ou ne trouvent pas leur place. Les axes de travail et leurs déclinaisons, actions hors les murs, aménagement de l'accueil, des espaces, automatisation du prêt/retour, contribuent à ce développement », explique Chantal Le Coutour qui fait également de l'intergénérationnel l'une de ses priorités. Face à la baisse de fréquentation de la médiathèque, la ville de Granville, quant à elle, souhaite mettre l'accent sur les actions hors les murs. Ouvrir ses services vers l'extérieur lui permettra de renforcer le rôle de la médiathèque auprès des publics et d'en conquérir de nouveaux, « auprès de la petite enfance avec une plus grande présence dans les crèches et l'extension de nos actions envers les scolaires. La médiation vers les publics handicapés devra aussi se développer, les partenariats avec les structures médicales et sociales pourraient se concrétiser », avance Albane Lejeune. Si Alençon travaille avec l'ensemble des classes, la médiathèque compte aussi sur le CTL pour « aller chercher d'autres

publics, les personnes âgées, les personnes handicapées aussi, ceux dont le livre n'est pas inscrit dans leur environnement ».

Repenser la médiathèque

Derrière le contrat territoire-lecture se profile un projet de service pour les bibliothèques concernées. Réaménager les espaces en vue d'améliorer l'accessibilité aux fonds, repenser les services proposés aux usagers et le pôle accueil, créer des outils de communication figurent parmi les objectifs de l'équipe de la bibliothèque de Coutances. Suite à ce premier travail, les élus ont confié l'accompagnement du contrat territoire-lecture à un prestataire sur les champs suivants : organisation interne des services, politique documentaire de la bibliothèque, accompagnement aux évolutions du métier.

Donner de la lisibilité

Actions adaptées, ouvertures à de nouveaux publics, outils de communication, redéfinition du projet de service donneront aux bibliothèques concernées une meilleure lisibilité. « Cela fera connaître nos actions, auprès des élus, des décideurs, grâce au comité de pilotage notamment », espère Maïté Vanmarque.

AGNÈS BABOIS ET NATHALIE COLLEVILLE

LUTTER CONTRE LES INÉGALITÉS TERRITORIALES D'ACCÈS AU LIVRE ET À LA LECTURE

Cet objectif dévolu aux contrats territoire-lecture figure parmi les quatorze propositions de Frédéric Mitterrand pour le développement de la lecture. Dispositif pluriannuel, financé à hauteur de 50% par l'Etat, le contrat territoire-lecture prolonge et renouvelle celui des contrats ville-lecture initié en 1998. Cofinancé par les collectivités territoriales, mené étroitement avec l'ensemble des partenaires locaux (bibliothèques, association, institutions...), il doit favoriser les actions en direction des populations les plus éloignées du livre et de la lecture, en coordonnant les initiatives. Les CTL porteront essentiellement sur : les actions en direction des quartiers prioritaires définis par le plan Dynamique Espoir Banlieues ; l'impulsion de politiques de réseau afin de contribuer à l'animation des équipements de lecture publique en zone rurale ; la prise en compte de l'ensemble des formes d'exclusion, dont notamment celles nées de la perte d'inscription territoriale : nomadisme, expatriation, mal-logement. Les trois années de mise en œuvre des CTL correspondent à trois axes de travail clairement définis : diagnostic des problèmes de lecture à l'échelle du territoire ; proposition d'actions, élaboration d'une politique concertée entre acteurs locaux ; mise en œuvre et évaluation des actions. La mise en place des CTL nécessite souvent l'appel à des prestataires extérieurs spécialisés en ingénierie culturelle et aboutit régulièrement à la création d'un poste de coordinateur. L'enveloppe nationale pour ce dispositif est fixée à deux millions d'euros.

CONTRAT NUMÉRIQUE : L'AUTRE DÉFI

La question des publics et de la médiation, y compris numérique, est au cœur des préoccupations des bibliothèques actuelles. La Basse-Normandie bénéficie d'atouts indéniables pour le développement du numérique. Le déploiement des infrastructures de télécommunication à haut et très haut débit, le développement des services et la promotion des usages en matière de Technologies de l'Information et de la Communication sont des préoccupations de longue date des élus. Différents organismes, Manche numérique, Synergia, agence de développement économique de Caen-la-mer, sont moteurs pour l'aménagement numérique du territoire. La Région soutient fortement l'installation d'EPN (Espaces Publiques Numériques), espaces que les bibliothèques bas-normandes ont rapidement intégrés dans leurs services. Quinze bibliothèques sur les trois départements ont été labellisées suite à cette mesure qui contribue à la conquête de nouveaux publics et à leur développement, en proposant un accès Internet et de nouveaux services. Parmi les quatorze propositions du Ministère de la culture, un « contrat numérique » pour les bibliothèques est proposé aux collectivités avec, notamment, l'extension des modalités de financement de l'équipement informatique pour que toutes les bibliothèques des communes de plus de 20 000 habitants soient informatisées et proposent un accès public à Internet. Le contrat propose aussi une aide à la numérisation des collections et au développement des services numériques dans les médiathèques : sites internet, portails d'accès aux multiples ressources du web, services à distance, services d'autoformation... Ce climat favorable au numérique en bibliothèque devra permettre de les identifier comme des établissements modernes et attractifs au sein de la cité, en phase avec les mutations sociales et technologiques.

MARS

Le 17 mars

**LES RENCONTRES
DE LA TRADUCTION
AU SALON DU LIVRE DE PARIS**

Pour la première fois au Salon du Livre de Paris, une journée de discussions est consacrée à la traduction et aux traducteurs, activité centrale mais parfois délaissée. Atouts, difficultés, évolutions, transformations nécessaires : tous les acteurs du secteur sont invités à s'exprimer. Intitulée « Dans un secteur florissant, quelle est la place du traducteur ? », cette première journée entend rassembler tous les acteurs concernés par la publication et la défense de la traduction pour que le métier de traducteur prenne toute la place qu'il mérite. Elle abordera des questions assez diverses pour impliquer et sensibiliser l'ensemble des professionnels du livre, avec pour objectif de cerner les problèmes les plus aigus et de dégager des pistes de réflexion et d'action avant le nouveau rendez-vous fixé en 2012.

DE 9H À 17H30, ESPACE 2000.

PARIS PORTE DE VERSAILLES - PAVILLON 1

RENSEIGNEMENTS : JULIETTE JOSTE

juliettejoste@orange.fr

INSCRIPTIONS : MATHILDE PITOIS

mathilde.pitois@reedexpo.fr

www.salondulivreparis.com

Le 22 mars

**JOURNÉE D'ÉTUDES
À L'INSTITUT CULTUREL
SUÉDOIS**

Le Centre national de la littérature pour la jeunesse / La Joie par les livres et l'Institut suédois organisent une journée consacrée à la littérature nordique pour enfants et adolescents. Avec la participation d'auteurs, d'illustrateurs, d'éditeurs ainsi que d'autres acteurs du monde du livre nordique. *La Revue des livres pour enfants* publiera un numéro spécial à cette occasion. En collaboration avec Nordlitt et les ambassades nordiques à Paris.

À PARTIR DE 9H, À L'INSTITUT CULTUREL SUÉDOIS.

INSCRIPTIONS OBLIGATOIRES :

marion.calyannis@bnf.fr

Les 25, 26 et 27 mars

**MAISONS D'ÉCRIVAIN
ET ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR**

Ce sera le thème de la rencontre-débat proposée dans le cadre des prochaines journées d'études de la Fédération nationale des maisons d'écrivain et des patrimoines littéraires, en Haute-Normandie. Au programme également : l'assemblée générale de l'association et les visites des musées Flaubert, Corneille, Hugo et du château de Miromesnil (Maupassant).

www.litterature-lieux.com

TÉL. : 02 48 24 29 16

Le 30 mars

**BNF : APPEL À CHERCHEURS
ET BOURSES**

Le programme de l'appel à chercheurs a été lancé par la Bibliothèque nationale de France en 2003 ; il lui permet d'accueillir, chaque année universitaire et de manière individuelle au sein des départements, entre 8 et 10 nouveaux chercheurs associés. En 2004, la Bibliothèque nationale de France a décidé d'accorder un soutien financier à deux chercheurs invités pendant un an. À partir de 2006, des

bourses de recherche sont offertes chaque année par des mécènes, sur des thèmes spécifiques.

DATE LIMITE DE CANDIDATURE : 30 MARS 2011

www.bnf.fr/

AVRILLe 1^{er} avril**L'IDENTITÉ EN QUESTION(S)
DANS LA LITTÉRATURE
DE JEUNESSE SCANDINAVE**

Ce colloque international est organisé dans le cadre du programme « Enfance, livre et culture », en partenariat avec l'OFNEC. La littérature de jeunesse occupe une place primordiale dans les pays scandinaves. Nombreux sont les auteurs qui se consacrent entièrement ou en partie à la jeunesse, de différentes façons, et notamment à la question de la recherche d'identité, tandis que dans les universités, de nombreux chercheurs interrogent le genre, question d'autant plus intéressante quand il s'agit de la littérature de jeunesse. Dans ces pays, on accorde traditionnellement de l'importance à la place de la femme/fille. Mais de grands changements sont intervenus dans ces dernières décennies, par l'avènement d'un multiculturalisme dû à l'immigration. Les enfants grandissent donc dans un milieu culturellement varié et empruntent des voies différentes pour développer une identité. Les contributions mettront en évidence les liens entre la littérature de jeunesse et les contextes culturels scandinaves, selon deux thématiques différentes. Parmi les intervenants, des universitaires de Caen mais aussi d'Oslo, d'Uppsala, Malmö et Åbo, des traducteurs. Ce colloque est dirigé par Mariella Colin et Annelie Jarl Ireman, de l'Université de Caen.

SALLE BELVÉDÈRE, BÂTIMENT DE DROIT,
UNIVERSITÉ DE CAEN-BASSE-NORMANDIE.

DE 10H À 17H30. PROGRAMME DISPONIBLE

SUR LE SITE :

www.unicaen.fr/recherche/mrsh/erlis/4706

Le 18 avril

**« PARCOURS DANS
L'ILLUSTRATION, PARCOURS
D'ILLUSTRATEURS »**

La bibliothèque de Caen organise une journée d'études sur le thème « Parcours dans l'illustration, parcours d'illustrateurs » le 18 avril prochain à Caen. Trois interventions menées par des professionnels précéderont une table ronde avec deux artistes et illustratrices caennaises : Céline Azorin et Maryvonne Le Quellec. À 9h30 : « L'image dans l'album » par Liliane Cheilan, formatrice à l'Institut Charles Perrault et Livres & Images. Lui succèdera Guillaume Griffon, responsable éditorial d'Autrement Jeunesse, à 11h45. Bibliothécaire et responsable de *Livres au trésor* jusqu'en 2010, Véronique Soulé donnera une troisième conférence sur « Hélène Riff ou l'art du minuscule ».

ACCUEIL À PARTIR DE 8H45, LE 18 AVRIL,

PETIT AUDITORIUM DU CONSERVATOIRE DE CAEN.

INSCRIPTION NÉCESSAIRE AVANT LE 8 AVRIL PAR

COURRIEL : bibliotheque.caen@agglo-caen.fr.

RENSEIGNEMENTS AU 02 31 30 47 00.

Jusqu'au 29 avril

DEMANDE DE LABEL LIR

La date limite d'envoi des demandes de label LIR pour l'année 2011 (le cachet de la poste faisant foi) au Centre national du livre au moyen du formulaire disponible sur le site du CNL est fixée

au 29 avril. Aucun délai supplémentaire ne sera accordé. Chaque demande doit être établie en deux exemplaires : l'original du dossier doit être adressé, pour instruction, au Centre national du livre ; une copie est envoyée simultanément par le demandeur à la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) de sa région. Il est conseillé d'adresser la demande au CNL sous pli recommandé ou suivi.

www.centrenationaldulivre.fr

MAI

Le 10 mai

PRÉSENCE DE LA POÉSIE

Qu'est-ce que le présent de la poésie ? Cette question sera au cœur de la journée d'études proposée par le Centre national de la littérature pour la jeunesse - La Joie par les livres et la Maison des écrivains et de la littérature. Ne convient-il pas pour y répondre d'interroger l'enfant et l'adulte, le texte et l'image ? En effet, on pourrait dire qu'elle est partout à chercher, que sa fonction est de réveiller la parole toujours errante. Aucune frontière donc, juste une manière de voir, de percevoir, de faire. Cette journée sera l'occasion d'embrasser divers aspects de la place qu'occupe la poésie dans la forêt des livres, dans l'espace qui les accueille, les bibliothèques, et comment se joue la fonction du poétique au sein même d'une œuvre, qu'elle relève du geste de l'écrit, ou de celui du trait. En partenariat avec la Maison des écrivains et de la littérature.

AU PETIT PALAIS, MUSÉE DES BEAUX-ARTS
DE LA VILLE DE PARIS.

Les 17 et 18 mai

**COMMENT SENSIBILISER
LES DIFFÉRENTS PUBLICS
À LA POÉSIE**

Proposé et organisé par le *Printemps des poètes*, ce stage permettra de dresser un panorama de la poésie contemporaine, d'aborder la question de ses lecteurs, de partager des expériences d'animations et de sensibilisation à la poésie. Avec Jean-Pierre Siméon, directeur artistique, et l'équipe du *Printemps des poètes*.

LIEU À PRÉCISER. INSCRIPTIONS OBLIGATOIRES.

Rens. : www.printempsdespoetes.com

Les 19 et 20 mai

**COLLOQUE AU SALON DU LIVRE
DE MONTREUIL : « LE CIRQUE,
UN MONDE DE RÉCITS
ET D'IMAGINAIRES »**

Le territoire du cirque se trouverait-il enfance ? Féerie, surprise, performances physiques et artistiques, magie des numéros... Il y a dans le cirque les ingrédients de l'émerveillement enfantin. En organisant ce colloque, le salon du livre et de la presse jeunesse s'intéresse finalement moins aux livres qui racontent des histoires de cirque qu'au potentiel singulier de narrations qu'offre cette discipline. Des auteurs, des illustrateurs, des circassiens, des chercheurs en débattront les 19 et 20 mai 2011 : Marie Desplechin, Emmanuelle Houdart, Pascale Risterucci, Katy Couprie, Gérard Lo Monaco, Yan Ciret...

SALLE DES FÊTES, MAIRIE DE MONTREUIL.

www.salon-livre-presse-jeunesse.net