

ÉTUDE SUR LES MAISONS D'ÉDITION PROFESSIONNELLES EN LANGUEDOC-ROUSSILLON

Synthèse du rapport final

mars 2010

*Florence Chagneau
Séverine Dieuze
Françoise Geoffroy-Bernard*

EDITO

Depuis plusieurs années, le secteur du livre est engagé dans de profondes mutations. Internet et le phénomène de dématérialisation des supports ont fait émerger des modifications dans les habitudes et les modes d'accès aux savoirs des lecteurs.

Plus que jamais il est nécessaire que Languedoc-Roussillon livre et lecture et, avec elle, les institutions soient présentes aux côtés des professionnels pour les soutenir et les accompagner de façon à saisir les opportunités qui s'offrent à eux.

Considérant les nouveaux enjeux de ce secteur économique, les problématiques qui se posent aux acteurs de la chaîne du livre et la nécessité d'adapter, au rythme des évolutions, les dispositifs d'aides directes et indirectes de cette filière ; la Direction régionale des affaires culturelles et le Conseil régional ont missionné, en mars 2009, Languedoc-Roussillon livre et lecture pour coordonner une étude sur les maisons d'édition indépendantes et professionnelles de la région.

Cette demande s'inscrivant dans la mission d'expertise de LR2L et rejoignant son ambition de disposer d'un état des lieux détaillé et fidèle à la réalité de l'édition en région, notre structure s'est engagée pleinement dans cette mission. L'Asfored (Association nationale pour la formation et le perfectionnement professionnels dans les métiers de l'édition) a été retenue pour réaliser cette étude.

Résultant d'une enquête de terrain menée pendant six mois, de nombreux entretiens avec des représentants de la chaîne du livre et d'une concertation étroite avec l'interprofession, Languedoc-Roussillon livre et lecture est aujourd'hui en mesure de présenter les résultats de ce travail.

Grâce à la volonté des partenaires institutionnels, à la collaboration des professionnels qui se sont fortement mobilisés et à l'engagement de LR2L, nous disposons aujourd'hui d'un état des lieux, d'un diagnostic et d'un outil d'aide à la prise de décision qui permettront d'agir en faveur de l'avenir de ce secteur économique et culturel.

Jean-Marie Sevestre
Vice président de LR2L



SOMMAIRE

A. Contexte et objectifs de la mission	p. 4
B. Méthodologie	p. 4
I. ETAT DES LIEUX DES MAISONS D'ÉDITION EN LANGUEDOC-ROUSSILLON	p. 6
A. Des maisons d'édition plutôt jeunes et très dynamiques	p. 6
- Publications	
- Domaines éditoriaux	
B. ... au poids économique encore modeste	p. 7
- Chiffre d'affaires	
- Effectifs / emplois	
- Résultats financiers	
- Ressources financières	
- Tirages	
C. Un fonctionnement déjà professionnel	p. 8
- Relations avec les auteurs	
- Achats et cessions de droits	
- Chaîne de fabrication / impression	
- Offre multisupport	
- Diffusion / distribution	
- Formation	
D. ... à renforcer et à accompagner	p. 9
- Co-éditions / partenariats	
- Coûts de fabrication	
- Outils de gestion, de suivi des clients et de la concurrence	
- Commercialisation	
- Communication	
- Site Internet	
II. TYPOLOGIE DES ACTEURS	p. 12
A. Objectifs	p. 12
B. Méthodologie	p. 12
C. Typologie des acteurs	p. 12
- Carte perceptuelle	
1. « Les explorateurs »	
2. « Les experts »	
3. « Les pragmatiques »	
4. « Les officiels »	
D. Pour conclure sur la typologie	p. 21
III. PRECONISATIONS	p. 22
A. Principes fondateurs	p. 22
B. Préconisations	p. 22
1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition	
2. Renforcer les liens avec les autres acteurs	
3. Encourager la mutualisation de fonctions	
4. Mise en place de soutiens financiers ciblés	
Conclusion	p. 26
Remerciements	p. 27

Languedoc-Roussillon livre et lecture (LR2L) a été chargée par la Direction régionale des affaires culturelles (Drac) et le Conseil régional du Languedoc-Roussillon de la conduite d'une étude sur les maisons d'édition professionnelles en Languedoc-Roussillon.

Cette mission confiée, après un appel d'offres, à l'Asfored (Association nationale pour la formation et le perfectionnement professionnels dans les métiers de l'édition) s'est déroulée entre mars 2009 et décembre 2009. Son compte rendu fait l'objet d'un rapport de 130 pages hors annexes, dont ce document présente une synthèse.

A. Contexte et objectifs de la mission

En 2006-2007, l'ADER (Association pour le développement de l'édition en région) a réalisé une enquête qui a servi de base pour recenser les maisons d'édition du Languedoc-Roussillon. Elle a également permis de se rendre compte du faible niveau d'informations chiffrées dont disposait LR2L.

Il s'avère dès lors nécessaire de mener une étude pour mieux connaître cette filière et pour mettre en perspective les orientations stratégiques des différents intervenants. Elle doit permettre de parvenir à un diagnostic partagé sur l'édition en région Languedoc-Roussillon, de dégager ses forces et ses faiblesses caractéristiques ou partagées avec d'autres territoires afin de mieux adapter l'accompagnement des éditeurs par LR2L et les aides directes et indirectes de l'Etat et des collectivités territoriales.

Cette étude a donc été envisagée comme un outil d'aide à la prise de décision à partir d'un état des lieux permettant d'affiner les politiques publiques de soutien à ce secteur. Elle entend offrir une vision claire à l'ensemble des acteurs de la filière pour accompagner le développement, dans la durée, de tous les éditeurs du Languedoc-Roussillon.

Avec 67 maisons d'édition professionnelles répertoriées fin 2008 qui respectent la charte nationale des éditeurs en région, le Languedoc-Roussillon est la 9^e région de France en nombre de maisons d'édition, selon la synthèse de l'état des lieux des structures régionales pour le livre 2007 de la FILL.

B. Méthodologie

L'étude a été menée en 4 phases :

1. État des lieux : élaboration d'un questionnaire, analyse des résultats collectés, rencontres d'acteurs représentatifs
2. Établissement d'une typologie des maisons d'édition, de leurs besoins et de leurs attentes
3. Recensement des aides et de la politique d'accompagnement existantes, mise en relief avec des politiques existantes dans d'autres régions
4. Préconisations pour une politique de soutien adaptée

Le questionnaire, validé par le comité interprofessionnel en mars 2009, a été adressé en avril, par e-mailing, aux 67 éditeurs recensés. Il était composé de 128 questions réparties selon la structure suivante :

1. Activité éditoriale
2. Organisation/personnel
3. Données économiques et financières
4. Vos projets/ vos attentes
5. Identité

Conformément à l'engagement pris par LR2L et l'Asfored, certaines données transmises via le questionnaire et lors des entretiens demeurent en annexes confidentielles du rapport final. Un important travail de relance a été effectué pour maximiser les retours des questionnaires ainsi que pour vérifier puis compléter les informations, notamment les données financières et les réponses qualitatives manquantes. Au final, l'état des lieux a pu être établi à partir de 49 questionnaires remplis à 80% minimum soit un taux de réponse de 74,62%.

Parallèlement à la collecte des informations via le questionnaire, des entretiens ont été réalisés par l'Asfored avec 15 responsables de maisons d'édition du Languedoc-Roussillon, choisis en concertation

avec LR2L, ainsi qu'avec 12 autres acteurs du livre en région, en particulier des responsables institutionnels, des libraires, des bibliothécaires et un diffuseur-distributeur.

Précisons que l'étude portait sur les maisons d'édition professionnelles, au sens de la charte nationale des éditeurs en région, établie d'abord par l'ARALD en Rhône-Alpes puis reprise par la FILL (Fédération interrégionale du livre et de la lecture). LR2L est signataire de cette charte et 21 éditeurs du Languedoc-Roussillon sur 49 (soit 42% de l'échantillon) déclarent la connaître (question finale de l'enquête). Ce document souligne en préambule qu'être éditeur, quelle que soit sa spécificité, sa forme juridique, sa nature privée ou publique, implique de respecter certains critères professionnels, en particulier le choix d'une politique éditoriale, des contrats à compte d'éditeur, une diffusion-distribution *a minima* régionale, la promotion active de ses publications.

Soulignons que le taux particulièrement élevé de réponses à l'enquête menée par Languedoc-Roussillon livre et lecture sur les maisons d'édition est du meilleur augure pour la recherche de solutions les mieux adaptées à l'ensemble des acteurs de ce secteur particulier.

Cette étude est le fruit d'échanges avec de nombreux acteurs du livre en Languedoc-Roussillon et d'un travail en concertation avec les deux comités constitués à cette occasion : le comité de pilotage composé de la DRAC, du Conseil régional du Languedoc-Roussillon et de Languedoc-Roussillon livre et lecture, d'une part, et le comité interprofessionnel composé de la DRAC, du Conseil régional du Languedoc-Roussillon et de Languedoc-Roussillon livre et lecture et de professionnels du livre, d'autre part.

Composition du comité de pilotage:

- **Adeline Barré**, Languedoc-Roussillon livre et lecture, chargée de mission édition et formation
- **Anne-Cécile Boda**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, chef de service
- **Agnès Demé**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique et régionale, responsable livre et lecture publique
- **Odile Nublat**, Direction régionale des affaires culturelles du Languedoc-Roussillon, conseillère pour le livre et la lecture
- **Romain Plyer**, Languedoc-Roussillon livre et lecture, chargé de mission librairie et communication
- **Jérémy Guillaume**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, attaché au secteur du livre, de la lecture publique et de la littérature orale

Composition du comité interprofessionnel :

- **Adeline Barré**, Languedoc-Roussillon livre et lecture, chargée de mission édition et formation
- **Christine Bertignac**, librairie l'Eau vive, libraire
- **Anne-Cécile Boda**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, service création, diffusion et innovation artistique, chef de service
- **Mehdi Bouzoubaa**, librairie Mots et cie, libraire
- **Sylvie Crossman**, Indigène éditions, auteur et editrice
- **Agnès Demé**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique et régionale, responsable livre et lecture publique
- **Sophie Dulin**, librairie l'Echappée Belle, libraire
- **Pierre Gaudin**, éditions Créaphis, éditeur
- **Catherine Guittard**, médiathèque intercommunale du Pays de Pézenas, directrice
- **Emmanuelle Lavoix**, Centre du livre et de la lecture en Poitou-Charentes, chargée de mission économie du livre
- **Sophie Martel**, éditions Benjamins Média, editrice
- **Pascal Martinez**, Forum des éditeurs, responsable
- **Odile Nublat**, Direction régionale des affaires culturelles du Languedoc-Roussillon, conseillère pour le livre et la lecture
- **Geoffroy Pelletier**, Direction du livre et de la lecture, chef du département de l'économie du livre
- **Romain Plyer**, Languedoc-Roussillon livre et lecture, chargé de mission librairie et communication
- **Sylvie Rey**, librairie l'Eau vive, libraire
- **Robert Taurines**, éditions du Mont, éditeur
- **Jérémy Guillaume**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, attaché au secteur du livre, de la lecture publique et de la littérature orale

I. ÉTAT DES LIEUX DES MAISONS D'ÉDITION EN LANGUEDOC-ROUSSILLON

Les 49 structures éditrices qui constituent l'échantillon de cette étude forment un ensemble hétérogène, représentatif de l'édition en région Languedoc-Roussillon : depuis la structure associative éditant 2 ouvrages par an jusqu'à la SARL ayant publié en 2008 plus de 60 ouvrages.

A. Des maisons d'édition plutôt jeunes et très dynamiques ...

L'implantation des maisons correspond à la présence de pôles urbains. Elles sont majoritairement situées dans l'Hérault (44%) et le Gard (35%)

Les maisons d'édition de Languedoc-Roussillon sont plutôt récentes. En effet, 78% des maisons existent depuis 1990, c'est-à-dire depuis moins de 20 ans (et 44% depuis moins de 10 ans). Cette caractéristique est partagée avec d'autres territoires limitrophes : Midi-Pyrénées et Provence-Alpes-Côte d'Azur mais pas avec la région Rhône-Alpes, qui compte davantage de maisons anciennes.

Plus d'un quart (28%) des maisons d'édition de l'échantillon est constitué d'associations et donc de structures à but non lucratif. Néanmoins, on notera que 62% du corpus est constitué de sociétés commerciales (SARL, entreprises individuelles).

Publications



En Languedoc-Roussillon, sur la base du corpus étudié, 62% des maisons d'édition publient plus de 5 titres par an.

A l'inverse, en Provence-Alpes-Côte d'Azur (étude 2003) et en Midi-Pyrénées (2002) ce sont plus de 60% des éditeurs qui publient seulement 5 titres ou moins par an.

Ainsi, les éditeurs du Languedoc-Roussillon semblent publier plutôt davantage que ceux des territoires limitrophes et de plus en plus au fil des années (2006, 2007, 2008).

Domaines éditoriaux

Les maisons d'édition pour la plupart éditent des ouvrages dans plusieurs domaines.

Ce sont, pour le domaine cité en premier, les secteurs vie pratique et littérature française qui prédominent (ce qui correspond notamment aux éditeurs les plus importants de la région Languedoc-Roussillon, à l'exception de Sauramps Médical). Viennent ensuite à égalité jeunesse, poésie et régionalisme.

Les domaines qui apparaissent ensuite le plus souvent en deuxième position sont par contre les beaux livres et les documents-actualités-essais (plutôt complémentaires respectivement des deux domaines précédents) et de nouveau le régionalisme, qui de toute façon est par essence « transversal » à l'ensemble des domaines.

Précisons que si beaucoup de maisons d'édition déclarent publier des ouvrages jeunesse, une des spécificités de la région Languedoc-Roussillon est paradoxalement de compter assez peu d'éditeurs uniquement jeunesse (ce qui a été confirmé par les libraires et bibliothécaires interrogés) contrairement à d'autres régions comme PACA notamment.

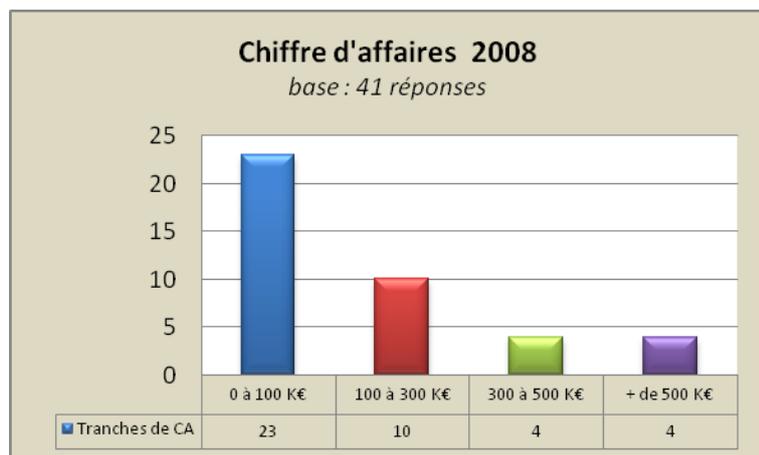
Enfin, les éditeurs du Languedoc Roussillon participent à la création et ne concentrent pas leurs publications sur les rééditions : seulement 10% des maisons d'édition (contre 30% en Rhône-Alpes) utilisent régulièrement des textes du domaine public.

B. ... au poids économique encore modeste

Chiffre d'affaires

Parmi les 49 questionnaires recueillis, 41 sont exploitables concernant les données de chiffres d'affaires (*précisons qu'il s'agit bien entendu du CA net éditeur*), soit 82%. Ces maisons d'édition représentent un chiffre d'affaires global d'environ 9,2 millions d'euros en 2008 en progression de 8% environ sur 2007. Cette évolution est notamment liée à la progression de quelques principaux acteurs mais aussi d'une partie importante des éditeurs de taille intermédiaire en phase de développement.

Ce chiffre d'affaires se répartit de la façon suivante :



NB : on notera que les Editions Verdier n'ayant pas rempli le questionnaire, leur CA (574 k€ en 2008) n'est pas intégré à cette analyse.

Ainsi seuls 4 éditeurs sur les 41 de l'échantillon ont un chiffre d'affaires supérieur à 500 K€ en 2008 (ce qui peut paraître faible en comparaison des 8 éditeurs sur 85 ayant un CA supérieur à 900 K€ en Midi-Pyrénées en 2001-2002, et des 14 éditeurs sur 75 ayant un CA supérieur à 760 K€ en Rhône-Alpes en 2000 mais cette situation se rapproche de la région Aquitaine où 5 éditeurs sur 130 ne dépassaient pas 770 000 euros selon l'étude réalisée en 2006).

Effectifs / Emplois

Le nombre de salariés travaillant dans les maisons d'édition de l'échantillon s'élève à 117. Ce total intègre les emplois liés à l'éventuelle activité hors édition. C'est le cas pour 30% des maisons. Seulement un peu plus de 50% des «maisons» interrogées réalisent plus de la moitié de leur CA avec l'activité édition.

69% des maisons d'édition (toutes activités confondues) emploient 1 ou 2 salariés. Le dirigeant, est rémunéré par la structure dans 21 maisons d'édition sur 49. Le nombre d'emplois directs reste donc assez faible du fait de l'externalisation de beaucoup de tâches ou du recours à des bénévoles.

Résultats financiers

Sur 49 maisons d'édition ayant retourné le questionnaire, 15 n'ont pas répondu sur les questions financières. Parmi les 34 ayant répondu, 1/3 ont fait des pertes en 2008 et 2/3 ont réalisé un résultat positif ou égal à 0. Parmi les 11 ayant réalisé des bénéfices, on remarque que le dirigeant de 7 d'entre elles ne se verse pas de rémunération. Seules 2 entreprises ont réalisé des profits de plus de 50 k€.

Ressources financières

L'analyse des stocks des 33 structures ayant répondu exprime un fort besoin de trésorerie : les stocks représentent près de 6 mois de chiffre d'affaires. Par ailleurs, le montant total des capitaux propres pour ces 33 structures se révèle insuffisant pour financer d'une part ces stocks importants et d'autre part un délai de règlement client souvent supérieur à 90 jours.

Ce manque de ressources s'explique par la conjonction de plusieurs facteurs : l'importance du nombre d'associations, modèle juridique d'exploitation qui ne facilite pas la constitution de ressources propres, l'insuffisance des résultats elle-même liée à une insuffisance de chiffre d'affaires, donc d'activité et d'activité rentable.

11 structures déclarent avoir souscrit un emprunt ; parmi ces 11 structures, 5 font partie des plus importantes (chiffre d'affaires > 300 k€).

Tirages

La moitié des maisons d'éditions déclarent des tirages moyens inférieurs à 1000 exemplaires. Le tirage moyen tout éditeur confondu s'élève à 1700 exemplaires à comparer au tirage moyen de l'édition française de l'ordre de 9000 exemplaires, selon les chiffres du SNE fin 2008.

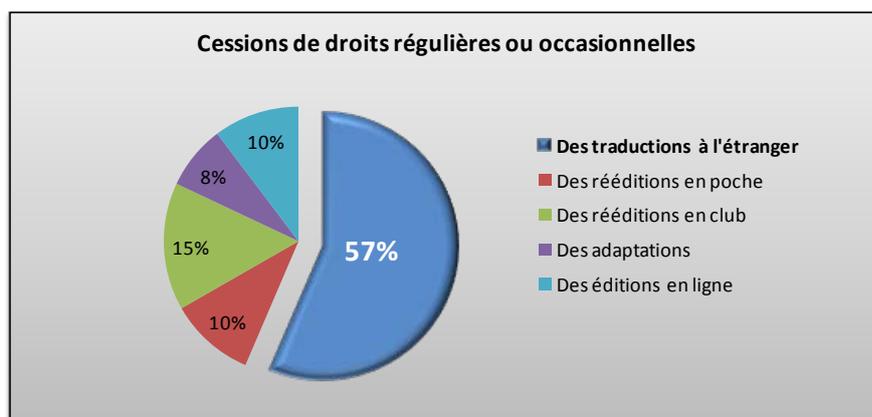
C. Un fonctionnement déjà professionnel

Relations avec les auteurs

L'existence de contrats d'auteur pour 86% (en sachant que certains auteurs scientifiques ne sont pas rémunérés) témoigne d'une démarche professionnelle des maisons d'édition même les plus petites. Rappelons qu'il s'agit d'un des principaux critères retenus dans la Charte nationale des éditeurs en région. Le taux de rémunération des auteurs est en moyenne de 8% ; concernant les illustrateurs et photographes, il est de 5% du prix public hors taxes.

Achats et cessions de droits

48% des éditeurs interrogés déclarent acheter régulièrement ou occasionnellement des droits (54% en Rhône-Alpes). Ces droits concernent principalement des titres de littérature étrangère, des sujets de spécialisation. 48% des éditeurs interrogés déclarent vendre des droits concernant les livres édités. Comme en Rhône-Alpes, il semble plus facile de vendre des droits à Francfort, par exemple, que de négocier des cessions en livres de poche ou en clubs.



Chaîne de fabrication / Impression

La préparation de copie n'est presque jamais sous-traitée par les maisons d'édition, ce qui correspond à un mode d'organisation classique, mais plus de la moitié des éditeurs décide également de ne pas déléguer la mise en page et la maquette ; rappelons qu'un autre critère de la Charte nationale des éditeurs en région consiste à « être responsable de la mise en forme graphique et du suivi de fabrication du livre ».

Un tiers des éditeurs n'a jamais recours à l'impression numérique. Si une minorité d'éditeurs impriment toujours leurs livres à l'étranger, les maisons d'édition du Languedoc-Roussillon diversifient leurs fournisseurs avec cependant une relative préférence donnée aux imprimeurs de la région. Lorsque les éditeurs travaillent avec des imprimeurs à l'étranger, 74% travaillent avec l'Espagne.

Offre multisupport

82% des maisons d'édition ne produisent actuellement que des livres papier. En revanche, 1/3 envisagent de proposer une offre multisupport.

Les projets cités concernent principalement le livre numérique ou des contenus à télécharger sur leur site, et dans une moindre mesure, les DVD, CD audio et CD ROM et enfin des formats pour le téléphone.

Les 23 éditeurs qui déclarent ne pas envisager d'offre multisupport mettent en avant trois raisons principales : leur attachement au livre papier, leurs publications qui ne se prêtent pas à ces nouveaux « formats » et enfin leur manque de compétences actuelles dans ce domaine, dans une bien moindre mesure le manque de temps et de moyens.

Diffusion/Distribution

58% des éditeurs gèrent eux-mêmes leur diffusion (même chiffre qu'en région PACA en 2003, mais seulement 31% en Rhône-Alpes en 2002). 81% des structures éditrices en auto-diffusion déclarent qu'il s'agit d'un choix, mais 52% ont déjà essayé de déléguer leur diffusion. 52% des éditeurs gèrent eux-mêmes leur distribution (58% en région PACA en 2003, et 29% seulement en Rhône-Alpes en 2002). Les éditeurs en diffusion déléguée et qui pratiquent l'office ou le « noté » avec faculté de retour annoncent des taux de retour correspondant à la moyenne nationale, soit 23% selon le SNE en 2008.

Formation

La plupart des dirigeants (97%) et des collaborateurs (78%) n'ont pas de formation initiale aux métiers de l'édition. Seuls 17% des dirigeants ou créateurs des maisons d'édition du Languedoc-Roussillon ont eu un parcours préalable dans le secteur du livre ou au moins culturel.

Au cours des 5 dernières années, 48% des éditeurs ont suivi des formations. Et 61% des dirigeants ou créateurs de maisons d'édition envisagent de nouvelles actions pour eux et/ou leurs salariés, principalement en droit et multimédia (initiation) et en pré-presse, gestion et commercialisation (perfectionnement).

D. ... à renforcer et à accompagner

Co-édition / Partenariats

Les éditeurs du Languedoc-Roussillon développent très peu les partenariats avec d'autres éditeurs notamment dans la région, mais davantage avec des collectivités publiques et dans une moindre mesure avec des associations ou institutions.

Coûts de fabrication

Le coût de fabrication des ouvrages représente environ 25% du prix de vente des ouvrages pour la majorité des éditeurs. Précisons que la moyenne professionnelle se situe plutôt entre 16 et 20 % du prix de vente, selon la nature des ouvrages publiés. Le coût de fabrication représente par ailleurs le principal critère de fixation du prix de vente des ouvrages pour 35 éditeurs sur les 46 ayant répondu. Sont cependant cités par certains éditeurs les prix des ouvrages concurrents et le prix d'acceptabilité pour les lecteurs, soit une approche plus tournée vers le marché.

Outils de gestion / de suivi des clients et de la concurrence

On observe que la majorité des éditeurs disposent d'outils de base pour la connaissance de leurs clients et le suivi des ventes voire des stocks. Ils paraissent moins armés dans la gestion plus détaillée de leur activité et pour la veille et l'analyse de leur marché.

Commercialisation

Les librairies restent le premier mode de commercialisation, loin devant les autres et même s'il ne s'agit que d'estimations de la part des éditeurs du Languedoc-Roussillon, ce chiffre correspond (mais hors ventes directes et export) au pourcentage national (46% des ventes totales en 2008 selon les chiffres SNE/GfK pour les librairies de 1^{er} niveau et de 2^{ème} niveau). De même pour le poids des librairies en ligne, soit 8% également pour l'édition en France.

En revanche, on notera, ce qui est une caractéristique commune des petits éditeurs ou des éditeurs très spécialisés, une sous-représentation dans les circuits des grandes surfaces culturelles (11% contre 28% au plan national) et encore plus alimentaires (4% contre 18% pour la France) du fait d'un référencement central, qui les défavorise et de points de vente trop « standardisés » pour être adaptés à la majorité des ouvrages publiés par ces maisons d'édition ; et, à l'inverse, une probable sur-représentation des ventes directes (salons et site Internet principalement).

44 éditeurs sur 49 sont référencés sur Electre. Les autres bases bibliographiques, qui facilitent la recherche et l'identification des ouvrages, sont moins utilisées, notamment Dilicom, pourtant souvent citée par les diffuseurs/distributeurs et par les libraires au cours des entretiens

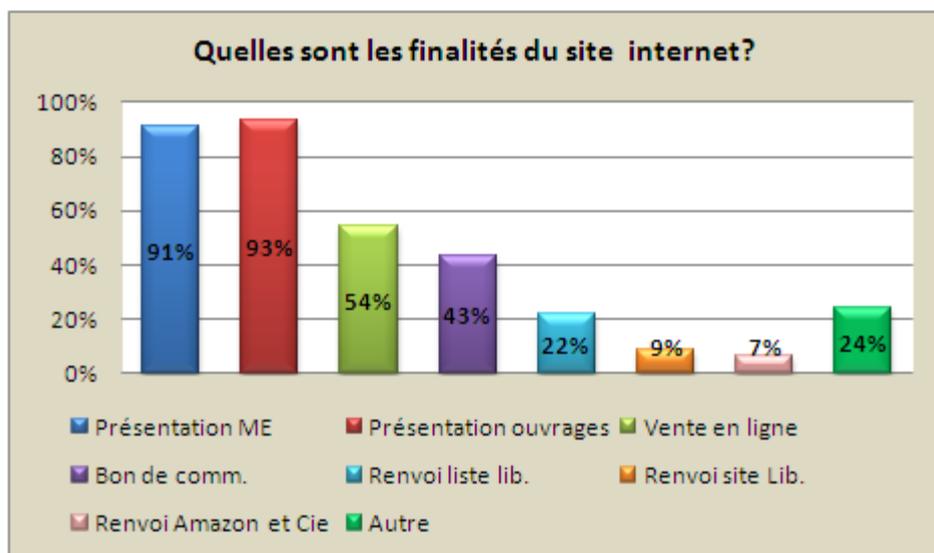
Communication

Les outils privilégiés sont logiquement les catalogues (papier et web), les relations presse et les mailings. La newsletter et les blogs semblent un phénomène émergent, qu'il pourrait être particulièrement intéressant d'encourager ainsi que de façon générale la promotion par le web, plus inventive et souple, et surtout beaucoup moins coûteuse.

Seule une minorité d'éditeurs (mais il ne s'agit pas forcément des plus importants) participe pour l'instant à des salons internationaux (Francfort, Londres, Bologne, ...). A l'inverse, la plupart des maisons d'édition sont présentes lors de manifestations en Languedoc-Roussillon. Citons un troisième critère de la Charte des éditeurs en région : « publier et mettre à jour régulièrement un catalogue de ses productions et le distribuer auprès des réseaux appropriés (libraires, bibliothèques, particuliers) ». Comme pour le référencement, les éditeurs peuvent mieux faire, en particulier auprès des bibliothèques (ce qui a été confirmé par les entretiens avec les autres acteurs du livre en Languedoc-Roussillon).

Site Internet

92% des éditeurs interrogés ont un site internet. Ils n'étaient que 55% en région Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2003, mais la moitié des sites développés « permettaient ou facilitaient déjà la prise de commandes ».



Le site Internet est avant tout une « vitrine » pour les éditeurs du Languedoc-Roussillon (présentation des ouvrages, présentation de la maison d'édition). Mais pour une partie d'entre eux, il peut avoir des finalités également commerciales.

Soulignons, pour avoir visité les différents sites des éditeurs du Languedoc-Roussillon, qu'il existe de grandes disparités dans leur attractivité, leur ergonomie et leur mise à jour respectives sans compter leur référencement ou les liens existant avec d'autres sites. C'est probablement un axe de professionnalisation qu'il importe de rappeler.

II. TYPOLOGIE DES ACTEURS, DES BESOINS ET DES ATTENTES

A. Objectifs

Pour affiner les dispositifs de soutien individualisés et collectifs aux éditeurs du Languedoc-Roussillon, il est nécessaire que, au-delà d'un état des lieux qui donne une vision d'ensemble, les préconisations s'appuient sur une typologie, originale et propre au territoire, des acteurs et de leurs manques respectifs. Certains besoins exprimés sont bien entendu communs à l'ensemble des maisons d'édition de la région et même à d'autres régions de France. Mais la méthodologie exposée ci-dessous a permis de dégager 4 profils-types d'éditeurs en Languedoc-Roussillon.

B. Méthodologie

Pour établir cette typologie, l'Asfored a travaillé à partir de données multiples, en s'attachant à varier les sources, les interlocuteurs et les points de vue, en croisant systématiquement les déclarations des acteurs avec des données et des observations objectives. A titre d'exemple, il n'est pas rare que certains éditeurs n'aient pas ressenti de besoins particuliers dans le domaine de la formation, alors que l'étude précise des résultats du questionnaire notamment faisait ressortir de réels manques pour certaines étapes de la chaîne du livre.

Ainsi, la typologie des maisons d'édition du Languedoc-Roussillon et de leurs attentes respectives est principalement fondée sur :

- l'analyse précise et exhaustive des informations recueillies grâce aux 49 questionnaires en ligne, en particulier les questions « ouvertes » de la 4e partie de l'enquête (« Vos projets, vos attentes ») ainsi que celles concernant la diffusion-distribution (questions 58 à 89)
- la visite systématique des sites Internet des éditeurs.
- les entretiens en face-à-face ou par téléphone, auprès des éditeurs. Chaque structure rencontrée a fait l'objet d'une fiche complète et détaillée, enrichie, pour certaines, d'une matrice SWOT¹ validée auprès de l'éditeur concerné.
- les entretiens approfondis avec d'autres acteurs du livre en région.

C. Typologie des acteurs : les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Soulignons qu'un éditeur en région n'est pas nécessairement un petit éditeur.

Le Languedoc-Roussillon compte des structures d'édition à la notoriété déjà bien établie ainsi que des maisons particulièrement dynamiques, rentables et prometteuses. C'est pour la région toute entière et pour l'ensemble des acteurs du livre sur le territoire une vraie motivation pour renforcer la politique publique de soutien à cette filière dans les années à venir.

Rappelons également la segmentation désormais communément admise entre l'éditeur régionaliste, ancré dans un terroir, autocentré, qui se nourrit de cette identité, qui valorise grâce à ses livres le patrimoine local, mais dont le potentiel sera d'emblée limité par la nature même de sa production éditoriale, et

¹ Une analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) est un outil de synthèse qui permet de mettre en perspective les facteurs à la fois externes et internes, positifs et négatifs qui caractérisent une organisation dans son environnement. Ce diagnostic complet prépare les choix stratégiques et la prise de décision.

L'éditeur en région, qui tout en restant attaché à son implantation a priori volontairement loin de Paris, pourra, en se développant, rayonner au-delà des frontières du territoire et porter la réussite de sa région.

Carte perceptuelle

Ce choix fondamental pour une maison d'édition de l'envergure qu'elle souhaite donner à ses publications, du « micro-pays » à l'échelle internationale, est déterminant pour toutes les décisions relatives notamment aux domaines éditoriaux, au système de diffusion-distribution, aux moyens de communication et se révèle tout à fait pertinent pour distinguer les éditeurs du Languedoc-Roussillon entre eux.

Aussi est-ce l'axe vertical retenu pour la carte perceptuelle (ou *mapping*) qui propose une lecture du territoire et de ses acteurs. Cette représentation permet de positionner l'ensemble des maisons d'édition de la région, les unes par rapport aux autres, afin de repérer celles qui sont les plus « proches » dans leurs caractéristiques et leurs options, et donc aussi dans leurs besoins et leurs attentes.

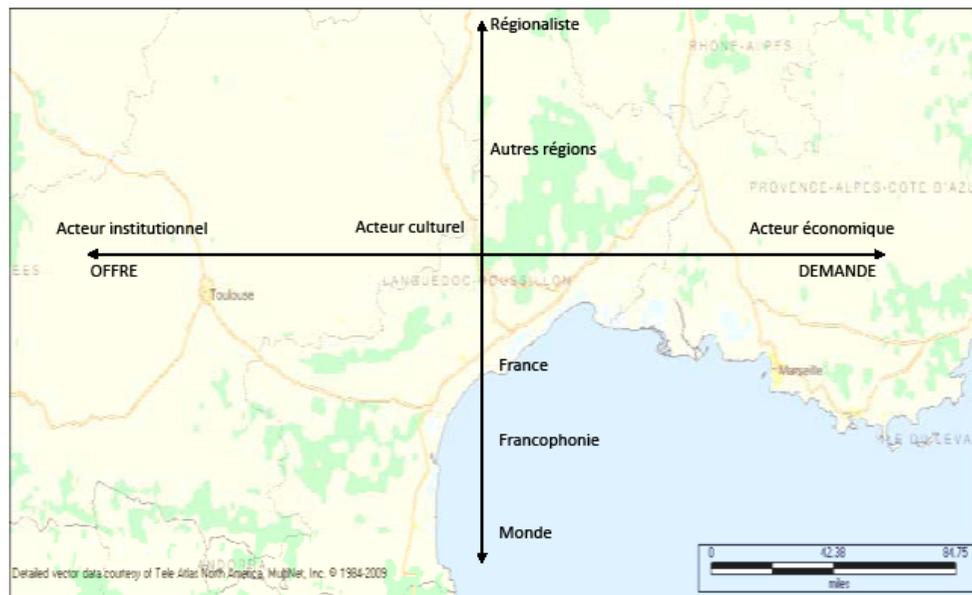
Mais c'est l'axe horizontal qui nous est apparu au terme de l'analyse détaillée des éditeurs du Languedoc-Roussillon comme plus « discriminant » encore. Il s'agit du projet d'entreprise (souvent en rapport avec le parcours du dirigeant), de la façon dont l'éditeur décide de se développer (ou non), d'être perçu par l'ensemble de ses publics. D'un côté, les structures éditrices, tributaires d'autres contraintes liées à la valorisation du patrimoine naturel ou artistique, ou à des missions d'éducation, de service public ou encore les éditeurs engagés, parfois subventionnés, porteurs d'un projet collectif ou plus vaste, dans lequel l'édition de livres peut n'être qu'un prolongement. A l'inverse de ses acteurs « institutionnels » ou militants, du côté de l'OFFRE (publier pour publier, pour que ce livre existe), les « acteurs économiques », résolument du côté de la DEMANDE, du marché, du public et de ses attentes, pour lesquels une maison d'édition est une entreprise dans un environnement donné. Ces maisons d'édition souhaitent augmenter leur rentabilité, se développer, se diversifier, embaucher peut-être ...

Entre ces différentes façons de vivre son métier d'éditeur en Languedoc-Roussillon, ceux qu'on pourrait appeler les « acteurs culturels », pour certains encore très proches des « institutionnels » ou militants. Ils détiennent un savoir-faire spécifique, un historique et une réputation sans équivalent, des compétences distinctives dans un domaine particulier, voire très spécialisé et n'ont pas l'intention de s'écarter de ce chemin. Ils entendent bien continuer à exploiter cette « niche » du marché du livre, entre logiques et lois de l'offre et de la demande (par exemple, éditer des ouvrages plus « commerciaux » ou un peu « grand public » pour en financer d'autres, probablement non rentables mais « nécessaires »).

Ces dimensions, qui s'opposent deux à deux, nous les retrouverons dans la structuration des 4 profils-types d'éditeurs, qui permettent de mieux comprendre les différences en termes de besoins et donc d'attentes des maisons d'édition en Languedoc-Roussillon, et qui conduiront à des propositions adaptées à leurs réelles spécificités.

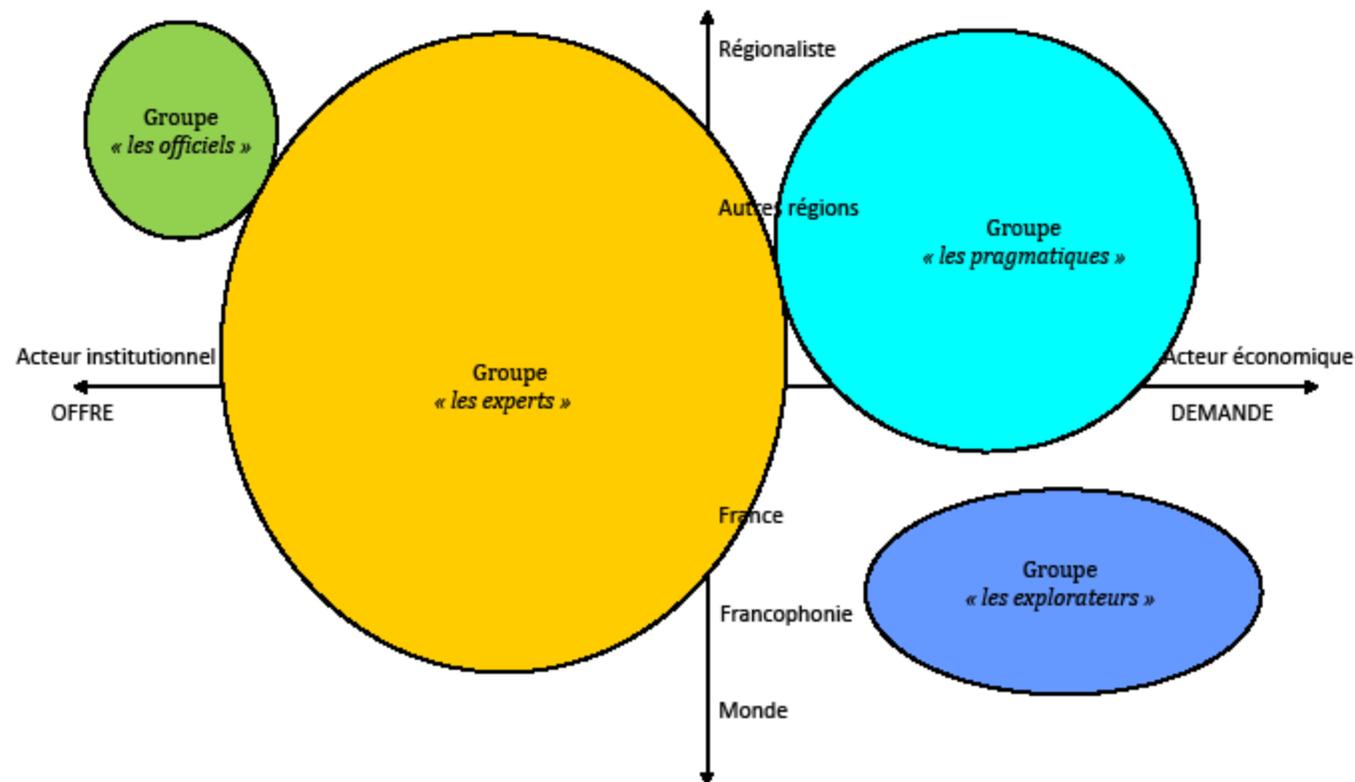
Les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Carte perceptuelle (*Mapping*) 2009



Les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Carte perceptuelle (*Mapping*) 2009



1. « LES EXPLORATEURS »

Avant de détailler les différents groupes d'éditeurs en Languedoc-Roussillon, qui se distinguent par leurs caractéristiques économiques et par leurs choix éditoriaux contrastés, nous emprunterons à Hubert Nyssen, le fondateur d'Actes Sud, une métaphore maritime (il parlait, à propos des couvertures et de tous les autres moyens qui dénotent le savoir-faire d'un éditeur, de livres plus ou moins bien « accastillés »). Car telle est bien la spécificité originelle de cette région que d'apparaître comme un vaste amphithéâtre, ouvert en arc de cercle sur la mer Méditerranée. Pour mieux comprendre les différences qui se cristallisent entre éditeurs, en dépit d'une identité territoriale commune, disons que certaines maisons d'édition ont quitté l'anse protectrice du Golfe du Lion pour se lancer en pleine mer ; ce qui est une perspective exaltante, mais le vent y souffle plus fort ...

I. Caractéristiques

On trouve, dans ce premier groupe, les 4 éditeurs (hors Verdier), installés en Languedoc-Roussillon, mais dont la taille, le fonds et/ou la notoriété sont d'envergure nationale, voire internationale. Classés pour trois d'entre eux dans les 200 plus importants éditeurs français, selon *Livres Hebdo* (respectivement 108^e, 146^e et 162^e en 2008), leur chiffre d'affaires net est supérieur à 500 000 euros voire à 1 000 000 euros. Ces maisons d'édition bénéficient pour certaines d'une exceptionnelle rentabilité (18^e dans le même classement). Ces structures éditrices ont toutes (ou sont en train) de passer le cap périlleux des 10 ans d'existence.

II. Politique éditoriale

Elles publient de 15 à 65 titres par an et disposent d'un catalogue d'au moins 90 titres et jusqu'à 500 encore au catalogue. Ces maisons d'édition sont présentes principalement dans les domaines éditoriaux très concurrentiels du pratique, des beaux livres, des ouvrages médicaux et de la littérature générale. Elles sont déjà engagées dans une politique de cessions et d'achats de droits, de partenariats et de coéditions. Aussi ces maisons d'édition sont présentes dans les foires internationales de Francfort et/ou de Londres. Leur histoire est toujours marquée par des livres dont le succès, souvent dans les premières années d'existence de la maison, a permis d'assurer une légitimité et de pérenniser l'activité : auteurs phares ou titres « vaches à lait » qui, pour certains, continuent à se vendre. Certains ouvrages ont été distingués par des prix nationaux ou internationaux. Plusieurs éditeurs envisagent de développer une offre numérique à l'avenir.

III. Commercialisation – Communication

Toutes ces maisons d'édition sont diffusées et distribuées en France par des structures solides (Interforum, CDE-SODIS, Dilisco, ...) mais aussi à l'étranger, principalement pour les pays francophones (Belgique, Suisse, Canada). Ces éditeurs se déclarent tous satisfaits de leur choix (résultats, relations, « solvabilité »), ce qui est suffisamment rare pour être souligné. Hormis en littérature générale, ces éditeurs ont le souci de maintenir d'autres modes de commercialisation, soit par des ventes directes sur le site, des préachats ou des circuits de vente autres que les librairies. Présents sur de nombreux salons et plutôt bien traités par la presse, ces éditeurs ont néanmoins conscience de la nécessité de renforcer leur communication, notamment grâce à Internet.

IV. Organisation – Gestion - Formation

Il s'agit toujours de SARL, dont les dirigeants ont de solides parcours antérieurs, généralement dans l'édition. Elles rémunèrent leurs dirigeants et emploient pour certaines jusqu'à 9 personnes pour la seule activité édition. Elles sont bien organisées pour la gestion de fabrication, travaillent surtout avec des imprimeurs étrangers (Europe), disposent d'outils professionnels performants (bases de données, gestion

de stocks). Ces éditeurs ont déjà pris l'initiative de formations pour eux-mêmes et pour leurs salariés et envisagent d'autres actions (perfectionnement) dans ce domaine pour continuer à progresser.

V. Besoins spécifiques et attentes principales

Ces éditeurs de la région Languedoc-Roussillon, malgré leur taille déjà remarquable et leur réussite évidente, se retrouvent, sur des segments fortement concurrentiels, face à des groupes nationaux ou internationaux très puissants. Ils restent vulnérables face à la concentration du secteur de l'édition et sont susceptibles d'être rachetés. Ils doivent parfois réfléchir à une augmentation de capital ou préparer leur succession après le départ de leur fondateur. Leur logique de croissance et de développement induisent un important besoin de financement pour investir à moyen terme et des recours éventuels à des prêts bancaires. Enfin, certains dirigeants peuvent regretter de devenir, au fil du temps, davantage des managers ou des gestionnaires que des éditeurs, et que leur maison qui était avant tout créée comme un projet d'une vie qui leur ressemble, devienne une structure lourde à diriger, ce que précisément ils avaient fui en venant s'installer loin de Paris.

D'où ces mots-clés qui vont guider les interventions prioritaires pour ce profil-type d'éditeurs, qui sont en quelque sorte les « grands comptes » de l'édition en région :

CONSEIL / AIDE AU DEVELOPPEMENT

VEILLE, informations « de portée nationale, internationale »

SOUTIEN sur la durée (ex : **CAUTION DE PRÊT** plutôt que **SUBVENTIONS** ponctuelles)

Interventions **INDIVIDUALISEES** (ex : routage des catalogues, déplacement à Francfort)

FORMATIONS (en particulier, édition multisupport, communication)

2. « LES EXPERTS »

I. Caractéristiques

On trouve, dans ce deuxième groupe, le plus nombreux (28 maisons), des éditeurs, installés en Languedoc-Roussillon, de taille, d'ancienneté et de statuts différents mais qui partagent comme principal point fort leur spécialisation, voire leur expertise dans un domaine éditorial très précis. Les chiffres d'affaires varient fortement dans ce groupe, de 50 000 à 400 000 euros, selon le segment plus ou moins porteur et la cible plus ou moins étroite de ces éditeurs spécialisés.

En fait, on observe dans ce groupe, plus complexe, les disparités induites par les axes retenus pour la carte perceptuelle (voir supra) : acteurs majoritairement « culturels », « les experts », pour certains, sont très proches des « institutionnels » quand d'autres, en phase de croissance et de diversification, tendent à se rapprocher des acteurs plus « économiques ». De même, l'« envergure » plus ou moins étendue de leur activité modifie sensiblement leurs caractéristiques mais pas nécessairement leurs attentes.

II. Politique éditoriale

On répertorie dans ce groupe « experts » davantage de structures éditrices plus anciennes, fondées pour certaines dans les années 70-80, parfois autour d'un projet militant, d'un engagement et qui tout en développant un fonds conséquent (jusqu'à 600 titres) ont acquis un savoir-faire, une légitimité et de véritables compétences distinctives liées à la fabrication, aux relations nouées avec les auteurs, les lecteurs et certains libraires ou journalistes dans un domaine précis. Il s'agit dans ce cas plutôt de maisons d'édition en littérature, poésie, théâtre, essais – documents ou jeunesse. Pour les structures les plus récentes, nées plutôt à partir de 1990-2000, la spécialisation est souvent le reflet d'une passion ou du parcours du dirigeant. Ces maisons d'édition publient en moyenne une dizaine de titres par an, de 5 jusqu'à 25.

III. Commercialisation – Communication

A l'inverse des éditeurs du groupe précédent, les structures éditrices recensées ici sont beaucoup moins satisfaites de leur mode de commercialisation. Elles ont pourtant accès, contrairement aux maisons d'édition du groupe suivant, à des diffuseurs généralistes (Volumen), spécialisés (Rando, Cartothèque,

Di'pop) ou réputés adaptés aux petits éditeurs: Les Belles Lettres, CED, Harmonia mundi, Pollen, Vilo. Mais la plupart ont vécu une relation mouvementée et chaotique avec leurs anciens prestataires. Certaines, faute de trouver un diffuseur vraiment adapté à leur production par nature spécifique, ont préféré revenir à l'autodiffusion, qui s'avère un choix plus efficace car mieux maîtrisé mais très chronophage et parfois sclérosant. Parallèlement, ces maisons d'édition ont pris conscience de la nécessité d'investir sur d'autres relais que les libraires, soit les bibliothèques ou des réseaux spécialisés, et aussi de communiquer efficacement auprès des lecteurs pour susciter des commandes dans les points de vente ou réaliser des ventes directes, via les salons, la VPC ou des sites.

IV. Organisation – Gestion - Formation

Ce sont plus souvent que dans les autres groupes, pour les moins récentes surtout, des structures associatives, donc à but non lucratif, parfois familiales ou faisant intervenir davantage de bénévoles, des adhérents. Le dirigeant peut avoir une autre activité et la maison d'édition, forte de ses compétences spécifiques, est à même de proposer des prestations connexes. Ces éditeurs travaillent avec des imprimeurs plus souvent locaux. Leur gestion s'apparente généralement à celle du « bon père de famille » : on ne dépense pas ce qu'on n'a pas, on ne s'endette pas, on recherche des partenariats et des subventions très en amont de la publication des ouvrages.

V. Besoins spécifiques et attentes principales

Ces éditeurs de la région Languedoc-Roussillon, sont en veille perpétuelle sur leur spécialité et maîtrisent bien les sujets des publications en amont comme les caractéristiques de leur lectorat en aval. Leur principale difficulté vient des intermédiaires, libraires et medias. Ajoutons également que si leur « créneau » devient trop étroit, en déclin ou encombré par de « nouveaux entrants » ou également par lassitude ou volonté de ne pas « s'enfermer », ces maisons d'édition peuvent souhaiter se diversifier. Mais les problèmes de commercialisation et de communication s'en trouvent alors multipliés. En effet, « on ne les attend pas » ailleurs que dans leur « niche » bien identifiée, qui leur assurait une confortable légitimité ; la solution pourra alors consister à créer une autre maison sous un nom différent.

D'où ces mots-clés qui vont guider les interventions prioritaires pour ce profil-type d'éditeurs :

MEDIATION / INTERPROFESSION libraires et bibliothécaires

ANIMATIONS / Evénements + attachée de presse

Logique **THEMATIQUE** ou par **SECTEUR** éditorial (en particulier **DIFFUSION**) mais aussi :

Salons, Rencontres autres éditeurs régions et hors régions, y compris à l'étranger

FORMATIONS (en particulier, commercialisation - communication, base de données et marketing relationnel, sites Internet - Gestion)

3. « LES PRAGMATIQUES »

I. Caractéristiques

Dans ce troisième groupe, moins nombreux que le précédent, des éditeurs installés en Languedoc-Roussillon (15 maisons), on trouve plutôt des structures récentes, créées après 2000 et qui doivent passer le cap semble-t-il délicat des 10 ans d'existence. Et aussi quelques maisons d'édition plus anciennes, bénéficiant d'un fonds constitué mais qu'elles ont peine à faire vivre ou à relancer.

Les chiffres d'affaires varient dans ce groupe, de 10 000 à 100 000 euros, ce qui laisse peu de marge de manœuvre pour prendre un risque sur un manuscrit, investir et se développer dans un marché qui s'est durci : de plus en plus concentré pour l'édition comme pour la commercialisation au niveau national et davantage professionnalisé donc concurrentiel au niveau local.

Ce sont également ces éditeurs pour la plupart récents mais encore fragiles, qui portent le renouveau de l'édition en Languedoc-Roussillon, une région, on l'a vu au début de l'état des lieux, particulièrement dynamique pour le nombre de créations de nouvelles structures éditrices. Le suivi individualisé des auteurs, du fait d'un catalogue encore restreint ou d'un fonds resserré, est un de leurs points forts.

II. Politique éditoriale

Ce qui caractérise les structures éditrices du groupe « pragmatiques », c'est leur fonctionnement *a minima*, en particulier le nombre de titres par an, très rarement supérieur à 5. Pour les maisons les plus récentes, la plupart ont assez logiquement -et avec réalisme- choisi pour démarrer, la jeunesse, ou surtout le régionalisme sous différentes formes. Les plus anciennes sont plutôt présentes en littérature générale, essais-documents, poésie et livres d'artistes. Ces éditeurs recherchent pour assurer une meilleure rentabilité de leur maison, voire sa survie pure et simple, des aides et des subventions, des partenariats locaux ou dans des territoires limitrophes, des ouvrages de commande à réaliser pour des institutions ou des collectivités.

III. Commercialisation – Communication

Contrairement aux éditeurs du groupe « experts » précédent, les structures éditrices recensées ici n'ont pas même accès à des diffuseurs-distributeurs, y compris ceux qui seraient censés travailler davantage avec de petites maisons d'édition. Il s'agit cette fois pour ces éditeurs du Languedoc-Roussillon d'une autodiffusion subie plutôt que revendiquée, et d'une solution que la plupart des maisons du groupe « pragmatiques » souhaitent provisoire et s'emploient à modifier. Mais ces mêmes structures éditrices sont conscientes que leur production trop restreinte en nombre de titres, peu médiatisée et réduite par nature à une zone géographique limitée tout en cumulant les « barrières à l'entrée » de chaque segment éditorial abordé sous le prisme régionaliste, laisse les diffuseurs potentiels plutôt indifférents voire sceptiques ... Certains parviennent néanmoins à se faire connaître et à établir des relations directes avec des acteurs du livre en région et conduisent de nombreuses actions localement.

IV. Organisation – Gestion - Formation

Ce sont plus souvent que dans les autres groupes d'éditeurs, des entreprises individuelles et des EURL, en particulier pour les plus récentes. Le profil de leurs dirigeants, qui veulent créer une activité valorisante là où ils ont décidé d'habiter, dans cette belle région du Languedoc-Roussillon et qui souhaitent en vivre, s'apparente assez à celui d'un « autoentrepreneur ».

Personnalités dynamiques et pleines d'initiatives, leurs responsables s'épuisent parfois à vouloir « *tout faire tout seul* », en étant conscient qu'il est « *difficile d'être performant sur tous les plans* », par manque de goût ou de compétences techniques par rapport à certaines tâches nécessaires de la chaîne du livre et surtout par manque de temps. Le plus souvent non rémunérés, parfois isolés géographiquement, leur activité relève parfois du sacerdoce, certains souhaitant même un « *soutien moral* » ... En effet, ces éditeurs doivent sans cesse faire des arbitrages : comment être à la fois sur les routes du Languedoc-Roussillon, à la rencontre des libraires, des bibliothécaires, des collectivités ou des lecteurs lors de signatures et de salons, et préparer avec les auteurs les futures publications ? Comment même avoir le temps de suivre une formation ? Où stocker ses livres ? Où trouver la place et la disponibilité nécessaires pour accueillir un stagiaire en formation Métiers du livre, par exemple ?

V. Besoins spécifiques et attentes principales

Plus encore que la communication, les éditeurs du groupe « pragmatiques », en particulier les structures récentes, doivent avant tout régler leurs problèmes de diffusion, qui risquent de les installer dans un « cercle vicieux » : pas assez de titres – pas de diffuseur – pas de trésorerie – pas assez de titres, etc. Ce qui semblait encore possible il y a une dizaine d'années, construire patiemment un catalogue en publiant 3 à 5 titres par an et en s'autodiffusant paraît de plus en plus difficile, sauf à renoncer à une activité durablement lucrative ou à publier un titre ou un auteur qui vont permettre à la maison de « sauter la vague » ... Il faut leur faire « gagner du temps » !

D'où ces mots-clés qui vont guider les interventions prioritaires pour ce profil-type d'éditeurs :

MUTUALISATION : structure **REGIONALE** de **DIFFUSION**

Plateforme de **DISTRIBUTION**

Partage d'**EXPERIENCES, TUTORAT, CENTRE DE RESSOURCES** (Fichiers Presse, etc.)

Logique **GEOGRAPHIQUE** (liens interrégionaux ou transfrontaliers, salon du livre en Région cf. Lyon, soutien logistique pour les salons locaux, portail Internet des sites)

SUBVENTIONS (ex : catalogues), aide au montage et simplification des dossiers

FORMATIONS opérationnelles, ciblées selon le parcours antérieur du dirigeant (en particulier : Organisation, Gestion, Juridique, Commercialisation).

4. « LES OFFICIELS »

I. Caractéristiques

On trouve, dans ce quatrième groupe des éditeurs installés en Languedoc-Roussillon, les 3 éditeurs publics de l'échantillon auxquels il faudrait ajouter toutes les structures éditrices institutionnelles qui, dans le cadre de missions plus larges de conservation et de valorisation du patrimoine naturel ou artistique ou encore d'enseignement et de recherche publient des ouvrages, des revues, des catalogues d'expositions, des travaux universitaires, des actes de séminaires ou des documents pédagogiques. S'agissant d'établissements gérés par l'État ou des collectivités territoriales, les activités éditoriales constituent un prolongement essentiel de leur activité dans le cadre d'un budget de fonctionnement global, mais ne sont pas soumises aux mêmes exigences de rentabilité que les publications des éditeurs privés.

II. Politique éditoriale

Ces structures éditrices publient généralement moins de 5 livres par an. Parfois, ces éditeurs peuvent apparaître comme des concurrents (ou des partenaires potentiels) pour les livres régionalistes sur le patrimoine, en particulier, ou encore pour les livres d'artistes, les guides touristiques avec une notoriété, une légitimité et des ressources en personnel, matériel, documentation et budgets sans commune mesure avec les moyens des maisons d'édition privées, locales ou non. Précisément, certaines structures souhaitent pouvoir développer des coéditions, des partenariats avec préachats mais aussi des traductions pour renforcer leur visibilité à l'international et la reconnaissance par leurs pairs.

III. Commercialisation – Communication

Seul (pour les éditeurs de l'échantillon) le Parc national des Cévennes travaille avec le diffuseur spécialisé en tourisme, La Cartothèque. Pour les autres structures éditrices, les modes de commercialisation et de promotion passent essentiellement par leurs sites physiques et numériques et par leur participation à des manifestations, salons ou colloques, à l'échelon local, national voire international.

IV. Organisation – Gestion - Formation

Ces structures éditrices ont bien entendu une évidente spécificité dans ce domaine. Plus de moyens, mais aussi plus de contraintes administratives, de « comptes à rendre » et de logiques qui englobent leur activité éditoriale et peuvent parfois leur donner l'impression « *d'être la cinquième roue du carrosse* ». Reste l'aléa, impossible à maîtriser, de voir les budgets de fonctionnement se réduire ou s'accroître pour les publications selon la politique choisie par l'organisme de tutelle.

V. Besoins spécifiques et attentes principales

Ces éditeurs de la région Languedoc-Roussillon, sont, compte tenu de leur hyperspécialisation, proches des éditeurs du groupe « experts » en termes d'attentes.

D'où ces mots-clés qui vont guider les interventions prioritaires pour ce profil-type d'éditeurs :

MEDIATION / INTERPROFESSION libraires et bibliothécaires

ANIMATIONS / Evénements, aide logistique pour les salons

Logique **THEMATIQUE** ou par **SECTEUR** éditorial (Journées d'information, Veille)

FORMATIONS (en particulier, Juridique-Communication, base de données et marketing relationnel).

D. Pour conclure sur la typologie

Pour distincts qu'ils soient entre eux, ces groupes des structures éditrices du Languedoc-Roussillon ne sont pas « étanches », ni ces profils-types de maisons d'édition figés. Au sein de chacun de ces groupes persistent de véritables contrastes. Mais le propre d'une typologie est de mettre en exergue, à partir de l'analyse des spécificités de chacun, ce qui, en transcendant justement les critères de segmentation habituels, réunit davantage les unes et les autres en termes d'attentes. Nous pensons néanmoins que les structures éditrices dans toute leur diversité et leur richesse se reconnaîtront peu ou prou dans un de ces portraits, destinés à faciliter l'accompagnement de leur développement, à toutes les étapes, et précisément dans leur passage d'un groupe à l'autre notamment. Pour autant, chaque éditeur du Languedoc-Roussillon nécessite une approche individualisée et cette étude a notamment eu l'avantage de constituer un moment de dialogue (même s'il n'était parfois qu'électronique ...) privilégié avec presque tous les éditeurs de la région.

Nous précisons que les enjeux de la diffusion/distribution ont fait l'objet d'un traitement particulier. Le croisement des caractéristiques propres de chacun des 4 groupes identifiés avec les besoins exprimés par les acteurs, vient confirmer l'importance déterminante des choix (ou de l'absence de choix) des éditeurs en termes de diffusion-distribution sur leur croissance et leur pérennité. La commercialisation apparaît bien comme une variable discriminante ou « de dispersion » majeure entre les maisons d'édition. La diffusion-distribution est d'ailleurs directement liée à « l'envergure » souhaitée par l'éditeur, laquelle a été retenue comme axe vertical de la carte perceptuelle (voir supra), qui permet une lecture d'ensemble de l'édition telle qu'elle se présente dans sa spécificité en Languedoc-Roussillon.

Le croisement des points de vue des éditeurs, des diffuseurs/distributeur, des libraires et des bibliothécaires permet de se rendre compte que chaque acteur a parfois tendance à attribuer à un autre maillon de la chaîne du livre les insatisfactions liées à la commercialisation et à la communication entre les différentes structures. D'où l'importance, et c'est une des missions essentielles de Languedoc-Roussillon livre et lecture, comme on le verra dans les préconisations, de multiplier toutes les occasions de « rencontres » interprofessionnelles (pas seulement sur le sujet de la diffusion-distribution, qui reste néanmoins un thème majeur), grâce à des « lieux » virtuels ou non (une newsletter, par exemple), grâce à des « occasions » formelles ou non, grâce à des projets communs aussi : animations, salons, prix littéraire, veille, etc.

III. PRECONISATIONS

A. Principes fondateurs

Les éditeurs en régions, entretiennent une relation complexe avec les pouvoirs publics dont ils attendent des aides variées, tout en souhaitant préserver leur liberté d'agir, de fonctionner, et de concevoir leur activité.

Un état des lieux des aides et dispositifs existants au niveau national et régional, qui fait l'objet d'une partie de l'étude, a permis de mesurer une présence déjà forte du Conseil régional du Languedoc-Roussillon et de la Direction régionale des affaires culturelles en Languedoc-Roussillon ainsi qu'une volonté de soutien économique de cette filière. Par ailleurs, Languedoc-Roussillon livre et lecture, structure récente mais déjà très dynamique, permet d'accompagner les éditeurs dans leur développement et leur professionnalisation.

Ainsi, l'état des lieux, présenté en partie I de cette synthèse, enrichi de la typologie élaborée en partie II nous a permis de faire ressortir les principales forces et faiblesses des maisons d'édition en Languedoc-Roussillon. Le maintien, le développement et le renforcement des structures éditrices en Languedoc-Roussillon supposent comme pré-requis la croissance de leur activité.

Comme nous l'avons vu précédemment, la caractéristique de cet ensemble hétérogène vient de sa diversité, de la relative jeunesse d'une partie de ces maisons et pour beaucoup d'une détermination et d'un positionnement clairement revendiqués. Au-delà de cette pluralité, se dégage le besoin de construction d'une véritable filière organisée et professionnelle indispensable à la consolidation de ce secteur culturel et économique.

B. Préconisations

1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition

Un des axes prioritaires de la politique de soutien au secteur de l'édition est de permettre aux maisons d'édition, dirigées pour la plupart par un fondateur « porteur de projet », d'acquérir des méthodes, des outils, des manières de se poser les questions stratégiques nécessaires à la pérennité et au développement d'une entreprise ou d'une association au projet clairement défini. Les collectivités publiques, ont un rôle majeur à jouer dans ce domaine, en offrant aux éditeurs la possibilité d'y accéder plus rapidement et à moindre coût.

Nous avons en effet retenu cinq modes de transmission des savoir faire de l'édition vers les éditeurs de Languedoc-Roussillon, privilégiant des pistes concrètes et adaptées à la diversité des publics et permettant une mise en œuvre rapide.

I. Ateliers thématiques pratiques

Un atelier d'une ½ journée réunit un groupe de 6 à 10 éditeurs désireux de s'approprier un aspect spécifique de l'organisation et la gestion d'une maison d'édition (ex : *Le contrat de diffusion, la participation à un salon, les bases de données clients, etc.*).

II. Boîte à outils

Elle permet aux éditeurs d'avoir accès rapidement et simplement à des modèles ou des procédures, afin de leur faire gagner du temps et de les accompagner dans leur démarche de professionnalisation (ex : *contrat d'auteur, feuille de calcul de suivi des ventes, compte d'exploitation prévisionnel d'un ouvrage, fiche argumentaire pour la diffusion, calcul du point mort d'une collection, etc.*).

III. Formations professionnelles dédiées

Il s'agit de concevoir, proposer et organiser une offre de formation dédiée, ciblée et opérationnelle pour accélérer la professionnalisation des éditeurs en leur permettant de s'ouvrir à de nouvelles méthodes et de nouvelles façons d'aborder les différents domaines de leur activité (ex : l'édition multisupport, les aspects juridiques et économiques de la coédition et du partenariat, la gestion d'une maison d'édition indépendante, le plan marketing d'une maison d'édition, anglais et/ou espagnol éditorial et commercial, la couverture et la maquette).

IV. Plate-forme de conseil juridique et de gestion

Les éditeurs de Languedoc-Roussillon, confrontés à une question de gestion économique ou juridique se tournent vers LR2L qui détermine si la question est recevable (c'est-à-dire générique et ne nécessitant pas une consultation approfondie). Si elle l'est, LR2L met en contact l'éditeur avec l'expert adéquat qui répond à la question par téléphone ou par mail.

Une base de données des questions /réponses est constituée et mise en ligne sur le site.

V. Accompagnement –Conseil individualisé

Les éditeurs de Languedoc-Roussillon, confrontés à une question stratégique ou à un stade critique de leur développement ont besoin d'un accompagnement personnalisé, qui relève d'une mission confiée à un prestataire spécialisé dans l'accompagnement de PME et TPE de l'édition.

2. Renforcer les liens avec les autres acteurs

Renforcer les liens avec les autres acteurs du livre et plus globalement culturels permet de créer une dynamique professionnelle vectrice d'initiatives collectives et transversales.

I. Bases de données professionnelles

La constitution par LR2L de bases de données professionnelles permettra aux éditeurs d'accéder plus facilement et plus complètement aux prestataires et acteurs du secteur (ex : *Écrivains, auteurs, photographes, illustrateurs de la région et des régions limitrophes, Librairies de la région et librairies nationales, Bibliothèques de la région et bibliothèques hors région (notamment universitaires), Journalistes régionaux et nationaux dédiés à l'édition, Création d'une « sitotheque » réunissant les sites de tous les éditeurs du Languedoc-Roussillon et éventuellement d'autres acteurs du livre, etc.*).

II. Rencontres interprofessionnelles

L'organisation de journées thématiques permet de réunir les acteurs de l'interprofession et plus globalement les acteurs culturels (musées, théâtres, lieux de patrimoine) de la région (ex : Le multisupport dans l'édition jeunesse, La coédition ou la coproduction des livres d'art, Les droits photos à l'heure de la mondialisation et d'internet, Les nouvelles pratiques de lecture et d'achat de livres des Français à l'ère numérique, La lecture publique, Présentation de l'offre catalane aux libraires et bibliothèques de la région, Préparation d'un événement, d'une célébration, etc.).

III. Rencontres interrégionales et transfrontalières

Il s'agit de faciliter les rencontres avec des éditeurs d'autres régions limitrophes et les éditeurs transfrontaliers notamment du côté de la Catalogne autour de thématiques communes (ex : Littérature contemporaine, BD, Livre en langues régionales, etc.).

3. Encourager la mutualisation de fonctions

L'importance du nombre de très petites structures d'édition en Languedoc-Roussillon appelle une réflexion sur les fonctions qui ne peuvent pas être correctement assumées par ces maisons d'édition aux ressources trop faibles et qui pourraient être organisées collectivement.

I. Mutualisation de moyens de gestion

Elle permet aux éditeurs d'accéder à de nouveaux moyens plus professionnels grâce à une organisation collective, à des ressources ou prestations à moindre coût grâce à l'effet volume (ex : *secrétariat, locaux, distribution (logistique, stockage), communication : relations presse, portail internet, impression et routage des catalogues, fabrication de PLV, achat d'espaces publicitaires, participation à certains salons spécialisés, etc.*).

II. Mutualisation de la diffusion et de l'information commerciale

Une petite maison d'édition, limitée dans ses ressources, risque d'attendre plusieurs années avant de parvenir à un niveau de ventes adapté et rentable. La mutualisation doit permettre à des éditeurs en autodiffusion ou insatisfaits de leur diffusion déléguée, d'accéder à un plus grand nombre de points de vente ainsi qu'à des techniques de commercialisation indispensables au développement de leur activité.

4. Mise en place de soutiens financiers ciblés

I. Consolider les aides dédiées aux supports de promotion

Le soutien à l'impression des catalogues présente le double avantage de fournir une aide directe aux éditeurs et de participer à l'effort de professionnalisation en les incitant à construire, anticiper leur programme d'édition. Cette aide pourrait être prolongée par une ou deux opérations de communication mutualisée par an, dans les supports auxquels les collectivités publiques ont accès et devrait inclure les catalogues « en ligne » non imprimés.

II. Consolider les aides aux salons

Cette aide permet aux éditeurs de participer à des salons nationaux ou internationaux afin de promouvoir leur production et de rencontrer des éditeurs d'autres régions, ou des éditeurs étrangers dans l'optique d'achat ou de cession de droits. L'introduction de nouveaux salons ou l'alternance d'une année sur deux de certains salons pourraient permettre de faire découvrir de nouveaux salons en régions ou à l'étranger.

III. Réorienter les aides financières à la publication

Il s'agit de redéfinir les modes d'attribution de ces aides du Conseil régional du Languedoc-Roussillon et de la DRAC et d'en préciser les critères, et les pré-requis à toute demande mais aussi d'intégrer les projets numériques dans les dossiers éligibles aux subventions.

IV. Aide financière à l'investissement

L'objectif est de faciliter l'aboutissement de projets d'investissement liés à la professionnalisation des éditeurs (ex. : *mise en place d'une chaîne XML*) ainsi que la réalisation de projets d'investissement mutualisés (ex. : *acquisition ou développement d'un logiciel de gestion spécialisé pour les petites maisons d'édition, mise en place d'une plateforme de stockage commune, etc.*).

V. Financement de projets de coédition internationale

Il s'agit de permettre à des maisons d'édition de développer plus rapidement leur catalogue en montant des projets ambitieux de coéditions, de cession de droits ou d'acquisition de droits.

VI. Participer au financement du développement des maisons d'édition

L'objectif est de consolider les capacités financières des maisons d'éditions sous capitalisées et d'accélérer leur développement en facilitant l'obtention de prêts.

VII. Création d'une « Pépinière du livre »

Il s'agit d'attirer ou de maintenir des éditeurs en développement dans la région en créant un lieu dédié au livre et à la lecture, accueillant, éditeurs, auteurs en résidence, ateliers d'écriture, bibliothèques. Ce lieu sera pour les éditeurs une sorte d'incubateur d'entreprises ; les éditeurs après quelques années de développement sortiront pour laisser la place à d'autres éditeurs ou acteurs.

CONCLUSION

L'enjeu de cette étude était de fournir aux acteurs du livre de la région à la fois un panorama du secteur de l'édition implanté sur le territoire et un ensemble d'outils à même de favoriser l'ancrage et le développement de cette filière en Languedoc-Roussillon.

Cette étude révèle un ensemble diversifié de maisons d'édition en termes de domaines éditoriaux mais relativement homogène en termes de dimension de structure notamment par rapport à d'autres régions. Malgré leur relative petite taille, une grande majorité des éditeurs du Languedoc-Roussillon est acquise à la volonté de professionnalisation quelle que soit l'origine de leur projet initial. L'analyse de la diversité des maisons d'édition fait ressortir 4 profils-types d'éditeurs. « Explorateurs », « experts », « pragmatiques » ou « officiels », chaque groupe participe, dans son registre, à la vision finalement particulièrement dynamique de ce secteur sur le territoire.

Les éditeurs du Languedoc-Roussillon sont attachés à la région et adhèrent volontiers aux démarches collectives de soutien et d'aides financières déjà mises en place par les acteurs publics. La création de Languedoc-Roussillon livre et lecture, dans un objectif de structurer l'accompagnement de la filière conjointement aux autres métiers du livre (bibliothèque, librairie) est un atout solide pour l'accélération de ce développement qui devra permettre la cohabitation d'actions favorisant la croissance et la diversification des maisons d'édition en tant qu'entreprises, mais aussi le soutien de projets culturels et littéraires qui nourrissent la « bibliodiversité » d'un territoire.

Les préconisations proposées dans ce rapport correspondent toutes à des besoins identifiés auprès des éditeurs eux-mêmes mais aussi à des besoins perçus et formalisés au-delà des souhaits exprimés. Une grande partie d'entre elles peuvent être mises en place simplement et progressivement, testées puis déployées ; d'autres seront liées aux orientations privilégiées par la région Languedoc-Roussillon et aux moyens budgétaires alloués à la politique de soutien à l'édition.

Pour que les actions retenues atteignent l'objectif fixé au départ (conforter et accompagner le développement des éditeurs du Languedoc-Roussillon, et favoriser la venue de nouvelles structures éditrices), il importe d'associer à la mise en place de ces mesures, une forte implication participative des maisons d'édition elles-mêmes : ce plan de développement de la filière doit en effet pour une réelle réussite durable et stimulante, se concevoir non pas (ou plus) comme de simples subventions de fonctionnement, mais comme de véritables partenariats avec les éditeurs et leurs maisons d'édition. Soulignons à nouveau le taux particulièrement élevé de réponses à l'enquête à l'origine de ce rapport ; il est à la mesure des fortes attentes des maisons d'édition vis-à-vis des acteurs publics de la région et devrait se traduire à l'avenir par un dialogue privilégié et renouvelé entre les éditeurs et Languedoc-Roussillon livre et lecture ...

Remerciements

Nous tenons à remercier l'équipe de Languedoc-Roussillon livre et lecture (LR2L) pour sa collaboration en amont et tout au long de la mission ainsi que les responsables institutionnels de la Direction régionale des affaires culturelles et du Conseil régional du Languedoc-Roussillon pour le temps consacré lors de nos échanges.

Nous remercions également CRP Consulting de nous avoir communiqué les résultats de leur enquête menée en parallèle sur les librairies indépendantes en Languedoc-Roussillon.

Nous remercions l'ensemble des éditeurs qui ont rendu cette étude possible en prêtant leur concours à l'enquête et en acceptant de nous recevoir en entretiens.

Nous remercions également les libraires et les bibliothécaires et autres professionnels du livre pour leur disponibilité et leur intérêt pour cette étude qui s'est ainsi construite en prenant en compte les problématiques partagées entre tous les acteurs du livre en Languedoc-Roussillon.

Languedoc-Roussillon livre et lecture bénéficie du soutien de l'Union européenne, de l'Etat en Languedoc-Roussillon (Direction régionale des affaires culturelles) et de la Région Languedoc-Roussillon.

