

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

État des lieux, diagnostic et préconisations

Rapport
mars 2010

Florence Chagneau
Séverine Dieuze
Françoise Geoffroy-Bernard

La Région et l'Etat ont missionné Languedoc-Roussillon livre et lecture pour conduire une étude complète sur les maisons d'édition professionnelles en Languedoc-Roussillon. La société de consultant retenue dans ce cadre, l'Asfored, a ainsi rendu son rapport en février 2010, et en a restitué la synthèse le 1er mars 2010.

Afin que l'étude complète soit connue de toutes les personnes intéressées le plus rapidement possible, la présente version d'étude, résultat du travail des consultants, des comités, et des éditeurs auditionnés, est disponible sans délai sur Internet.

A partir de l'état des lieux et du diagnostic posés par ce rapport, et des préconisations proposées, la Région et l'Etat s'engagent d'ores et déjà dans un programme de travail afin de redéfinir une politique concertée en faveur des acteurs du champ éditorial de la Région Languedoc-Roussillon. La présente étude en ligne sera alors complétée par les orientations politiques de la Région et de l'Etat, sous la forme d'une version officielle, diffusée sous formes papier et électronique.

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 du Languedoc-Roussillon 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.

Issus 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



REMERCIEMENTS

*Ce rapport d'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 pour cette étude : **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, de Languedoc-Roussillon livre et lecture et de professionnels du livre, d'autre part.*

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 DRAC 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, les bibliothécaires et les 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.

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, 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 Villaume**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, chargé de l'économie du livre.

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, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, chef de service,
- **Mehdi Bouzoubaa**, librairie Mots et cie, libraire,
- **Sylvie Crossman**, Indigène éditions, auteur et éditrice,
- **Agnès Demé**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, 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, éditrice,
- **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 Villaume**, Conseil régional du Languedoc-Roussillon, direction de la culture et du patrimoine, service création, diffusion et innovation artistique, chargé de l'économie du livre.

SOMMAIRE

I. OBJECTIFS ET DEROULEMENT DE LA MISSION	p. 8
A. Contexte et objectifs de la mission	p. 8
B. Méthodologie	p. 8
1. État des lieux - questionnaire	p. 9
- Elaboration du questionnaire	p. 9
- Administration du questionnaire et recueil des données	p. 9
- Entretiens avec les acteurs représentatifs du livre en région et hors région	p. 10
2. Exploitation des données	p. 12
II. ÉTAT DES LIEUX DES MAISONS D'ÉDITION EN LANGUEDOC-ROUSSILLON	p. 13
A. Description de l'échantillon	p. 14
1. L'implantation géographique des maisons d'édition	p. 14
2. La création des maisons d'édition et leur pérennité	p. 14
3. La répartition des maisons d'édition par forme juridique	p. 15
B. Poids économique des maisons d'édition en Languedoc-Roussillon	p. 16
1. Chiffres d'affaires	p. 16
2. Effectifs / Emplois / Actions de formation	p. 17
3. Nombre de publications	p. 22
4. Autres activités	p. 25
5. Poids de l'activité édition dans l'ensemble de la structure	p. 25
C. Le financement des maisons d'édition	p. 26
1. Résultats financiers	p. 26
2. Ressources financières	p. 27
D. Domaines éditoriaux	p. 27
1. Les domaines éditoriaux	p. 27
2. Textes du domaine public	p. 30
3. Tirages moyens	p. 30
E. Fonctionnement, professionnalisme	p. 31
1. Relations avec les auteurs	p. 31
2. Cession de droits	p. 32
3. Achats de droits	p. 32
4. Co-édition / Partenariats	p. 33
5. Chaîne de fabrication	p. 34
6. Coûts de fabrication des ouvrages	p. 37
7. Outils de gestion	p. 37
F. Diffusion - distribution	p. 39
1. Diffusion	p. 39
2. Distribution	p. 39
3. Coûts de la diffusion - distribution	p. 39
4. Taux de retour	p. 40
G. Commercialisation et communication	p. 41
1. Commercialisation	p. 41
2. Communication	p. 42
H. Les maisons d'édition et le numérique	p. 47
1. Offre multi support	p. 47
2. Site Internet	p. 48
I. Synthèse de l'état des lieux	p. 49

III. TYPOLOGIE	p. 50
A. Objectifs	p. 50
B. Méthodologie	p. 50
C. Typologie des acteurs : les éditeurs en Languedoc-Roussillon	p. 51
1. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « Les explorateurs »	p. 55
a. Caractéristiques	p. 55
b. Politiques éditoriales	p. 55
c. Commercialisation – communication	p. 55
d. Organisation	p. 55
e. Besoins spécifiques et attentes principales	p. 56
2. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « Les experts »	p. 57
a. Caractéristiques	p. 57
b. Politiques éditoriales	p. 57
c. Commercialisation – communication	p. 57
d. Organisation	p. 58
e. Besoins spécifiques et attentes principales	p. 58
3. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « Les pragmatiques »	p. 59
a. Caractéristiques	p. 59
b. Politiques éditoriales	p. 59
c. Commercialisation – communication	p. 59
d. Organisation	p. 60
e. Besoins spécifiques et attentes principales	p. 60
4. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « Les officiels »	p. 61
a. Caractéristiques	p. 61
b. Politiques éditoriales	p. 61
c. Commercialisation – communication	p. 61
d. Organisation	p. 61
e. Besoins spécifiques et attentes principales	p. 61
D. Pour conclure sur la typologie	p. 62
IV. FOCUS : LA DIFFUSION – DISTRIBUTION DES EDITEURS EN LANGUEDOC-ROUSSILLON	p. 63
A. Enjeux	p. 64
B. Le point de vue des éditeurs	p. 63
C. Le point de vue des diffuseurs – distributeurs	p. 67
D. Le point de vue des libraires	p. 69
E. Le point de vue des bibliothécaires	p. 70
F. En guise de conclusion provisoire	p. 71
V. AIDES ET POLITIQUES DE SOUTIEN A L'ÉDITION	p. 72
A. Dispositifs au niveau national	p. 72
1. Direction générale des médias et des industries culturelles	p. 72
2. CNL	p. 72
3. IFCIC	p. 73
B. État des lieux des dispositifs existant en Languedoc-Roussillon	p. 73
1. Soutien de la DRAC	p. 73
2. Soutien du Conseil régional du Languedoc-Roussillon	p. 75
a. Aides en faveur du livre	p. 75
b. Aides en faveur du développement économique des entreprises en Languedoc-Roussillon	p. 77
3. Autres acteurs du développement économique en région	p. 79
4. Aides des conseils généraux	p. 80
C. Le rôle de Languedoc-Roussillon livre et lecture	p. 80
D. Sélection d'actions menées par les structures régionales du livre dans d'autres régions	p. 81
1. Information - communication - événements	p. 81

2. Mise en ligne de données	p. 81
3. Evénements et salons professionnels	p. 81
4. Relations presse	p. 81
5. Publications	p. 81
6. Accompagnement des éditeurs dans la vie de leur maison : les moyens mis en place pour les aider de manière pratique	p. 82
7. Formation - accompagnement	p. 82
8. Actions interrégionales – interprofessionnelles	p. 82
9. Initiatives communes DRAC/Régions/structures régionales pour le livre	p. 83
10. Focus diffusion - distribution	p. 83

VI. PRECONISATIONS **p. 85**

A. Principes fondateurs **p. 85**

B. Préconisations **p. 85**

1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition	p. 86
a. Ateliers thématiques pratiques	p. 86
b. Boîte à outils	p. 88
c. Formations professionnelles dédiées	p. 88
d. Plate-forme de conseil juridique et de gestion	p. 90
e. Accompagnement - conseil individualisé	p. 91
2. Renforcer les liens avec les autres acteurs	p. 91
a. Bases de données professionnelles	p. 91
b. Rencontres interprofessionnelles	p. 92
c. Rencontres interrégionales et transfrontalières	p. 93
3. Encourager la mutualisation de fonctions	p. 94
a. Mutualisation de moyens de gestion	p. 94
b. Mutualisation de la diffusion et de l'information commerciale	p. 95
4. Mise en place de soutiens financiers ciblés	p. 96
a. Consolider les aides dédiées aux supports de promotion	p. 96
b. Consolider les aides aux salons	p. 96
c. Redéfinir les critères d'aides financières à la publication	p. 97
d. Aide financière à l'investissement	p. 98
e. Financement de projets de coédition internationale	p. 98
f. Participer au financement du développement des maisons d'édition	p. 99
g. Création d'une « pépinière du livre »	p. 99

VII. CONCLUSION **p. 101**

ANNEXES **p. 102**

<i>Annexe 1 : Charte nationale des éditeurs en région (source : FILL)</i>	p. 103
<i>Annexe 2 : Questionnaire envoyé aux 67 éditeurs recensés par LR2L en avril 2009</i>	p. 105
<i>Annexe 3 : Liste des 49 éditeurs ayant répondu et constituant l'échantillon de l'étude</i>	p. 118
<i>Annexe 4 : Réponses complémentaires aux questions traitées dans le rapport</i>	p. 119
<i>Annexe 5 (confidentielle) : Tableau des éditeurs classés par groupe</i>	p. 158
<i>Annexe 6 : Carte perceptuelle (mapping) avec positionnement des éditeurs rencontrés</i>	p. 159
<i>Annexe 7 (confidentielle) : Fiches détaillées des 10 éditeurs rencontrés (avec 5 diagnostics SWOT)</i>	p. 160
<i>Annexe 8 : Tableau récapitulatif des préconisations</i>	p. 161

I. OBJECTIFS ET DEROULEMENT DE LA MISSION

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

En réponse à une consultation de Languedoc-Roussillon livre et lecture, l'Asfored (Association nationale pour la formation et le perfectionnement dans les métiers de l'édition) s'est vu confier par une convention du 4 mars 2009 cette étude.

Conduite et réalisée par Florence Chagneau et Françoise Geoffroy-Bernard, consultant pour l'Asfored et Séverine Dieuze, chargée d'audit à l'Asfored, cette mission s'est déroulée entre mars 2009 et mars 2010. Son compte rendu fait l'objet du présent rapport.

A. Contexte et objectifs de la mission

Languedoc Roussillon livre et lecture (LR2L) est née en 2008 de la collaboration de quatre associations : ADA (Autour des auteurs), ADER (Association pour le développement de l'édition en région), LIBELR (Libraires en Languedoc-Roussillon) et C2LR (Agence de coopération pour le livre en Languedoc-Roussillon).

Ce rapprochement mené conjointement par la Région Languedoc-Roussillon et la DRAC a permis de créer une structure unique réunissant l'ensemble des acteurs du livre en Languedoc-Roussillon et permettant d'envisager une politique du livre englobant l'ensemble de la chaîne du livre.

Avec 67 maisons d'édition professionnelles répertoriées fin 2008, qui respectent la *Charte nationale des éditeurs en région*, une création éditoriale dynamique, 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 (Fédération interrégionale du livre et de la lecture).

Aucune étude précise n'existant sur l'édition en Languedoc-Roussillon, un état des lieux et une étude prospective ont été considérés par LR2L, le Conseil régional et la DRAC du Languedoc-Roussillon, comme nécessaires afin de mieux connaître cette filière et de 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'État 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.

L'étude a été menée parallèlement à une étude sur les librairies indépendantes en Languedoc-Roussillon confiée à CRP Consulting.

B. Méthodologie

L'étude a été menée en 4 phases :

- 1) État des lieux : élaboration d'un questionnaire, analyse des résultats collectés par LR2L permettant un diagnostic de ce secteur économique et culturel en région, 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.

1. État des lieux - questionnaire

Élaboration du questionnaire

L'équipe de l'Asfored a élaboré le questionnaire qui a servi de base à l'étude (*annexe 2*).

En 2006-2007, l'ADER (Association pour le développement de l'édition en région) avait réalisé un questionnaire de recensement composé de 38 questions en vue d'une recension et d'une identification des structures éditrices professionnelles.

Cette seule enquête dont disposait LR2L a permis de :

- 1) servir de base pour répertorier les maisons d'édition professionnelles auxquelles serait adressé le questionnaire,
- 2) se rendre compte du faible niveau d'informations chiffrées dont disposait LR2L.

Ainsi, le questionnaire réalisé par l'Asfored a été construit de manière neuve et spécifique, indépendamment de bases de données passées, selon les objectifs suivants :

- couvrir tous les aspects de la vie d'une maison d'édition,
- avoir une photographie du paysage éditorial en Languedoc-Roussillon,
- permettre d'établir une typologie des acteurs.

Le questionnaire était composé de 128 questions (185 questions pour le questionnaire une fois mis en ligne, du fait du logiciel Net-Survey qui comptabilisait les déploiements du type « si oui précisez » comme des questions à part entière) réparties selon la structure suivante :

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

Le questionnaire débute par des questions liées à l'activité éditoriale, questions auxquelles les éditeurs ont plus de facilités à répondre qu'aux questions économiques et financières. Nous avons intégré des questions quantitatives mais aussi qualitatives notamment dans la partie concernant les projets et attentes des maisons d'édition.

Chaque domaine a été abordé de manière détaillée afin d'avoir le plus de données précises, de couvrir l'ensemble de la chaîne et de permettre par la suite le croisement des informations.

Le projet de questionnaire a été présenté, dès la réunion de lancement de l'étude à Montpellier le 4 mars 2009, afin de pouvoir le valider avec le comité interprofessionnel.

Lors de cette réunion, l'échange autour du questionnaire a permis la prise en compte de problématiques spécifiques, évoquées par les membres du comité interprofessionnel, et, le croisement avec le questionnaire parallèlement établi par CRP Consulting pour l'étude sur les librairies indépendantes en Languedoc-Roussillon. Une version définitive du questionnaire fut transmise à LR2L le 9 mars 2009.

Administration du questionnaire et recueil des données

Lors de la consultation, deux propositions ont été faites par l'Asfored : une proposition n°1 intégrant l'envoi du questionnaire et le recueil des données et une proposition n°2 n'intégrant pas ces parties.

LR2L, ayant choisi la deuxième proposition, le travail d'envoi, de relance et de recueil des données a été effectué par LR2L.

Ce travail a été fait en étroite collaboration entre l'Asfored et LR2L. Une communication régulière dès la mise en ligne du questionnaire a permis d'assurer l'adéquation entre le questionnaire transmis en format Word et sa conversion sur le logiciel Net-Survey. Certains ajustements ont été nécessaires afin d'optimiser l'ergonomie et la compréhension pour le remplissage en ligne du questionnaire par les éditeurs.

L'échantillon

LR2L est signataire de la *Charte nationale des éditeurs en région (annexe 1)*.

Le questionnaire a été adressé à un corpus de 67 maisons d'édition professionnelles répertoriées par LR2L et respectant les critères de la Charte.

Envoi du questionnaire

Dans un premier temps, un courrier a été adressé par LR2L aux éditeurs du corpus, les informant du lancement de l'étude et de l'envoi prochain d'un mail avec un lien personnalisé, leur permettant d'accéder et de compléter un questionnaire en ligne.

Le 30 avril 2009, un e-mailing a été adressé aux 67 éditeurs, avec un lien leur permettant d'accéder directement au questionnaire.

A chaque fois, l'accent a été mis sur l'engagement de LR2L et de l'Asfored sur la confidentialité des informations communiquées. Nous précisons, d'ailleurs, qu'un certain nombre de données, transmises via le questionnaire et lors des entretiens, demeurent en annexes confidentielles.

Relances et taux de retour

Un important travail de suivi et de relance a été effectué par LR2L pour maximiser les retours des questionnaires.

Les non retours des questionnaires trouvent différentes sources d'explication : découragement et manque de temps face à un questionnaire assez détaillé et demandant une certaine rétrospective et prospective, réticence de certaines maisons d'édition à communiquer des informations en dépit de l'assurance de confidentialité, lassitude de certaines maisons face à ce type de démarche.

On remarquera que les éditeurs qui ont répondu n'avaient, en général, aucun mal à remplir le questionnaire pour ce qui concernait la politique éditoriale, mais que le taux de réponse était plus faible pour les données économiques et financières et les questions ouvertes.

Une communication très étroite a été mise en place entre l'équipe de l'Asfored et LR2L pour la transmission des données.

Une première extraction des données a été transmise à l'Asfored, sous format Excel, le 17 juin 2009 avec 33 questionnaires remplis.

Une dernière relance a été réalisée conjointement par l'Asfored et LR2L en septembre, ce qui a permis de recueillir d'autres questionnaires et de collecter les données financières et réponses qualitatives manquantes. Par ailleurs, une vérification des données (données parfois mal remplies ou remplies dans le mauvais champ, réponses non cohérentes) a aussi été réalisée conjointement, afin de garantir la validité et la cohérence des données.

Une version définitive des données a été transmise par LR2L le 20 octobre 2009 avec au final 49 questionnaires remplis à 80% minimum soit un taux de réponse de 74,62%.

Les données ont été transmises sous format Excel.

Par ailleurs, à partir du 22 septembre 2009, LR2L nous a transmis des tris à plat et croisés, permettant d'établir la photographie du paysage éditorial de la région.

Entretiens avec les acteurs représentatifs du livre en région et hors région

Parallèlement à la collecte des informations via le questionnaire, des entretiens ont été fixés avec des éditeurs caractéristiques et d'autres acteurs du livre de la région et hors région.

La sélection des acteurs rencontrés s'est faite en concertation avec LR2L.

Au total, 4 journées ont été consacrées aux entretiens sur place (18 et 19 juin, 15 juillet et 22 septembre 2009), auxquelles s'ajoutent des entretiens téléphoniques.

Ceci a représenté 15 entretiens avec des responsables de maisons d'édition en Languedoc-Roussillon

Enjeux des entretiens :

- Approfondir le diagnostic établi à partir des données du questionnaire.
- Mieux identifier les besoins et les attentes des éditeurs.

Dix rencontres en face-à-face :

- **Yann Cruvellier**, directeur général, Alcide
- **Sophie Martel**, directrice, Benjamins Média
- **Olivier Tourtois**, dirigeant, H&O Éditions
- **Pascale Dondey**, gérante, La Mirandole
- **Laurence Auger, Jean-Luc Ferrante**, cogérants, La Plage
- **Marion Mazauric**, directrice, Au diable vauvert
- **Christophe Bara**, directeur, L'Entretemps
- **Dominique Toreilles**, gérant, Sauramps Médical
- **Benjamin Jugieau**, directeur, TDO
- **Marie-Ange Falquès-Avril**, directrice, Trabucaire

Le rendez-vous avec Colette Olive des éditions Verdier prévu début octobre 2009, a été annulé du fait des circonstances liées au décès de Gérard Bobillier, fondateur de la maison d'édition qu'il dirigea pendant 30 ans.

Cinq entretiens téléphoniques :

- **Hélène Boinard**, directrice, Cadex
- **René Turc**, gérant, Grandir
- **David Massabuau**, directeur, Fata Morgana
- **Daniel Delort**, directeur, Pour la Nouvelle
- **André Robert**, directeur, K'A

Le rendez-vous avec les éditions du Bonhomme Vert a été annulé en raison d'un problème de disponibilité de Cécile Raphanel, sa directrice.

Entretiens avec des responsables institutionnels du Conseil régional du Languedoc-Roussillon et de la DRAC du Languedoc-Roussillon

Rencontre sur place avec les responsables institutionnels de la politique du livre et de la lecture en Languedoc-Roussillon :

Un entretien commun au Conseil régional avec :

- **Christine Vergnes**, directrice adjointe de la culture et du patrimoine au Conseil régional du Languedoc-Roussillon,
- **Jérémy Guillaume**, chargé de l'économie du livre au sein du Service de création, diffusion et innovation artistique du Conseil régional du Languedoc-Roussillon,
- **Eliane Lloret**, chargée de la vie littéraire et des auteurs au sein du Service de création, diffusion et innovation artistique du Conseil régional du Languedoc-Roussillon.

Un entretien à la Direction régionale des affaires culturelles, ministère de la Culture et de la Communication avec :

- **Odile Nublât**, conseillère pour le livre et la lecture, Direction régionale des affaires culturelles du Languedoc-Roussillon.

Un entretien téléphonique avec la direction du développement des entreprises de la Région Languedoc-Roussillon :

- **Josick Paoli**, directrice, direction du développement des entreprises, Conseil régional du Languedoc-Roussillon.

7 entretiens avec d'autres types d'acteurs du livre en région et hors région :

Libraires et diffuseur-distributeur

- Rencontre sur place avec **Jean-Marie Sevestre**, directeur des librairies Sauramps,
- Rencontre sur place avec **Alain Panaget**, directeur commercial des librairies Sauramps,
- Entretien téléphonique avec **Julien Dubost**, cofondateur avec Sophie Dulin de la librairie L'Échappée belle à Sète,
- Entretien téléphonique avec **Benoît Vaillant**, directeur de Pollen Diffusion et de Littéral Distribution.

Bibliothécaires

Des entretiens téléphoniques ont été également réalisés avec des bibliothécaires, suggérés par la DRAC, à notre demande :

- **Franck Caputo**, directeur de la bibliothèque départementale de prêt du Gard,
- **Evelyne Didier**, directrice de la Médiathèque Agglo-Méditerranée André Malraux de Béziers,
- **Mélanie Villenet-Hamel**, directrice de la Direction départementale du livre et de la lecture, Conseil général de l'Hérault.

2. Exploitation des données

L'ensemble des données quantitatives et qualitatives recueillies ont été exploitées de manière transversale et recoupées afin d'avoir une photographie précise et objective du paysage éditorial en Languedoc-Roussillon.

Une extraction des tris à plat de l'ensemble des réponses au questionnaire est disponible *en annexe 4*.

La présentation de ce secteur va être détaillée dans les pages suivantes, suivie par une typologie des acteurs, de leurs manques et leurs difficultés, de leurs besoins et attentes.

Après un état des lieux des aides et soutiens existants, nous présenterons les préconisations proposées dans le cadre d'une politique d'accompagnement et de soutien du livre spécifique à la région Languedoc-Roussillon.

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

Cette première partie de l'étude s'attache à décrire les structures éditrices installées en région Languedoc-Roussillon, sur la base de 49 questionnaires retournés et remplis à plus de 80%.

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

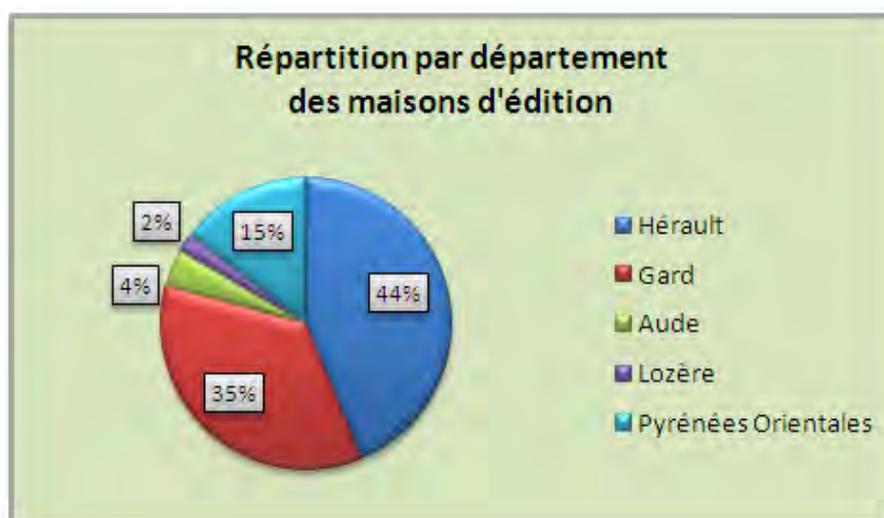
Répartition géographique des 67 maisons d'édition répertoriées en Languedoc-Roussillon à qui le questionnaire a été adressé en avril 2009.



A. Description de l'échantillon

1. L'implantation géographique des maisons d'édition

L'implantation des maisons correspond à la présence de pôles urbains : Alès, Sète, Béziers, Perpignan, Carcassonne, mais surtout Nîmes et Montpellier. On notera, néanmoins, la surreprésentation des éditeurs dans le Gard, par rapport à l'Aude. En effet, la population du Gard représente (données Insee au 01/01/06) 27% de la population de la région alors que celle de l'Aude n'en représente que 13% ; or le nombre de maisons d'édition implantées dans le Gard représente 35% du total de la région Languedoc-Roussillon alors que ce nombre n'est que de 4% dans l'Aude.



2. La création des maisons d'édition et leur pérennité

Les maisons d'édition de Languedoc-Roussillon sont plutôt récentes : 78% des maisons d'édition du corpus existent depuis 1990, c'est-à-dire depuis moins de 20 ans (et 44% depuis moins de 10 ans).

Les dates de création se répartissent de la façon suivante :



L'étude Arald (Agence Rhône-Alpes pour la documentation) 2000-2002 sur l'édition en région Rhône-Alpes mettait déjà en évidence ce « dynamisme démographique », lié à la décentralisation de l'édition amorcée à la fin des années 70. Ainsi, en 2000, la moitié des maisons en Rhône-Alpes avait été créée dans

les dix dernières années, soit après 1990. Néanmoins, on peut supposer que cette région, dans l'hypothèse d'un taux plutôt élevé de survie de 85% (étude Arald de 1992) compte désormais davantage de maisons « anciennes » (plus de 20 ans) que le Languedoc-Roussillon. Cette caractéristique « démographique » est partagée avec une région voisine : en Midi-Pyrénées, selon l'état des lieux réalisé en 2003 par le cabinet Argos Culture et l'INSEE Midi-Pyrénées, 80% des maisons avaient moins de 20 ans ; à rapprocher également d'un autre territoire limitrophe, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur où, en 2003, 58% des maisons d'édition avaient été créées depuis 1992 seulement (chiffres issus de l'étude menée par l'Agence régionale du livre de PACA). Cette relative « jeunesse » des maisons d'édition peut impliquer plus de fragilité quant à la durée d'existence : en effet une étude menée au plan national fait ressortir pour les maisons créées entre 1988 et 2005, un taux de disparition de 49%, avec pour 60% des maisons disparues, celles publiant moins de 10 titres par an (*Source : Les nouveaux éditeurs – Département des études de la prospective et des statistiques, Ministère de la culture, 2007*). Depuis le début de cette étude, dans le secteur jeunesse notamment, certaines maisons d'édition ont, hélas, cessé leur activité (Le Navire en pleine ville) quand d'autres apparaissaient (Karibencyla) au cours de l'été 2009.

Mais on peut noter que la taille et la solidité économique ne sont pas toujours corrélées au nombre d'années d'existence comme le démontrent, par exemple, les éditions Thierry Souccar grâce notamment, à une niche bien exploitée.

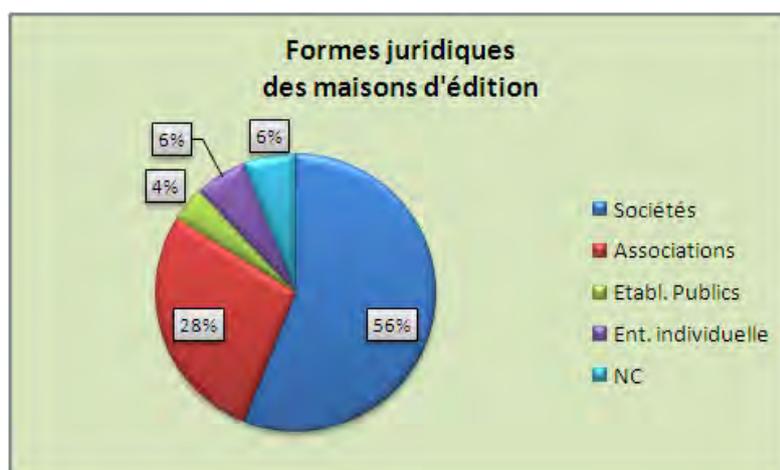
3. La répartition des maisons d'édition par forme juridique

Plus d'un quart (28%) des maisons d'édition de l'échantillon est constitué d'associations et donc de structures à but non lucratif, à comparer aux 21% en Rhône-Alpes en 2002, 35 % en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en 2003, sur 172 structures éditrices et 52% en Midi-Pyrénées, en 2002, pour un total de 85 maisons d'édition répertoriées.

L'importance, moindre que dans les régions voisines cependant, du modèle associatif reflète la prédominance de l'ambition culturelle et éditoriale sur le développement économique et commercial chez beaucoup d'acteurs de ce secteur.

Cette démarche a 2 conséquences :

- Beaucoup de projets d'édition voient le jour sur l'impulsion d'éditeurs passionnés et perdurent, malgré l'absence structurelle des moyens nécessaires, qui apparaîtrait comme rédhibitoire dans beaucoup de secteurs « plus marchands ».
- Peu de structures d'édition se développent, suffisamment, pour constituer de véritables entités économiques viables et créatrices d'emplois à moyen terme.



Néanmoins, on notera que 62% du corpus est constitué de sociétés commerciales (SARL, EURL) et d'entreprises individuelles. On verra d'ailleurs ensuite que ce sont justement les entreprises commerciales qui génèrent le plus de chiffre d'affaires.

B. Poids économique des maisons d'édition en Languedoc-Roussillon

1. Chiffres d'affaires

Précisons qu'il s'agit bien entendu du chiffre d'affaires net éditeur.

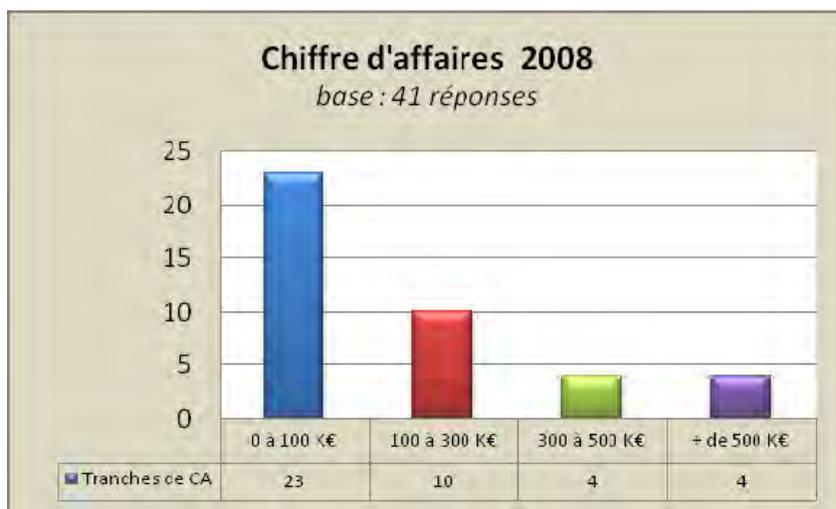
Parmi les 49 questionnaires recueillis, 41 sont exploitables concernant les données de chiffres d'affaires, soit 82%.

Les maisons d'édition n'ayant pas répondu et pour lesquelles nous n'avons pas pu trouver d'informations publiques (Infogreffe), sont, pour l'une d'entre elles une SARL (Six pieds sous terre), pour quatre d'entre elles des associations, pour deux des organismes publics et, les deux restantes ne sont pas identifiées juridiquement.

Les 41 ayant répondu, ou pour lesquelles nous avons trouvé l'information, 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 (Sauramps Medical, Thierry Souccar Éditions, La Plage), mais aussi à celle 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 Éditions 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. Ceci peut paraître faible en comparaison des 8 éditeurs sur 85 ayant un CA supérieur à 900 K€ en Midi-Pyrénées en 2002, et des 14 éditeurs sur 75 ayant un CA supérieur à 760 K€ en Rhône-Alpes en 2000. En revanche, cette situation se rapproche de la région Aquitaine, où 5 éditeurs sur 130 ne dépassaient pas 770 K€, selon l'étude réalisée par l'Asfored en 2006.

Maisons d'édition ayant un chiffre d'affaires supérieur à 500 K€ en 2008

Nom de la maison d'édition	Date de création	Nombre d'années d'exercice	Statut juridique	Titres disponibles en 2008	Titres publiés en 2008	CA 2008
Sauramps médical	1985	24	SARL	500	63	1 442 508 €
Editions la Plage	1993	16	SARL	90	13	1 400 000 €
Romain Pages	1989	20	SARL	150	25	1 070 000€
Au diable vauvert	2000	9	SARL	170	25	922 000€

23 structures ne dépassent pas 100 K€ de chiffre d'affaires, dont 11 qui ne dépassent pas 50 K€.

Le chiffre d'affaires moyen représente 225 K€.

Le chiffre d'affaires médian ne représente que 85 k€.

En Rhône-Alpes, le chiffre d'affaires médian est proche de 150 k€, en notant que l'éditeur Glénat représente 60% de l'édition locale avec 75 millions d'euros de CA en 2008 (cf. classement des 200 premiers éditeurs français de *Livres Hebdo* où l'éditeur se place au 16^e rang).

Selon l'étude menée en 2003 en Midi-Pyrénées, les éditions Milan, qui réalisaient en 2003 un CA de 10,088 millions d'euros, arrivaient en tête. La maison réalisait 19,6 millions d'euros en 2007 et appartient, depuis 2008, au groupe Bayard.

En région Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'éditeur Actes Sud représente 65 millions d'euros en 2008. Rappelons également que selon l'étude réalisée en 2003, 7 éditeurs de Provence-Alpes-Côte d'Azur –contre 3 en Languedoc-Roussillon en 2008– figuraient parmi les 200 premiers éditeurs français, totalisant alors un CA de 46,6 millions d'euros.

En Languedoc-Roussillon, on constate que les 4 premiers éditeurs, en termes de chiffre d'affaires, totalisent 4,83 millions d'euros, soit 52,5% du chiffre d'affaires réalisé par les 41 structures, ayant répondu à la question de leur chiffre d'affaires en 2008.

Croisé avec les structures juridiques, le CA se répartit comme suit :

- 86% du CA sont réalisés par les sociétés commerciales (SARL, EURL) et entreprises individuelles, qui ne représentent que 62% des structures.
- 13% du CA sont réalisés par les associations, qui représentent 28 % des structures.
- 1% est réalisé par les établissements publics, qui représentent 4% du nombre de structures de l'échantillon.

Ce faible niveau de CA, pour une part importante des maisons d'édition, sera un point déterminant pour l'appréhension des forces et des faiblesses de l'édition en Languedoc-Roussillon. Rappelons néanmoins que, selon le classement 2008 publié par *Livres Hebdo* le 23 octobre 2009, seuls 163 éditeurs, sur les quelques 3000 structures éditrices répertoriées en France, ont un chiffre d'affaires supérieur à 1 million d'euros en 2008. Selon l'enquête annuelle de branche du SNE, 60 maisons, qui réalisent un chiffre d'affaires de plus de 10 millions d'euros en 2008 (soit 22% de l'échantillon), représenteraient 88% du CA de l'édition et 77% des effectifs de la profession en France.

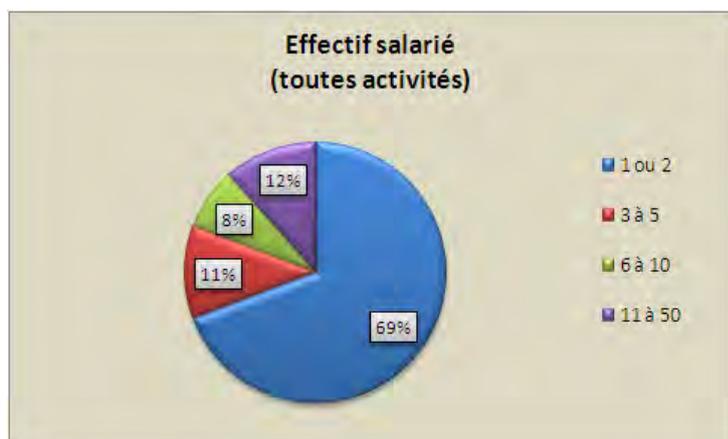
2. Effectifs / Emplois / Actions de formation

Le nombre de salariés travaillant dans les maisons d'édition de l'échantillon s'élève à 117 (à comparer, en région PACA en 2003, aux 530 personnes recensées dans 172 maisons d'édition, dont 22 comptent plus de 5 personnes, ou encore aux 290 répertoriées dans 85 maisons en Rhône-Alpes en 2002).

Ce total intègre les emplois liés à l'éventuelle activité hors édition. Parmi les 41 maisons d'éditions qui ont répondu à la question : « Combien de personnes collaborent à l'activité de la maison d'édition ? », 46% déclarent que seules 1 ou 2 personnes collaborent à l'activité d'édition.



Concernant le nombre moyen de salariés, il est assez faible : 2,72 pour l'activité édition et 6,11 pour l'activité totale (dans le cas des entreprises ayant plusieurs activités).



69 % des maisons d'édition (toutes activités confondues) emploient 1 ou 2 salariés. En comparaison, les maisons d'édition employant de 0 à 2 salariés représentaient 60% de l'échantillon de l'étude menée en Rhône-Alpes en 2002. Selon une étude Insee d'octobre 2003 sur l'économie du livre en Midi-Pyrénées, « *la moitié des maisons d'édition n'emploient aucun salarié et les trois quarts d'entre elles ont moins de 3 salariés dans la région comme en France métropolitaine* ». L'enquête Insee de 2006, sur les entreprises des industries culturelles, montre, effectivement, que 80% des maisons d'édition ont moins de 3 salariés (64% aucun et seulement 4%, qui représentent 72% de l'effectif et 82% du CA de l'édition de livres en France, 20 salariés ou plus). Enfin, les données Eurostat, publiées en 2007 par le Ministère de la culture, indiquent que, suivant les pays européens, 85 à 95% des entreprises de ce secteur d'activité culturelle emploient moins de 10 personnes et représentent 5 à 10% du chiffre d'affaires de l'édition.

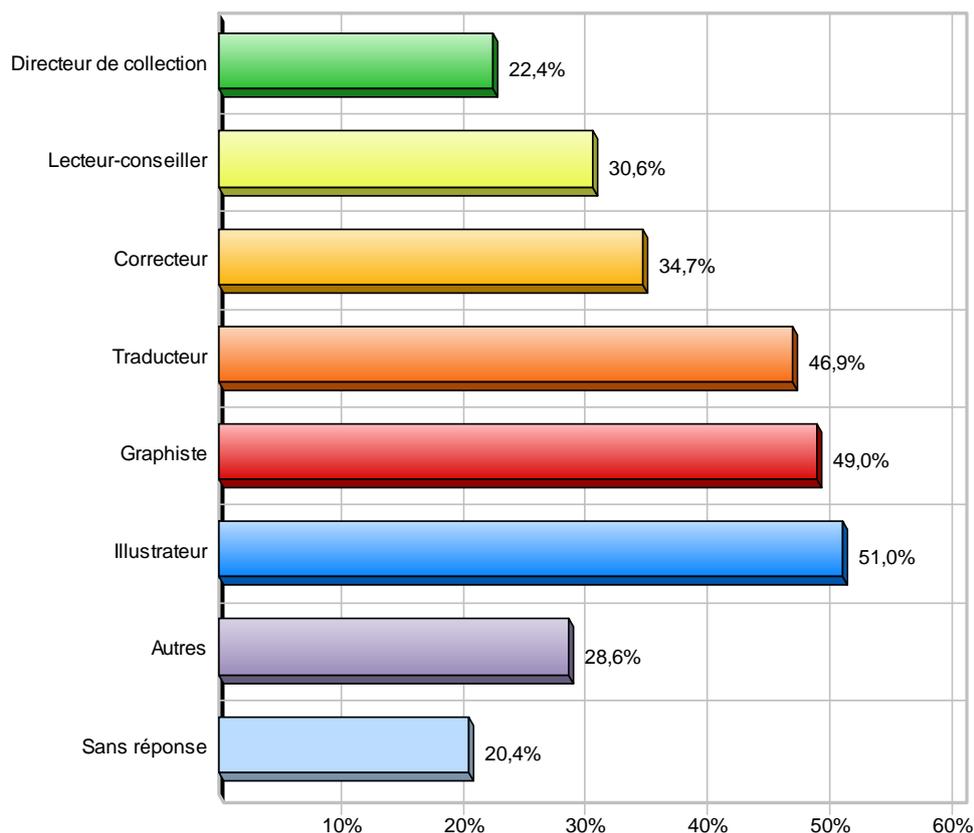
Lors des entretiens que nous avons menés, la plupart des éditeurs ont soulevé le problème du sous-effectif et leur incapacité financière à embaucher une personne supplémentaire.

Cette insuffisance de structure est à relier, dans beaucoup de cas, au manque de résultats financiers.

Dans son article mis en ligne en février 2004, « *Perspectives pour l'édition en région. Le cas de Rhône-Alpes* », Dominique Cartellier souligne des modes de fonctionnement à caractère artisanal, où « le responsable, souvent seul salarié, coordonne l'ensemble des tâches et assure en grande partie lui-même celles qu'il ne sous-traite pas ».

Le dirigeant est rémunéré par la structure dans 21 maisons d'édition, sur les 49 qui composent le corpus étudié. Le nombre d'emplois directs reste donc assez faible, du fait de la forte externalisation de beaucoup de tâches : outre les graphistes et illustrateurs, pour les couvertures notamment, les éditeurs font appel à des collaborateurs extérieurs ou des entreprises sous-traitantes pour la traduction, la correction, la maquette et la mise en page, ainsi que la direction de collection.

72- Dans la liste suivante, cochez les fonctions pour lesquelles vous faites appel à des collaborateurs extérieurs



Dans la catégorie « Autres », nous avons :

- photographes (Thierry Souccar, Parc national des Cévennes),
- droits étrangers (Romain Pages Éditions),
- photocompo-mise en page (Sauramps médical).

Certaines maisons d'édition utilisent les compétences de collaborateurs bénévoles (conjoint du dirigeant, auteurs).

Le faible nombre d'emplois salariés, stables et pérennes, entraîne pour conséquences majeures :

- le manque de ressources pour effectuer des tâches importantes,
- un nombre important d'emplois polyvalents,
- la difficulté à dégager du temps :
 - pour le cœur d'activité, à savoir préparer des projets éditoriaux plus rapidement, et, donc, à constituer une offre plus solide, indispensable au développement et à la visibilité dans le réseau et chez les acteurs principaux,
 - pour les fonctions dont certains éditeurs ne se sentent pas spontanément proches, mais qui sont essentielles pour la survie d'une maison d'édition, comme la gestion et la commercialisation et, de manière générale, la prise de recul pour la mise en place d'une stratégie de développement,
 - pour l'élaboration de projets à moyen terme : introduction du numérique, cession de droits, acquisition de droits, coéditions...

Concernant le cursus des dirigeants et collaborateurs, on note que la formation initiale est plus liée à la fonction dans l'entreprise qu'au secteur de l'édition.

Deux tendances ressortent très nettement : la plupart des dirigeants (97,3%) et des collaborateurs (78,3%) n'ont pas de formation initiale aux métiers de l'édition. Par ailleurs, très peu de formations commerciales ou de gestion sont citées. Enfin, 17,4% 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.

Formation initiale et expérience(s) professionnelle(s) du (des) dirigeant(s)

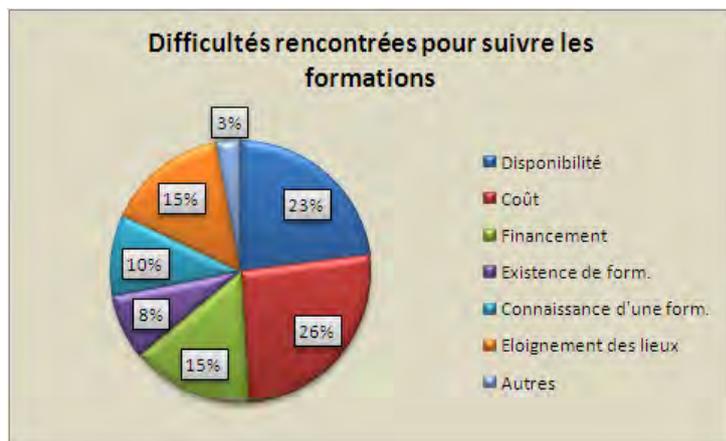
Formation initiale		
Formation initiale hors édition	36	97,30%
Formation initiale édition	1	2,70%
Nombre de réponses	37	100,00%
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	
Niveau d'études		
Bac + 2 min	30	75,00%
Non répondants	10	25,00%
Nombre de réponses	40	100,00%
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	
Expérience professionnelle dans le secteur de l'édition		
Sans expérience	19	82,60%
Avec expérience	4	17,40%
Nombre de réponses	23	100,00%
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	

Formations des autres personnes travaillant dans la maison d'édition

Formation initiale		
Formation initiale hors édition	18	78,30%
Formation initiale édition	5	21,70%
Nombre de réponses	23	100,00%
Nombre de répondants	23	
Sans réponse	26	
Niveau d'études		
Bac + 2 min	23	100,00%
Nombre de réponses	23	100,00%
Nombre de répondants	23	
Sans réponse	26	
Expérience professionnelle dans le secteur de l'édition		
Sans expérience	7	100,00%
Avec expérience	0	0,00%
Nombre de réponses	7	100,00%
Nombre de répondants	7	
Sans réponse	42	

En ce qui concerne la formation continue, on notera qu'au cours des 5 dernières années, 24 maisons d'édition ont mené des actions de formation pour leurs salariés, soit environ 50%.

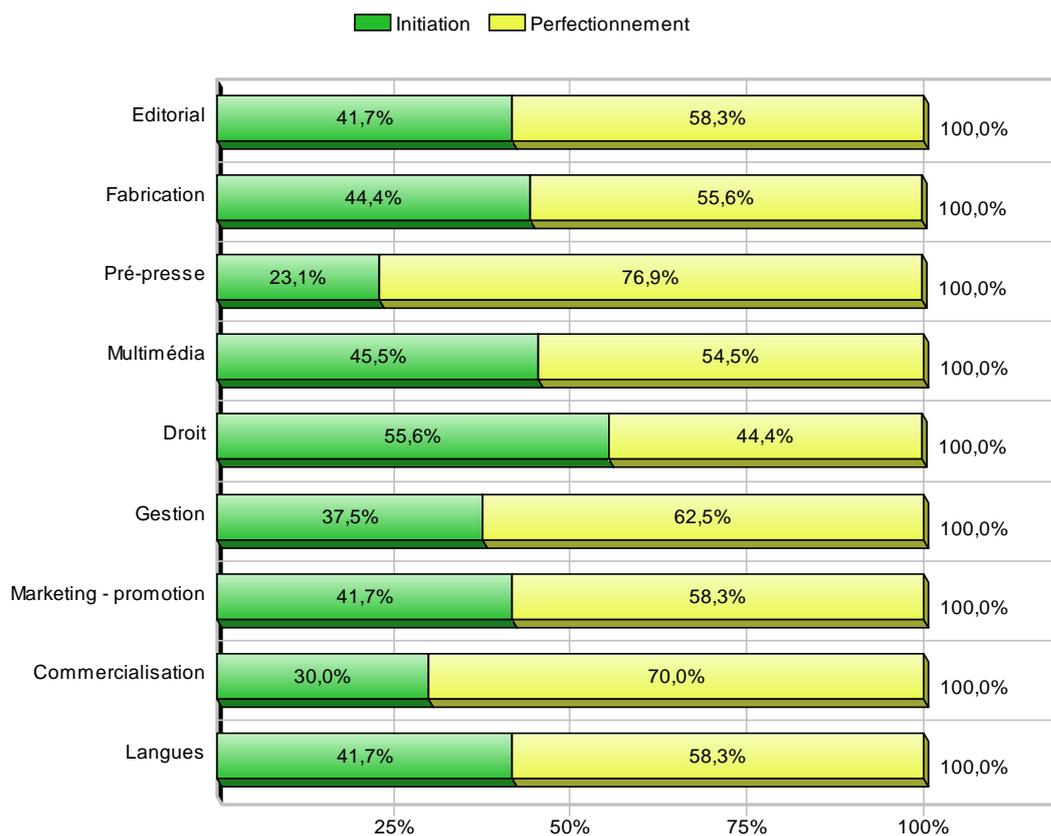
Quand aucune formation n'est organisée, les raisons majeures invoquées sont le coût et l'indisponibilité, c'est-à-dire le manque de temps à dégager du fait notamment du « sous-effectif ».



Néanmoins, 61,2% des dirigeants ou créateurs de maisons d'édition envisagent des actions de formation pour eux et/ou leurs salariés.

Les principaux besoins exprimés concernent :

- **en initiation** : l'éditorial, le multimédia, le droit, le marketing-promotion, les langues et la fabrication,
- **en perfectionnement** : le prépresse, l'éditorial, le marketing-promotion, la commercialisation, les langues et la gestion.



3. Le nombre de publications

Le nombre de publications est un indicateur significatif de l'importance des maisons d'édition, ainsi que de leur créativité. A noter que, selon les chiffres-clés 2009 du ministère de la Culture, 75 maisons, produisant plus de 200 titres par an, représentent 89% du total des titres publiés en France, en 2007.



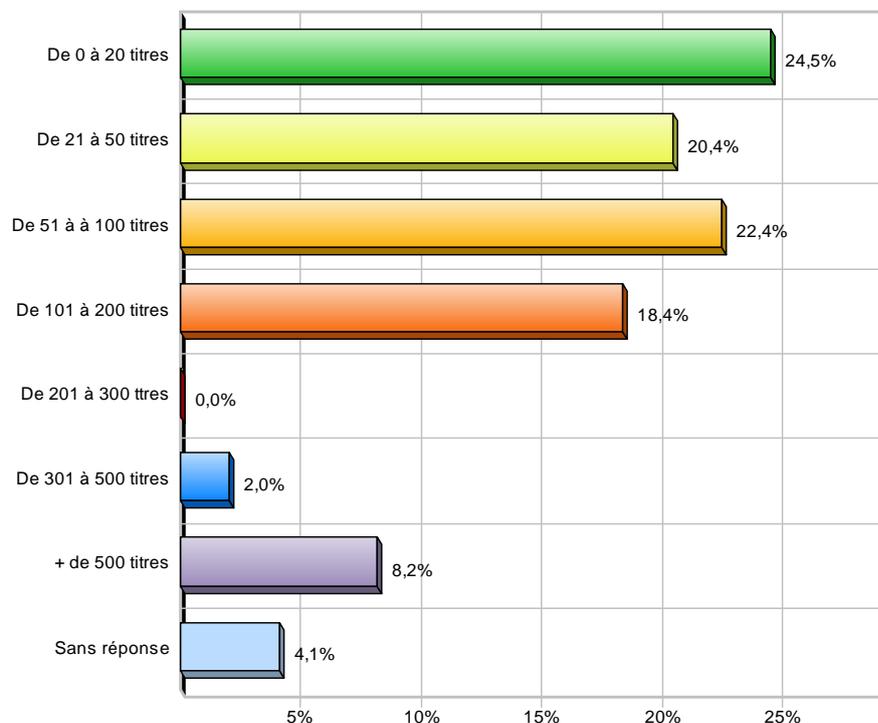
En Languedoc-Roussillon, sur la base du corpus étudié :

- 38% du total des éditeurs publient de 1 à 5 titres par an,
- 64% publient de 1 à 10 titres par an.

Le premier ratio est très comparable à celui de la région Rhône-Alpes (37% des maisons en 2000-2002 avec 1 à 5 parutions annuelles et 77% moins de 15 titres). En revanche, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur (étude 2003), ce sont plus de 60% des éditeurs qui publient seulement 5 titres ou moins par an (chiffre identique en Midi-Pyrénées en 2002) et 78% 10 titres ou moins (80% en Midi-Pyrénées).

Cette donnée est importante en termes de diffusion : pour parvenir à déléguer sa diffusion à un diffuseur professionnel, une production annuelle régulière et suffisante est souvent un préalable. Par ailleurs, parvenir à fidéliser des libraires est plus difficile avec un catalogue réduit. Ce sujet fera l'objet d'un développement particulier de l'étude.

3- Nombre de titres disponibles au catalogue en 2009 ?

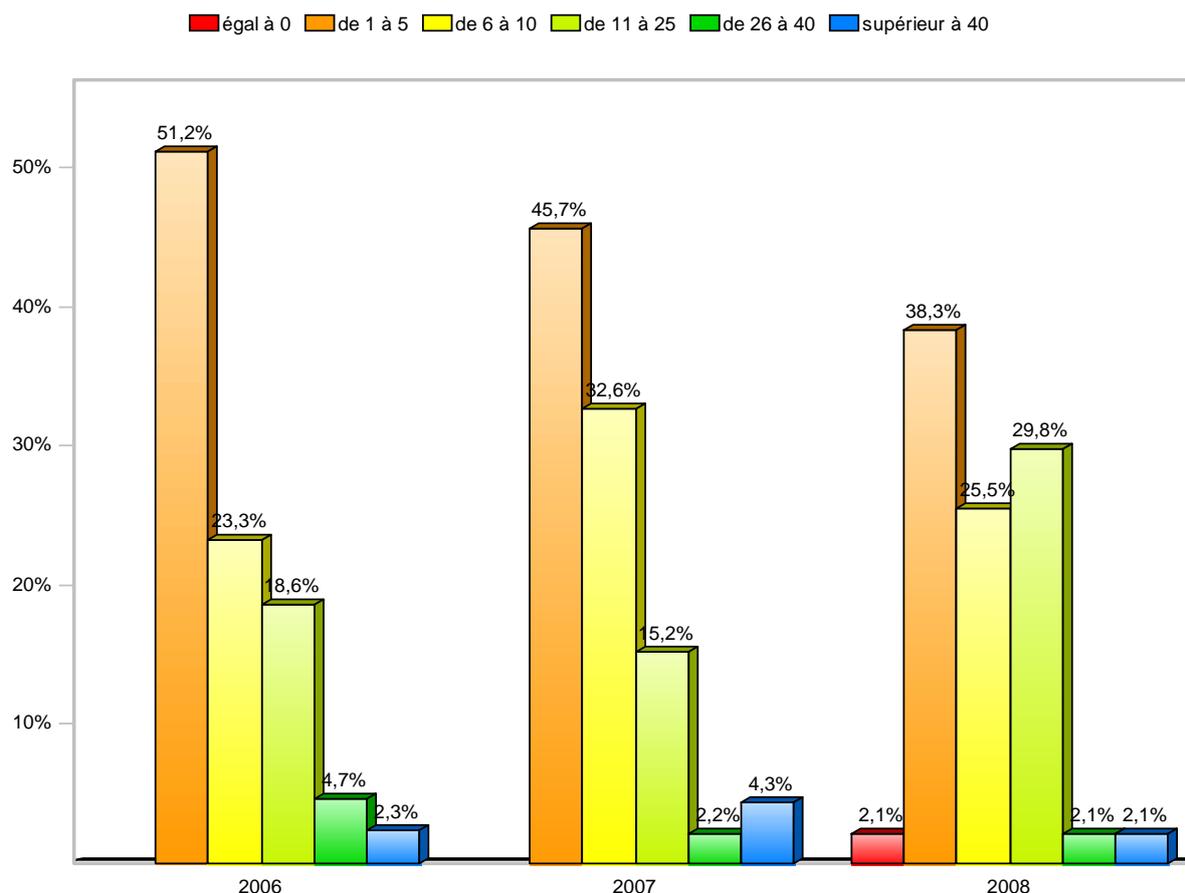


On notera, effectivement, que 45% des structures éditrices disposent actuellement d'un fonds de moins de 50 titres (à rapprocher des 44% de maisons d'édition créées après 2000 et qui n'ont évidemment pas encore eu le temps et les moyens, sauf exception, de publier assez de livres pour étoffer leur catalogue) et 67% moins de 100 titres.

Chiffres à comparer avec la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, qui répertorie plus de 62% d'éditeurs ayant moins de 50 titres disponibles et 80% moins de 100 (étude 2003). Notons également que 64% des éditeurs de Rhône-Alpes avaient moins de 50 titres à leur catalogue en 2002 (avec seulement 50% de maisons créées depuis moins de 20 ans) et 78% moins de 100 titres encore disponibles.

L'évolution des publications est la suivante :

5- Nombre de titres publiés en :

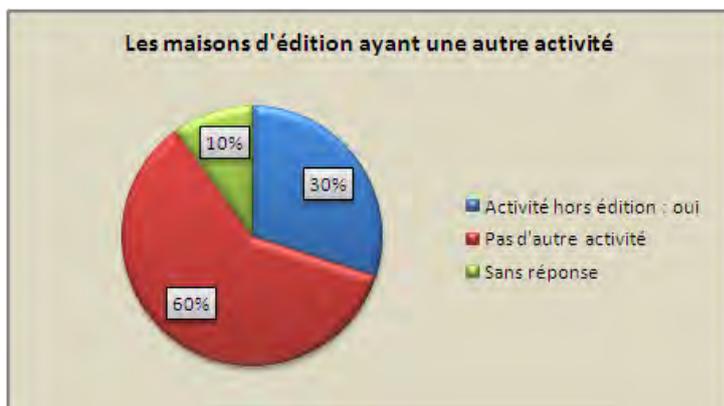


En 2006, les maisons d'édition de la région ont publié 410 nouveautés ; en 2007, 428 et en 2008, 501 titres, soit 1,3% de l'ensemble des titres nouveaux publiés à l'échelle nationale (38 354 nouveautés et nouvelles éditions en 2008 selon le SNE) – à comparer, par exemple, aux 1 157 titres sur 25 832 publiés en région Rhône-Alpes, soit 4,4% de la production nationale en 2000.

On peut ainsi observer que les éditeurs du Languedoc-Roussillon ont tendance à publier plus de titres que dans d'autres régions limitrophes et plutôt davantage au fil des années, ce qui est en l'occurrence bon signe, en dépit de la « surproduction » nationale souvent dénoncée, quant au dynamisme de ces structures régionales et à leur capacité à pouvoir accéder à une diffusion déléguée.

4. Autres activités

30% des maisons d'édition déclarent exercer une autre activité en complément de l'activité d'éditeur.



Ces activités sont très variées et sont parfois liées au domaine principal d'édition : diffusion, activités de studio graphique, animations, presse, conseil en rédaction, formation, expertise de milieux naturels, accompagnement de projets, résidences d'artistes, imprimerie, librairie.

5. Poids de l'activité édition dans l'ensemble de la structure

Le fort taux de non réponses, concernant le poids relatif, ne nous permet pas d'établir des chiffres très significatifs. Néanmoins on peut supposer qu'une partie des non réponses proviennent de sociétés d'édition dont le poids de l'activité édition est faible.

Il en ressort, que seulement un peu plus de 50% des maisons interrogées, réalisent plus de la moitié de leur CA avec l'activité édition.



C. Le financement des maisons d'édition

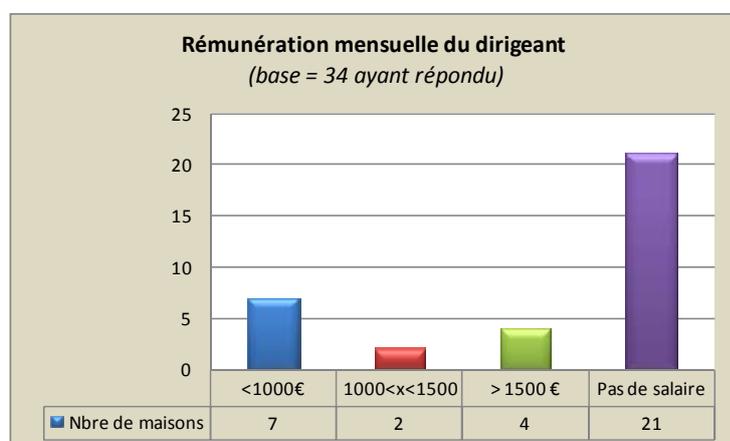
1. Résultats financiers

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 zéro.

Parmi les 11 ayant réalisé des bénéfices, on remarque que le dirigeant de 7 d'entre elles ne se verse pas de rémunération.

En effet, sur les 49 maisons d'édition, 21 déclarent rémunérer leur dirigeant, 22 déclarent ne pas le rémunérer et 6 ne se prononcent pas.

Certains dirigeants perçoivent des droits d'auteur, lorsqu'ils participent à la rédaction d'ouvrages.



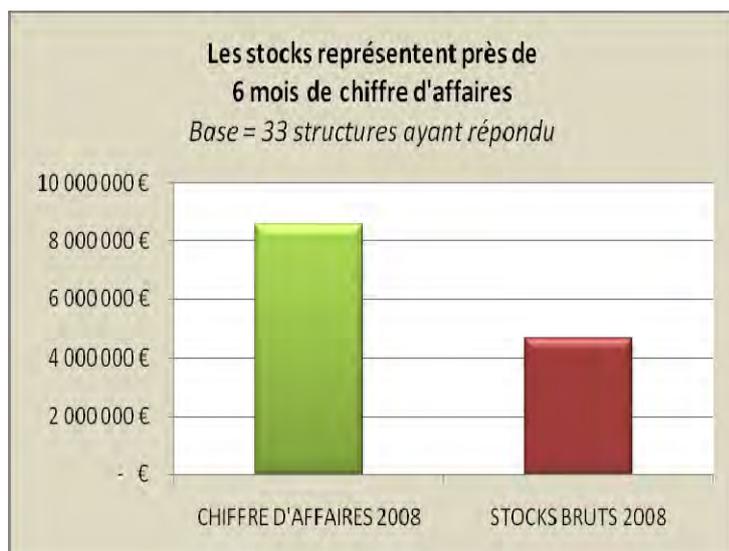
La moyenne des profits de ces 11 maisons d'éditions représente 22 k€. Seules 2 entreprises ont réalisé des profits de plus de 50 k€.

Sous réserve de la précision des données collectées, on constate, par ailleurs, que les résultats sont en baisse depuis 2006. Cette baisse est d'autant plus remarquable, qu'elle intervient dans une période où le chiffre d'affaires augmente.

Il en ressort une situation très fragile des entreprises d'édition, car la faiblesse des résultats conduit à une relative faiblesse des ressources financières internes.

2. Ressources financières

L'analyse des stocks des 33 structures ayant répondu exprime, par ailleurs, un fort besoin de trésorerie. Le montant total des stocks des 33 structures ayant répondu s'élève à 4,6 millions d'euros pour un chiffre d'affaires des mêmes maisons s'élevant à 8,5 millions d'euros, soit près d'une 1/2 année de CA détenu en stock :



Le montant total des capitaux propres pour ces 33 structures représente 2 102 k€, c'est-à-dire un montant de ressources financières propres 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 rentable.

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

On peut légitimement penser que les petites structures n'ont pas souscrit ou n'ont pas pu recourir à l'emprunt.

25 maisons d'édition déclarent disposer d'une autorisation de découvert, dont le montant varie de 1 500 € à 20 000 €.

D. Domaines éditoriaux

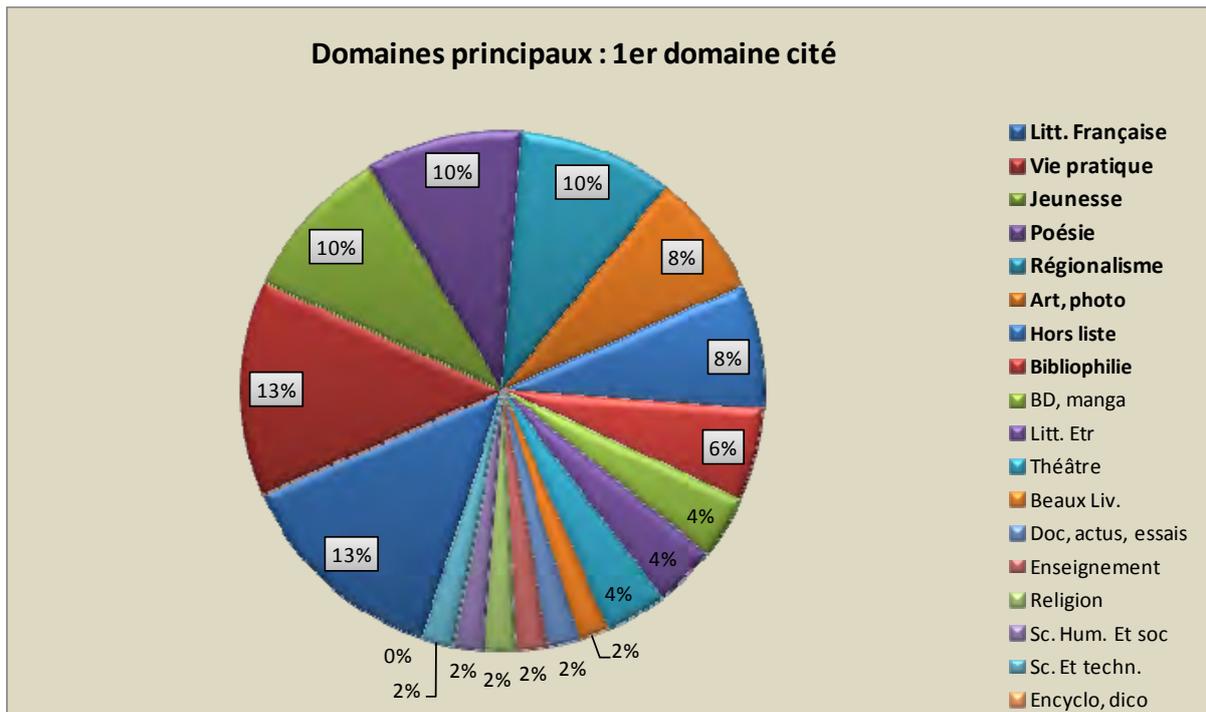
1. Les domaines principaux

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

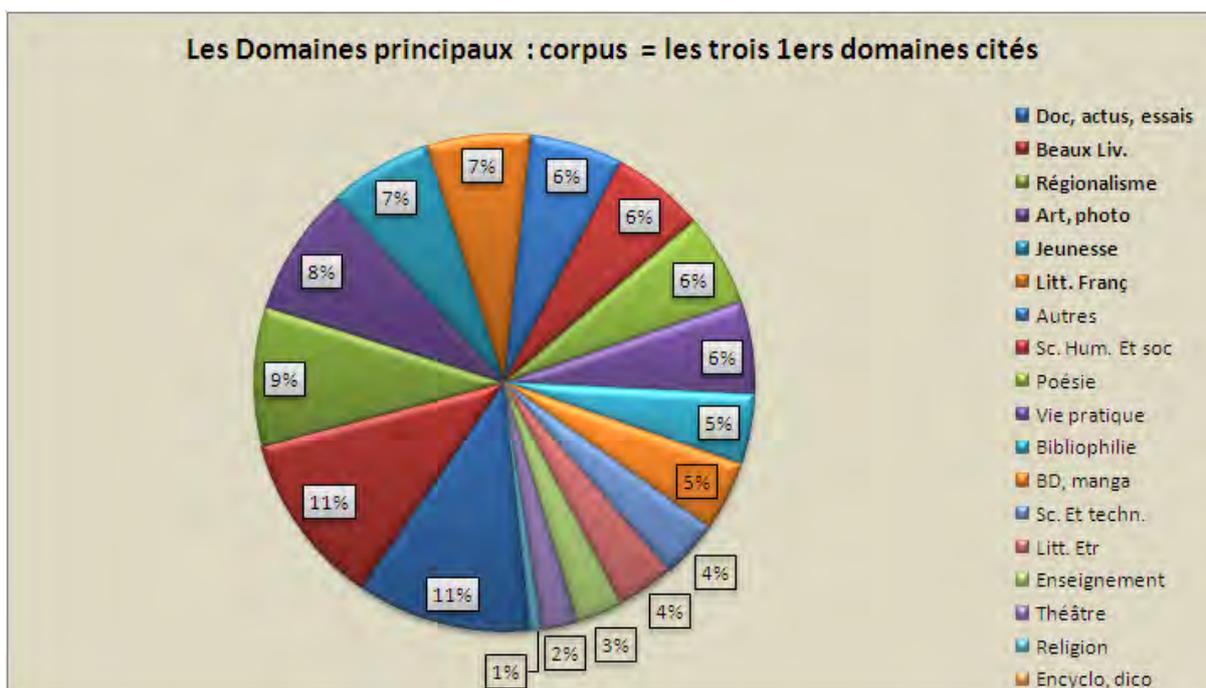
Cette question posée aux éditeurs consistait à leur demander de citer les 5 domaines principaux dans lesquels la maison d'édition publie, en les classant de 1 (le plus important) à 5. Sur les 49 maisons d'édition qui ont répondu, on constate un ratio moyen de 3,65 domaines éditoriaux cités par maison.

Dans l'étude sur « *Les nouveaux éditeurs* » déjà évoquée, on notait que le nombre de spécialités sur lesquelles s'engageaient les maisons tendait à se réduire (de 4 entre 1974 et 1988 à 2,8 en moyenne entre 1988 et 2005) ; soit l'indice de « politiques éditoriales moins généralistes et de la construction d'une identité plus précise », avec toutefois la même priorité donnée, d'une période à l'autre, à 3 domaines : sciences humaines, littérature et beaux-arts.

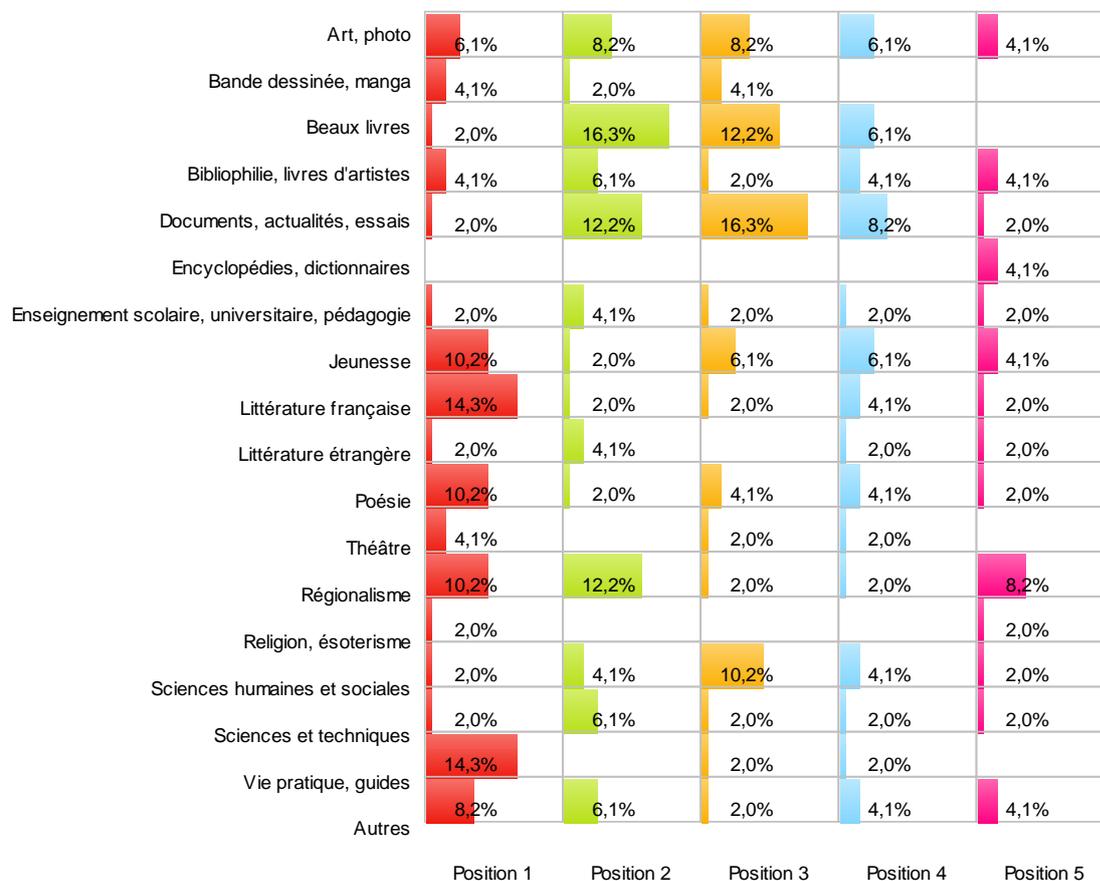
Le graphique suivant montre les domaines principaux des maisons d'édition du Languedoc-Roussillon, sur la base du premier domaine cité. Il ressort que la littérature française arrive en tête, à égalité avec celui de la vie pratique, ce qui est une spécificité du territoire. Les secteurs suivants sont au même rang : ceux de la jeunesse, du régionalisme et de manière plus atypique la poésie. Ce sont les livres plutôt « illustrés » (art-photo, bande dessinée, livres d'artistes ou encore beaux livres) qui apparaissent, enfin, en premier domaine cité.



En revanche, si l'on regroupe les 3 premiers choix (cf. graphique suivant), les documents et essais arrivent en tête avec les beaux livres. Le régionalisme vient, alors, en 3^e position des domaines les plus cités par les éditeurs du Languedoc-Roussillon. La littérature française n'arrive, alors, qu'en 6^e position.



1- Quels sont par ordre d'importance vos principaux domaines éditoriaux ? (5 domaines maximum)



Ainsi, on observe que ce sont 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.

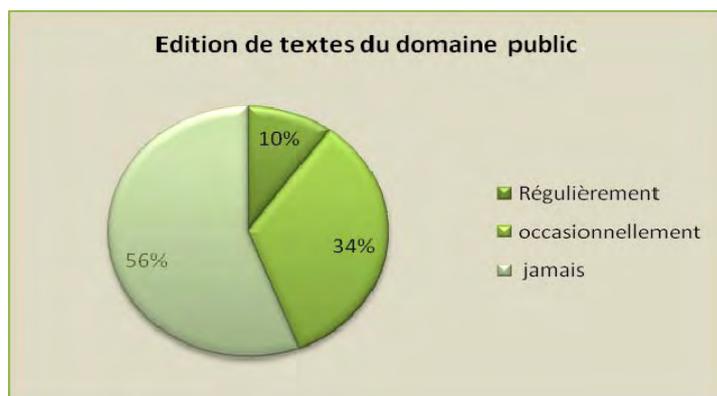
Les domaines qui apparaissent, ensuite, le plus souvent en deuxième position sont, par contre, les beaux livres et les documents-actualités-essais (plutôt complémentaires respectivement des deux domaines cités en premier) et, de nouveau, le régionalisme, qui est par essence « transversal » à l'ensemble des domaines. Selon les chiffres clés 2010, publiés par le ministère de la Culture, les « titres édités par genre » (nouveautés et réimpressions) en 2008 se répartissent un peu différemment : 24,6% littérature (y compris théâtre et poésie 1,5%), 16% jeunesse, 13,4% beaux livres et livres pratiques et 10,9% sciences humaines et sociales. A noter, après les livres scolaires et parascolaires à 12%, 3 catégories entre 5,4% et 5,9% des titres produits : sciences et techniques, médecine, gestion, documents-actualités-essais et bande dessinée. L'étude réalisée sur la production 2003 (nombre de titres publiés par domaine éditorial) en région PACA, indiquait le classement suivant : 32% littérature, 19% sciences humaines et sociales, 13% bande dessinée, 10% jeunesse, 10% beaux-arts et seulement 9% livres pratiques. En Rhône-Alpes, en 2002, 3 spécialités dominaient : littérature, régionalisme et sciences humaines et sociales.

Enfin, même s'il ne s'agit pas, en l'occurrence, de répartition du chiffre d'affaires, on peut également comparer ces résultats au poids respectif des secteurs éditoriaux en 2008 selon le SNE. Le classement est alors en partie similaire: 24,9% pour la littérature générale, 16,8% pour les beaux livres et livres pratiques, puis la jeunesse à 11,6%. A noter que le régionalisme n'apparaît pas en tant que tel dans les statistiques du SNE (sauf dans la sous-catégorie voyages/tourisme). En Languedoc-Roussillon, l'enseignement scolaire (11,8% au niveau national), sauf pour l'universitaire, n'est pas représenté, ce qui n'est pas le cas dans d'autres régions ; en revanche, le secteur documents-actualité-essais y est plus valorisé (8^{ème} position seulement en CA national).

Précisons, enfin, 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.

2. Textes du domaine public

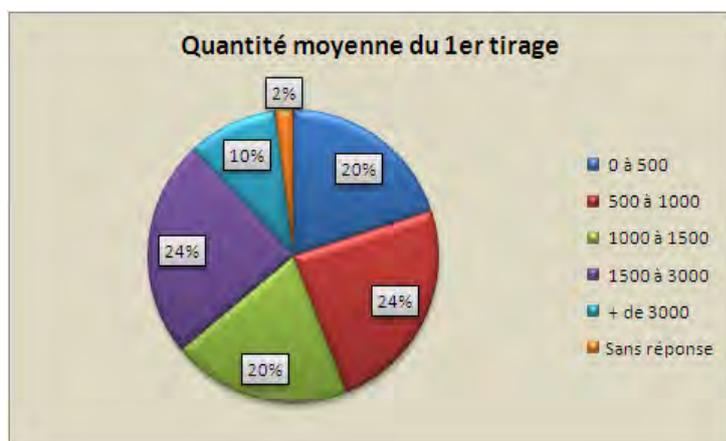
Les éditeurs du Languedoc-Roussillon participent à la création et ne concentrent pas leurs publications sur les rééditions : seulement 10% des maisons d'édition (contre 30% en Rhône-Alpes) utilisent régulièrement des textes du domaine public.



3. Tirages moyens

La moitié des maisons d'édition déclarent des tirages moyens initiaux inférieurs à 1000 exemplaires (à comparer aux 45% des éditeurs en région Rhône-Alpes en 2000).

Le tirage moyen, tout éditeur confondu, s'élève à 1 700 exemplaires à comparer au tirage moyen de l'édition française de l'ordre de 9000 exemplaires, selon les chiffres du SNE fin 2008, mais recouvrant une très grande diversité. 20% des maisons d'édition impriment moins de 500 exemplaires (13% en Rhône-Alpes).



Les maisons d'édition, qui impriment à plus de 3000 exemplaires, ne font pas forcément partie des maisons d'édition les plus importantes (en termes de chiffre d'affaires réalisé) de la région :

Romain Pages Éditions	6000 ex
Éditions Aldacom	5000 ex
Idées+ Passion BD	5000 ex
Éditions Écologistes de l'Euzière	4000 ex
Éditions La Plage	4000 ex

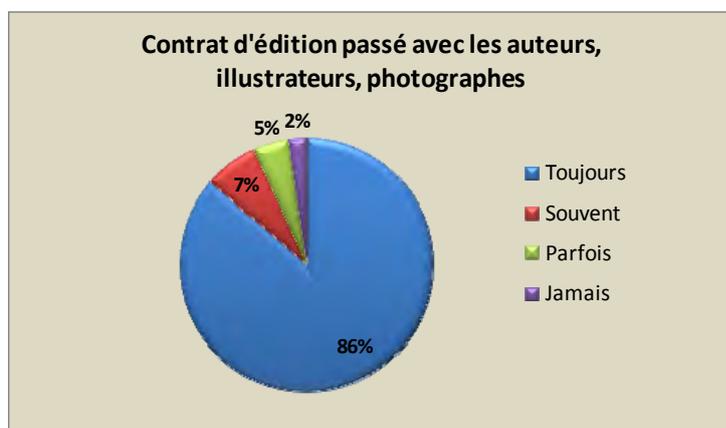
On notera que 45% des maisons d'édition font régulièrement des réimpressions et 49% occasionnellement.

E. Fonctionnement, professionnalisme

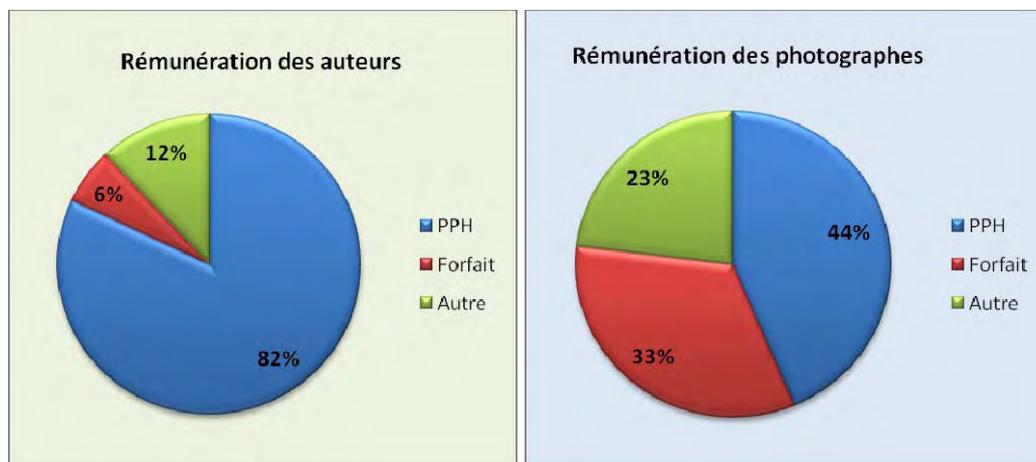
1. Relations avec les auteurs

L'existence de contrats d'auteur pour 86% des structures interrogées (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* (voir annexe).

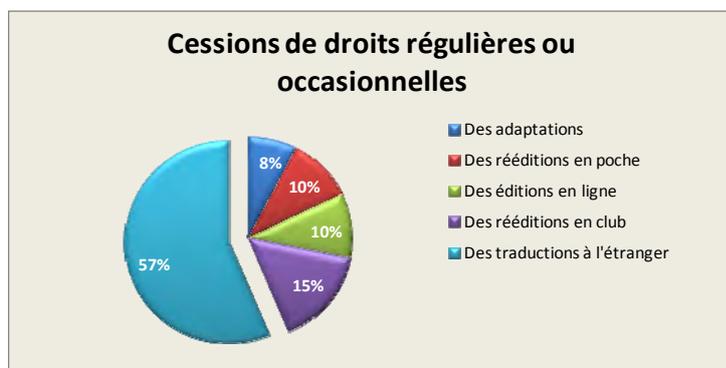


Le taux de rémunération des auteurs est en moyenne de 8%. Concernant les illustrateurs et photographes, il est de 5% du prix public hors taxes. Ces taux sont des moyennes en phase avec la profession.



2. Cession de droits

47% des éditeurs interrogés (23) déclarent vendre des droits concernant les livres édités. Pour les maisons d'édition cédant des droits de manière régulière ou occasionnelle, la répartition est la suivante :



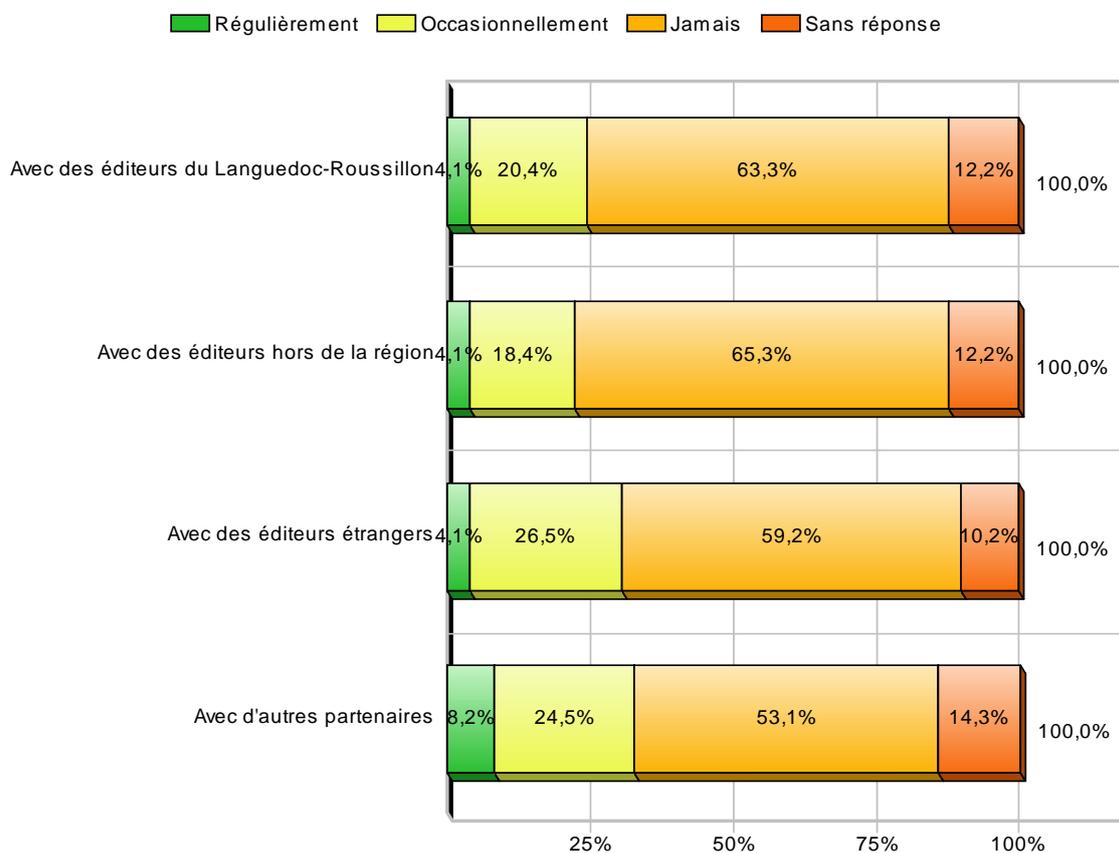
En Rhône-Alpes, 45% des éditeurs cèdent régulièrement ou occasionnellement des droits à l'étranger, mais ils ne sont plus que 13% pour les rééditions en poche et 4,5% seulement pour les ventes aux clubs. Pour le Languedoc-Roussillon également, il semble plus facile de vendre des droits à Francfort, par exemple, que de négocier avec France Loisirs ou Le Grand Livre du mois.

3. Achats de droits

47% des éditeurs interrogés (23) déclarent acheter régulièrement ou occasionnellement des droits (54% en Rhône-Alpes). Ces droits concernent principalement des titres de littérature étrangère, des sujets de spécialisation.

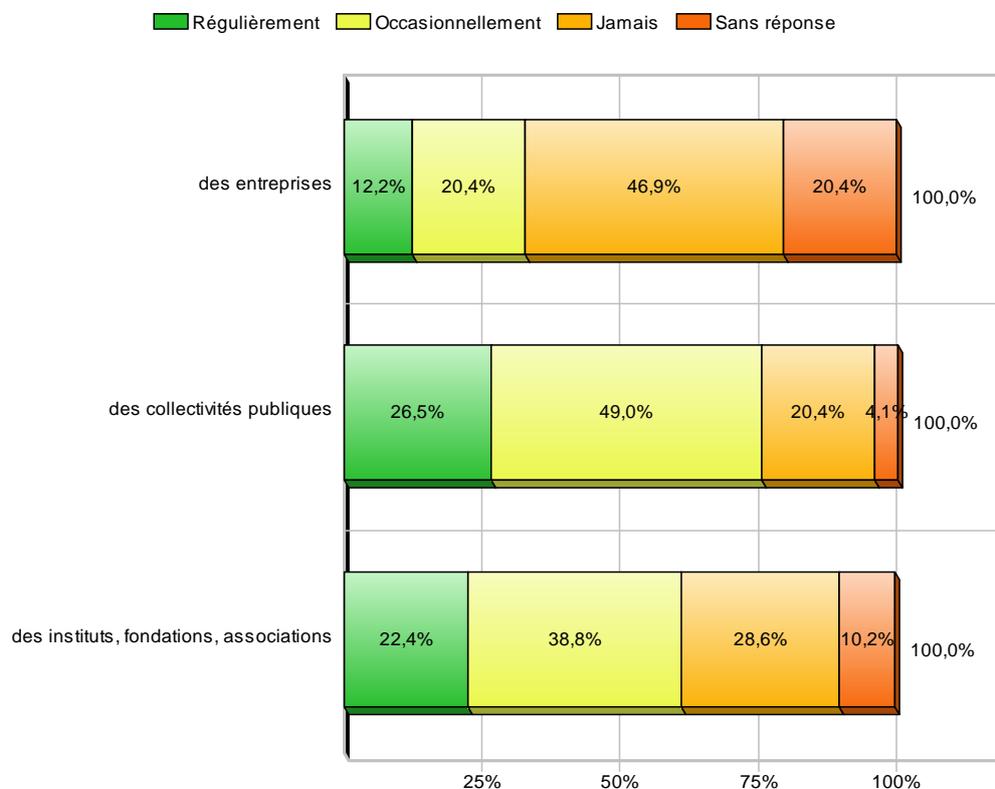
4. Coédition / Partenariats

9- Travaillez-vous en coédition ?



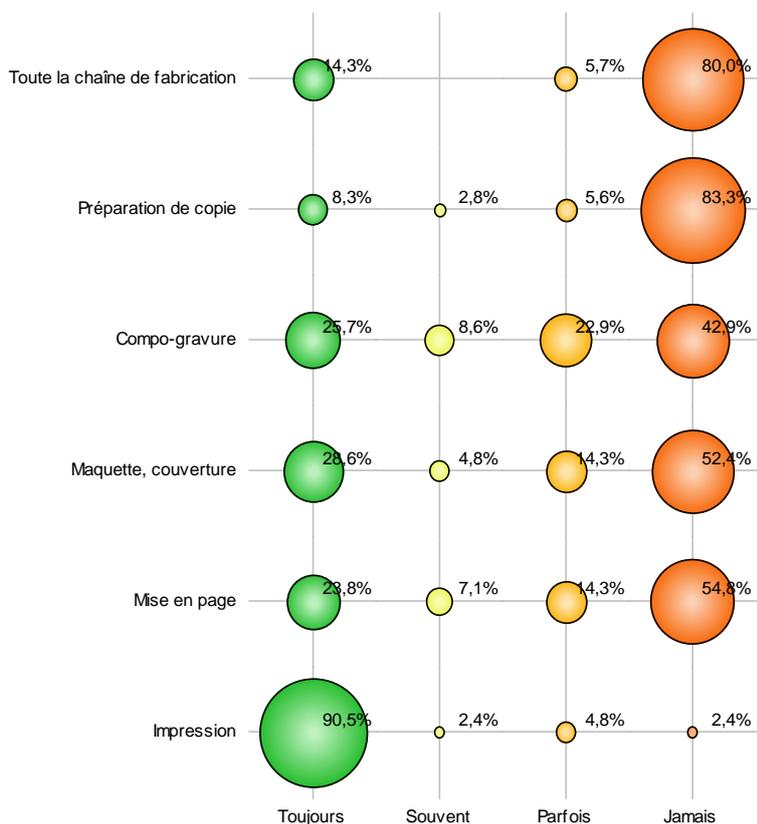
Les éditeurs du Languedoc-Roussillon développent très peu de partenariats avec d'autres éditeurs, notamment dans la région, mais davantage, comme le montre le graphique figurant à la page suivante, avec des collectivités publiques et, dans une moindre mesure, avec des associations ou institutions.

13- Avez-vous des partenariats avec :



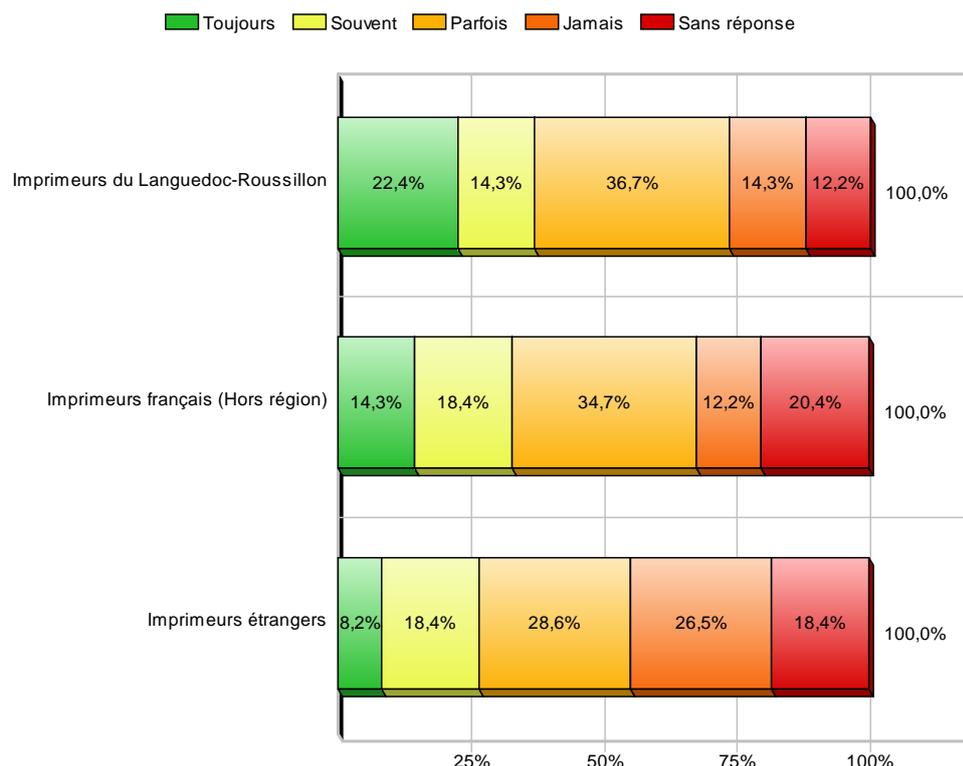
5. Chaîne de fabrication

22- Quelle partie de la chaîne de fabrication sous-traitez-vous ?



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 ». Restent évidemment la compo-gravure et, surtout, l'impression majoritairement assurées par des fournisseurs extérieurs, car relevant davantage de fonctions techniques plutôt qu'éditoriales pour une maison d'édition.

23- Travaillez-vous avec des imprimeurs ?



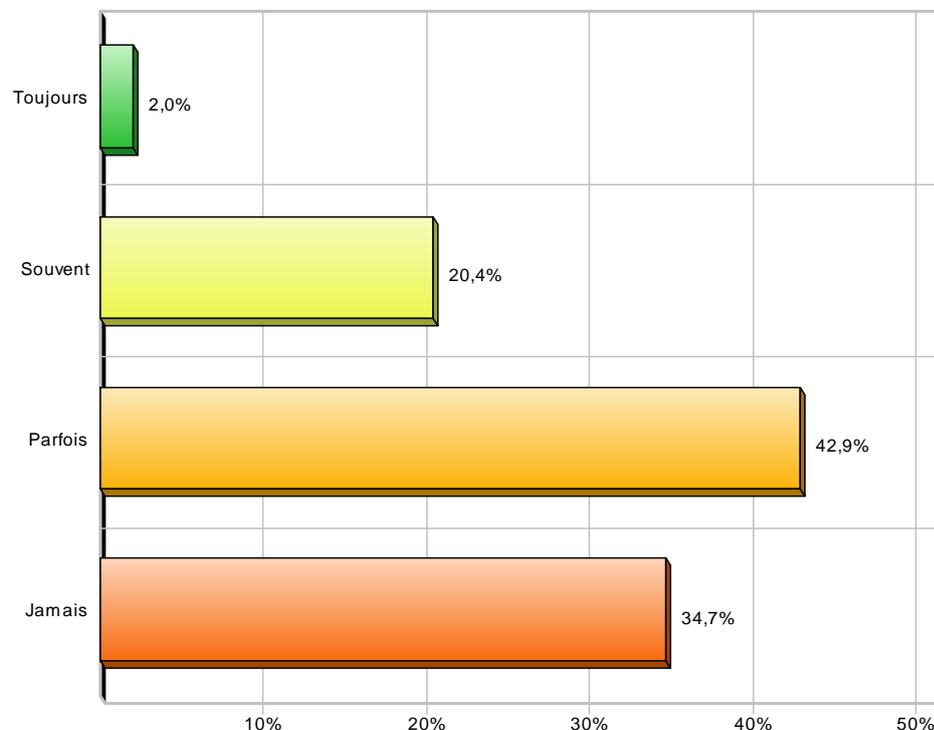
Si une minorité d'éditeurs impriment toujours leurs livres à l'étranger, les maisons d'édition du Languedoc-Roussillon diversifient leurs fournisseurs avec, cependant, une relative préférence donnée aux imprimeurs de la région. Lorsque les éditeurs travaillent avec des imprimeurs à l'étranger, 74,1 % travaillent avec l'Espagne.

S'il vous arrive de travailler avec des imprimeurs basés à l'étranger, pouvez-vous préciser le(s) pays ?

Espagne	20
Italie	7
Pays de l'Est	4
Belgique	3
Asie	2
Algérie	1
Allemagne	1
Andorre	1
Pays Bas	1
Nombre de réponses	40
Nombre de répondants	27

Impression numérique :

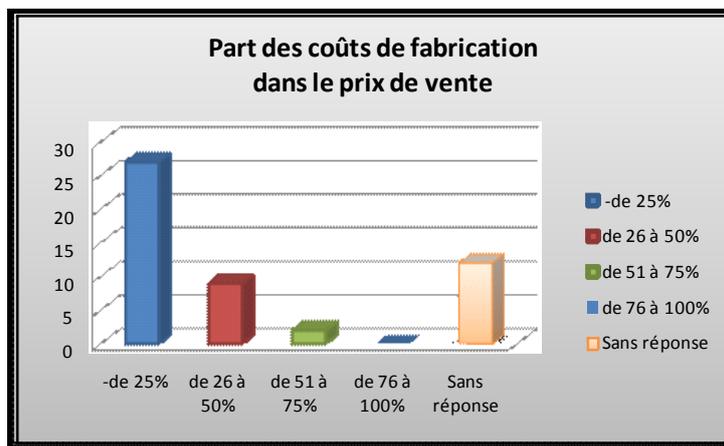
24- Avez-vous recours à l'impression numérique ?



Les tirages limités, rendus possibles grâce à l'impression numérique, permettent aux éditeurs de diminuer les coûts de fabrication, mais aussi les frais de stockage et, de façon générale, la prise de risque sur certains ouvrages dont le marché est restreint. On constate qu'un tiers des éditeurs n'y a jamais recours. Cela peut avoir pour raison l'inadéquation de ce type de procédé de fabrication par rapport au type de production éditoriale (beaux livres, par exemple), mais aussi la méconnaissance de cette technique d'impression.

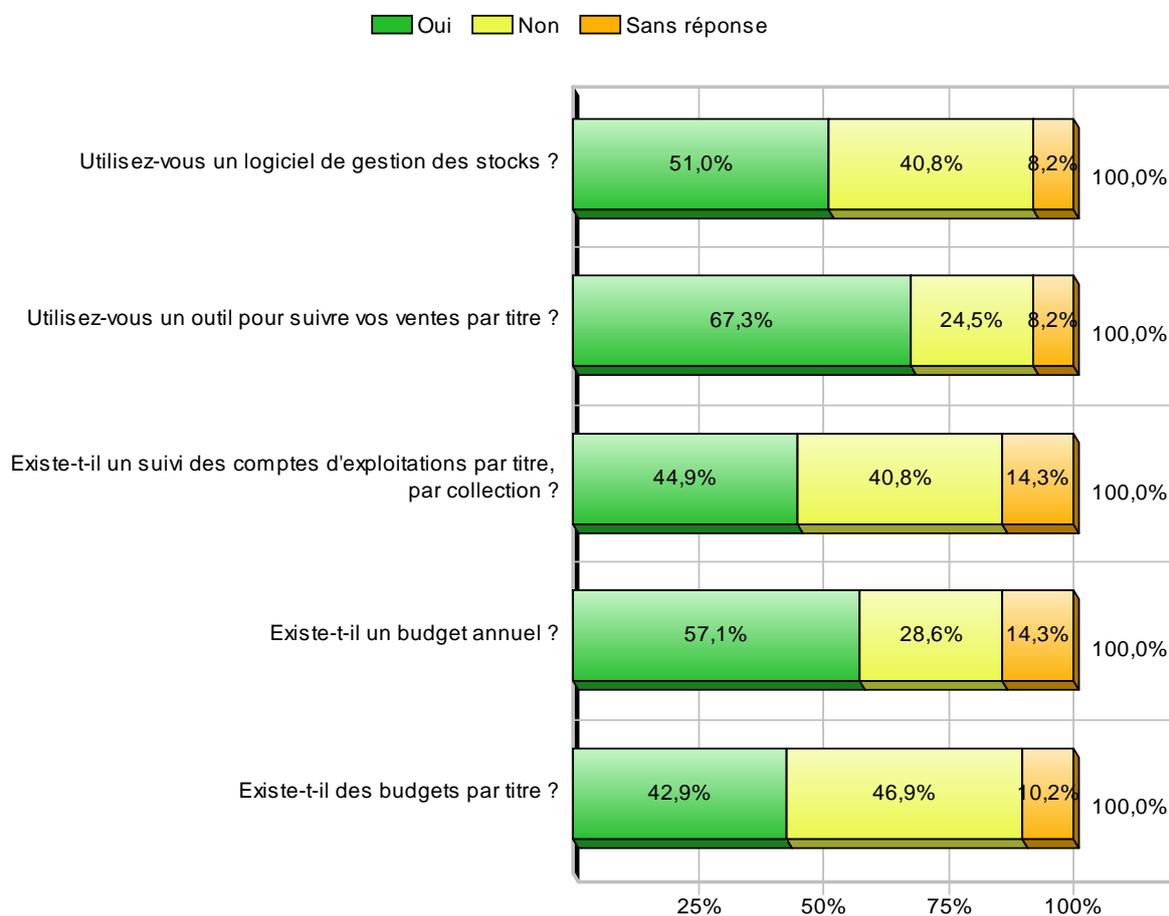
6. Coûts de fabrication des ouvrages

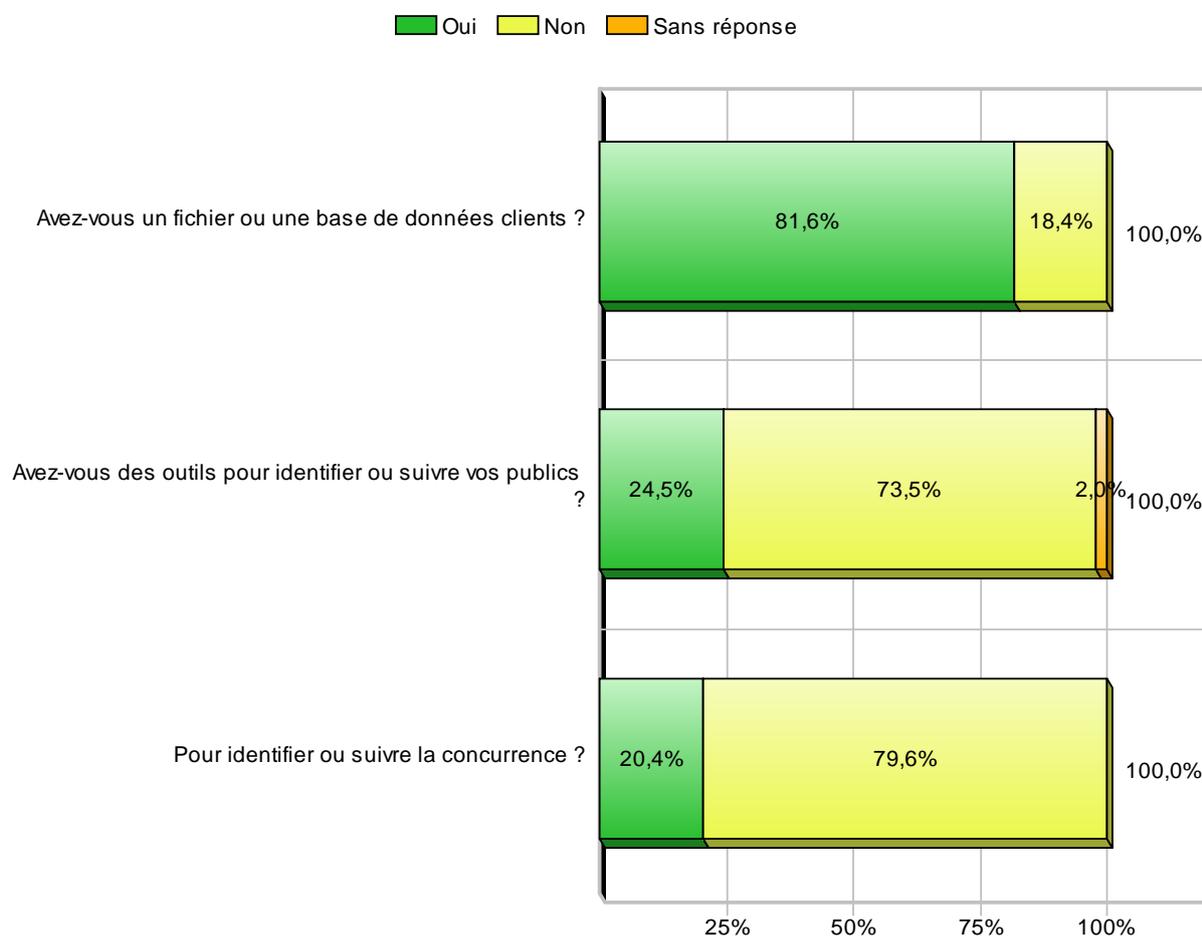
Le coût de fabrication des ouvrages représente moins de 25% du prix de vente des ouvrages pour la majorité des éditeurs. Précisons, néanmoins, que la moyenne professionnelle se situe plutôt entre 12 (poche) et 20 % (livre d'art) du prix de vente, selon la nature des ouvrages publiés.



Le coût de fabrication représente 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.

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





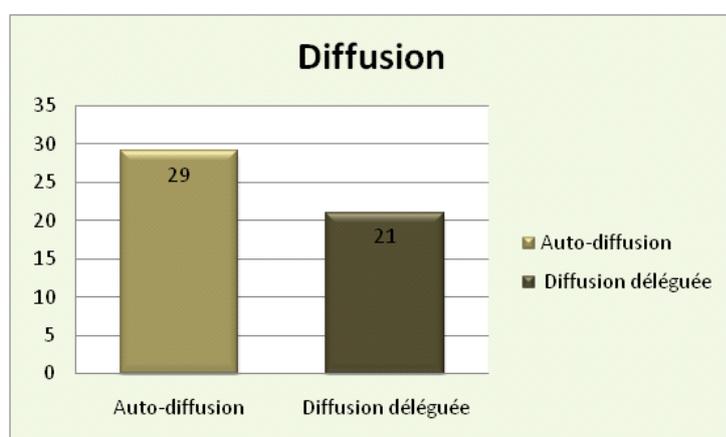
On observe que la majorité des éditeurs dispose d'outils de base pour la connaissance de leurs clients (bases de données, mais avec quel degré de qualification et quel rythme de mise à jour ?) et le suivi des ventes voire des stocks. Ils paraissent moins armés dans la gestion plus détaillée de leur activité et pour la veille et l'analyse de leur marché.

F. Diffusion-distribution

Cette partie du questionnaire fait l'objet d'un traitement détaillé dans la partie consacrée à la diffusion-distribution et aux relations des éditeurs du Languedoc-Roussillon avec les différents acteurs de la commercialisation de leurs ouvrages.

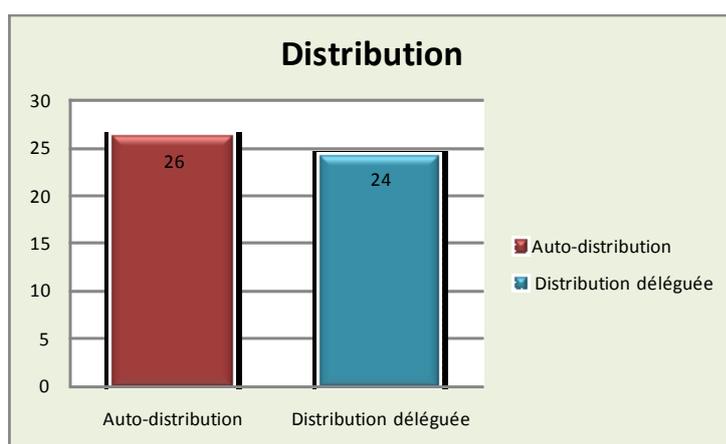
1. Diffusion

59% des éditeurs gèrent eux-mêmes leur diffusion (même chiffre qu'en région PACA en 2003, mais seulement 31% en Rhône-Alpes en 2002 et 43% à l'échelle nationale selon une étude SNE/ministère de la Culture en 2004). 81% des structures éditrices en auto-diffusion déclarent qu'il s'agit d'un choix, mais 52% ont déjà essayé de déléguer leur diffusion.



2. Distribution

53% des éditeurs gèrent eux-mêmes leur distribution (58% en région PACA en 2003, et 29% seulement en Rhône-Alpes en 2002 ; 49% selon la même enquête nationale de 2004).

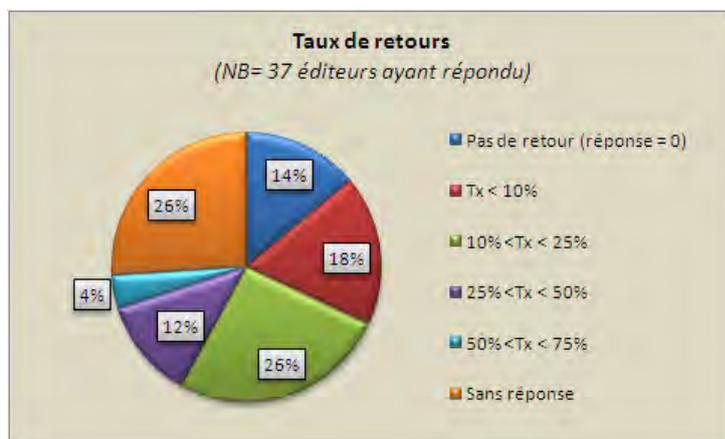


3. Coûts de la diffusion/distribution

Pour 50% des éditeurs, le coût de diffusion/distribution est supérieur à 50%.

Cela correspond à la majorité des contrats de diffusion-distribution opérés par les groupes de diffusion-distribution dont le taux de commission (remise libraire comprise) se situe entre 55 et 57% en moyenne, pour les structures nationales et 52% pour les structures régionales selon l'étude de la Fill (Fédération interrégionale du livre et de la lecture) sur la diffusion/distribution du livre en région en mars 2009.

4. Taux de retour



Les éditeurs auto-diffusés présentent un taux de retour faible voire nul, du fait de ventes fermes notamment.

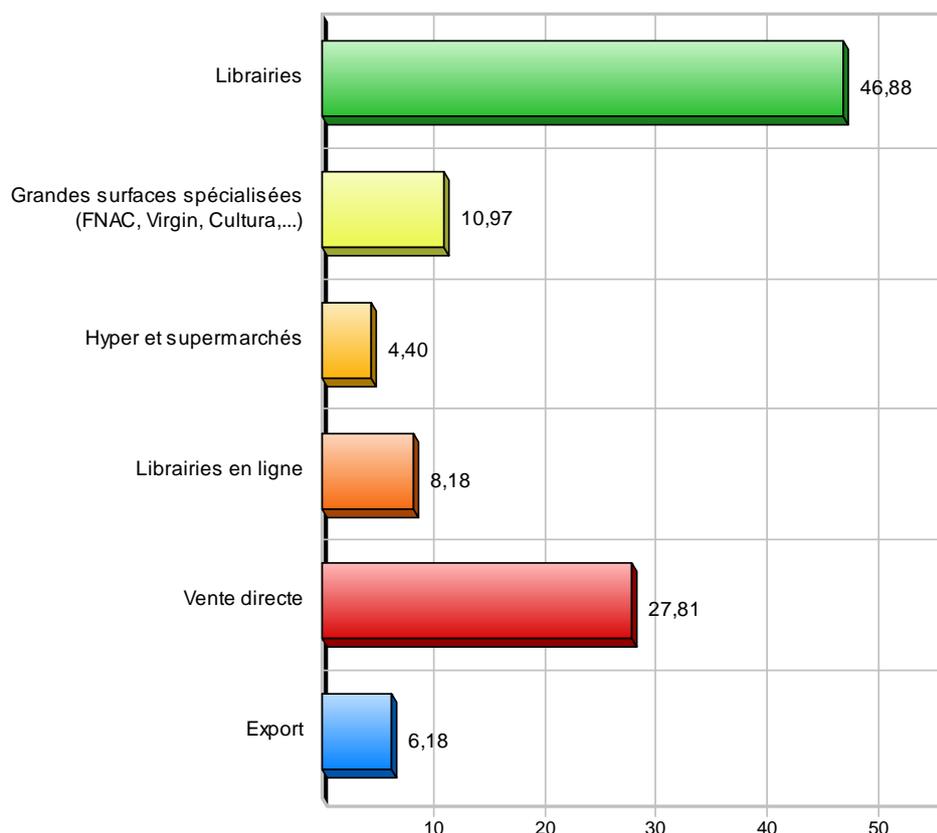
Les éditeurs, en diffusion déléguée et qui pratiquent l'office ou le « noté » avec faculté de retour, annoncent des taux correspondant à la moyenne nationale, soit 23% selon le SNE en 2008.

Ce point est plus particulièrement développé dans le focus diffusion-distribution (voir infra).

G. Commercialisation et communication

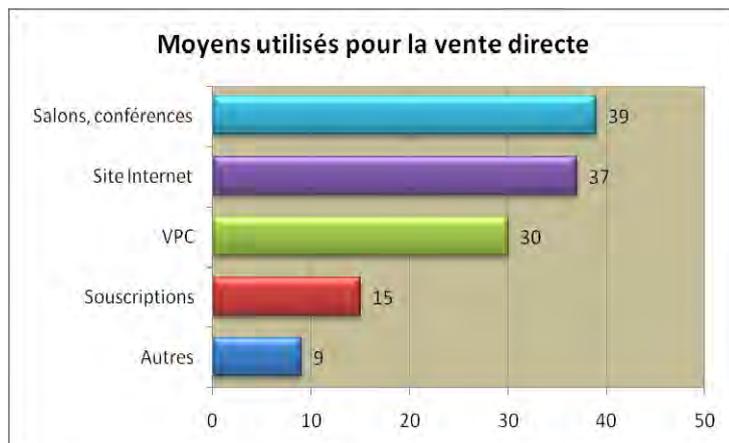
1. Commercialisation

47- Pouvez-vous préciser (même approximativement) la répartition de votre CA (en %) en fonction des différents circuits de commercialisation ?

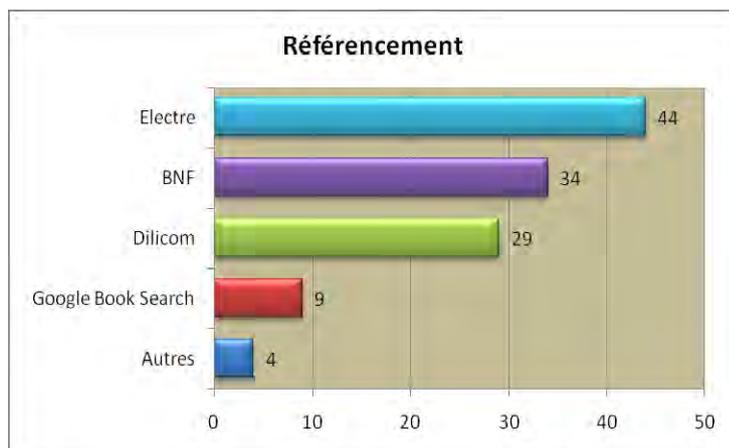


Les librairies restent le premier mode de commercialisation, loin devant les autres. Même s'il ne s'agit que d'estimations de la part des éditeurs du Languedoc-Roussillon, ce chiffre correspond (mais hors ventes directes et export) au pourcentage national (48% des ventes totales en 2008 selon les chiffres SNE/GfK pour les librairies de 1^{er} niveau et de 2^{ème} niveau). De même pour le poids des librairies en ligne, soit 6% pour l'édition en France. Précisons qu'il s'agit d'une comparaison, en l'occurrence plus pertinente, avec un « panel distributeurs » (GfK) sur le poids (en valeur) des différents circuits de vente dans le commerce de détail, et non pas avec un « panel consommateurs » (INS-Sofres) sur les lieux d'achat du livre pour les personnes de 15 ans et plus.

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 (28% au plan national) et encore plus alimentaires (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.



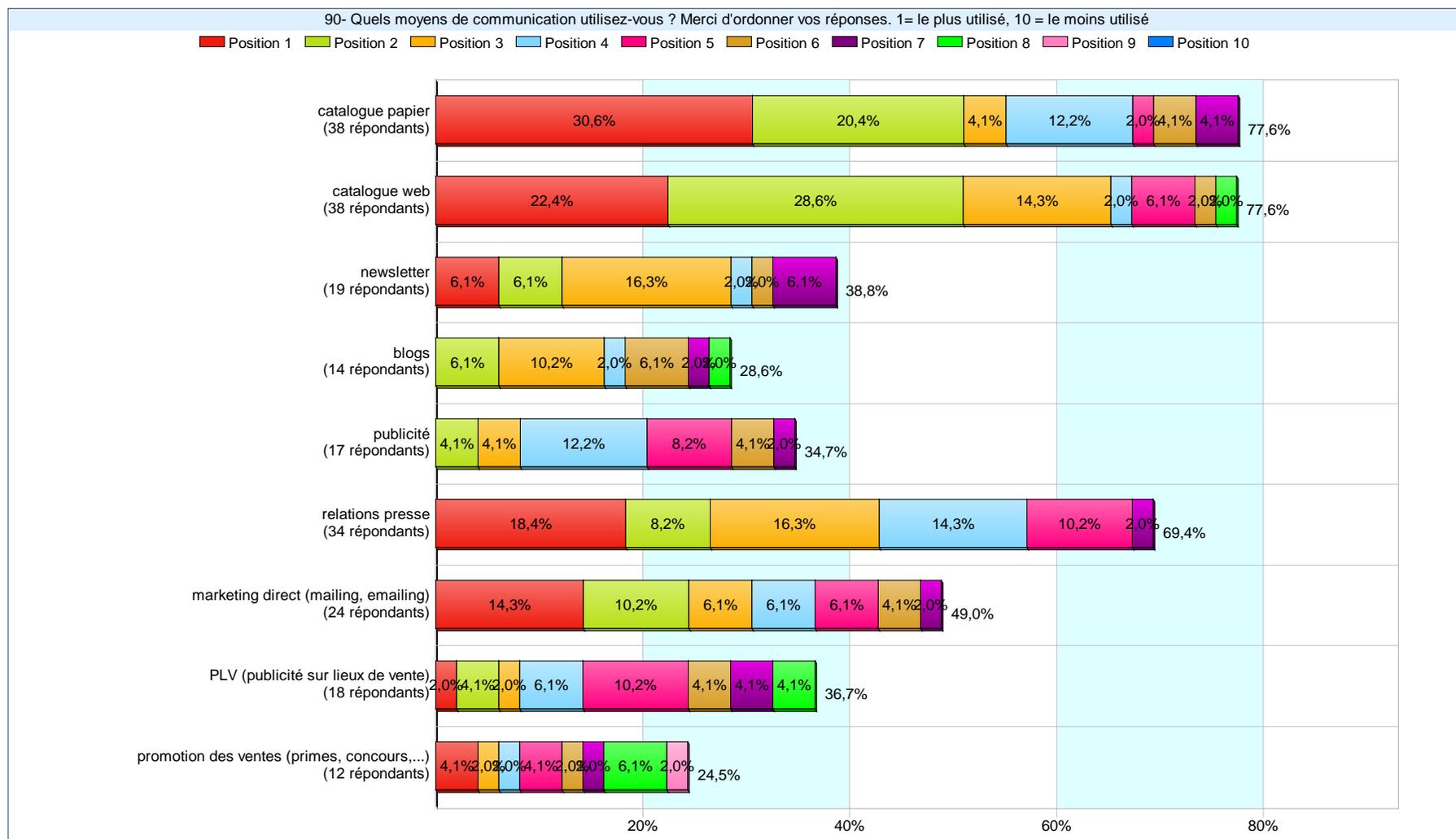
Soulignons que le site Internet (37 éditeurs sur 49) représente, désormais, une part presque aussi importante des ventes directes que la commercialisation plus traditionnelle à l'occasion de manifestations.



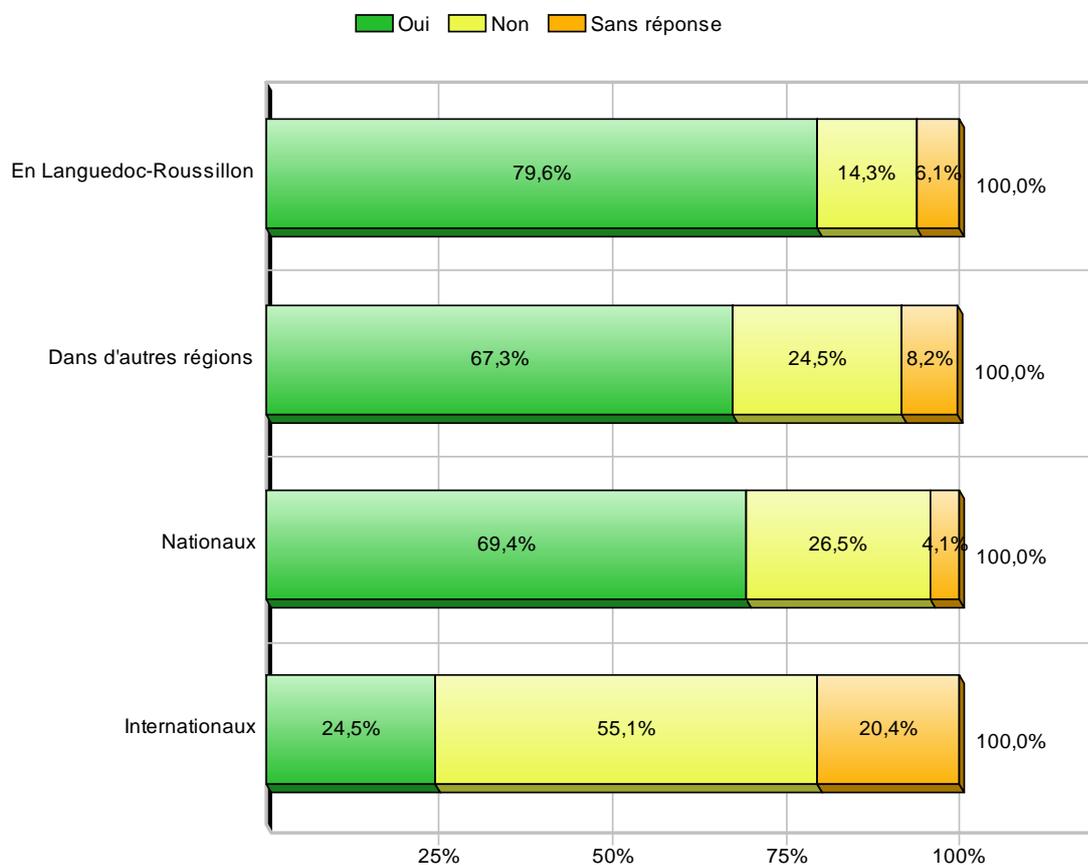
44 éditeurs sur 49 sont référencés sur Electre, soit 88% à comparer avec 94% des éditeurs lorrains, selon l'étude menée par le CRL (Centre régional du livre de Lorraine) en 2007. Les autres bases bibliographiques, qui facilitent la recherche et l'identification des ouvrages, sont moins utilisées, notamment Dilicom, pourtant souvent citée par les diffuseurs/distributeurs et par les libraires au cours des entretiens.

2. Communication

On peut noter, que parmi tous les moyens de communication utilisés par les éditeurs en Languedoc-Roussillon, les outils privilégiés sont logiquement les catalogues (papier et web), les relations presse et les mailings, ce que vient confirmer la forte proportion des éditeurs qui disent disposer d'une base de données clients. 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.

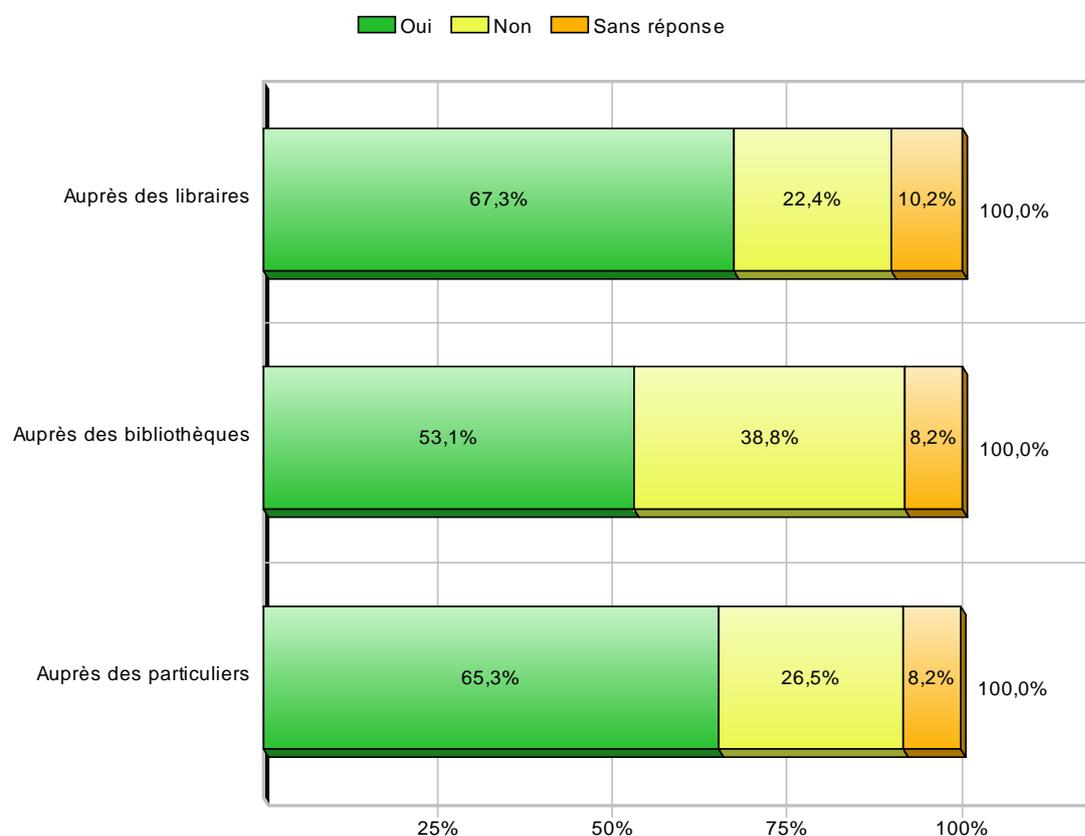


57- Participez-vous à des salons ?



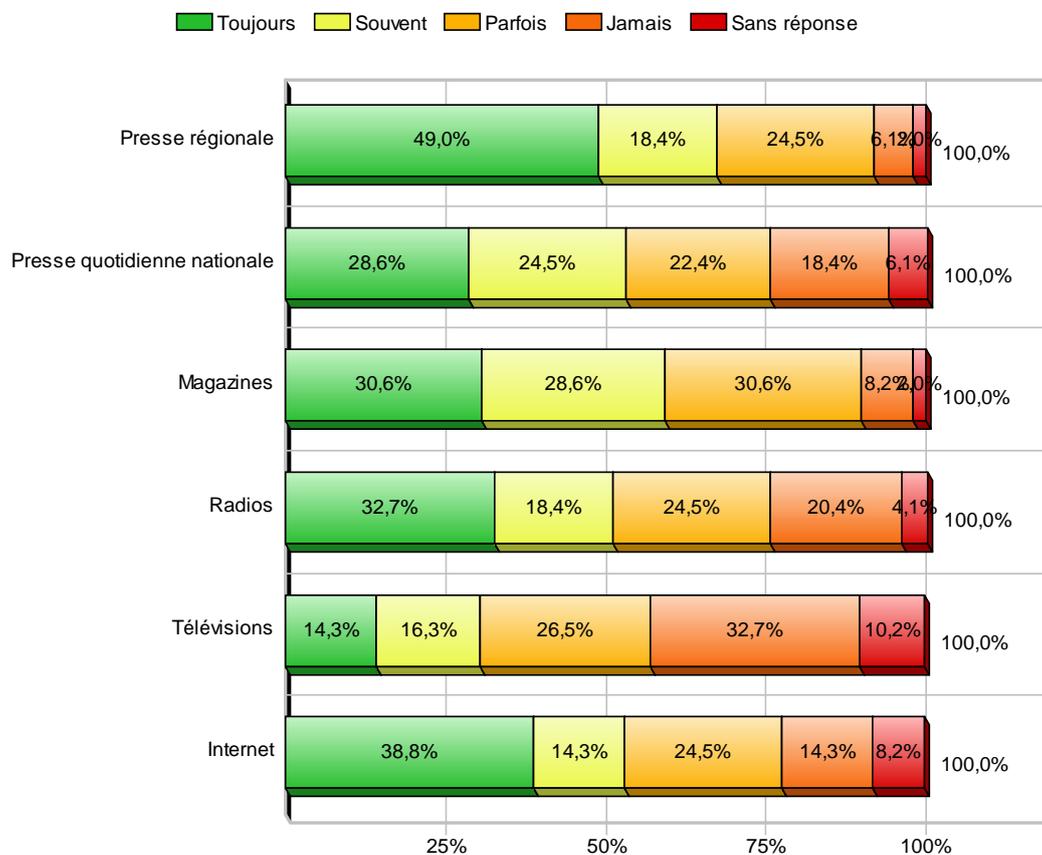
Les salons (dont on a vu l'importance pour les ventes directes) faisaient l'objet de questions spécifiques. On note que seule une minorité d'éditeurs (mais il ne s'agit pas uniquement des plus importants) participe, pour l'instant, à des salons internationaux (Francfort, Londres, Bologne, ...). A l'inverse, la plupart des maisons d'édition sont présentes lors de manifestations en Languedoc-Roussillon. Selon l'étude 2000-2002 sur l'édition en Rhône-Alpes, 78% d'éditeurs participaient aux salons en région, 80% aux salons nationaux, 41% aux salons internationaux. Précisons que la plupart des éditeurs spécialistes d'un domaine tendent à privilégier des salons thématiques, pas forcément répertoriés comme des « salons d'éditeurs » plutôt que certains événements locaux, tels la Comédie du livre à Montpellier, où ils n'ont a priori en commun avec les autres exposants que la proximité géographique.

55- Diffusez-vous votre catalogue ?

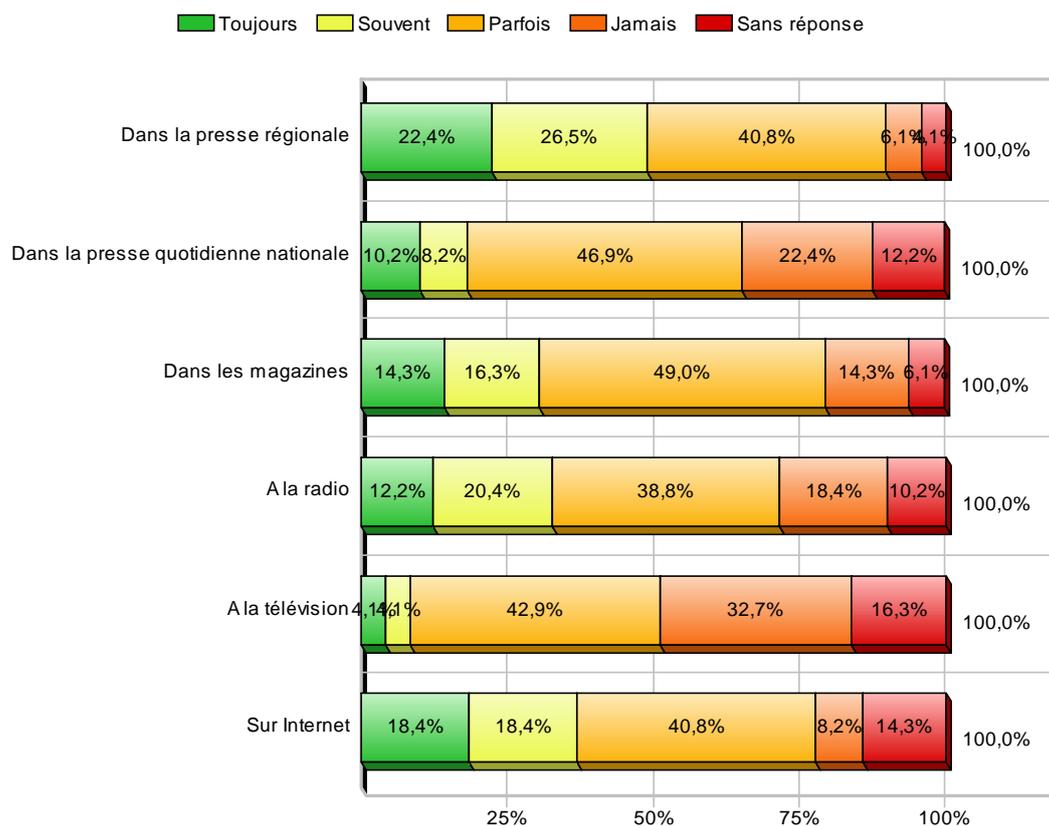


Citons un troisième critère de la *Charte nationale des éditeurs en région* : « publier et mettre à jour régulièrement un catalogue de ses productions et le distribuer auprès des réseaux appropriés (libraires, bibliothèques, particuliers) ». Comme pour le référencement, les éditeurs peuvent mieux faire, en particulier auprès des bibliothèques, ce qui a été confirmé par les entretiens avec les autres acteurs du livre en Languedoc-Roussillon.

60- Informez-vous régulièrement la presse de vos nouveautés ?



62- Avez-vous des retombées presse ?



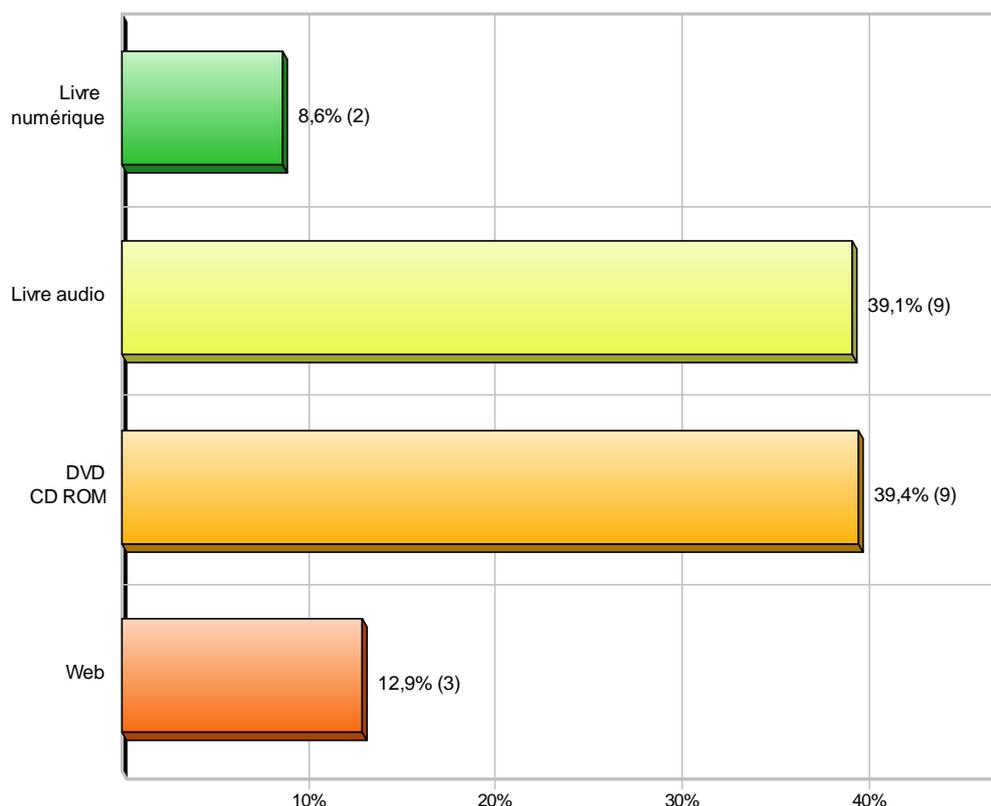
Concernant les relations des éditeurs du Languedoc-Roussillon avec les journalistes (ou les « blogueurs »), il semble que la presse régionale (intérêt local), les magazines (plus spécialisés donc ciblés) et Internet (plus « ouvert » et souple) soient les médias les plus efficaces en termes de retombées tandis que l'accès aux médias généralistes et nationaux traditionnels (presse quotidienne nationale, radio, TV) soit plus aléatoire quant aux résultats. De même que pour la commercialisation, la communication des éditeurs en région est pénalisée à la fois par leur taille (et donc leurs moyens : rythme de parutions, effectif, budget) mais aussi par leur éloignement de Paris et des relais d'information comme de diffusion. Aussi Internet peut-il constituer une véritable opportunité, comme on a déjà pu l'observer pour les ventes directes, notamment.

H. Les maisons d'édition et le numérique

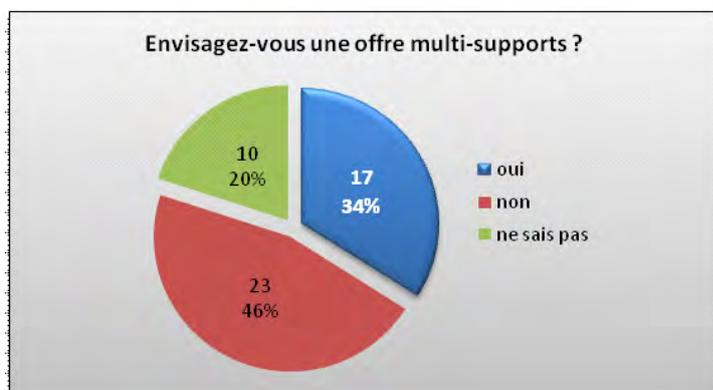
1. Offre multi support

82% des maisons d'édition ne produisent actuellement que des livres papier.

30- Que représente aujourd'hui l'édition multi support par rapport à l'édition papier ?



En revanche, 1/3 envisagent de proposer une offre multi support.

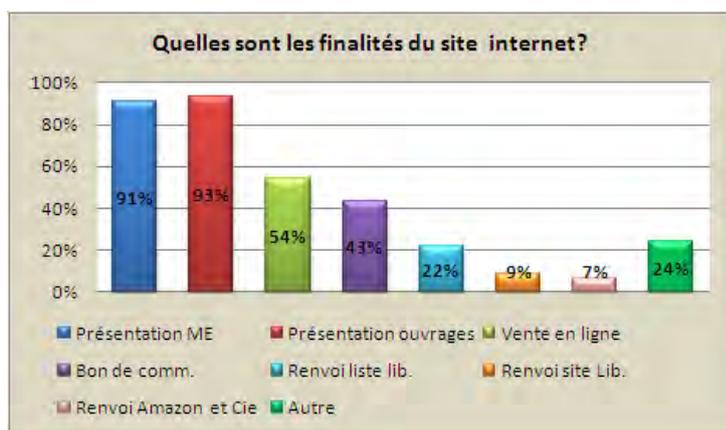


Les projets cités concernent principalement le livre numérique ou des contenus à télécharger sur leur site, et dans une moindre mesure, les DVD, CD audio et CD ROM et enfin des formats pour le téléphone.

Les 23 éditeurs, qui déclarent ne pas envisager d'offre multi-support, 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.

2. 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 la prise de commandes » déjà.



Dans les finalités autres du graphique ci-dessus, nous avons :

- présentation d'autres activités dans le cas où la structure comprend une activité hors édition,
- liens vers des confrères, des auteurs, des sites partenaires,
- diverses informations, dédicaces, salons.

Le site Internet est avant tout une « vitrine » pour les éditeurs du Languedoc-Roussillon (présentation des ouvrages, présentation de la maison d'édition). On a pu observer plus haut qu'il est effectivement un des moyens privilégiés de communication, notamment pour le catalogue. Mais pour une partie d'entre eux, il peut avoir des finalités également commerciales, ce qui était confirmé par le graphique précédent sur les ventes directes.

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.

I. Synthèse de l'état des lieux

Le secteur de l'édition en Languedoc-Roussillon est assez représentatif de « l'édition en région » : les structures sont petites, variées et marquées par des disparités provenant des motivations premières du ou des fondateurs et des domaines éditoriaux concernés.

Néanmoins, le secteur de l'édition en Languedoc-Roussillon offre un spectre large de structures avec 67 maisons professionnelles recensées et une relative jeunesse des maisons d'édition : près de 80% des maisons d'édition ont moins de vingt ans et près de 45% ont moins de 10 ans.

Cette relative « jeunesse » des maisons d'édition explique, pour partie la faiblesse du chiffre d'affaires médian du secteur (85 k€), mais est représentative d'un réel dynamisme et d'une riche créativité éditoriale.

Le chiffre d'affaires global des maisons d'édition professionnelles représente environ 10 à 11 millions d'euros, si l'on extrapole les résultats obtenus de l'échantillon à l'ensemble du secteur.

Ce montant relativement faible de chiffre d'affaires peut aussi s'expliquer par le fait qu'il n'existe pas une grande concentration du chiffre d'affaires en une seule maison d'édition qui serait très supérieur à l'ensemble des maisons, comme c'est le cas dans des régions voisines : Glénat en Rhône Alpes avec 74 millions d'euros de chiffre d'affaires, Actes Sud en Provence Alpes Cote d'Azur avec 65 millions d'euros, les Éditions Milan en Midi-Pyrénées avec 20 millions d'euros en 2008.

Cependant 5 maisons d'édition (si l'on inclut les Éditions Verdier qui n'ont pas répondu au questionnaire), ont réalisé en 2008 un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 euros.

Par ailleurs le chiffre d'affaires de l'échantillon analysé est en progression de 8% par rapport à 2007, ce qui est plus favorable que la moyenne de l'édition nationale : selon le Syndicat national de l'édition, le CA de l'édition a reculé de 2,2 % en 2008 (source : *Livres Hebdo* 03/07/2009).

La petite taille des entreprises d'édition du Languedoc-Roussillon s'accompagne d'un faible effectif salarié (en moyenne 2,72 salariés par structure), composé de collaborateurs, dont la formation initiale est plus liée à la fonction dans l'entreprise qu'au secteur de l'édition, et qui sont amenés à avoir un rôle très polyvalent au sein de la maison. Ceci pose le problème de dégagement de temps pour appréhender la fonction de l'éditeur sous toutes ses facettes.

Par ailleurs, on note, en Languedoc-Roussillon, un dynamisme en terme de créativité éditoriale : les maisons d'édition qui publient moins de 5 ouvrages par an sont moins nombreuses (38%) par exemple qu'en Midi Pyrénées ou en région Provence-Alpes-Côte d'Azur (60%). En revanche, 64% d'entre elles publient moins de 10 ouvrages par an ; ce seuil reste un critère déterminant pour pouvoir être distribué et diffusé correctement sur le territoire national.

Concernant les domaines de publication, les éditeurs du Languedoc-Roussillon sont principalement présents dans les secteurs vie pratique et littérature française (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.

Si on compare à l'échelle nationale, le classement des domaines éditoriaux est assez similaire mais on note quelques particularités : en Languedoc-Roussillon, l'enseignement scolaire, sauf universitaire, n'est pas représenté et le secteur jeunesse, même s'il est cité par beaucoup d'éditeurs, n'existe comme spécialité à part entière que chez assez peu d'éditeurs contrairement à d'autres régions. Par ailleurs, on note que le secteur documents-actualité-essais ou encore poésie y sont plus valorisés qu'au niveau national.

De manière générale, nous pouvons dire de l'édition en Languedoc-Roussillon qu'elle est, effectivement, portée par une majorité de petites et relativement jeunes structures, au poids économique encore globalement modeste, en dépit de quelques maisons d'envergure nationale, mais qu'elle offre un dynamisme et une volonté de ses dirigeants de se développer et de se pérenniser.

III. TYPOLOGIE DES ACTEURS, DES BESOINS ET DES ATTENTES

A. Objectifs

Cette étude est destinée à préparer les futures décisions et, donc, à mieux identifier les différents profils économiques et éditoriaux des structures éditrices en prenant en compte toute leur hétérogénéité. En effet, l'État et la Région Languedoc-Roussillon entendent mener une véritable politique du livre qui accompagne le développement et la professionnalisation de cette filière et qui soit adaptée, dans la durée, aux besoins et aux attentes de toutes les maisons d'édition recensées. Pour affiner les dispositifs de soutien individualisés et collectifs aux éditeurs du Languedoc-Roussillon, il est nécessaire que les préconisations sur les aides directes et indirectes et les propositions d'actions s'appuient sur une typologie, originale et propre au territoire, des acteurs et de leurs manques respectifs.

Ainsi, l'état des lieux permet une vision d'ensemble et fournit des indicateurs chiffrés qui facilitent les comparaisons objectives dans l'espace (données nationales, comme des autres régions), mais aussi dans le temps (suivi du développement des éditeurs en Languedoc-Roussillon dans la durée). En parallèle, il importe de souligner que chaque maison d'édition est singulière et participe à la réelle « bibliodiversité » de ce secteur en France ; elle doit donc bénéficier d'un accompagnement le plus personnalisé possible. Il s'agit dès lors, à ce moment de l'étude, de proposer une approche intermédiaire, entre le global et le particulier, qui facilite la lecture du territoire, la compréhension des enjeux différents pour chaque groupe d'éditeurs et favorise ainsi la mise en œuvre d'actions prioritaires et distinctes selon les cas.

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. Cette typologie des maisons d'édition en région correspond à un repérage précis des principales réussites et des difficultés rencontrées, des moments où elles surviennent, des secteurs dans lesquels elles interviennent. La typologie des acteurs se trouve, ainsi, prolongée par une typologie des besoins et des attentes caractéristiques à chaque profil d'éditeur, qui sera déterminante pour l'élaboration de recommandations adaptées à l'originalité de ce territoire, de ce secteur économique et de ses acteurs.

B. Méthodologie

Pour établir la typologie des acteurs de l'édition en Languedoc-Roussillon et, en regard, la typologie des besoins et attentes spécifiques à chaque profil identifié de structure éditrice, l'Asfored, en charge de l'étude édition pour Languedoc-Roussillon livre et lecture, 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, complétées le cas échéant par une relance téléphonique, et tout particulièrement 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 de tous les sites Internet des éditeurs répertoriés (soit 92% des maisons interrogées), et dans certains cas, l'étude des catalogues papier, ouvrages publiés et documents publi-promotionnels,

- les entretiens semi-directifs, en face-à-face ou par téléphone, de 1h30 à 2h chacun, réalisés en juin et septembre 2009 par l'Asfored, auprès de 15 éditeurs représentatifs de la diversité de l'édition en Languedoc-Roussillon et, choisis en concertation avec Languedoc-Roussillon livre et lecture. Chaque structure, rencontrée en face-à-face, a fait l'objet d'une fiche complète et détaillée sur ses caractéristiques et ses attentes principales, enrichie, pour certaines, d'une matrice SWOT¹ spécifique, permettant de dégager les opportunités, menaces, forces et faiblesses de ces éditeurs emblématiques. Nous regrettons que les circonstances aient, évidemment, rendu impossible le rendez-vous qui avait été fixé en septembre 2009 avec la maison Verdier,
- les entretiens approfondis réalisés, en face-à-face ou par téléphone, avec d'autres acteurs du livre en région, en particulier 3 dirigeants de librairies (Sauramps, L'Échappée belle) ainsi que 3 responsables pour les bibliothèques, recommandés par la DRAC à notre demande. Compte tenu du temps imparti, il ne nous a pas été possible de rencontrer plusieurs diffuseurs/distributeurs, adaptés aux éditeurs indépendants, tels que Les Belles Lettres ou Harmonia Mundi, mais nous avons pu réaliser un entretien téléphonique avec le dirigeant de Pollen-Littéral.

La réalisation de cette typologie a également été nourrie par les nombreux échanges entre les membres du comité de pilotage et l'ASFORED tout au long de cette étude.

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

Précisons que l'étude réalisée par l'ASFORED pour Languedoc-Roussillon livre et lecture 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 (voir en annexe). LR2L est signataire de cette charte et 21 éditeurs du Languedoc-Roussillon sur 49 (soit 43% 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. Il importait, avant de préciser les différences repérées entre les caractéristiques et les problématiques particulières des éditeurs de chacun des 4 groupes, de souligner ce que les maisons d'édition, répertoriées en Languedoc-Roussillon, ont en commun, outre le lieu d'implantation.

Soulignons, également, qu'un éditeur en région n'est pas nécessairement un petit éditeur. On songe bien entendu, en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur voisine, à la réussite éclatante d'Actes Sud, désormais 18^e éditeur français, employant 168 personnes, selon le classement 2008 publié par *Livres Hebdo* le 23 octobre 2009, et fédérant, autour de la maison-mère de nombreux éditeurs-satellites venant parfois d'autres régions comme Gaïa d'Aquitaine.

Le Languedoc-Roussillon compte aussi 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.

Enfin, on s'autorisera, à la suite d'un des responsables des librairies Sauramps, à poser cette question, en apparence simple : « *Finally, ça veut dire quoi être éditeur en Languedoc-Roussillon ?* » Rappelons 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 l'éditeur en région, qui tout en restant attaché à son implantation a priori volontairement loin de Paris, pourra, en se développant,

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.

rayonner au-delà des frontières du territoire et porter la réussite de sa région.

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, (et donc du niveau de concurrence également) 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*, voir infra), 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 : lecteurs mais aussi auteurs, diffuseurs-distributeurs, libraires bibliothécaires, collectivités, partenaires, et même concurrents. On trouve 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 ces acteurs « institutionnels » ou militants, qui sont du côté de l'OFFRE (publier pour publier, pour que ce livre existe), on trouve 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, il est 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.

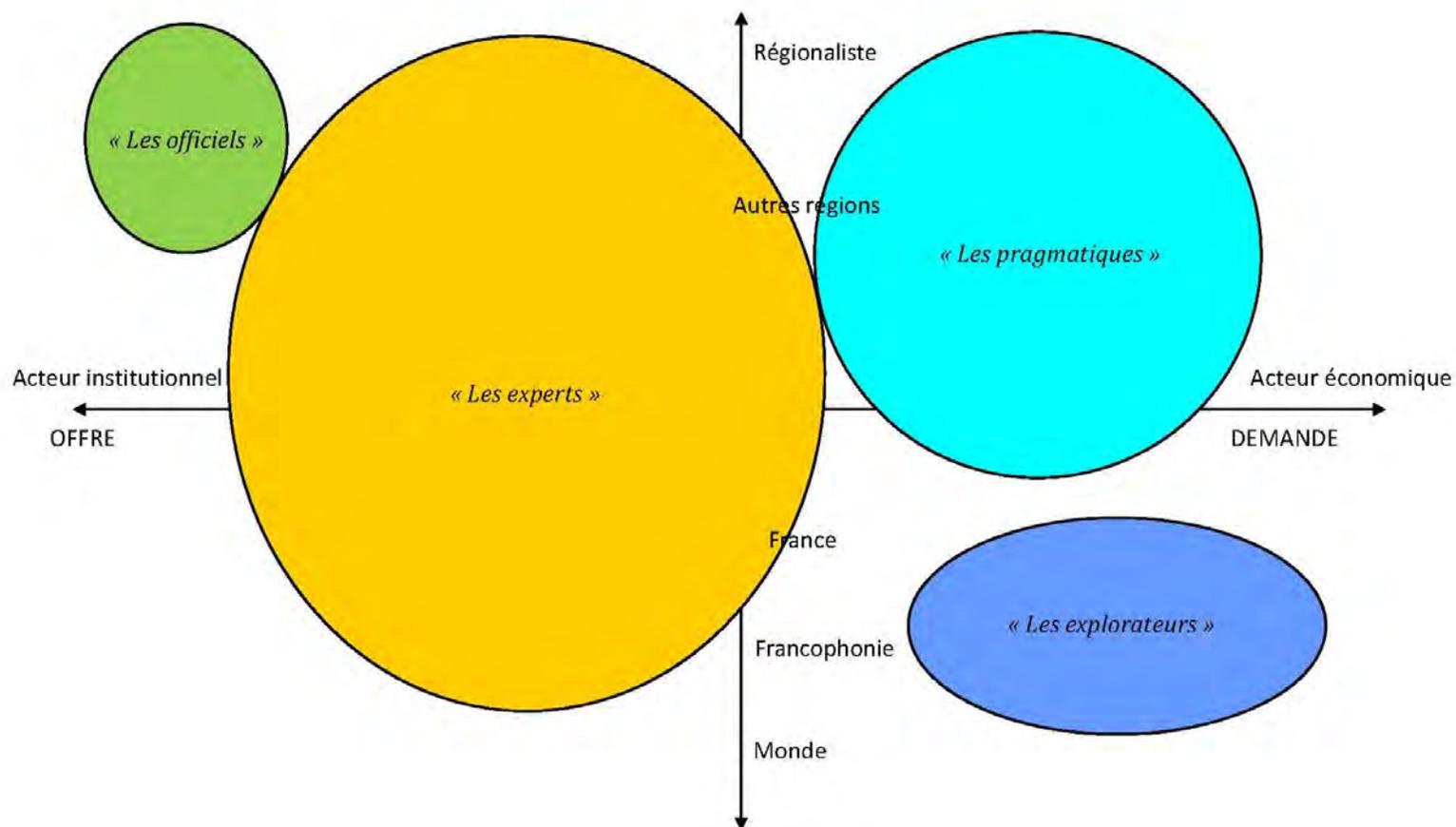
Les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Carte perceptuelle (*Mapping*) 2009



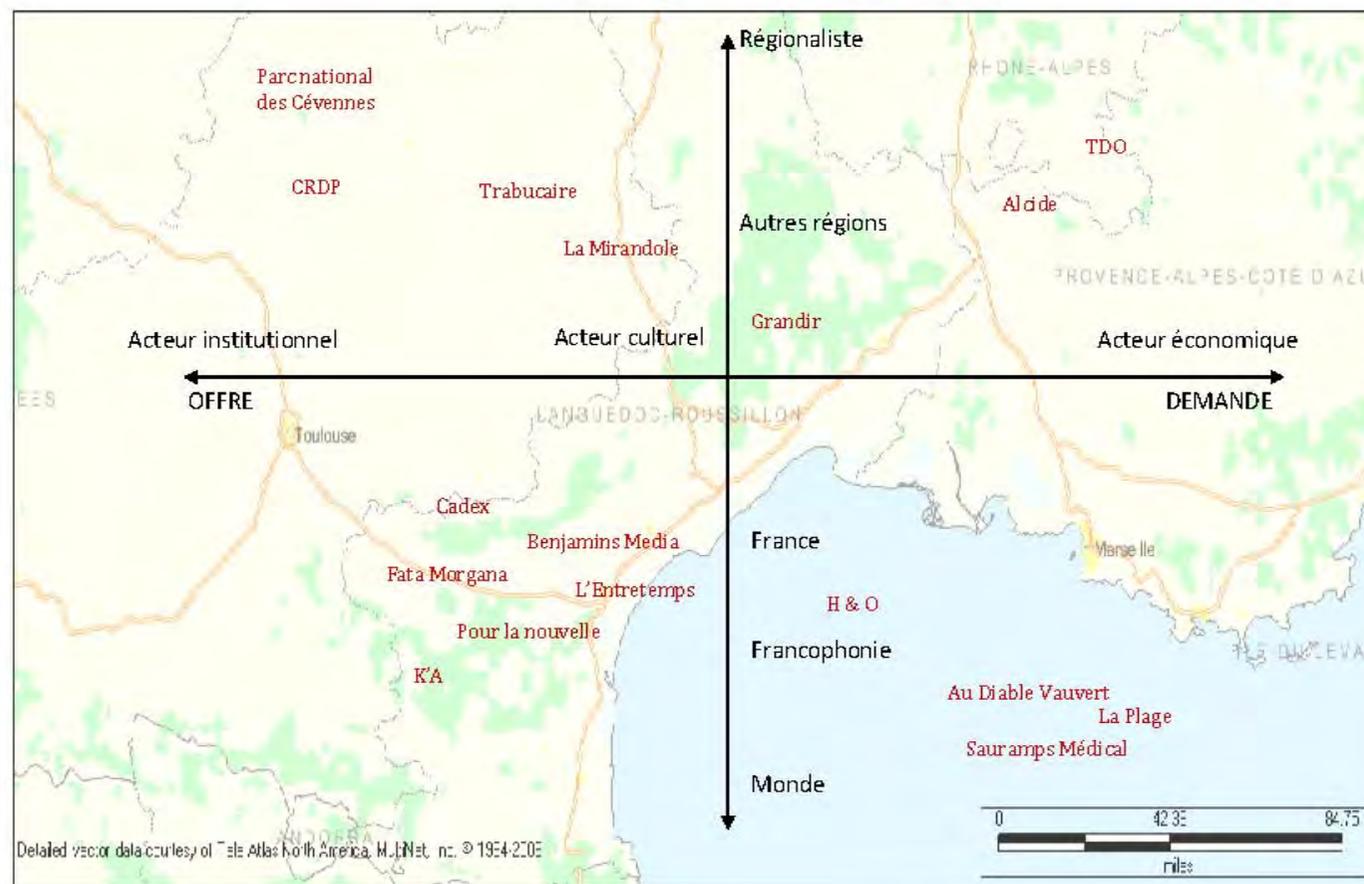
Les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Carte perceptuelle (*Mapping*) 2009



Les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Carte perceptuelle (*Mapping*) 2009



Les maisons d'édition figurant sur cette carte sont celles qui ont fait l'objet d'un entretien au cours de l'étude.

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 ...

1. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « Les explorateurs »

a. 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 million d'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.

b. Politique éditoriale

Elles publient de 15 à 65 titres par an, et disposent d'un catalogue d'au moins 90 et jusqu'à 500 titres 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-elles 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 de ces éditeurs envisagent de développer une offre numérique à l'avenir.

c. 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.

d. 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.

e. 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 induit 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 multi-support, communication)

2. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « les experts »

a. 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. Ainsi, l'un des éditeurs (Sauramps Médical), recensé dans le groupe précédent « explorateurs » en raison de son poids économique (activité édition et librairie médicales), présente beaucoup de traits communs et d'attentes comparables aux maisons d'édition de ce groupe « experts », du fait de son hyperspécialisation affirmée depuis plus de 30 ans.

A l'inverse, une maison d'édition très récente (2007), Thierry Souccar, qui publie actuellement des ouvrages « pointus » sur la santé, la nutrition et la prévention du vieillissement, a toute sa place dans ce groupe « experts » en termes de besoins et d'attentes mais, compte tenu de l'évolution rapide de son activité et de sa diffusion par Volumen, il pourrait bientôt élargir sa production vers des domaines connexes, comme l'a réalisé avec succès un éditeur emblématique du groupe « explorateurs » (La Plage). 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.

b. Politique éditoriale

On répertorie dans ce groupe « experts » davantage de structures éditrices plus anciennes, fondées pour certaines dans les années 1970-80, parfois autour d'un projet militant, d'un engagement (langue catalane et occitane, écologie, transcription en braille, langue créole et malgache, nouvelle, homosexualité, etc.) et qui tout en développant un fonds important (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 : bande dessinée, automobile, faune et flore, psychanalyse et psychothérapie, céramique, photographie, arts du spectacle, premières nations, etc. Dans le cas d'un secteur éditorial particulièrement concurrentiel, les maisons adoptent un angle plus aigu : polar catalan, bande dessinée littéraire, etc. Ces maisons d'édition publient en moyenne une dizaine de titres par an, de 5 jusqu'à 25.

c. 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, DiPop) ou réputés adaptés aux petits éditeurs, selon l'étude de Bertrand Legendre et de Corinne Abensour *Regards sur l'édition, II. Les nouveaux éditeurs, 1988-2005* (p. 77) : Les Belles Lettres, CED, Harmonia mundi, Pollen, Vilo. Mais, la plupart ont vécu une relation mouvementée et chaotique avec leurs anciens prestataires, voire des expériences malheureuses (dépôt de bilan de Vilo 1, faillite de Distique, coûts prohibitifs, taux de retours élevés, manque d'informations, incitation à publier plus de titres, etc.). Certaines, faute de trouver un diffuseur vraiment adapté à leur production par nature spécifique, ont préféré revenir à l'auto-diffusion, 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 (vente par correspondance) ou des sites.

d. 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 et 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 (diffusion, animations, conception sonore, studio graphique, expertise de milieux naturels, formation, etc.). 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.

e. 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 médias. 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. (comme Champ social avec Lucie éditions, par exemple, diffusées par Pollen).

D'où ces mots-clés qui apparaissent le plus souvent dans les *verbatim* des entretiens et des questions ouvertes des questionnaires pour ce groupe. Ils vont guider les interventions prioritaires pour ce profil-type d'éditeurs :

MEDIATION / INTERPROFESSION libraires et bibliothécaires

ANIMATIONS / événements + attachée de presse

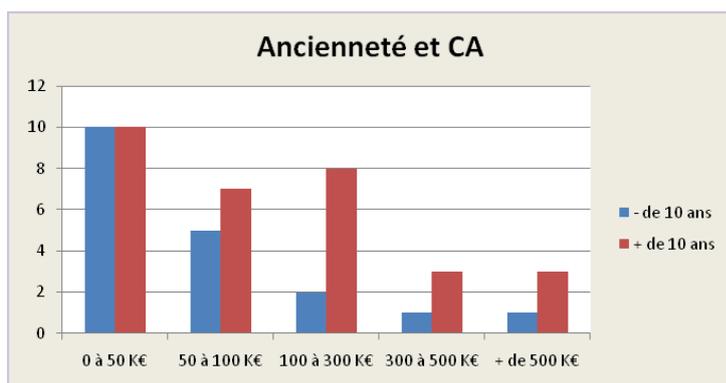
Logique **THEMATIQUE** ou par **SECTEUR** éditorial (en particulier **DIFFUSION**) mais aussi : salons, rencontres d'autres éditeurs régions et hors régions, y compris à l'étranger

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

3. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes « les pragmatiques »

a. 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 (comme l'indique le graphique suivant, qui décrit la totalité de l'échantillon des 49 éditeurs analysés), ainsi que quelques maisons d'édition plus anciennes, bénéficiant d'un fonds constitué, 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.

b. 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, qui bénéficie des relais de la lecture publique, ou surtout le régionalisme sous différentes formes (art-photo, beaux livres, guides touristiques, gastronomie et vins, histoire et patrimoine, ou même auteurs estampillés « locaux »). 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, du CNL par exemple, et bien sûr de la Région Languedoc-Roussillon ou de la DRAC, des partenariats locaux ou dans des territoires limitrophes, des ouvrages de commande à réaliser pour des institutions ou des collectivités.

« *Le fait que beaucoup s'auto-diffusent influe certainement sur leur volonté de cohérence auprès des libraires* », écrivent Bertrand Legendre et Corinne Abensour, dans leur ouvrage déjà cité supra, au chapitre intitulé : « Le profil des nouveaux éditeurs en région », p. 68-70.

c. 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 maisons du Languedoc-Roussillon d'une auto-diffusion subie plutôt que revendiquée, et d'une solution que la plupart des éditeurs du groupe des « 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, à établir des relations directes avec des acteurs du livre en région et conduisent de nombreuses actions localement.

d. 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 « auto entrepreneur ».

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, ces dirigeants ont une activité qui 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 aux métiers du livre, par exemple ?

e. Besoins spécifiques et attentes principales

Plus encore que la communication, les éditeurs du groupe des « 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'auto-diffusant, 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, qu'on retrouve souvent cités dans ce groupe, et 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. Typologie des acteurs, des besoins et des attentes : « Les officiels »

a. 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.

b. Politique éditoriale

Dans le cadre de notre enquête, seuls le SCEREN-CRDP (Services Culture, Éditions, Ressources pour l'Éducation Nationale – Centre régional de documentation pédagogique) de l'Académie de Montpellier, les Éditions de l'Espérou (École nationale supérieure d'architecture de Montpellier) et le Parc national des Cévennes ont répondu au questionnaire en ligne. Il faudrait, cependant, ajouter dans ce groupe d'éditeurs d'autres structures : archives, FRAC, presses universitaires, musées, maisons d'écrivains, parc naturel régional et certaines associations. Ces structures éditrices publient, généralement, moins de 5 livres par an, sauf les Presses universitaires de la Méditerranée (PULM) et le CRDP (Centre régional de documentation pédagogique).

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 (« *une balade en famille intelligente* ») avec une notoriété, une légitimité et des ressources en personnel, matériel, documentation et budget sans commune mesure avec les moyens des maisons d'édition privées, locales ou non. Précisément, certains éditeurs institutionnels 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.

c. Commercialisation – Communication

Seul le Parc national des Cévennes travaille avec un 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 ainsi que par leur participation à des manifestations, salons ou colloques, à l'échelon local, national voire international.

d. Organisation – Gestion – Formation

Ces structures éditrices ont une évidente spécificité dans ce domaine : plus de moyens, comme nous le rappelions ci-dessus, 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.

e. Besoins spécifiques et attentes principales

Ces éditeurs de la région Languedoc-Roussillon, sans difficultés particulières 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 / événements, 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

Bien évidemment, pour distincts qu'ils soient entre eux par leurs principales caractéristiques, leurs besoins et leurs attentes, ces groupes des structures éditrices du Languedoc-Roussillon ne sont pas « étanches », ni ces profils-types de maisons d'édition figés. Un éditeur du groupe « explorateurs », même s'il est dans une logique de croissance, celle d'un acteur devenu « économique », en répondant de façon efficace à la demande latente, ou non, d'un public qui s'élargit, ou exprime de nouveaux goûts ou exigences, peut décider, pour revenir à notre métaphore maritime de départ, de « réduire la voilure » pour se recentrer sur son « cœur de métier » et resserrer son catalogue sur son domaine éditorial d'origine, par exemple. A l'inverse, on l'a vu précédemment, un éditeur du groupe « experts » peut connaître un essor très rapide qui le conduit à élargir sa ligne éditoriale à d'autres champs connexes et à enrichir son fonds, tout en s'appuyant sur ses compétences distinctives.

Parallèlement, un éditeur du groupe des « pragmatiques », fort de sa professionnalisation croissante et de l'opportunité enfin offerte de passer de l'auto-diffusion à une diffusion déléguée, ou à la faveur d'un titre qui rencontre un succès durable, peut choisir entre le modèle de développement du groupe « explorateurs » plutôt porté vers la diversification, l'export et une taille croissante, qui assume son identité d'acteur davantage « économique » en adoptant un statut de SARL, par exemple ; ou au contraire, le profil-type du groupe « experts » qui choisit la spécialisation dans un domaine éditorial précis, voire la défense d'un projet, qui peut rester « à but non lucratif » comme dans le cas d'une association loi 1901. Certains peuvent même refuser une professionnalisation, qu'ils estiment « trop normée » et, décider de s'investir davantage dans une activité hors édition, tout en conservant une production éditoriale volontairement réduite. Enfin, un éditeur du groupe des « officiels », même s'il n'est pas soumis aux pressions d'un marché du livre de plus en plus concurrentiel, peut décider, pour mieux remplir encore ses missions de « service public » ou de valorisation d'un patrimoine, de renforcer les échanges et les partenariats avec des structures éditrices comparables, qu'elles soient privées ou publiques, en région ou hors région.

Soulignons pour conclure cette typologie des acteurs, des besoins et des attentes de l'édition en Languedoc-Roussillon, qu'au sein de chacun de ces groupes persistent de véritables contrastes, entre autres dans les dates de création, l'effectif, le statut juridique, les spécialités éditoriales et les résultats économiques respectifs de chaque structure. Il reste que le propre d'une typologie est de mettre en exergue, à partir de l'analyse détaillée des spécificités de chacun, ce qui, en transcendant justement les catégories et les critères de segmentation habituels, réunit davantage les unes plutôt que les autres et, ainsi, de comprendre quels sont leurs points communs les plus saillants. 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. Pour autant, chaque éditeur du Languedoc-Roussillon nécessite une approche individualisée. Cette étude a eu l'avantage de constituer un moment de dialogue privilégié, même s'il n'était parfois qu'électronique ..., avec presque tous les éditeurs de la région. Le taux particulièrement élevé de réponses à l'enquête, menée par Languedoc-Roussillon livre et lecture auprès des maisons d'édition, est du meilleur augure pour la recherche de solutions, les mieux adaptées, à l'ensemble des acteurs de ce secteur particulier.

IV. FOCUS : LA DIFFUSION – DISTRIBUTION DES EDITEURS EN LANGUEDOC-ROUSSILLON

A. Enjeux

Si les évolutions techniques rendent plus facile, en amont, l'accès au métier d'éditeur, c'est en aval, pour la communication et surtout la commercialisation, que les obstacles se voient renforcés.

Dans les enquêtes sur la petite édition ou sur l'édition régionale, la diffusion-distribution apparaît toujours comme un thème qui, à juste titre, mérite un traitement particulier. Facteurs-clés du développement des structures éditrices, les modes de commercialisation des maisons d'édition en Languedoc-Roussillon, en région et hors région, les pratiques et les problématiques qui leur sont liées doivent être analysés dans toute leur complexité. A cet égard, la récente étude, réalisée en mars 2009 par la Fédération interrégionale du livre et de la lecture, sur la diffusion et la distribution du livre en région est véritablement éclairante.

La méthodologie, détaillée précédemment, a permis de dégager 4 profils-types d'éditeurs en Languedoc-Roussillon et de repérer, précisément, selon les catégories d'acteurs, les principales réussites mais aussi les difficultés rencontrées. La typologie des acteurs s'est trouvée, ainsi, prolongée par une typologie des attentes caractéristiques à chaque profil de structure éditrice. 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.

L'analyse précise des 49 questionnaires en ligne, notamment la 4^{ème} partie de l'enquête et les questions 58 à 89 concernant plus particulièrement la diffusion-distribution, ainsi que les entretiens qualitatifs réalisés auprès de 15 éditeurs, d'un diffuseur-distributeur, de 3 libraires et de 3 bibliothécaires ont permis d'étudier et de comprendre ce qui caractérise la commercialisation des maisons d'édition en Languedoc-Roussillon, en s'attachant à croiser les points de vue parfois contradictoires de tous les types d'acteurs. En fait, qu'attendent-ils respectivement les uns des autres ?

B. Le point de vue des éditeurs

L'état des lieux qui donne des indicateurs essentiels (répartition entre auto-diffusion et diffusion déléguée, coûts de diffusion - distribution, taux de retour, répartition du CA entre les circuits de commercialisation), déjà commentés plus haut, ainsi que l'identification de 4 profils-types d'éditeurs, permettent de dégager quelques tendances principales pour la région.

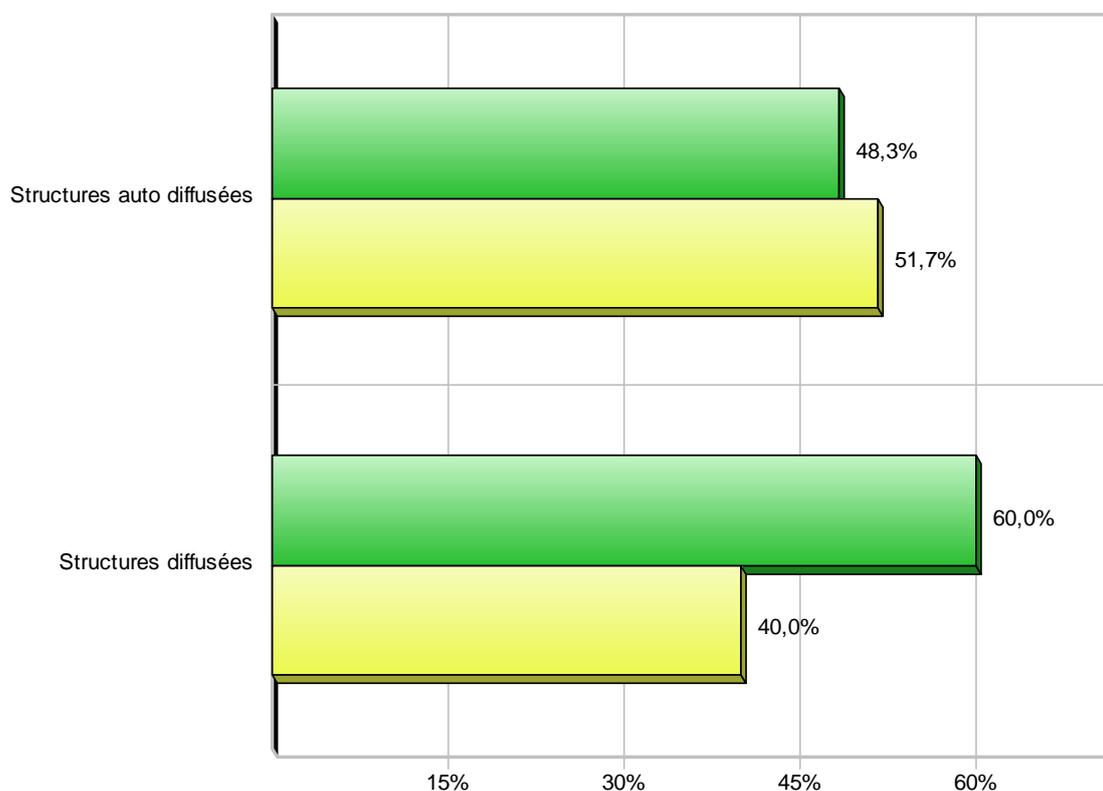
La diffusion, bien avant la distribution, est le principal problème des éditeurs du Languedoc-Roussillon. Avant de développer plutôt cet aspect, notons, cependant, que la création d'un comptoir de distribution ou d'un entrepôt dans la région, autrement dit d'un relais logistique (quelques éditeurs citent Le Comptoir du livre près de Toulouse, structure analysée dans l'enquête de la Fill de mars 2009) est évoquée et souhaitée par certains d'entre eux. Mais, par exemple, la plateforme PRISME de regroupement des commandes et des retours, ou la nouvelle structure CALIBRE ne sont citées par aucun éditeur. Il convient d'ajouter que, dès lors qu'il y a sous-traitance, elle concerne presque toujours les deux prestations de diffusion comme de distribution, qui relèvent alors du même opérateur. Les éditeurs en auto-distribution soulignent les contraintes liées à ce métier devenu très « industriel » et, comme le souligne l'étude nationale de la Fill, « beaucoup souhaitent s'en débarrasser au plus vite (...) ». Si pour certains, la promotion d'un livre, sa défense et le contact avec le libraire font partie intégrante du métier d'éditeur, ils sont peu à penser

que stockage et distribution font partie de leurs attributions ». Ainsi, les éditeurs du Languedoc-Roussillon, en auto-distribution, se plaignent particulièrement du stockage, mais surtout, du temps passé à faire des colis, à gérer les factures, les paiements et les retours, ainsi que des tarifs postaux.

Il y a une forte proportion d'éditeurs en Languedoc-Roussillon qui ne délèguent pas leur diffusion et leur distribution, 59% et 53% respectivement (à comparer par exemple avec 31% et 29% en Rhône-Alpes, selon l'étude de l'ARALD (Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation), publiée en février 2003. Or, si 81% des maisons d'édition déclarent avoir choisi, volontairement, l'auto-diffusion (question 60), seulement 53% des structures éditrices se disent finalement satisfaites de leur diffusion-distribution actuelle (questions 88 et 89). Il y a, proportionnellement, plus d'insatisfaction (52%) parmi les éditeurs autodiffusés que parmi ceux qui sous-traitent leur diffusion (40%).

53- Êtes-vous satisfait de votre diffusion-distribution actuelle ?

■ Oui ■ Non



Hormis les éditeurs les plus importants de la région (« Les explorateurs »), qui sont diffusés par des structures d'envergure nationale et internationale, et certains parmi les très spécialisés (« Les experts ») qui revendiquent une auto-diffusion choisie pour plus d'efficacité, toutes les autres structures éditrices y compris un éditeur du groupe « Les officiels » (les éditions de l'Espérou), font ainsi état de problèmes liés à leur diffusion-distribution. En outre, même les éditeurs satisfaits expriment pour la plupart, dans les questions ouvertes ou lors des entretiens qualitatifs, de « *trop faibles mises en place* » de la part de leur diffuseur, d'« *une sous-représentation dans les grandes surfaces culturelles* » et globalement d'« *un manque de visibilité en librairie* ».

Beaucoup d'éditeurs, en particulier spécialisés (« Les experts »), évoquent de véritables fiascos dans leurs essais successifs à trouver une diffusion adaptée. Ils stigmatisent, notamment, certaines structures inefficaces et fragiles, dont les dépôts de bilan ont mis en péril leur propre activité : « *Microstructures qui ont fait faillite en nous laissant des ardoises* », « *escroqueries* », « *mauvaise connaissance des ouvrages* », « *manque de*

motivation des représentants » ; « *Ils avaient plus de mal que nous à vendre nos livres* ». Les *verbatim* ne manquent pas dans cette partie du questionnaire ...

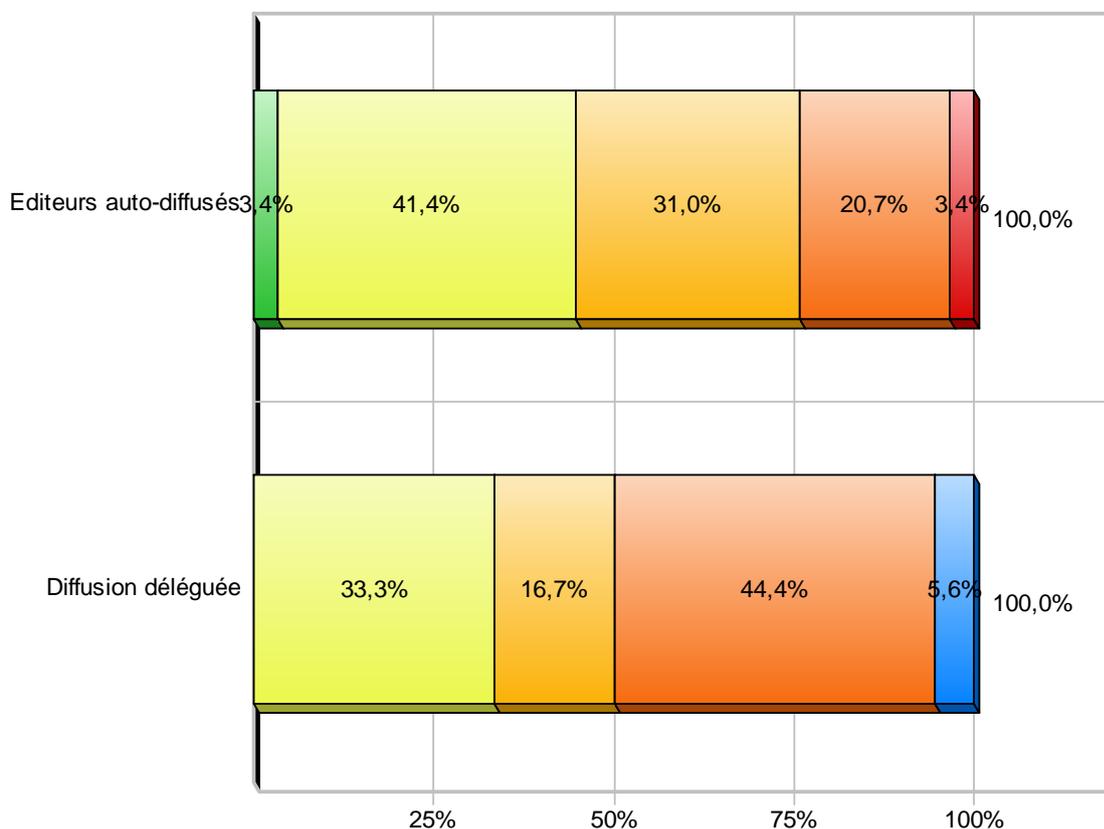
Parmi les éditeurs désormais auto-diffusés, plus de la moitié ont déjà essayé de sous-traiter leur diffusion avant de revenir à leur choix antérieur. Il s'agit notamment d'éditeurs qui souhaitent maîtriser le rythme de leurs parutions et, surtout, le nombre d'ouvrages mis en place, comme leur implantation, et enfin l'accès à leurs statistiques de vente. Il s'agit aussi d'éditeurs qui cherchent, sans forcément la trouver, une structure stable, pour travailler en confiance et sur le long terme avec les libraires. Une autre source d'insatisfaction apparaît quand ces mêmes éditeurs « experts » décident de se diversifier et que leur mode de commercialisation (auto-diffusion ou diffuseur trop spécialisé) n'est plus adapté.

L'accès difficile (mais pas impossible) des plus petits éditeurs, en particulier les maisons les plus jeunes (moins de 10 ans, « Les pragmatiques ») aux réseaux de diffusion régionale et surtout nationale, du fait d'une production trop faible (moins de 5 titres par an) demeure l'un de leurs principaux problèmes. Le démarrage de leur activité, fondée pour beaucoup sur le régionalisme, qui par nature se vend peu hors du territoire, s'avère un choix, en partie, dicté par les contraintes de commercialisation : « *une zone géographique limitée permet d'assurer nous-mêmes la diffusion* ». Se pose à l'inverse le problème de l'éditeur, qui ne dispose pas encore d'un catalogue étoffé mais qui aurait besoin d'emblée, compte tenu de sa politique éditoriale (secteur jeunesse ou bande dessinée, par exemple) d'une diffusion nationale voire internationale, mais n'en a pas encore « les moyens ». Cela étant, plusieurs éditeurs de ce groupe estiment qu'il s'agit, pour eux, de la solution la moins risquée et la moins coûteuse à cette étape de leur développement, tout en leur permettant une veille, sur le terrain et l'établissement de relations privilégiées avec certains libraires.

Il ressort de l'analyse des questionnaires et des entretiens que tous les éditeurs du Languedoc-Roussillon sont confrontés à des « effets de seuil » : en nombre de publications (5 titres par an pour entrer en diffusion déléguée, plus de 10 voire le triple pour accéder à de plus grosses structures) ou en termes d'activité (selon certains éditeurs, 300 K€ de chiffre d'affaires ou 30 000 exemplaires vendus par an, pour un diffuseur « moyen », 500 K€ à 1 million d'euros pour les plus importants). Il est donc nécessaire, comme le souligne l'étude de la Fill de mars 2009, que les éditeurs bénéficient d'un diagnostic et d'un accompagnement pour franchir chaque étape de changement dans leur mode de commercialisation, afin de bien en mesurer les enjeux, les avantages mais aussi les nouvelles contraintes.

Le graphique suivant montre le nombre moyen de livres édités en fonction du mode de diffusion :

■ Inférieur à 1
 ■ De 1 à 5 livres
 ■ de 6 à 10 livres
 ■ de 11 à 25 livres
 ■ de 26 à 40 livres
■ Supérieur à 40 livres



Il apparaît, en étudiant notamment les groupes des « explorateurs » et des « experts », qu'une des conditions de succès et de pérennité pour une maison d'édition consiste, aussi, en sa capacité à trouver, parallèlement aux réseaux existants, d'autres circuits en dehors de la librairie. A cet égard, l'exemple de La Plage qui diffuse, depuis sa création, une partie de sa production dans les magasins Nature & Découvertes, Biocoop, La Vie claire, dans les salons spécialisés (Marjolaine, Primevère, etc.), via des libraires revendeurs ou par le catalogue de l'éditeur et vériciste de Provence-Alpes-Côte d'Azur, « Le Souffle d'or », est particulièrement emblématique. De même, pour le secteur jeunesse, l'approche spécifique auprès des bibliothèques de la maison Grandir, ou encore le « colportage » façon Lirabelle, se révèlent-ils durablement viables. Les ventes directes (salons et VPC, généralement avant la commercialisation en ligne) peuvent représenter un pourcentage élevé pour des éditeurs spécialisés comme H&O, ou plus encore, Sauramps Médical, grâce à sa librairie en propre et à son site. 40 éditeurs sur 49 disent, d'ailleurs, disposer d'une base de données clients.

C. Le point de vue des diffuseurs/distributeurs

Compte tenu du cahier des charges et du temps imparti pour l'étude, il ne nous a pas été possible de rencontrer des diffuseurs/distributeurs à l'exception de l'entretien téléphonique avec Benoît Vaillant, dirigeant de Pollen-Littéral. Rappelons, outre les diffuseurs plus spécialisés comme Rando, Midi diffusion, La Cartothèque, Tothèmes, Al-Bouraq, Salvator, Dif'Pop (revues), Collines (bibliothèques), les principales structures nationales de diffusion-distribution, auprès desquelles les éditeurs du Languedoc-Roussillon sous-traitent leur commercialisation :

- Interforum,
- Dilisco
- CDE-SODIS,
- Volumen,
- CED,
- Harmonia mundi,
- Les Belles Lettres,
- Vilo,
- Pollen-Littéral.

S'agissant de ce dernier, 4 –et une autre à partir de 2010– maisons d'édition du Languedoc-Roussillon ont choisi de lui déléguer leur diffusion-distribution et l'exemple est particulièrement intéressant pour notre analyse. A noter que Pollen diffusion, créée en 2004, diffuse, fin 2009, 50 éditeurs et a racheté début 2008, Littéral distribution, plateforme logistique située en Vendée. Sur son site non marchand pollen-diffusion.com, consulté le 12 décembre 2009, cette structure revendique son appartenance à l'association « Diffuseurs en création (...) pour la défense (...) de la diversité culturelle », où l'on trouve, par exemple, Paris Musées, Presses du réel ou Le Comptoir des indépendants.

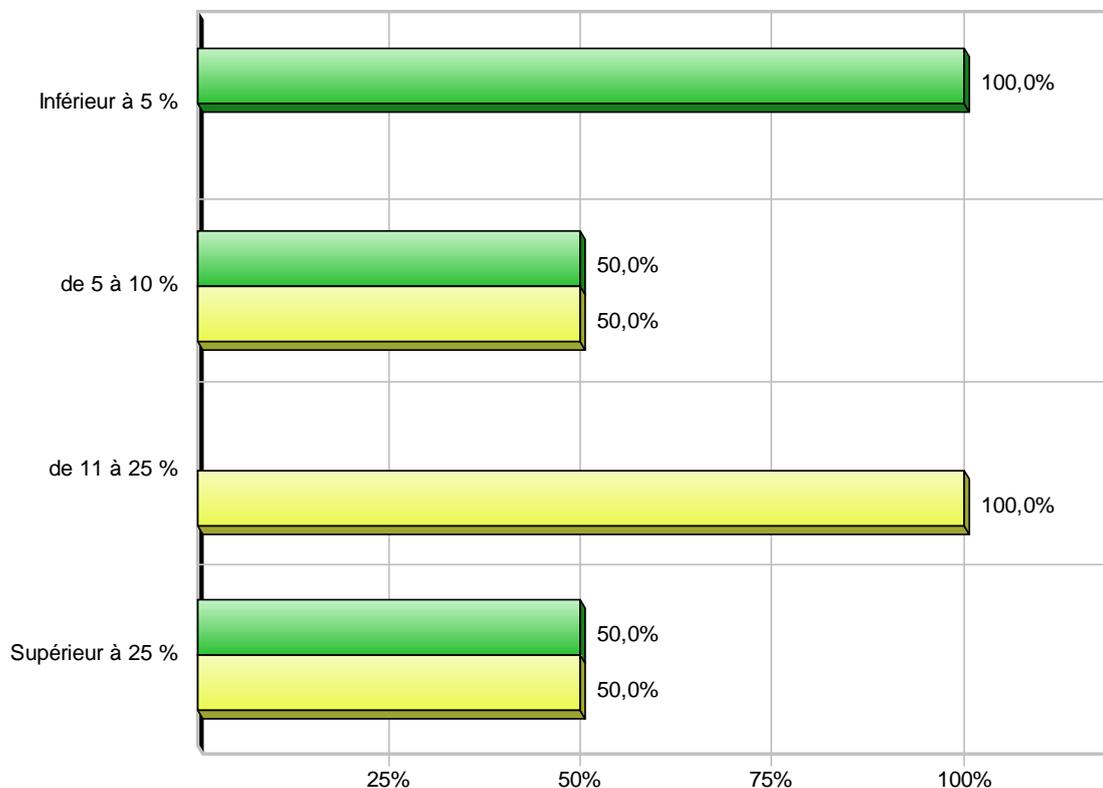
Pollen précise ses conditions d'exercice : 3 réunions commerciales par an, équipe de 8 représentants visitant toutes les 8 semaines 800 librairies, contacts réguliers avec 1500 points de vente y compris les grandes surfaces culturelles (Fnac, Virgin, Cultura, Espaces culturels Leclerc), les librairies en ligne ainsi que Benelux, Suisse et Canada. Pollen assure la diffusion de maisons d'édition indépendantes, centrées sur trois domaines : jeunesse, beaux-arts ou encore littérature/sciences humaines, et qui, surtout, « développent un catalogue cohérent et dynamique ».

Voilà, définitivement, le critère primordial d'accès pour un éditeur à une diffusion déléguée : le rythme annuel de parutions (en l'occurrence plus de 4) régulier et sur la durée. Viennent ensuite, si l'on se réfère à l'enquête, menée en 2007 par le CRL Lorraine, sur la diffusion-distribution des éditeurs de la région, le tirage moyen des ouvrages, la valeur des stocks et donc du fonds, enfin l'existence d'outils de base pour la promotion des livres : catalogue papier, site Internet, argumentaires de vente. L'on ajoutera, aussi, le taux de retour qui, même si le diffuseur ne s'engage que sur des quantités mises en place, n'est satisfaisant, s'il est trop élevé, pour aucun des partenaires. La profession est actuellement autour de 23% en moyenne, avec sans doute une croissance à 25% en 2009, tous diffuseurs confondus, selon Benoît Vaillant.

En l'occurrence, le graphique suivant montre que, si seuls les éditeurs auto diffusés maîtrisent suffisamment leur diffusion pour obtenir des taux de retour inférieurs à 5%, la diffusion déléguée se situant comme au niveau national à 20% environ en moyenne, chaque mode de commercialisation se retrouve à égalité lorsque les taux sont supérieurs à 25%. Ce qui revient à dire que le facteur déterminant devient alors la capacité de l'éditeur à trouver son public et donc les moyens de diffusion et de communication les plus appropriés à sa politique éditoriale.

Le graphique suivant montre le taux de retour moyen constaté en fonction du mode de diffusion-distribution :

■ Editeurs auto-diffusés ■ Diffusion déléguée



Cette même étude sur les éditeurs en Lorraine met également en évidence la professionnalisation accrue des éditeurs liée à la délégation de leur commercialisation, par le fait qu'ils soient davantage en mesure de répondre aux questions précises sur leur activité, ou aient une meilleure connaissance des spécificités des points de vente en région, comme hors région. Rappelons que les éditeurs, satisfaits de leur diffusion, (groupe « experts », en partie seulement et, surtout, groupe « explorateurs ») se félicitent de cette collaboration (quand elle se passe bien) : « efficacité, solvabilité, conseils personnalisés, suivi et travail du fonds, échelle adéquate, régularité contractuelle et financière, ... ». Cette sous-traitance a évidemment un coût, de 50 jusqu'à 58%, pour la diffusion-distribution dans son ensemble.

Pour autant, comme les éditeurs auto-diffusés qui veulent « rester acteurs de leur développement », les maisons qui délèguent leur commercialisation, continuent à entretenir des relations privilégiées avec les libraires de la région ou grâce, par exemple, à un site comme lekti-écriture.com (créé en 2002 par Joël Faucilhon), pratiquent la « surdiffusion », selon la formule de l'étude Fill de 2009, soit des informations transmises, ainsi, par de nouveaux relais auprès des bibliothèques ou des lecteurs, notamment.

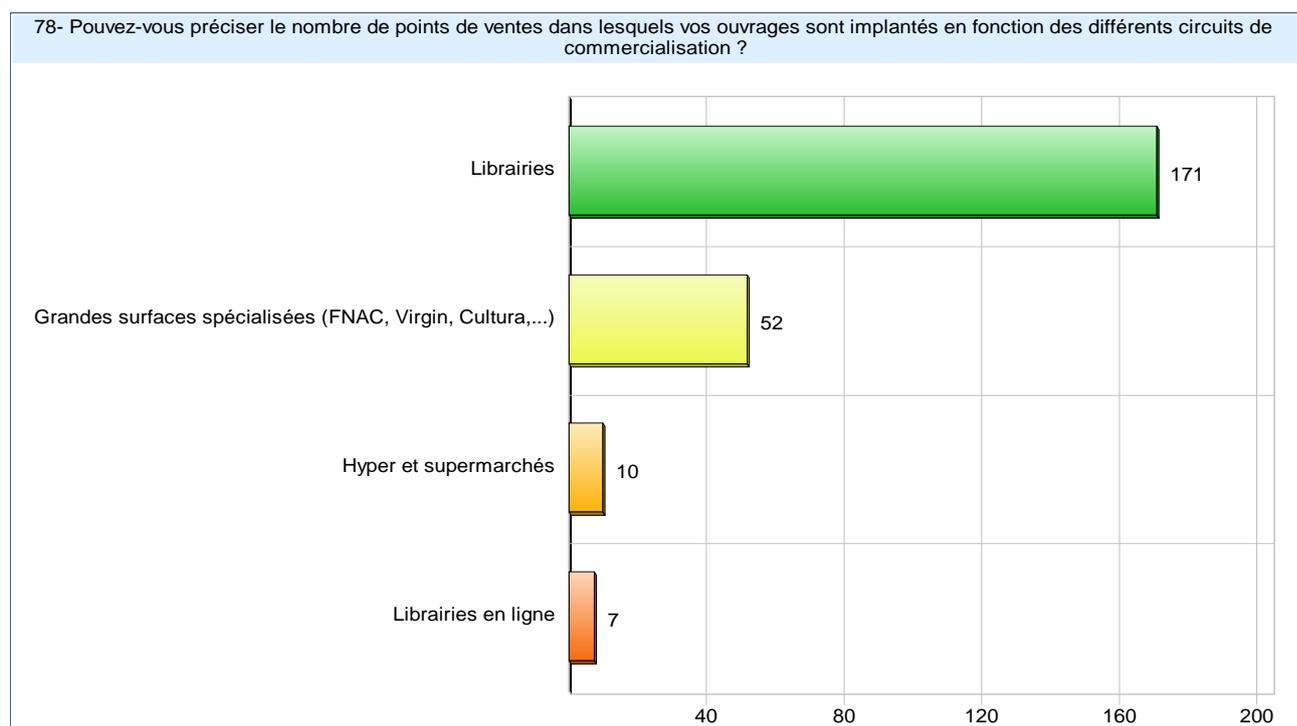
Enfin, Benoît Vaillant, dirigeant de Pollen-Littéral, souligne qu'au-delà des critères purement quantitatifs (4 titres par an au moins, CA net éditeur de 25 000 euros), de la cohérence recherchée des différents catalogues diffusés comme de leurs apports respectifs qui peuvent les renforcer mutuellement (légitimité des auteurs, forte implantation régionale, accès facilité à de nouveaux libraires), ce qui compte le plus, c'est le projet d'entreprise. Le professionnalisme du dirigeant, ses compétences, sa connaissance du marché et de la chaîne du livre, du « potentiel-réaliste-de ses publications » et des contraintes de commercialisation, sa capacité à anticiper notamment pour préparer les 3 réunions commerciales organisées dans l'année. Le respect des dates de parution et des prix annoncés, le référencement sur Dilicom, des factures correctement établies : autant de conditions préalables avant d'envisager une collaboration vraiment fructueuse entre l'éditeur et son diffuseur-distributeur. L'enjeu est aussi pour ce partenariat de préparer et

de faciliter ensuite l'accès vers l'export, la vente de droits à l'étranger, en clubs ou en poche, voire vers la distribution de contenus numériques.

D. Le point de vue des libraires

Venons-en aux libraires, d'autant que grâce aux entretiens réalisés auprès des responsables des librairies indépendantes Sauramps (Montpellier, Alès) et L'Echappée belle (Sète), ainsi que des résultats de l'enquête menée en parallèle sur les librairies indépendantes de Languedoc-Roussillon par CRP Consulting, nous bénéficions d'un point de vue sensiblement différent. En effet, l'on songe à l'un des thèmes de la première des 4 journées ateliers sur la commercialisation du livre, organisées par une structure régionale du livre différente à chaque fois (Aquitaine en janvier 2009 sur la diffusion ; Limousin en novembre 2009 sur la distribution ; et à venir, Midi-Pyrénées et Poitou-Charentes sur le numérique et la promotion) : « Pourquoi un éditeur n'est-il jamais satisfait du travail de son diffuseur ? ». On vient de voir que ce n'est pas forcément le cas pour ce qui concerne les éditeurs de Languedoc-Roussillon et leurs diffuseurs, mais cette formule pourrait plutôt s'appliquer à leurs relations avec les libraires, en région comme hors région.

La plupart des maisons d'édition, y compris les plus importantes, souhaiteraient davantage de « visibilité » et pouvoir accéder, aussi, si leurs domaines éditoriaux s'y prêtent, à des grandes surfaces culturelles en particulier, comme la Fnac, Virgin ou Cultura. Or, la centralisation des achats pour ces enseignes ne favorise pas l'implantation dans les points de vente des éditeurs, qui ne sont pas diffusés par de grosses structures, *a fortiori* pour ceux qui sont en auto-diffusion. Les graphiques qui suivent montrent la sous-diffusion des éditeurs du Languedoc-Roussillon dans certains circuits de commercialisation, même si, évidemment, tous ne sont pas adaptés à leur ligne éditoriale, et leur relativement faible DN (ou Distribution Numérique, principal indicateur des panels de points de vente, tels ceux utilisés dans l'édition comme GfK et Ipsos, et précisant le pourcentage de « libraires » y compris en ligne « détenteurs » ou référençant un ouvrage). Au mieux, même avec une délégation de leur diffusion et un segment éditorial qui s'y prête, les maisons d'édition réussissent à implanter leurs livres dans 500 (800 en bande dessinée avec l'export) points de vente au total. Et ce n'est pas une question de remises accordées aux libraires, puisque que celles qui sont pratiquées –de 30 à 40% environ selon les types d'ouvrages– sont tout à fait comparables à celles du marché.



Analysons, plus spécifiquement, les relations des éditeurs avec les librairies indépendantes du Languedoc-Roussillon. Notons que les maisons d'édition ne font jamais référence, dans les questionnaires ou bien au cours des entretiens, au nouveau label LIR (Librairie indépendante de référence), attribué à la rentrée 2009 à 460 points de vente, dont 17 pour le Languedoc-Roussillon. Les premiers résultats de l'étude menée parallèlement par CRP Consulting auprès des libraires montrent que, de leur point de vue, les éditeurs du Languedoc-Roussillon sont bien référencés. Ainsi 90% affirment connaître les maisons d'édition installées en région et, 98% de ceux qui les connaissent, les proposent dans leur fonds. 86% disent accepter les dépôts, avec, pour condition essentielle, l'intérêt et la cohérence par rapport à leur offre. Mais, 45% déclarent ne pas avoir de lien avec les éditeurs non diffusés/non distribués, les associations en particulier. En fait, il convient de souligner, même si cela va de soi, que les libraires ont une stratégie pour construire leur assortiment, pour le mettre en avant sur les tables, en vitrines ou par des animations, tout comme, on le verra, les bibliothécaires ont une « politique documentaire » et choisissent leurs modes de valorisation. Dès lors, c'est moins, sauf édition régionaliste, l'appartenance à un même territoire qui va conditionner la prise de commandes, au-delà de l'office par exemple ou même en dépôt, mais la qualité et l'originalité, dans le fond comme dans la forme, des ouvrages proposés, qui permettront à la librairie indépendante d'affirmer sa différence par rapport aux circuits plus « industriels ». D'ailleurs, certaines maisons d'édition, diffusées par de grosses structures parisiennes, ne sont même plus perçues, quand on interroge les libraires, comme des éditeurs « de la région ».

Les libraires incitent, surtout, les maisons d'édition à se professionnaliser encore davantage, en particulier pour la modernisation des couvertures et des maquettes, et pour la communication sur les parutions comme dans la gestion des commandes. « *On est déjà submergé par la production, par le nombre d'éditeurs et de livres, on n'a pas le temps d'aller chercher l'info* », ni même forcément de recevoir, dans les meilleures conditions, les éditeurs. Envoyer des argumentaires de vente structurés, des catalogues, des spécimens, avoir un site régulièrement mis à jour avec un formulaire de commande en ligne ; être attentif aux délais de livraison et aux frais de port et, bien évidemment, profiter de la proximité géographique pour nouer d'autres types de liens. Et de souligner que certains éditeurs, y compris en auto-diffusion, y parviennent très bien.

Nous citerons, pour faire le lien avec la partie précédente, Benoît Vaillant, qui diffuse uniquement des éditeurs indépendants, à propos de l'évolution des circuits de vente : « *La concentration augmente, mais c'est une tendance normale qui est compensée par une génération de libraires qui choisissent le métier dans le cadre d'une reconversion, par exemple. Les librairies qu'ils ouvrent sont donc des lieux hautement personnalisés. Leurs choix en matière d'édition suivent donc et, nous y sommes légitimes avec une offre qui permet la différenciation* ». Aux éditeurs du Languedoc-Roussillon de profiter de cette opportunité réelle pour une région particulièrement dynamique quant aux flux de nouveaux arrivants, et de créations ou de reprises d'entreprises et ce dans le contexte général de successions à venir pour de nombreuses librairies.

E. Le point de vue des bibliothécaires

Les bibliothécaires, quant à eux, s'ils n'ont pas vraiment plus de disponibilité que les libraires, sont des professionnels de la recherche d'informations ; c'est même le cœur de leur métier. Le projet, de « Charte des collections » de la nouvelle Médiathèque André Malraux de Béziers, ouverte à l'automne 2008, et aimablement transmis par sa directrice, Evelyne Didier, suite à l'entretien téléphonique avec l'ASFORED, rappelle les outils de sélection des bibliothécaires pour choisir leurs acquisitions dans le cadre d'une politique documentaire clairement définie :

- revues spécialisées (*Livres Hebdo, Lire, Le Monde des livres, ...*),
- catalogues commerciaux des éditeurs,
- sites web spécialisés,
- stages de formation et salons professionnels (Paris, Montreuil, ...),
- presse généraliste (journaux, émissions télévisées),
- suggestions des lecteurs.

Ce même document préparatoire, rédigé pour 3 ans, souligne un point essentiel : « *Le choix des ouvrages ne reflète pas forcément la production éditoriale mais vise essentiellement à promouvoir une littérature de qualité. C'est pour cette raison que la médiathèque propose, entre autres, à ses lecteurs la production de petits éditeurs peu diffusés par les circuits*

commerciaux ». C'est donc là encore une vraie opportunité pour tous les éditeurs installés en région que de développer une approche spécifique auprès des bibliothèques, alors qu'ils ne sont, pour l'instant, que 22% à le faire en Languedoc-Roussillon. D'autant que toutes les enquêtes sur les pratiques culturelles des Français (la dernière portant sur 2008 et publiée fin 2009, confirme les tendances de l'enquête précédente de 1997) prouvent que le public qui fréquente les bibliothèques est aussi celui qui achète le plus de livres en librairies et, que cela pourrait donc avoir un effet multiplicateur. De plus, comme pour les librairies, la proximité géographique peut faciliter grandement les projets d'information, de valorisation et d'animation, dont les bibliothèques sont particulièrement demandeuses.

Ainsi Mélanie Villenet-Hamel, directrice de la DDLL (Direction départementale du livre et de la lecture) de l'Hérault, souligne que « *c'est dans le génome des bibliothèques* » de privilégier, au-delà de l'acquisition d'un fonds local de référence, la petite édition. Or, peu de maisons du Languedoc-Roussillon sont particulièrement dynamiques dans ce domaine, visitent régulièrement les bibliothèques (sauf Grandir ou Lirabelle notamment pour les ouvrages jeunesse) ou proposent des animations, des ateliers, font venir des auteurs (par exemple, sur le thème des littératures imaginaires avec *Au diable vauvert*, ou autour de la bande dessinée auprès des enfants hospitalisés avec *6 pieds sous terre*). Elle s'étonne que les éditeurs ne diffusent pas davantage leurs catalogues auprès des bibliothèques de la région, y compris parmi les plus importants, d'autant que l'Hérault expérimente, depuis mai 2008, une offre de ressources électroniques ouvertes à l'ensemble du réseau et consultables à distance, et serait très intéressé pour proposer certains livres des éditeurs de la région, s'ils existaient en format numérique. De façon générale, les éditeurs doivent profiter de ce que les bibliothécaires consultent beaucoup Internet et communiquent beaucoup entre eux par e-mail. Il existe des listes de diffusion ou des sites comme, par exemple, bibliofrance.org, bbf-ensib.fr ou pour le secteur jeunesse ricochet-jeunes.org qui sont très visités par les bibliothécaires.

F. En guise de conclusion provisoire ...

Finalement, en croisant les points de vue de l'ensemble des acteurs du livre en Languedoc-Roussillon (et on aurait pu ajouter celui des auteurs ...), on a parfois l'impression que chacun « voit midi à sa porte » et attribue 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. Il est déterminant qu'un diagnostic partagé sur la situation de la filière du livre en Languedoc-Roussillon, et sur les actions menées, conduise à une conscience accrue par les différents acteurs de leur interdépendance, de leurs contraintes et de leurs attentes respectives comme l'effet multiplicateur et bénéfique d'une collaboration renforcée.

V. AIDES ET POLITIQUES DE SOUTIEN A L'ÉDITION

Après un état des lieux de l'édition en Languedoc-Roussillon et, après avoir caractérisé les besoins et attentes de ses acteurs, nous avons dressé un panorama des aides et soutiens existant :

- au niveau national, en mettant en avant les aides nationales auxquelles font appel les éditeurs en Languedoc-Roussillon,
- au niveau de la région grâce, notamment, à des entretiens avec les responsables institutionnels de la DRAC et du Conseil régional du Languedoc-Roussillon,
- dans d'autres régions, de manière transversale et thématique, afin d'identifier les actions régionales émergentes et de croiser les expériences.

Ce panorama nous a permis de dessiner le cadre des dispositifs de soutien. Cette base, couplée à la prise en compte des spécificités précédemment exposées, nous a permis, ensuite, de définir des préconisations réalistes, pertinentes et adaptées à la situation identifiée en Languedoc-Roussillon.

A. Dispositifs au niveau national

1. Direction générale des médias et des industries culturelles

Le décret n° 2009-1393 du 11 novembre 2009 relatif aux missions et à l'organisation de l'administration centrale du ministère de la Culture et de la Communication supprime la direction du Livre et de la Lecture. Ses attributions sont reprises par la direction générale des Médias et des industries culturelles, qui peut être assistée d'un adjoint chargé du livre et de la lecture.

Créée en 1975, la direction du Livre et de la Lecture assurait un rôle d'évaluation et de réglementation dans le domaine du livre et de la lecture.

Elle exerçait la tutelle sur la Bibliothèque nationale de France (BnF), la Bibliothèque publique d'information (Bpi) et le Centre national du livre (CNL).

En matière d'économie du livre, elle traitait des questions posées par la création, l'édition, la diffusion, la distribution et la promotion du livre en France et à l'étranger. La DLL contribuait, notamment, au développement des entreprises d'édition et de librairie, à l'intégration des nouvelles technologies, au renforcement de l'exportation, ainsi qu'aux études et recherches sur la lecture et l'économie du livre.

Elle s'appuyait, pour la mise en œuvre de la politique de l'État, sur les DRAC et leurs conseillers pour le livre et la lecture. En région, les DRAC, en collaboration avec le Centre national du livre (CNL), favorisent le développement des structures publiques et privées de diffusion du livre, de l'écrit et de la documentation sur divers supports. Elles attribuent des subventions aux collectivités locales, établissements publics, entreprises et associations. Elles s'intéressent à l'ensemble de la filière du livre, de l'écrivain au lecteur.

2. Centre national du livre (CNL)

Créé en 1973 (anciennement Caisse Nationale des Lettres), le CNL est un établissement public du ministère de la Culture et de la Communication. Il a pour mission d'encourager la création et la diffusion d'ouvrages de qualité, à travers divers dispositifs de soutien aux acteurs de la chaîne du livre (auteurs, éditeurs, libraires, bibliothèques, organisateurs de manifestations littéraires).

Dans le cadre de la RGPP, le CNL a été réformé en 2006.

En 2008, l'établissement a assuré son rôle d'anticipateur et d'accompagnateur des évolutions qui se dessinent pour le livre et la lecture, à travers :

- un appui conforté à l'économie numérique du livre, avec, pour la première fois, une aide aux éditeurs s'engageant dans un programme test de diffusion numérique de documents sous droits. Menée parallèlement au soutien à la Bibliothèque nationale de France pour le volet patrimonial de Gallica 2, cette aide est engagée sur le chapitre consacré à la mise en œuvre de la « Contribution française au projet de Bibliothèque numérique européenne », créé en 2007 et doté d'un budget initial de 10 M€.
- la création d'un nouveau dispositif de soutien, intégré au chapitre consacré à l'« Accompagnement de la diffusion en librairie », visant à encourager le rôle culturel fondamental des librairies dans la diffusion du livre de qualité. Engagé pour la première fois en 2008, ce soutien à la mise en valeur des fonds en librairies (VAL) a mobilisé 1,1 M€, alloué à plus de 200 librairies en France.

L'année 2008 a été marquée par l'évolution des aides aux sites Internet vers un dispositif exclusivement en faveur des sites collectifs d'éditeurs ou de librairies, ainsi que la fin du dispositif d'aide au plafonnement des rabais pour les bibliothèques.

Le CNL a soutenu les manifestations du livre en Languedoc-Roussillon à hauteur de 92 000 euros en 2008.

Il a versé des aides aux éditeurs de la région sous forme de subventions à la traduction et à la publication pour un montant de 170 570 euros en 2008.

3. Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC)

L'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles est un établissement financier privé qui intervient sur des fonds publics. Il apporte sa garantie financière et son expertise aux banques des principaux métiers du livre.

L'IFCIC garantit, grâce à un fonds doté notamment par le Ministère de la Culture et de la Communication, des concours à moyen et long terme aux entreprises ayant une activité de production, de commerce ou de service dans les différents domaines des arts et de la culture : livre, musique, variétés, arts plastiques et photographie, métiers d'art, théâtre, danse, patrimoine, multimédia, éditeurs de presse...

En 2008, (source : rapport annuel 2008 de l'IFCIC), les interventions ont, principalement, porté sur le financement de la transmission ou de la création d'activité (30% des risques), le renforcement de fonds de roulement (25%), la production éditoriale (25%), les opérations d'équipement ou de travaux (20%).

En ce qui concerne les industries culturelles, le fonds a été prioritairement sollicité dans le secteur du livre (édition et librairie) : 27 interventions représentant 2,5 millions d'euros de risque, contre 1,8 million d'euros sur 28 opérations en 2007.

Parmi les éditeurs du Languedoc-Roussillon ayant répondu au questionnaire, un seul éditeur fait référence à l'IFCIC.

B. État des lieux des dispositifs existant en Languedoc-Roussillon

1. Soutien de la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC)

Un entretien a eu lieu avec Odile Nublat, conseillère pour le livre et la lecture à la Direction régionale des affaires culturelles du Languedoc-Roussillon.

Les DRAC sont des services déconcentrés en région du ministère de la Culture et de la Communication. Elles sont chargées de mettre en œuvre, sous l'autorité du Préfet de région, la politique culturelle définie par le gouvernement.

Les DRAC exercent une fonction de conseil et d'expertise auprès des partenaires culturels et des collectivités territoriales, dans tous les domaines d'intervention du ministère de la Culture et de la Communication : les patrimoines, les musées, les archives, le livre et la lecture publique, le spectacle vivant, les arts visuels, le cinéma et l'audiovisuel, le multimédia et les industries culturelles.

Dans ce cadre, la DRAC Languedoc-Roussillon accompagne l'ensemble de la chaîne du livre : la construction, l'équipement mobilier, informatique et multimédia des bibliothèques municipales intercommunales et départementales, la connaissance et la numérisation du patrimoine écrit, les projets d'entreprise des éditeurs et des libraires, les résidences d'écrivains ainsi que les projets de médiation du livre et de la littérature. Elle soutient également la formation des professionnels du livre et de la lecture.

Elle instruit les projets soutenus en région par le Centre national du livre (CNL).

La DRAC Languedoc-Roussillon encourage les dynamiques, les réseaux et les projets à dimension régionale. Elle contribue à la mise en place de politiques publiques culturelles concertées entre l'État et les collectivités. En matière de livre et de lecture, elle favorise les partenariats entre les différents services de l'État, les établissements publics relevant du ministère de la Culture (ici la BnF, la Bpi et le CNL) et les collectivités territoriales.

Ce qui se concrétise aujourd'hui en Languedoc-Roussillon par :

- la création, en 2008, de la structure régionale pour le livre et la lecture, Languedoc-Roussillon livre et lecture, centre de ressources pour les acteurs du livre et l'un des opérateurs privilégiés des politiques concertées de l'État et de la Région,
- la convention de pôle associé régional à la Bibliothèque nationale de France (BnF), liant la BnF, la Région, la Communauté d'agglomération de Montpellier, Languedoc-Roussillon livre et lecture et la DRAC, autour du patrimoine écrit régional,
- le plan régional d'action pour l'illettrisme, liant l'État et la Région,
- les conventions de développement de la lecture publique, liant l'État et les Conseils généraux des Pyrénées-Orientales et de l'Hérault.

Plus spécifiquement, l'intervention de la DRAC en faveur des éditeurs est déterminée en application de la politique nationale du ministère de la Culture et de la Communication et s'appuie sur les orientations et les études élaborées par le service du livre et de la lecture. Elle est complémentaire de l'action du Centre national du livre et d'autres dispositifs nationaux de soutien à l'édition dont l'IFCIC.

La DRAC agit selon le principe d'aide au développement de l'entreprise. Cet accompagnement peut porter sur les axes suivants :

- la modernisation des outils de production : changement de matériel informatique, aménagement de locaux, renouvellement de la charte graphique,
- l'amélioration des moyens de commercialisation : diffusion, distribution,
- tout autre projet induit par le développement de la structure d'édition,
- des projets de mutualisation d'activité entre éditeurs.

Les critères de soutien de la DRAC à l'édition sont les suivants :

- le siège administratif est basé en Languedoc-Roussillon,
- l'indépendance de la structure : détentrice d'au moins 80% de ses actifs,
- l'activité principale est l'édition,
- l'exercice de l'activité d'édition depuis plus d'un an,
- le professionnalisme,
- la distribution et la diffusion de la production dans un nombre significatif et pertinent de librairies en région et en France,
- le respect de la loi du 10 août 1981 relative au prix unique du livre, et de la loi du 18 juin 2003 relative à la rémunération des auteurs au titre du prêt en bibliothèques.

La DRAC ne soutient pas la publication d'ouvrages. C'est le CNL qui intervient sous forme d'aides à la publication, d'aides à la traduction, d'aides à la réédition d'ouvrages épuisés (cf. montants des aides accordées en Languedoc-Roussillon).

La DRAC soutient l'association Languedoc Roussillon Livre et lecture pour la mise en œuvre de projets collectifs d'accompagnement des éditeurs : annuaire des éditeurs professionnels, formations, journées d'information, fiches-outils...

Projets pour 2009 :

Aides attribuées à 2 éditeurs : 11 000 euros,
Aide attribuée à Languedoc-Roussillon livre et lecture : 241 500 euros,
dont une aide à l'accompagnement des éditeurs et des libraires LR2L : 20 000 euros

Aides attribuées en 2008 :

Aides attribuées à 2 éditeurs : 6 000 euros
Aide attribuée à Languedoc-Roussillon livre et lecture : 190 000 euros
dont une aide à l'accompagnement des éditeurs et des libraires LR2L : 20 000 euros

Aides attribuées en 2007 :

Aides attribuées à 5 éditeurs : 20 500 euros
Aides à l'ADER : 20 000 euros
Étude sur l'édition indépendante : 10 000 euros
Salon du livre de Rousson (Forum des éditeurs indépendants) : 1 000 euros

2. Soutien du Conseil régional du Languedoc-Roussillon

a. Les aides en faveur du livre

Afin de dresser un état des lieux de la stratégie de la région en faveur du livre, l'Asfored a rencontré sur place :

- Christine Vergnes, directrice adjointe de la culture et du patrimoine au Conseil régional du Languedoc-Roussillon,
- Jérémie Villaume, chargé de l'économie du livre au sein du Service de création, diffusion et innovation artistique du Conseil régional du Languedoc-Roussillon,
- Eliane Lloret, chargée de la vie littéraire et des auteurs au sein du Service de création, diffusion et innovation artistique du Conseil régional du Languedoc-Roussillon.

La politique de la Région, en faveur du livre, de la lecture publique et la littérature orale, s'appuie sur trois principes forts :

- un soutien économique fort,
- le maillage du territoire régional,
- un égal accès de tous au livre, à la lecture publique et à la littérature orale.

Ces principes ont pour finalité le développement économique du Languedoc-Roussillon.

Huit programmes régionaux permettent la mise en œuvre de cette stratégie :

- Programme régional de bourses individuelles aux auteurs et aux traducteurs : il illustre le soutien de la Région Languedoc-Roussillon à la création littéraire, en considérant les auteurs et les traducteurs comme de véritables acteurs économiques. Doté d'une ligne budgétaire propre et d'un règlement d'intervention, il permet à plus de 20 auteurs et traducteurs d'être aidés, à hauteur de 5 000 euros maximum chaque année.
- Programme régional de soutien à l'édition : celui-ci vise à maintenir une diversité culturelle et littéraire sur le territoire, tout en renforçant le maillage économique du Languedoc-Roussillon.
- Programme régional de soutien aux librairies indépendantes : les librairies sont des acteurs essentiels de la diffusion du livre en région, aussi bien en zones rurales qu'en zones urbaines, et des agents économiques importants qu'il est vital de préserver.
- Programme régional de soutien à la vie littéraire : il contribue à une constante et égale diffusion de la littérature sur le territoire régional et, donc, à un égal accès de tous les citoyens de la région au livre.
- Programme régional de soutien aux bibliothèques et aux médiathèques : il vise la mise en place d'actions autour du livre, de la lecture publique et de la littérature orale, mais aussi des actions de lutte

contre l'illettrisme : amener le livre au plus près des publics empêchés (hôpitaux, prisons, maisons de retraite, etc.).

- Programme régional de soutien à la construction d'équipements culturels structurants : l'intervention de la Région vise ici la construction de bibliothèques et de médiathèques sur le territoire régional, pour permettre le maillage du territoire en terme de lecture publique et donc d'égal accès de tous au livre. Le soutien financier de la région a déjà permis la construction de 24 bibliothèques et médiathèques en 4 ans.
- Programme régional de soutien à l'acquisition de matériels (artistiques, techniques et scéniques) : destiné aux éditeurs et libraires, il permet à ces structures de s'adapter aux évolutions technologiques et de rester compétitifs économiquement. Ainsi, ce programme est principalement orienté vers l'achat de matériels ou de programmes informatiques.
- Programme régional de soutien à la numérisation : c'est la continuité de l'action de la Région en faveur de la numérisation de la presse ancienne régionale et locale. Car, consciente de la nécessité et de l'urgence de garantir la pérennité et la diffusion d'un patrimoine commun, la Région souhaite soutenir les actions des collectivités et des associations en faveur du patrimoine littéraire et graphique de la région (Ex.: numérisation des plaques de verres du Fonds Robert par le Conseil Général de la Lozère).

Depuis 2004, la Région Languedoc-Roussillon a choisi d'étendre sa politique du livre aux lycées. Ainsi, en 2007, elle a lancé le concours «Écrivains en herbe». Celui-ci permet de sensibiliser les lycéens à l'écriture et de valoriser leurs écrits. Un partenariat avec le Midi-Libre a été impulsé en 2008.

En 2006, la Région Languedoc-Roussillon a étendu le « Prix Méditerranée des Lycéens » (qui existait, jusqu'alors, dans le seul département des Pyrénées-Orientales) à l'ensemble du territoire régional. L'objectif de ce prix est de promouvoir la lecture en milieu scolaire, tout en permettant aux lycéens de cette région, sans exclusivité géographique ou sociale, de découvrir une littérature contemporaine à travers de jeunes auteurs. Les élèves disposent de deux à trois mois pour lire les cinq romans en lice. Ces ouvrages, achetés par la Région, s'insèrent dans les dispositifs de soutien aux acteurs de la chaîne du livre développés par la Région Languedoc-Roussillon. En effet, parmi les ouvrages en compétition, un est écrit par un auteur implanté en région et/ou un est publié par un éditeur du Languedoc-Roussillon. Enfin, les romans en compétition sont directement achetés chez des libraires indépendants du Languedoc-Roussillon (un libraire par département).

Concernant le soutien à la filière, depuis 2004, un rééquilibrage de l'intervention de la Région Languedoc-Roussillon a été réalisé, par un soutien direct et indirect à tous les acteurs de la chaîne du livre et par un budget en constante augmentation. Il s'est accompagné de la mise en place d'aides directes adaptées à chaque secteur et par des contributions indirectes

Toujours dans cette optique d'appui aux professionnels du livre, en 2008, la Région a créé en partenariat avec la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC), l'association Languedoc-Roussillon livre et lecture. Celle-ci a pour missions de soutenir la création, l'édition et la diffusion du livre, de favoriser la vie littéraire et la littérature orale et de développer la pratique de la lecture dans toutes les couches sociales. La Région finance cette structure pour le livre qui est un fort outil d'accompagnement de la filière.

Dans le cadre du programme régional de soutien à l'édition, la Région Languedoc-Roussillon attribue des aides directes aux éditeurs du Languedoc-Roussillon, sous deux formes principales :

Les aides aux salons hors régions : ce soutien permet aux éditeurs de sortir des frontières géographiques du Languedoc-Roussillon et, ainsi, d'aller à la rencontre des professionnels du livre hors région, de trouver de nouveaux auteurs et de rencontrer leur public de lecteurs. Cette aide constitue un soutien économique fort, car elle permet aux éditeurs du Languedoc-Roussillon de multiplier les contacts avec des partenaires d'autres régions, dont les libraires, de développer l'achat et la vente de droits et de renforcer les liens avec leurs auteurs et/ou leurs illustrateurs.

Les aides à la réalisation de projets : ces aides ne sont pas des aides au fonctionnement, mais des aides apportées aux projets développés par les maisons d'édition. Ainsi, la Région Languedoc-Roussillon soutient les éditeurs par des aides à la publication d'ouvrages. En amont, elle intervient par des aides à la traduction. Enfin, consciente de la nécessité qu'ont les maisons d'édition de disposer d'outils de diffusion de leur fonds, la Région soutient la réalisation de leur catalogue.

	2007	2008	2009
Aides directes aux éditeurs (édition + traduction + catalogue)	296 000€	247 500€	296 600€
Aides directes aux éditeurs pour les salons	0€	0€	95 300€
Aides indirectes aux éditeurs pour les salons (Salon du livre de Paris)	204 076€	186 568€	0€
Aides indirectes aux acteurs de la chaîne du livre	205 000€ (ADER 45 000€)	280 000€	315 000€

A travers l'évolution des aides attribuées par le Conseil régional du Languedoc-Roussillon durant ces trois dernières années, on se rend compte notamment de l'augmentation de l'enveloppe consacrée au soutien direct à l'édition entre 2008 et 2009. Celle-ci provient de l'évolution des dispositifs de soutien à l'édition du Conseil régional du Languedoc-Roussillon ainsi que de la fin de la participation de la Région Languedoc-Roussillon au Salon du livre de Paris. Depuis 2009, la Région n'a plus de stand commun au Salon du livre de Paris, mais soutient financièrement les éditeurs par une aide directe pour leur participation aux salons de leur choix. Ainsi le budget dévolu initialement à la communication institutionnelle sur le salon du livre de Paris est désormais consacré à l'aide directe à l'édition.

b. Les aides en faveur du développement économique des entreprises du Languedoc-Roussillon

Au-delà des aides spécifiques au domaine du livre, le Conseil régional a mis en place un certain nombre d'aides en faveur du développement économique des entreprises du Languedoc-Roussillon. Elles peuvent aussi être sollicitées par les maisons d'édition, acteurs à la fois culturels et économiques de la région.

La Région s'est donnée pour mission d'accompagner et de stimuler ces initiatives par la conception, la mise en œuvre, l'animation et l'évaluation de programmes régionaux d'accompagnement des entreprises à chaque stade de leur développement et ce, au service d'un objectif majeur : l'emploi conformément aux enjeux et propositions du schéma régional de développement économique (SERVIR).

Un entretien avec Josick PAOLI, directrice, Direction du développement des entreprises au Conseil régional du Languedoc-Roussillon, a permis de comprendre la stratégie régionale en faveur du développement des entreprises dans laquelle peut aussi s'inscrire la filière du livre. En effet, le secteur de l'édition combine une réalité culturelle et économique.

Comme le rappelait Dominique Cartellier dans son article « Politiques du livre et industrialisation de l'édition », publié par la revue *BBF* en janvier 2007, « chercher à attirer des éditeurs qui, de leur côté, peuvent se sentir plus visibles en région qu'à Paris », puis les accompagner dans leur croissance relèvent à la fois « de stratégies de développement économique » et de « la volonté d'affirmer le rayonnement d'une région, c'est-à-dire de se différencier, en mobilisant la valeur symbolique encore importante du livre ». Les maisons d'édition en région sont aussi des entreprises, mais leur forte visibilité et leur contribution décisive à la diversité et au dynamisme de la filière du livre doivent être prises en compte, au moins autant que leur (globalement faible) poids économique, dans l'orientation des politiques publiques en faveur de ces acteurs un peu particuliers.

Il faudrait, spécifiquement pour ce secteur, situé à la charnière entre enjeux culturels et économiques, créer une passerelle entre la Direction de la culture et la Direction du développement des entreprises du Conseil régional, qui permette l'étude des possibilités d'accompagnement des projets de manière conjointe.

Au sein du Département « Économie et Emploi », la Direction du développement des entreprises conçoit, met en œuvre et anime les programmes régionaux d'accompagnement des entreprises à partir de six priorités opérationnelles :

- 1) Plus de créations et de transmissions d'entreprises pérennes : Le PACTE (Programme d'appui à la création et à la transmission d'entreprise) pour qualifier et financer les projets de création et de transmission (prêt, garantie et subvention) et pour former l'entrepreneur au métier de chef d'entreprise.
- 2) Des entreprises plus compétitives à la conquête de nouveaux marchés : le programme ASTRE (Aide stratégique régionale aux entreprises) accompagne financièrement le développement des entreprises régionales en croissance (prêt, garantie et subventions) en partenariat avec les autres financeurs de l'entreprise.
- 3) Des entreprises plus innovantes, pour être plus discriminantes sur le marché : il s'agit de soutenir la compétitivité et l'innovation de ces entreprises par le Programme régional à l'innovation qui comprend le financement des faisabilités technique et/ou commerciale des projets, le financement de projet de recherche et de développement en partenariat avec OSÉO, le soutien au recrutement.
- 4) Un territoire régional attractif par la qualité de ses infrastructures économiques.
- 5) Des entreprises rassemblées dans des filières structurées pour être plus performantes en Languedoc-Roussillon et sur les marchés nationaux et internationaux : contrats de filières pour favoriser les projets collectifs et coopératifs.
- 6) Le soutien à une « autre économie » : sociale et solidaire.

Certains dispositifs d'aides proposés pourraient concerner les maisons d'édition tels que :

Le programme d'appui à la création et transmission d'entreprise (PACTE entreprise)

Ce programme permet aux repreneurs de bénéficier d'un accompagnement de qualité pendant leur parcours, grâce à un réseau de professionnels, de qualifier leur projet afin de donner toutes les chances de pérennité à l'entreprise, à travers un VISA : diagnostic technique, économique, commercial et humain, de mobiliser les financements régionaux adaptés. Ce programme est constitué de différents dispositifs :

- **L'avance remboursable** : elle a pour objectif de finaliser le plan de financement d'une entreprise. Son montant est à mobiliser en priorité sur les investissements immatériels : besoin en fonds de roulement, frais de lancement commercial... Ce prêt à taux zéro varie de 10 000 à 50 000 €, dans la limite des fonds propres. Le taux maximum d'intervention est de 50% de l'assiette éligible.
- **Le fonds régional de garantie** : son but est d'optimiser l'accès aux crédits bancaires pour les entreprises régionales : TPE, PME/PMI. Ce fonds, est à mobiliser en priorité, sur les investissements matériels. La garantie monte jusqu'à 70%, suivant les conditions générales des partenaires de la Région : Oséo, Socama, Siagi.
- **Aide à la transmission** : elle a pour objet d'accompagner le cédant, en finançant l'évaluation de l'entreprise à céder (aspects économiques, financiers et humains), afin de donner les meilleures chances de réussite au projet.
- **Aide à la reprise** : la Région propose deux aides qui permettent de faciliter la reprise. La première permet de financer une partie du salaire du futur repreneur. Il s'agit de valider sa volonté entrepreneuriale et ses compétences avant la cession définitive et de contribuer ainsi à un passage de relais dans les meilleures conditions. La seconde a pour objet de financer le recours à des conseils spécialisés sur le volet managérial, économique, financier et juridique, pour aider le repreneur à développer la compétitivité de l'entreprise.

Le programme d'accompagnement à la création et à la transmission d'entreprise – volet formation (PACTE formation)

Le PACTE formation (Programme d'accompagnement à la création et à la transmission d'entreprise) a pour objectif d'accompagner les porteurs d'un projet de création ou de reprise d'entreprise, en leur donnant les meilleures chances de succès.

La Région prend en charge les actions de formation nécessaires pour maîtriser le métier de chef d'entreprise et l'accompagnement, afin de les suivre durant la phase de maturation et de démarrage du projet de création ou de reprise.

Le pacte Fonds régional de garantie – Région Languedoc-Roussillon

La Région Languedoc-Roussillon et Oséo ont signé un accord spécifique de partenariat, via la création d'un fonds régional de garantie (FRG) pour optimiser l'accès aux crédits bancaires des petites et moyennes entreprises (PME), des petites et moyennes industries (PMI) et des très petites entreprises (TPE).

La garantie Région Languedoc-Roussillon Oséo intervient sur des projets de création ou de reprise présentant un enjeu économique, notamment en terme d'emplois, et pour lesquels les organismes financiers ne peuvent pas intervenir seuls au regard de l'enjeu financier ou du risque à prendre.

Par ailleurs, en 2009, la Région a lancé Agir (accompagnement global et investissement régional en Languedoc-Roussillon). Il s'agit d'un outil d'échange et de convergence intra-filière et interfilière.

Dès 2005, le Schéma Régional de Développement Economique et de l'Emploi, SERVIR fixe comme priorité de rassembler les entreprises dans des filières d'excellence, afin de compenser par la dimension collective leur faible taille.

Le principe de départ reste le même, dynamiser une filière à travers une approche commune du marché et mettre en œuvre des actions collectives.

Au total, près de 8 000 entreprises et 200 000 salariés concernés au cœur de la politique économique régionale dans les filières de l'agroalimentaire, la logistique, les transports, les équipementiers et fournisseurs vitivinicoles, la filière eau, les technologies de l'information et de la communication, la filière bois. Cette liste n'est pas limitative et pourra s'ouvrir à l'avenir à de nouveaux secteurs dynamiques.

3. Autres acteurs du développement économique en région

Les maisons d'édition peuvent aussi solliciter d'autres acteurs du développement économique présents en Languedoc-Roussillon tels que :

Les boutiques de gestion

Elles ont pour but d'encourager l'initiative et de soutenir les porteurs de projets de création ou de reprise d'entreprise.

Au plus près de leur territoire, elles accompagnent la réalisation de l'étude de faisabilité, la recherche de financement et le montage du dossier de financement.

Cet appui est organisé sous forme de conseil individualisé et/ou en temps collectifs (ateliers, stages...). Elles reçoivent toute personne qui porte un projet de création ou de reprise d'entreprise pour la renseigner, la conseiller, l'aider à franchir les différentes étapes.

Le centre de ressources pour l'entrepreneuriat féminin Languedoc-Roussillon (CREF LR)

Le centre de ressources pour l'entrepreneuriat féminin (CREF), a été créé en 2000 par la Délégation des femmes chefs d'entreprises de l'Hérault (FCEM), afin d'accompagner bénévolement les femmes porteuses d'un projet de création ou de reprise d'entreprise et les nouvelles entrepreneuses. L'objectif est de leur apporter l'expérience de terrain d'entrepreneuses, avec bienveillance et réalisme, de leur ouvrir les réseaux économiques, de faciliter leurs relations avec les banques et de les aider à prendre la mesure des responsabilités qu'entraîne le fait de devenir « chef » d'entreprise.

Les Chambres de commerce et d'industrie du Languedoc-Roussillon

L'aide à la création et transmission d'entreprise est au cœur du métier des Chambres de commerce et d'industrie, qui assurent en ce domaine un rôle prépondérant en Languedoc-Roussillon. En tant que premier portail d'accueil national, elles réalisent une mission d'orientation, d'accompagnement, de qualification et de formation des porteurs de projets.

Les pépinières d'entreprises

Selon l'agence pour la création d'entreprise (APCE) et l'association Elan (réseau national des dirigeants de pépinière d'entreprises), on compte 18 pépinières d'entreprises dans la région Languedoc-Roussillon. Les pépinières sont des structures d'accueil, d'hébergement, d'accompagnement et d'appui aux porteurs de projets et aux créateurs d'entreprises.

La tendance actuelle laisse apparaître quatre spécificités de pépinières d'entreprises sur l'ensemble du territoire français :

- Les pépinières de type « généraliste » : elles sont la grande majorité, ce qui signifie que toutes les entreprises peuvent y être hébergées.
- Les pépinières de « haute technologie ou innovantes » : elles hébergent en priorité les jeunes entreprises ayant une activité de type technique et technologique ou innovante telles les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication).
- Les pépinières « artisanales » : il en existe quelques-unes sur l'ensemble du territoire, souvent liées, gérées ou initiées par les chambres consulaires.
- Les pépinières « thématiques » : ce concept n'existait que de façon partielle et locale. Nous trouvons des pépinières tournées vers les métiers de la mer, vers ceux de l'agriculture ou encore d'échanges transfrontaliers. Aujourd'hui, elles concernent, aussi, l'économie culturelle. Comme nous le détaillerons plus bas, nous proposons l'idée d'une « pépinière du livre », qui permettrait d'accompagner des porteurs de projet du secteur et, de créer des interactions entre l'ensemble des acteurs culturels et économiques de la région.

Nacre (Nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise) au niveau national

Piloté par le ministère de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi, dans le cadre d'un partenariat avec la Caisse des dépôts, Nacre est un nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise, adapté aux besoins des porteurs de projets, demandeurs d'emploi ou bénéficiaires de *minima* sociaux. Il intervient, dès le montage du projet, et jusqu'à 3 ans après la création/reprise de l'entreprise.

4. Aides des conseils généraux

Les conseils généraux du Languedoc-Roussillon sont également actifs pour le livre :

- Conseil général de l'Aude : médiabus, archives départementales, vie littéraire.
- Conseil général du Gard : département riche en éditeurs, la bibliothèque départementale de prêt organise des stages sur l'édition en région.
- Conseil général de l'Hérault : plan de développement de la lecture publique, la Direction du livre et de la lecture de l'Hérault est très active.
- Conseil général de la Lozère : archives départementales, bibliothèque départementale.
- Conseil général des Pyrénées-Orientales : médiathèque départementale, plan de développement de la lecture publique, politique en faveur de la préservation et la valorisation de la culture catalane.

On notera, aussi, que certains d'entre eux accordent des subventions à l'édition : 14% des éditeurs ayant répondu au questionnaire, ont reçu des subventions de leur Conseil général. Le montant des aides attribuées en 2008, aux éditeurs ayant répondu, représente 30 080 euros.

C. Le rôle de Languedoc-Roussillon livre et lecture

Financé à 60% par le Conseil régional du Languedoc-Roussillon et à 40% par la DRAC, LR2L travaille à la promotion et au développement du livre et de la lecture sur le territoire auprès de tous les lecteurs.

Centre de ressources pour les professionnels, l'ensemble des décideurs culturels et tous les publics, LR2L développe à leur intention des outils pratiques, notamment des bases de données, un site Internet (nouvelle version depuis octobre 2009) et une newsletter.

Soutien à l'innovation, LR2L organise et coordonne des groupes de travail interprofessionnels qui mènent une réflexion prospective sur les métiers du livre et le développement de la lecture.

Le 22 octobre 2009, LR2L a organisé une journée d'étude interprofessionnelle sur les enjeux et répercussions du numérique sur le livre et la lecture.

Une journée d'information interprofessionnelle a eu lieu le 10 décembre 2009 sur les modalités légales de rémunération des auteurs.

LR2L est une structure jeune mais déjà très active.

D. Sélection d'actions menées par les structures régionales pour le livre dans d'autres régions

Nous avons réalisé une étude transversale permettant de faire ressortir des idées émergentes parmi les 17 structures régionales pour le livre répertoriées en France.

1. Information-communication-événements

Selon la *Synthèse de l'état des lieux des structures régionales pour le livre de 2007*, réalisée par la FILL, l'information et la communication arrivent en tête des actions menées par les structures régionales du livre : elles concernent en effet 100% des SRL interrogées.

2. Mise en ligne de données

Toutes les structures du livre ont un site Internet. La plupart mettent en ligne des ressources à destination des éditeurs : rapport nationaux, dossiers en ligne, textes réglementaires, études, rapports concernant la vie et les acteurs du livre au plan régional et national, qui peuvent être téléchargés.

Autres idées : Provence-Alpes-Côte d'Azur: Almanach des manifestations littéraires récurrentes ; Bretagne : mise en ligne d'appels d'offres des marchés publics, espace professionnel avec CV en ligne et offres d'emplois.

3. Événements et salons professionnels

Certaines SRL organisent une présence commune des éditeurs régionaux aux salons nationaux, voire internationaux.

Certaines structures sont à l'origine de l'organisation de cafés ou apéro-livres, voyages d'études, comités de lecture.

Certains prix régionaux permettent aussi de promouvoir les éditeurs régionaux : prix littéraire lycéens et apprentis de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, nombreux prix en région Rhône-Alpes et notamment le prix Rhône-Alpes du livre, plaquette de présentation des Prix et travail du CRL auprès de la presse.

4. Relations presse

Par exemple, l'agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation (ARALD) est en relation avec un certain nombre de journalistes de la presse écrite et audiovisuelle, qui trouvent au sein de la structure régionale les informations dont ils ont besoin pour rendre compte de la vie littéraire et éditoriale de la région.

5. Publications

Sur les 17 SRL, toutes ont une lettre d'information qui prend diverses formes :

- format papier/ numérique (6 SRL ont une newsletter, les revues papier sont en général téléchargeables sur le site),
- parution mensuelle, trimestrielle,
- toutes les publications sont gratuites (mis à part pour une structure régionale pour le livre),
- informations sur les temps forts de l'agence, la vie du livre, dossiers thématiques approfondis.

Certaines structures régionales pour le livre ont initié des idées originales, comme la minute poésie par le Centre du livre et de la lecture (CLL) en Poitou-Charentes : via une demande sur le site, il est possible de recevoir, chaque semaine, un poème d'un auteur de la région, ou publié par un éditeur de la région.

Livre et Lire, journal d'information sur la vie du livre en Rhône-Alpes, est encarté chaque mois dans *Livres Hebdo* et *Livres de France* pour les abonnés de la région.

6. L'accompagnement des éditeurs dans la vie de leur maison : les moyens mis en place pour les aider de manière pratique

Les SRL mettent en ligne des outils pratiques, à destination des éditeurs.

On pensera, par exemple, aux « fiches pratiques » mises en place en région Provence-Alpes-Côte d'Azur sur le statut des auteurs, les pratiques commerciales, les sources de financement, ou encore la réflexion sur les tarifs postaux, notamment, l'offre « sacs de livres ». On trouve, par exemple, en Bourgogne, un guide à l'usage des éditeurs pour la revendication de leurs ouvrages et documents hors-texte sur le site Google Book Search, et la gestion de leur compte.

Des SRL mettent en place des services juridiques et d'aide à la gestion :

- mise en place de services de questions-réponses juridiques,
- assistance juridique, assistance de gestion, publication « Aide et conseil pour reprendre et développer une maison d'édition » (Provence-Alpes-Côte d'Azur),
- installation d'un service d'expertise financière et d'assistance à la gestion (projet Arald),
- en Bretagne, un service juridique gratuit les premier et troisième mardis de chaque mois,
- Ecla Aquitaine a mis en place une permanence téléphonique pour le soutien aux projets.

Pour accompagner les porteurs de projet, certaines SRL donnent, aussi, des informations sur les sources de financement et la méthodologie pour les demandes de subventions. Certaines se rapprochent des CCI et services de développement des entreprises. Ex. : Chèque-conseil de la CCI en Lorraine.

7. La formation-accompagnement

Les SRL organisent des formations en région. Il s'agit de journées de formation mutualisées entre plusieurs éditeurs, parfois de régions différentes, comme cela est présenté dans le paragraphe suivant. Il peut aussi s'agir de journées d'information autour d'un thème ou de journées-ateliers. Certaines SRL ont, par exemple, mis en place des ateliers sur la méthodologie de demande de subvention.

Certaines régions ont établi des partenariats pour le financement des formations avec, notamment, l'OPCA-CGM.

Des SRL accompagnent les éditeurs de manière spécifique, en fonction de leurs problématiques, par des actions de conseil personnalisées et d'accompagnement.

8. Les actions interrégionales - interprofessionnelles

La tendance montre que les structures régionales pour le livre sont de plus en plus des lieux d'échanges et de soutien à l'interprofession du livre. On observe que les actions interrégionales et interprofessionnelles sont de plus en plus nombreuses :

- Manifestions et journées d'études entre régions

Exemple : le 23 novembre 2009, journée d'étude « Le distributeur, une logique industrielle au service de tous les professionnels ? », organisée par le Centre régional du Limousin, en partenariat avec les agences du livre d'Aquitaine, de Bretagne, de Midi-Pyrénées et de Poitou-Charentes. Ces journées sont également une occasion d'échanges des éditeurs des différentes régions de France autour de problématiques communes.

- Rapprochement de certaines SRL, en fonction de leur situation géographique, avec des associations pour le livre transfrontalières. Exemple : Arald : rapprochement entre organisateurs suisses et rhônalpins pour des manifestations de promotion du livre et de la lecture.
- Journées interrégionales sur l'Europe du livre organisées par le Transfo en Auvergne et Livre au centre.
- Organisation de rencontres entre éditeurs et libraires.

Exemple : dans le cadre de ses actions d'appui à la diffusion interrégionale, le CRL Bourgogne organise des rencontres entre éditeurs bourguignons et libraires d'autres régions, ainsi qu'entre libraires bourguignons et éditeurs d'autres régions.

CRL Haute-Normandie : Les éditeurs haut-normands présentent leurs nouveautés et leurs projets éditoriaux pour les six mois à venir aux libraires et bibliothécaires de la région. Cette manifestation a été créée sur une proposition de la commission « diffusion, distribution, commercialisation du livre ». Cette commission interprofessionnelle permet de renforcer les liens entre libraires et éditeurs dans la région, par une meilleure connaissance des contraintes de chacun et la mise en œuvre d'actions interprofessionnelles, favorisant la diffusion de la production éditoriale en Haute-Normandie.

9. Les initiatives communes DRAC/Région/Structures régionales pour le livre

On observe, dans certaines régions, des initiatives communes entre la DRAC, la Région et la structure régionale pour le livre.

Le centre régional du Livre de Lorraine s'est ainsi doté d'un comité de pilotage État-Région-professionnels du livre et a engagé depuis 2006, un travail approfondi dans le domaine de l'interprofession et développé des actions et des outils d'aide à la décision et à la professionnalisation.

10. Focus diffusion-distribution

Certaines régions ont initié des idées intéressantes en ce qui concerne la mutualisation dans le domaine de la diffusion/distribution.

- **Le projet GEOD en Bretagne** : l'objectif était, tout d'abord, de permettre à des éditeurs ayant des politiques éditoriales complémentaires, soit, au départ, des éditeurs professionnels ne disposant pas de leur propre réseau de diffusion, de mutualiser leur diffusion. La distribution aurait été confiée à la Coop Breizh, une structure bien implantée dans la région. Soutenu par des aides financières institutionnelles, ce projet, initié en 2007, devait également permettre, dans un deuxième temps, d'accueillir d'autres éditeurs implantés en région, ainsi que des éditeurs hors Bretagne qui auraient souhaité confier la diffusion, de tout ou partie de leur catalogue, sur la zone desservie (le projet devait couvrir les 4 départements bretons et la Loire-Atlantique). Un compte d'exploitation très poussé avait été réalisé et le projet devait démarrer en janvier. Cette expérience doit aussi être liée à la forte identité culturelle bretonne, qui permet ce projet de diffusion (marché très ciblé, à rapprocher des Basques par exemple).
- **L'initiative C.A.R.T.E.L. diffusion en Lorraine** : quatre éditeurs se sont regroupés pour tenter de trouver ensemble ce qu'ils ne trouvaient pas seuls : un partenaire commercial. Comme leurs démarches sont restées sans succès, ils ont décidé en février 2007 de mettre en place une petite plate-forme de diffusion pour promouvoir leur catalogue. Cette plate-forme, rapidement effective, devait à terme s'adosser à un distributeur professionnel. Les quatre éditeurs se partageaient le travail (tournées de diffusion à Paris, démarchage téléphonique, élaboration et édition d'un catalogue, etc.) L'embauche d'un commercial était prévue. Actuellement, le diffuseur est en sommeil mais le CARTEL devrait retrouver son activité prochainement.
- **La Maison du Livre Diffusion Distribution (ML2D) en Franche-Comté**
Nous avons réalisé un entretien téléphonique avec Dominique Bondu, directeur du Centre régional du livre de Franche-Comté, qui a fédéré les acteurs du livre en Franche-Comté autour d'un projet inédit de coopérative de petits éditeurs.
Depuis juillet 2009, La Maison du Livre Diffusion Distribution (reprise du fonds de commerce de la Maison du Livre de Franche-Comté qui était en faillite), rassemble des libraires, des éditeurs (35 installés en Bourgogne, Franche-Comté, Suisse et Allemagne) et a reçu le soutien de la DRAC et du Centre régional du livre.
La ML2D assure la diffusion et la distribution du catalogue de ses éditeurs dans toute la France et a une fonction de grossiste pour les libraires du grand Est. Les éditeurs distribués ne sont pas forcément associés dans la SCIC (société coopérative d'intérêt collectif). A capital variable, ces sociétés peuvent

regrouper aussi bien des entreprises privées que des collectivités locales. Celles-ci peuvent participer au budget (200 000 euros au total), prêter de l'argent ou se porter caution auprès des banques (dans le cas présent, le Crédit coopératif).

Cette expérience montre qu'un projet de mutualisation, dans le domaine de la diffusion-distribution, est possible. Il a été rendu réalisable grâce, notamment, au travail du Centre régional du livre de Franche-Comté, qui a joué un rôle actif dans la prise en compte des problèmes de la profession, un rôle de coordinateur et de rassemblement des partenaires.

Pour Dominique Bondu, ce projet est *« le résultat d'une action au long cours depuis plusieurs années, qui vise à développer l'économie du livre. Nous avons mis à disposition du temps et des compétences techniques pour un projet aussi complexe, qui n'était pas réalisable par un simple collectif d'éditeurs. Nous avons aussi joué un rôle d'intermédiaire avec les collectivités territoriales qui ont apporté des financements »*.

Cette structure démontre aujourd'hui sa viabilité, qui tient au dynamisme commercial et à celui des acteurs du livre fédérés autour de ce projet.

VI. PRECONISATIONS

A. Principes fondateurs

Les éditeurs en région, 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.

Ils évoluent, tout à la fois, dans l'habit du chef d'entreprise et de l'éditeur « passionné ». Ils sont empreints d'ambitions modestes, mais avec la fierté d'accomplir des actions indispensables.

Les éditeurs appréhendent très bien nombre d'aspects de leur métier, mais ne connaissent pas toujours le chiffre d'affaires de leur activité, ni les conditions de leur contrat de diffusion - distribution.

Ils ont, parfois, une réticence à endosser le rôle de promotion de leurs parutions mais déplorent la méconnaissance par le réseau de libraires de leur catalogue.

On note, souvent, chez les éditeurs (notamment les petits éditeurs) une volonté de mutualisation, de faire partie d'une communauté, tout en revendiquant clairement leur originalité propre.

L'état des lieux, présenté dans la deuxième partie de l'étude, enrichi de la typologie élaborée dans la troisième partie, 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.

Accompagner les maisons d'édition dans leur développement est essentiel. Les collectivités publiques doivent, au-delà, des aides directes, affiner les politiques de soutien vers des montages et propositions incitant à la professionnalisation de la filière, encourageant la mutualisation de certaines fonctions, facilitant les échanges entre les éditeurs et la Région et l'État, ainsi qu'entre les éditeurs et les autres acteurs du livre et offrant par des ressources spécifiées, un véritable effet de levier financier.

B. Préconisations

Nous présentons ci-après un ensemble de préconisations opérationnelles d'accompagnement classées par grandes catégories d'actions :

- 1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition**
- 2. Renforcer les liens avec les autres acteurs**
- 3. Encourager la mutualisation de fonctions**
- 4. Mettre en place des soutiens financiers ciblés**

Chaque préconisation a été établie selon une grille de synthèse :

- Objectif(s) recherché(s),
- Groupes de la typologie plus particulièrement concernés,
- Description,
- Modalités pratiques de mise en œuvre,
- Modes de financement.

Un tableau, en annexe 7, permet de croiser les préconisations avec les groupes de la typologie plus particulièrement concernés. Les opérateurs pressentis pour chaque action proposée (Région, DRAC, LR2L,...). Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée. Celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.

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 très petites 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.

En effet, la plupart des entreprises d'édition aujourd'hui installées, ont été petites et ont connu à leurs débuts un développement empirique. Celles qui ont résisté, y sont parvenues, notamment, parce qu'elles ont su professionnaliser leurs méthodes de travail.

Les collectivités publiques ont un rôle majeur à jouer dans ce domaine, en offrant aux éditeurs la possibilité d'accéder à des outils et méthodes de gestion et d'organisation professionnels et efficaces plus rapidement et à moindre coût.

Nous suggérons que l'accompagnement de cette professionnalisation soit animé par LR2L, acteur central dans la mise en place des cinq principales préconisations que nous proposons.

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

Ces préconisations de professionnalisation s'adressent, principalement, aux éditeurs des groupes « experts » et aux éditeurs plus récents du groupe des « pragmatiques ». Petites maisons, faiblement structurées, elles sont en demande de savoir-faire efficaces et exploitables directement, qu'elles n'ont jusqu'à présent pas eu l'opportunité de mettre en place par manque de temps, de moyens ou même de motivation suffisante.

Nous ajoutons que cette professionnalisation est présentée en premier lieu, car il s'agit d'un pré-requis aux actions ensuite présentées comme, notamment, la mutualisation de certaines fonctions.

Ces cinq vecteurs de professionnalisation sont les suivants :

- Ateliers thématiques pratiques
- Boîte à outils
- Formations professionnelles dédiées
- Plate-forme de conseil juridique et de gestion
- Accompagnement-conseil individualisé

a. Ateliers thématiques pratiques

Objectifs recherchés

- Permettre aux éditeurs de découvrir et/ou maîtriser des domaines spécifiques à l'édition.
- Permettre aux éditeurs de bénéficier « d'échanges de bonnes pratiques » lors des ateliers par le contact avec leurs collègues, souvent concernés par des problèmes ou interrogations similaires.
- Mettre en évidence d'éventuels besoins de formation.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

« Les experts » surtout et « les pragmatiques » selon les thèmes.

Description

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. Il est animé par un professionnel, dont l'objectif est de permettre à chacun des éditeurs de pouvoir, à l'issue de l'atelier, mettre directement en application le savoir faire acquis.

Modalités pratiques de mise en œuvre

LR2L est l'organisateur de ces ateliers. A ce titre LR2L, devra :

- Identifier les thématiques à proposer, sur la base des faiblesses techniques identifiées dans l'étude et des attentes exprimées par les éditeurs.
- Élaborer un planning annuel de 8 ateliers : 2 ateliers par trimestre, groupés sur une journée, pour permettre à certains de participer à 2 ateliers et pour rationaliser les coûts d'organisation. Quelques ateliers seront mixtes éditeurs/libraires/bibliothécaires/auteurs.
- Rechercher les experts ou spécialistes des questions choisies. Ces experts ou spécialistes de la matière auront une bonne connaissance du monde de l'édition en région ou des petits éditeurs et seront familiers avec les techniques d'animation de groupes.
- Organiser l'atelier : outre l'aspect logistique de l'atelier, le principal enjeu de cette phase consiste à le faire savoir et à promouvoir ces ateliers auprès des éditeurs par mise en avant sur le site Internet, par lettre d'information ciblée, si besoin par relances téléphoniques.
- Établir une synthèse de l'atelier : recueillir les réactions à chaud des participants et promouvoir l'atelier sur le site par un compte rendu des travaux.

Liste indicative de thématiques

- Le contrat de diffusion : ses enjeux juridiques, financiers et opérationnels, les clauses juridiques à négocier, les coûts cachés, les réalités de trésorerie.
- La participation à un salon : comment s'organiser pour la rendre profitable et efficace ?
- Les bases de données clients : comment mieux en tirer profit ?
- La relation avec les libraires : comment l'améliorer ?
- La relation avec les bibliothèques : comment l'améliorer ?
- Mon site Internet : comment l'améliorer ?
- Le choix des collaborateurs : enjeux organisationnels, juridiques et financiers.
- Répondre à un appel d'offre européen, national, régional : contraintes, techniques, enjeux des différents points de la réponse.
- Optimiser sa diffusion internationale (Francophonie, Espagne, Italie,...).

Financement des ateliers

- LR2L aura, par ailleurs, la responsabilité de monter le cofinancement de ces ateliers sur la base d'un programme annuel déterminé à l'avance et inclus dans le budget de LR2L : base de 8 ateliers répartis sur 4 journées trimestrielles.
- Le coût par atelier (préparation et animation) est estimé à un prix compris entre 1 500€ et 2 000€.
- Cofinancement possible avec d'autres structures pour le livre.
- Éventuelle participation financière des éditeurs.

Mutualisation des ateliers

L'organisation conjointe avec des régions limitrophes (Provence-Alpes-Côte d'Azur, Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes, Auvergne) permettra de répartir la charge de financement sur plusieurs acteurs publics et d'augmenter le nombre de participants potentiels, afin de limiter les risques d'annulation.

En outre, cela permettrait de diversifier les lieux géographiques de ces ateliers.

b. Boîte à outils

Objectifs recherchés

- Permettre aux éditeurs professionnels de la région Languedoc-Roussillon 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 sur des sujets tels que :
 - la gestion administrative, comptable et juridique,
 - l'analyse des ventes,
 - les prévisions de rentabilité, les calculs de point mort,
 - l'organisation éditoriale.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

«Les pragmatiques» surtout et certains « experts ».

Toute structure récente et en manque d'expérience d'organisation et de gestion dans l'édition.

Liste indicative d'outils

- modèle de contrat d'auteur,
- modèle de facture de vente directe,
- modèle de feuille de calcul de suivi des ventes,
- modèle de compte d'exploitation prévisionnel d'un ouvrage,
- modèle de fiche argumentaire pour la diffusion,
- le calcul des coûts de revient d'un exemplaire,
- le calcul du point mort d'une collection,
- le calcul des droits d'auteur, des droits iconographiques,
- modèle de charte rédactionnelle,
- diagnostic SWOT,
- carte perceptuelle (ou mapping),
- modèle de budget de la maison d'édition,
- procédures de référencement sur les bases Electre et Dilicom.

Modalités pratiques de mise en œuvre

LR2L collecte ou établit ces outils. A ce titre LR2L, devra :

- Identifier les domaines concernés, sur la base des sujets repérés par l'étude et en relation avec les thématiques retenues pour les ateliers.
- Élaborer les fiches-outils :
 - directement à partir des compétences et expériences déjà maîtrisées,
 - par l'intermédiaire d'experts ou de professionnels de l'édition (cf. ateliers),
 - en collaboration avec les SRL des régions voisines,
 - sur la base de propositions d'éditeurs du Languedoc-Roussillon eux-mêmes.
- Mettre à disposition ces fiches :
 - sur demande, par envoi de courriels,
 - téléchargeables sur le site de LR2L.

Financement des outils

- Le financement des fiches, qui seraient réalisées par des consultants experts, serait mutualisé ou intégré au financement des ateliers pour certains.
- Afin de conserver une actualité et une pertinence de ces fiches, une mise à jour/révision annuelle pourrait être réalisée et budgétée au sein de LR2L (1 à 2 journées annuelles de consultant).
- Le coût estimé est compris entre 1 200€ et 2 000€ par mise à jour, par un consultant.

c. Formations professionnelles dédiées

Objectifs recherchés

- Accélérer la professionnalisation des éditeurs, en leur donnant accès à des outils et méthodes

spécifiques au secteur de l'édition est indispensables au développement et à la pérennité d'une maison d'édition professionnelle.

- Permettre aux éditeurs de s'ouvrir à de nouvelles méthodes et de nouvelles façons d'aborder les différents domaines de leur activité.
- Permettre aux éditeurs de mieux appréhender les exigences et spécificités de la bonne gestion d'une maison d'édition, qu'elle soit une entreprise commerciale ou une association à but non lucratif.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

Tous les groupes sont concernés.

Il conviendra, pour certaines thématiques, de proposer des sessions adaptées aux différents publics : éditeurs « multitâches » ou collaborateurs salariés ayant une fonction précise.

Liste indicative de thématiques de formation :

- la gestion d'une maison d'édition indépendante,
- le plan marketing d'une maison d'édition,
- le plan de communication d'une maison d'édition,
- la couverture et la maquette,
- la diffusion-distribution d'une maison d'édition,
- la relation client,
- anglais et/ou espagnol éditorial et commercial,
- les aspects juridiques et économiques de la coédition et du partenariat,
- la chaîne numérique et les outils de production,
- l'édition multi-support,
- les outils de gestion commerciale et comptable adaptés à l'édition,
- les risques juridiques, comptables et fiscaux liés aux activités éditoriales et à la commercialisation du livre.

Modalités pratiques de mise en œuvre

Afin de permettre l'accès aux formations professionnelles « éditeurs », LR2L devra concevoir, proposer et organiser une offre de formation dédiée, ciblée et opérationnelle. Ces formations devront tenir compte de trois des spécificités des éditeurs en région :

- Il s'agit de PME ou de très petites entreprises (TPE).
 - Les programmes de formation doivent en tenir compte afin de ne pas rester à un niveau, qui pourrait apparaître comme trop conceptuel ou éloigné de la réalité du petit éditeur.
- Ces maisons d'édition disposent de ressources en personnel limitées et donc, de peu de temps à consacrer à la formation.
 - Les durées devront être courtes : 1 à 3 journées, éventuellement réparties.
- Leur latitude de déplacement géographique, pour les 2 raisons précédentes, se trouve très limitée.
 - Des lieux différents de formation pourront être proposés (sous réserve d'un nombre suffisant de participants).

Ces préalables étant intégrés, LR2L, responsable de l'ingénierie de formation devra :

- Établir une liste de thèmes de formation prioritaires spécifiques à l'édition, sur la base des recommandations de l'étude et des attentes formulées par les éditeurs eux-mêmes.
- Identifier les populations cibles et le nombre de stagiaires potentiel :
il s'agit d'une étape très importante, trop souvent négligée, car la réussite d'un stage de formation dépend de l'homogénéité du groupe de participants, notamment en termes d'attentes et de pré-acquis. Directeurs de ME, éditeurs, gestionnaires, maquettistes, commerciaux ...
- Élaborer le cahier des charges de ce plan de formation, en précisant :
 - la liste des domaines de formation prioritaires,
 - les objectifs à atteindre pour chaque formation,
 - les participants ciblés : description des profils, du contexte de l'édition en région,
 - les volumes estimés par thème de formation,
 - les contraintes logistiques liées à la région (durée, trajet).

- Valider les programmes proposés par les organismes ou formateurs.
- Sélectionner les programmes les plus adaptés.
- Privilégier les programmes dédiés aux petites maisons d'édition, intégrant, par exemple, une journée de mise en application personnalisée au sein de la maison d'édition, ou prévoyant un suivi par Internet après la formation palliant, ainsi, certains cas d'éloignement géographique.
- Diffusion et présentation de ces formations.

LR2L communiquera auprès des éditeurs les programmes à partir de mailing, mise en avant sur le site, et réunions d'information, afin de sensibiliser les éditeurs à l'importance de ces formations et à l'intérêt pour eux de bénéficier de ces formations dédiées et mutualisées.

Afin que chaque éditeur puisse identifier, plus professionnellement, les formations indispensables à lui-même et ses collaborateurs, LR2L aidera les éditeurs à mieux cerner leurs besoins, dans les domaines qu'ils appréhendent souvent mal (la gestion, le marketing, la commercialisation, ..), en leur proposant un outil d'autoévaluation centré sur leurs méthodes de travail, leur organisation, les écueils rencontrés par domaine précis. Chacun pourra ainsi identifier, lui-même, les véritables lacunes présentes au sein de la maison d'édition.

Financement

Pour permettre un plan de formation à la mesure des enjeux de la filière, le financement pourrait reposer sur un partenariat entre la Région Languedoc-Roussillon et l'OPCA-CGM.

Les entreprises adhérentes à l'OPCA-CGM pourraient ainsi bénéficier d'un cofinancement OPCA-CGM - Conseil régional, sous certaines conditions à déterminer (type, objectif et durée des formations soutenues, limitation éventuelle à un certain type d'entreprises, etc.).

La prise en charge financière par la Région Languedoc-Roussillon pourrait aller jusqu'à 70% des frais pédagogiques (repère : en 2005, la Région Île-de-France a consacré à l'aide à la formation des éditeurs 130.000 € dans le cadre d'une telle convention).

Le coût estimé est à déterminer en fonction du programme de formation.

d. Plate-forme de conseil juridique et de gestion

Objectifs recherchés

Mettre à disposition des éditeurs de la région Languedoc-Roussillon des conseils de spécialistes pour améliorer la gestion économique ou juridique de leur maison d'édition.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

« Les pragmatiques » surtout, mais aussi les maisons d'édition plus récentes ou peu structurées du groupe « experts ».

Principe de fonctionnement

Les éditeurs du 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.

Modalités pratiques de mise en œuvre

- Identification d'experts en gestion juridique, économique des TPE et PME de l'édition.
- Établissement de listes de thèmes et de questions directement liées à la gestion d'une maison d'édition.
- Offre du service aux éditeurs.
- Filtrage et validation de la pertinence de la question par LR2L.
- Transmission de la question au professionnel.
- Contact direct par le professionnel pour réponse par téléphone ou courriel.
- Mise à jour de la base de données questions/réponses.
- Les prestations sont facturées par le(s) professionnels au temps passé, avec un plafond de 1 heure par question et sur la base d'un tarif horaire, préalablement défini dans le cadre d'un contrat révisable

- chaque année, en fonction de l'évolution de la demande.
- LR2L définit un montant annuel de budget alloué.
- Prévoir une période test pour affiner les modalités et les volumes.

Financement

Un abonnement à l'heure sera à négocier avec un cabinet d'avocat et/ou d'expertise comptable.

e. Accompagnement –Conseil individualisé

Objectifs recherchés

Permettre à des éditeurs d'être accompagnés par des consultants en management d'entreprise d'édition sur des problématiques particulières identifiées.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

Surtout les « explorateurs » et certains « experts » qui souhaitent se diversifier.

Structures à une étape cruciale de leur développement (ex : changements de modes de diffusion/distribution, projets de coéditions).

Principe de fonctionnement

Les éditeurs du 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.

Modalités pratiques de mise en œuvre

- Définition des critères d'éligibilité :
 - éditeur ayant développé une activité à potentiel culturel et économique,
 - éditeur rencontrant des difficultés à franchir un stade de développement.
- Identification de la problématique (LR2L) :
 - rédaction d'un cahier des charges,
 - appel d'offre auprès de prestataires spécialisés dans l'accompagnement de PME et TPE de l'édition,
 - choix du prestataire.
- Mise en relation du prestataire avec l'éditeur.
- Suivi de la mission et de ses résultats :
 - préconisations,
 - mise en œuvre.

Financement

LR2L étudiera, avec le Conseil régional du Languedoc-Roussillon et la DRAC, les meilleures solutions de financement voire de cofinancement.

Le coût dépendra de la problématique abordée. Il sera compris entre 1 500€ et 2 000€ la journée.

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. Créer des rencontres et des événements autour du livre favorise le partage et la circulation de l'information, la sensibilisation aux contraintes de chacun, ainsi que les projets communs, en incitant certains acteurs à sortir de leur relatif isolement et à envisager des partenariats inédits, de nouvelles formes d'animations.

a. Bases de données professionnelles

Objectifs recherchés

La constitution par LR2L de bases de données professionnelles permettra aux éditeurs d'accéder, plus facilement et plus complètement, aux prestataires et acteurs du livre et de la lecture.

Parallèlement, LR2L diffusera l'information auprès des éditeurs, qui sauront que leur interlocuteur privilégié est LR2L.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

«Les pragmatiques» surtout, comme pour la «boîte à outils» (voir *supra*), mais aussi les éditeurs des autres groupes qui souhaitent mettre à jour leurs propres bases de données.

Liste indicative des bases de données à constituer

- 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),
- traducteurs implantés dans la région du Languedoc-Roussillon et dans les régions limitrophes,
- correcteurs relecteurs de la région,
- journalistes régionaux et nationaux dédiés au livre,
- lieux culturels, calendrier des manifestations,
- universités du Languedoc-Roussillon et des régions limitrophes,
- création d'une «sitothèque» réunissant les sites de tous les éditeurs du Languedoc-Roussillon et éventuellement d'autres acteurs du livre,
- liste des formations métiers du livre ou arts graphiques en France.

A noter que certaines de ces bases de données ont déjà été mises en place par LR2L.

Modalités pratiques de mise en œuvre

- définition des données à collecter pour chacune des catégories,
- collecte des informations,
- mise à jour régulière,
- mise à disposition sous réserve du respect de la législation «informatique et liberté», par accès Internet ou par consultation à LR2L.

Financement

Achat et mise à jour de fichiers inclus dans le budget de LR2L, à mutualiser avec les autres services de LR2L (librairies, bibliothèques).

Le coût dépendra de la nature et du volume du fichier acheté ainsi que du rythme de mise à jour souhaité.

b. Rencontres interprofessionnelles

Objectifs recherchés

- Accroître la visibilité des éditeurs et faciliter les échanges avec l'interprofession et l'ensemble des acteurs culturels, en région et hors région pour favoriser les projets communs.
- Favoriser la connaissance réciproque et l'appréhension des méthodes de travail des partenaires.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

Tous les groupes sont concernés, mais le groupe des «experts» et des «officiels» le sont particulièrement.

Description

Organisation de journées thématiques permettant de réunir les acteurs de l'interprofession et plus globalement les acteurs culturels (musées, théâtres, lieux de patrimoine) de la région.

Liste indicative de thématiques

Domaines éditoriaux :

- le multi-support dans l'édition jeunesse,
- la coédition ou la coproduction des livres d'art,
- le développement du secteur pratique.

Problématiques communes :

- 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,
- la diffusion/distribution dans les autres pays européens,
- présentation de l'offre catalane aux libraires et bibliothèques de la région.

Sujet de modernisation de la filière :

- livre électronique, ventes en ligne.

Projet régional transversal :

- préparation d'un événement, d'une célébration, d'une animation récurrente.

Modalités pratiques de mise en œuvre

- proposition aux éditeurs, libraires et bibliothécaires de la région d'une liste de thématiques pour remontée de vœux,
- identification de porteurs de projets parmi les éditeurs ou autres acteurs afin de s'appuyer sur un opérateur de la région pour la construction de la journée,
- élaboration d'un planning de rencontres : 3 par an,
- accompagnement logistique de l'organisation des rencontres : aide à la sélection de conférenciers, location de la salle, élaboration du programme de la journée,
- promotion auprès des éditeurs, et de tous les acteurs du livre et de la lecture (cf. Bases de données constituées) de ces journées rencontres.

Financement des rencontres

- cofinancement Région-DRAC,
- éventuelle participation financière des éditeurs.

c. Rencontres interrégionales et transfrontalières

Objectifs recherchés

Faciliter les rencontres thématiques avec des éditeurs d'autres régions et les éditeurs transfrontaliers, notamment, du côté de la Catalogne.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

Tous les groupes sont concernés.

Description

- rencontres interrégionales autour de thématiques communes : rencontre autour du livre jeunesse, rencontre autour du livre en langues régionales,
- rencontre sur l'art ou l'architecture dans le livre,
- salon du livre de la jeunesse,
- salon de la littérature contemporaine ou de la BD (...),
- prix littéraire,
- salon itinérant du livre dans les régions.

Modalités pratiques de mise en œuvre

- identification d'une thématique annuelle,
- choix de 2 ou 3 événements complémentaires sur cette thématique commune intégrant des éditeurs, des bibliothécaires, des libraires, des associations de lecture, des ateliers d'écriture, des auteurs,
- identification de régions limitrophes susceptibles de co-organiser cette « semaine » (ou année) dédiée à la thématique retenue,
- mise en place d'un comité de projet, composé des différents partenaires opérationnels et disposés à participer activement,
- identification d'un professionnel à mandater pour assumer la gestion de projet, en relation avec les membres du comité projets.

Financement

- Ces opérations pourraient être organisées avec d'autres régions limitrophes (Provence-Alpes-Côte d'Azur, Midi-Pyrénées, Auvergne, Rhône-Alpes).
- Cofinancement avec d'autres structures régionales pour le livre.
- Éventuelle participation financière des éditeurs.

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.

Néanmoins la mutualisation nécessite 3 pré-requis :

- une réelle intention de « faire ensemble » de plusieurs éditeurs,
- une réelle synergie d'objectifs et de métier,
- un soutien organisationnel et financier.

Dans les secteurs industriels ou de services, de plus en plus de bassins d'entreprises petites et moyennes, s'organisent pour mettre en commun des ressources et, ainsi, limiter les risques d'investissement et partager des charges fixes qu'elles ne pourraient pas absorber seules.

Nous présentons ici 2 types de mutualisation, dans lesquels les institutions publiques ont un rôle de facilitateur et de co-financier.

a. Mutualisation de moyens de gestion

Objectifs recherchés

- Permettre aux éditeurs d'accéder à de nouveaux moyens plus professionnels, grâce à une organisation collective.
- Permettre aux petits éditeurs d'accéder à des ressources ou prestations à moindre coût, grâce à l'effet volume.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

Comme pour les « formations dédiées » (voir *supra*), tous les groupes peuvent être intéressés, selon le type de prestations et de moyens concernés.

Description

Accès à des ressources partagées en matière de gestion, de communication, d'administration.

Exemple de domaines pouvant être mutualisés :

- le secrétariat, les locaux,
- la distribution (logistique, stockage),
- la gestion économique et financière externalisée,
- la communication : relations presse, portail Internet,
- l'impression et le routage des catalogues, la fabrication de PLV (publicité sur le lieu de vente),
- l'achat d'espaces publicitaires,
- la participation à certains salons spécialisés.

Modalités pratiques de mise en œuvre

Pour inciter et encourager les éditeurs à partager et mutualiser des ressources, LR2L aura un rôle d'accompagnateur et de conseil.

- En amont : identification des principales fonctions mal assurées dans les maisons d'édition du Languedoc Roussillon, mais indispensables à la professionnalisation du secteur.
- En appui pendant l'élaboration du projet : identification de prestataires, aide à l'organisation et

- l'installation des prestataires ou salariés en temps partagé.
- Communication auprès des éditeurs.
- Assistance dans l'élaboration du budget et des modalités contractuelles et juridiques.
- Assistance dans les demandes de subventions pour le financement de locaux ou d'emplois aidés.

Financements

L'appui d'un consultant avant et pendant le projet est estimé à un coût journalier d'environ 1500 €.

La Région Languedoc-Roussillon et la DRAC pourraient participer au financement de ces projets de mutualisation. Par ailleurs, un lien pourrait être fait avec les dispositifs mis en place par la Région pour soutenir les actions collectives par filière.

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

La diffusion est un point très sensible de l'édition en région.

Notre état des lieux, enrichi par les entretiens en face-à-face que nous avons conduits, a clairement fait ressortir la difficulté, pour les petits éditeurs, de mener de front le rôle d'éditeur et de commercialiser auprès du plus grand nombre dans les meilleures conditions économiques.

La diffusion suppose à la fois une réelle approche marketing et une organisation systématique et rigoureuse des visites de points de vente ciblés.

Une petite maison d'édition auto-diffusée, limitée dans ses ressources, risque d'attendre plusieurs années avant de parvenir à un niveau de ventes adapté et rentable.

Objectifs

- Permettre à des éditeurs en auto-diffusion ou insatisfaits de leur diffusion déléguée, d'accéder à un plus grand nombre de points de vente.
- Permettre à ces éditeurs d'accéder à des techniques de commercialisation indispensables au développement des ventes et, donc, de leur activité.

Groupes de la typologie concernés

Les « pragmatiques » essentiellement et certains « experts » insatisfaits, éventuellement.

Description

- Regroupement de 5 à 10 éditeurs disposant de catalogues complémentaires et diffusés dans les mêmes points de vente.
- Mise en place d'une équipe de commerciaux, régionale ou nationale, selon la nature du regroupement.

Modalités pratiques de mise en œuvre

LR2L pourrait jouer le rôle de fédérateur et coordinateur du regroupement constitué. LR2L pourrait aider le groupement d'éditeurs à bâtir le projet, qui pourra ensuite être étudié par la Direction de la Culture et du Patrimoine et par la Direction du développement économique de la Région Languedoc-Roussillon. Les deux directions pourraient étudier, conjointement, la possibilité d'un soutien économique pour la mise en place d'une structure régionale ou de mutualisation de diffusion/distribution.

Pourrait être envisagé, en amont, le financement d'un conseil spécialisé dans le domaine de la diffusion/distribution des livres.

Rôle de LR2L :

- validation marketing du projet (cohérence de marchés, d'ambition) éventuellement,
- assistance à l'élaboration du cahier des charges de création de la structure,
- assistance à l'élaboration du budget d'investissement et de fonctionnement du groupement,
- assistance au montage de la demande de subvention d'équipement auprès de la Région Languedoc-Roussillon.

Financement

Une assistance au projet d'un consultant spécialisé pourrait être envisagée. Le coût journalier estimé est d'environ 1 500 €.

Un soutien économique de la Région Languedoc-Roussillon pour la mise en place de la structure régionale de diffusion/distribution pourrait être étudié. Il pourrait s'inscrire dans le projet Agir pour soutenir la filière du livre.

4. Mise en place de soutiens financiers ciblés

a. Consolider les aides dédiées aux supports de promotion

Objectifs

- Le soutien du Conseil régional à l'impression des catalogues présente le double avantage de fournir une aide directe aux éditeurs et de participer à l'effort de professionnalisation ;
- l'impression du catalogue implique de la part de l'éditeur une anticipation et une formalisation des projets et de la cohérence éditoriale.

Groupes de la typologie concernés

Ce soutien concerne notamment les éditeurs jeunes, en phase de professionnalisation de leurs outils de communication.

Modalités pratiques de mise en œuvre : évolution

- Le soutien au catalogue pourrait être prolongé par une ou deux opérations de communication mutualisée par an, dans les supports auxquels les collectivités publiques ont accès (affichages, municipaux, lettres du Conseil régional, lettre du Conseil Général...), à des moments clés de la vie littéraire (rentrée, Noël, vacances d'été...).
- Le soutien au catalogue devrait intégrer l'élaboration des catalogues « en ligne », consultables sur le site Internet des maisons d'édition, incluant une communication web. En effet, un des objectifs de cette mesure est d'inciter les éditeurs à construire, anticiper leur programme d'édition. La validation de l'aide pourrait être assujettie à l'élaboration d'un programme d'édition, mis en ligne sur le site Internet de l'éditeur.

Financement

Le financement par le Conseil régional comprendrait deux parties : l'une liée à l'élaboration du catalogue sous format électronique et l'autre à l'impression d'un catalogue papier.

b. Consolider les aides aux salons

Objectifs

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.

Groupes de la typologie concernés

Tous les groupes sont concernés.

Modalités pratiques de mise en œuvre : évolution

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 région ou à l'étranger à l'occasion d'opérations prises en charge par la Région par exemple (cf. Délégation de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur en visite à Beyrouth à l'occasion du salon du livre auquel des éditeurs de la Région participaient en octobre 2009).

Financement

La Région Languedoc-Roussillon finance ces aides, sur la base de critères définis par une commission LR2L/Région.

c. Redéfinir les critères d'aides financières à la publication

Objectifs

- Redéfinir les modes d'attribution des subventions du Conseil régional qui s'inscrivent dans le cadre d'aides au développement de projets éditoriaux.
- Redéfinir les critères, permettant de s'assurer de la cohérence de l'attribution des subventions, avec les principes définis par le Conseil régional du Languedoc-Roussillon.

Groupes de la typologie concernés

Tous les groupes sont concernés par cette mesure.

Modalités pratiques de mise en œuvre

Les subventions sont, prioritairement, allouées à des projets qui entrent dans la politique du Conseil régional du Languedoc-Roussillon et les critères d'attribution doivent donc être cohérents avec les priorités déterminées.

En effet, c'est la politique du Conseil régional qui permet de déterminer les projets éditoriaux à soutenir en priorité. Il s'agit d'une politique à la fois économique et culturelle, liée à la double nature culturelle et commerciale de l'activité d'édition.

L'enjeu est, donc, de mettre en place une action, adaptée à des cibles bien circonscrites, afin de renforcer le tissu dans son ensemble :

- accompagner et conforter les structures les plus professionnelles,
- soutenir les structures les plus démunies ou fragiles, dès lors que leur projet éditorial est pertinent et cohérent avec l'action culturelle de la Région.

LR2L pourrait être en appui du processus, grâce à sa connaissance des acteurs sur le terrain.

Il s'agirait pour le Conseil régional du Languedoc-Roussillon de :

- **Définir la liste des critères d'attribution en fonction des priorités culturelles :**

- projet éditorial pertinent et cohérent avec l'action culturelle de la Région,
- sauvegarde de la bibliodiversité,
- préservation du patrimoine régional,
- projets éditoriaux éducatifs lourds à financer,
- projets de niche peu commerciaux, mais à vocation culturelle avérée,
- préservation et valorisation des langues et cultures régionales.

Ces critères pourront, ensuite, être croisés avec des critères économiques :

- nombre de salariés permettant la mise en œuvre du projet,
- viabilité du projet à moyen/long terme,
- besoin de financement pour le lancement du projet avec potentiel économique à moyen ou long terme,
- projets novateurs à potentiel de développement,
- projets non bénéficiaires, mais construits avec un souci d'efficacité économique.

- **Intégrer les projets numériques dans les dossiers éligibles aux subventions :**

- numérisation d'ouvrages (préservation du patrimoine écrit),
- projet de lancement d'un ouvrage multi-support,
- projets développés dans le cadre de sauvegarde des langues et cultures régionales.

- **Redéfinir les pré-requis à toute demande de subvention :**

- élaboration d'un compte d'exploitation prévisionnel pour les ouvrages ou collections,
- anticipation « en aval » de la publication : argumentaire, plan de commercialisation, de communication.

d. Aide financière à l'investissement

Objectifs

- Faciliter l'aboutissement de projets d'investissement liés à la professionnalisation des éditeurs, (ex. : mise en place d'une chaîne XML).
- Faciliter 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).

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

Tous les groupes sont concernés par cette mesure.

Modalités pratiques de mise en œuvre

LR2L pourrait jouer un rôle de fédérateur et de coordinateur pour faciliter l'élaboration du projet par les éditeurs.

- Identification de types de projets concernés.
- Proposition de ces projets aux éditeurs, mise en relation des éditeurs.
- Accompagnement méthodologique du groupe projet avec, si besoin, l'appui d'un professionnel de la conduite de projets :
 - identification des besoins,
 - rédaction du cahier des charges, identification de prestataires potentiels, appel d'offre...,
 - mise en place de l'outil.
- Accompagnement du groupe projet pour les recherches de financement :
 - auprès de la direction Culture et Patrimoine du Conseil régional,
 - auprès de la direction du Développement des entreprises du Conseil régional,
 - auprès de la DRAC,
 - auprès de l'Europe.
- Contrôler les conditions de souscription, négociées avec le prestataire, pour les éditeurs du Languedoc-Roussillon.
- Faciliter la diffusion de l'information quant à l'existence de l'outil ou du service mutualisé auprès de tous les éditeurs du Languedoc-Roussillon :
 - information,
 - réunion de présentation de l'outil.

Financement

- Mise en place d'un financement Région Languedoc-Roussillon (Direction de la Culture et du Patrimoine/Direction du Développement des entreprises)/DRAC.
- Apport de garanties auprès des banques pour le montage financier.
- Relais auprès de la Direction du Développement des entreprises du Conseil régional du Languedoc-Roussillon qui dans le cadre, notamment, de ses actions AGIR, établit des partenariats financiers avec certaines filières et pourrait, par exemple, instruire un projet de stockage et ou de distribution mutualisé avec les éditeurs régionaux (Groupe « pragmatiques » de la typologie).

e. Financement de projets de coédition internationale

Objectifs

Permettre à des maisons d'édition de développer, plus rapidement, leur catalogue en montant des projets ambitieux de coéditions, de cessions de droits ou d'acquisitions de droits.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

« Les explorateurs » mais aussi certains « experts ».

Modalités pratiques de mise en œuvre

Cette démarche s'inscrit dans la continuité du financement des déplacements sur les salons internationaux.

- Favoriser les contacts avec des éditeurs étrangers européens :
 - pour monter des coéditions ou des coproductions,
 - dans l'objectif de mutualiser les frais de création et de fabrication, pour abaisser le seuil de rentabilité de l'ouvrage,
 - permettre ainsi l'accès à de nouveaux marchés.
- Valider la cohérence marketing et économique du projet.
- Favoriser le financement du projet sur la base des coûts de création et de fabrication.

Financement

Mise en place d'une avance remboursable au Conseil régional du Languedoc-Roussillon sur la base du montant des frais de fabrication et de création.

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

Objectifs

- Consolider les capacités financières des maisons d'édition.
- Accélérer le développement économique des maisons d'éditions sous-capitalisées.

Groupes de la typologie concernés

« Les pragmatiques » surtout, mais aussi certains « explorateurs ».

Modalités pratiques de mise en œuvre : évolution

- Identifier les structures porteuses d'un projet de développement.
- Valider, ou faire valider, le projet de développement sur le plan marketing et financier.
- Mettre en place des prêts à moyen terme (5 ou 7 ans), permettant de financer des moyens de production et de commercialisation indispensables à un développement rapide et structuré.
- Faciliter l'obtention de prêts à court terme (moins d'un an), par le biais de cautions auprès des établissements bancaires pour la fabrication et la diffusion d'ouvrages onéreux et plus lourds à développer.

g. Création d'une « pépinière du livre »

Objectifs

- Attirer ou maintenir des éditeurs en développement dans la région.
- Constituer un lieu de développement économique du secteur dédié au livre et à la lecture.

Groupes de la typologie plus particulièrement concernés

« Les pragmatiques » sont particulièrement concernés : des éditeurs en devenir, faiblement structurés, pas nécessairement ancrés dans la région.

Description

Il s'agirait de créer une pépinière thématique autour du livre accueillant, éditeurs, auteurs en résidence, ateliers d'écriture, bibliothèques...

Ce lieu sera pour les éditeurs une sorte d'incubateur d'entreprises : les éditeurs s'y installeraient pour consolider leur professionnalisation, développer leur offre et leur clientèle, afin ensuite de « voler de leurs propres ailes ».

L'objectif est d'aider et de renforcer les chances de succès des entreprises naissantes, de la création à leur insertion durable dans le tissu économique local. Les pépinières offrent, à des coûts partagés, diverses prestations dont :

- L'hébergement : des bureaux sont mis à la disposition des entreprises pour une durée limitée à 48 mois. Elles ont également accès à des espaces communs (accueil, salle de réunion équipée, cafétéria...).
- L'accueil et les services : les entreprises bénéficient de services communs, tels que : télécopie, photocopie, courrier, permanence téléphonique, assistance en secrétariat,...
- Les conseils : accès à des consultants dans divers domaines : juridique, comptable, fiscal, bancaire,

commercial, de gestion, de développement technologique... Cette fonction résulte souvent du partenariat qui se crée autour de la pépinière.

- La mutualisation de fonctions communes comme, par exemple, les moyens de gestion, ou encore la diffusion et l'information commerciale, comme évoqué précédemment. Dans le cadre de la pépinière, il s'agirait de « super » mutualisation.
- L'accompagnement :
 - Le dirigeant de la pépinière accompagne en amont, pendant, et après la création d'entreprise. Il gère la structure, favorise les échanges entre entreprises et assure la promotion de la pépinière. Il organise des rencontres, des conférences sur des thèmes donnés, dispose d'un réseau d'experts qu'il met à disposition des créateurs (banquiers, experts-comptables, avocats, institutionnels...). Il crée un réseau de connaissances autour du créateur, pour le mettre en contact et l'aider à intégrer les réseaux régionaux et départementaux d'aide à la création d'entreprises.
 - L'idée d'un tutorat pourrait être envisagée entre les structures les plus jeunes et les structures « installées ». Il pourrait s'agir d'une sorte de mentoring (par exemple, la fondatrice du Bonhomme Vert a été accueillie pendant 1 mois ½ par le gérant de Grandir pour bénéficier de son expérience et de sa connaissance du secteur jeunesse).

Modalités pratiques de mise en œuvre

- Identification du lieu économique.
- Développer les thématiques économiques :
 - conseil-accompagnement à la création-reprise d'entreprise et au secteur spécifique de l'édition,
 - lien avec les dispositifs économiques mis en place dans la région pour la création et reprise.
- Appel à projet pour :
 - l'élaboration du projet culturel autour de l'écriture et du lieu,
 - l'élaboration du budget de fonctionnement : définition des conditions,
 - la définition des critères d'éligibilité des éditeurs et de la durée du bail proposé,
 - la définition des financements publics et privés nécessaires.
- Validation du projet.
- Montage du financement du projet.

Financement

Le financement serait le résultat de la participation de partenaires publics et privés à l'image de la friche « La belle de mai » à Marseille dont les ressources proviennent, notamment, de la Ville de Marseille, du Ministère de la Culture et de la Communication, du Ministère de l'Emploi, de la DRAC, du Conseil régional, du Conseil général, ... et aussi de partenaires privés.

VII. 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.

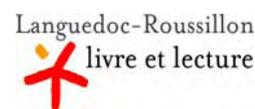
Cette étude révèle un ensemble diversifié de maisons d'édition en termes de domaines éditoriaux, mais relativement homogène en termes de dimension de structure, notamment par rapport à d'autres régions. Malgré leur relative petite taille, les éditeurs du Languedoc-Roussillon montrent une volonté de professionnalisation, quelle que soit l'origine de leur projet initial. L'analyse de la diversité des maisons d'édition fait ressortir 4 groupes majeurs. En effet, au-delà des spécificités de chaque éditeur, qui appellent une approche la plus individualisée possible, il est apparu nécessaire, avant de présenter les principales recommandations pour accompagner le développement respectif des maisons d'édition et faciliter leur mise en œuvre, de proposer une typologie adaptée à l'originalité de ce territoire. « Explorateurs », « experts », « pragmatiques » ou « officiels », sont les 4 profils-types d'éditeurs mis en évidence, qui présentent davantage de points communs que de différences en termes de besoins et donc d'attentes, y compris dans leur passage d'un groupe à l'autre. Les maisons d'édition de la région, dans chacun des registres identifiés, participent, à leur façon, 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, avec pour objectif de structurer l'accompagnement de la filière conjointement aux autres métiers du livre (bibliothèque, librairie, auteur) 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 DRAC et la Région Languedoc-Roussillon, ainsi qu'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.

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



ANNEXES

<i>Annexe 1 : Charte nationale des éditeurs en région (source FILL)</i>	<i>p.</i>	<i>103</i>
<i>Annexe 2 : Questionnaire envoyé aux 67 éditeurs recensés par LR2L en avril 2009</i>	<i>p.</i>	<i>105</i>
<i>Annexe 3 : Liste des 49 éditeurs ayant répondu et constituant l'échantillon de l'étude</i>	<i>p.</i>	<i>118</i>
<i>Annexe 4 : Réponses complémentaires aux questions traitées dans le rapport</i>	<i>p.</i>	<i>119</i>
<i>Annexe 5 (confidentielle) : Tableau des éditeurs classés par groupe</i>	<i>p.</i>	<i>158</i>
<i>Annexe 6 : Carte perceptuelle (mapping) avec positionnement des éditeurs rencontrés</i>	<i>p.</i>	<i>159</i>
<i>Annexe 7 (confidentielle) : Fiche détaillée des 10 éditeurs rencontrés (avec 5 diagnostics SWOT)</i>	<i>p.</i>	<i>160</i>
<i>Annexe 8 : Tableau récapitulatif des préconisations</i>	<i>p.</i>	<i>161</i>

ANNEXE 1 – Charte nationale des éditeurs en région



C'est à partir des travaux portés par plusieurs structures régionales pour le livre, des éditeurs, et en s'appuyant sur « la charte des éditeurs de la région Rhône-Alpes » qu'a été initiée par la FILL cette « charte nationale des éditeurs en région. »

Par le livre, l'éditeur donne vie et forme à une œuvre de l'esprit qu'il s'engage à porter à la connaissance du plus grand nombre. S'il se développe aujourd'hui de nombreuses structures de publications, toutes ne relèvent pas du métier d'éditeur.

Une profession doit s'appuyer sur un ensemble de repères établissant une déontologie qui permet d'instituer des relations durables entre l'ensemble des partenaires de la chaîne du livre.

A. Cette charte vise à :

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

C'est à partir des travaux portés par plusieurs structures régionales pour le livre, des éditeurs, et en s'appuyant sur la Charte des éditeurs de la région Rhône-Alpes qu'a été initiée par la FILL cette Charte nationale des éditeurs en région.

Être éditeur, quelle que soit sa spécificité, implique de respecter les critères professionnels mentionnés dans la présente charte. Celle-ci concerne toute structure d'édition privée ou publique, quelle que soit sa forme juridique, dont l'activité principale est l'édition de livres.

B. Éditer c'est :

- choisir ses manuscrits dans le cadre d'une politique éditoriale ;
- être responsable des ouvrages que l'on publie. Garantir à l'auteur, qui l'accepte, un travail éditorial visant à assurer la qualité du manuscrit et à l'inscrire dans le cadre d'une collection, d'un catalogue ;
- être responsable de la mise en forme graphique et du suivi de fabrication du livre ;
- travailler à compte d'éditeur, ce qui implique la signature, avec l'auteur, d'un contrat à compte d'éditeur, prévu par le code de la propriété intellectuelle. Rémunérer l'auteur selon le pourcentage prévu par le contrat signé préalablement, calculé sur le prix public du livre, et ce dès le premier exemplaire vendu. Une rémunération forfaitaire peut être négociée dans les cas prévus à l'article L131-4 dudit Code ;
- attribuer un numéro d'ISBN à chaque ouvrage que l'on publie et satisfaire aux obligations du dépôt légal ;
- publier et mettre à jour régulièrement un catalogue de ses productions, et le distribuer auprès des réseaux appropriés (librairies, bibliothèques, particuliers) ;
- disposer d'un système de diffusion-distribution organisé pour la vente en librairie de ses ouvrages, le plus large possible et a minima régional ;
- s'engager à promouvoir ses ouvrages par le référencement dans les bases bibliographiques et commerciales, par l'envoi d'informations aux médias et aux réseaux concernés, par la présence dans les salons du livre et autres manifestations professionnelles ou par tout autre moyen de communication et d'animation ;

- fixer et imprimer, en conformité avec la loi du 10 août 1981, sur chacun de ses ouvrages, le prix de vente au public. En situation de détaillant, appliquer une remise maximum de 5% pour la vente aux particuliers et de 9% pour la vente aux collectivités (loi du 18 juin 2003) ;
- respecter les usages de la profession dans les relations avec les auteurs, les autres éditeurs, les circuits de diffusion et de distribution, les libraires et les bibliothécaires.

Ce document a vocation à être diffusé, complété et mis à jour au fil des années et ainsi à poursuivre la dynamique générée par sa publication.

C. Liste des signataires de la Charte

- Agence régionale pour l'écrit et le livre en Aquitaine - Arpel
- Le Transfo en Auvergne
- Centre régional des lettres de Basse-Normandie - Crl
- Centre régional du livre de Bourgogne - Crl
- Livre et Lecture en Bretagne
- Livre au Centre
- Agence régionale du livre et de la lecture de Haute-Normandie
- Languedoc-Roussillon livre et lecture - Lr2l
- Centre régional du livre en Limousin - Crl
- Centre régional du livre de Lorraine - Crl
- Centre régional des lettres Midi-Pyrénées - Crl
- Agence régionale du livre de Picardie - Picasco
- Centre du livre et de la lecture en Poitou-Charentes - C2l en Poitou-Charentes
- Agence régionale du livre Provence-Alpes-Côte d'Azur - Arl Paca
- Région des Pays de la Loire
- Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation - Arald

ANNEXE 2 – Questionnaire envoyé aux 67 éditeurs recensés par LR2L en avril 2009

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

MIEUX VOUS CONNAITRE POUR MIEUX VOUS ACCOMPAGNER

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

L'objectif général de cette enquête est de mieux vous connaître pour construire une politique de soutien adaptée à vos besoins et vous accompagner dans votre développement.

Toutes les informations communiquées ci-dessous sont strictement confidentielles et ne seront exploitées que pour les besoins de cette étude.

Conformément à la loi informatique et libertés n°78-16 du 6/01/1978 vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition.

Informations sur la personne remplissant le questionnaire (les données plus détaillées sur la maison d'édition sont demandées à la fin)

Nom de la maison d'édition :

Nom :

Prénom :

Fonction : depuis ... ans

Courriel :

Téléphone :

I. ACTIVITE EDITORIALE

A. Ligne éditoriale

1. Quels sont vos principaux domaines éditoriaux ? (Hiérarchisez de 1, le plus important à 5 domaines au maximum)

- Art/photo
- Bande dessinée/ Manga
- Beaux livres
- Bibliophilie, livres d'artistes
- Documents, actualités, essais
- Encyclopédies, dictionnaires
- Enseignement scolaire, universitaire, pédagogie
- Jeunesse (précisez)
- Littérature française
- Littérature étrangère (précisez)
- Poésie
- Théâtre
- Régionalisme (précisez)
- Religion, ésotérisme
- Sciences humaines et sociales
- Sciences et techniques
- Vie pratique, guides
- Autre :

2. Nombre de titres publiés depuis la création de la maison :

3. Nombre de titres disponibles au catalogue en 2009 :

4. Nombre de collections :

5. Nombre de titres publiés

en 2008 :

en 2007 :

en 2006 :

6. Quels sont les collections ou titres les plus représentatifs de votre maison d'édition ?

7. Quel est le tirage initial moyen des nouveautés ?

8. Faites-vous des réimpressions / retirages :

jamais occasionnellement régulièrement

9. Travaillez-vous en co-édition ?

- Avec des éditeurs en région Languedoc-Roussillon : jamais occasionnellement régulièrement

- Avec des éditeurs hors région : jamais occasionnellement régulièrement

- Avec des éditeurs étrangers : jamais occasionnellement régulièrement

Précisez les pays :

- Avec d'autres partenaires : jamais occasionnellement régulièrement

Précisez lesquels (institutions, entreprises) :

10. Vendez-vous des droits sur les livres que vous éditez ?

oui non

Ces cessions concernent :

- des traductions à l'étranger : jamais occasionnellement régulièrement
- des rééditions en poche : jamais occasionnellement régulièrement
- des rééditions en club : jamais occasionnellement régulièrement
- des adaptations (radio, TV, cinéma) : jamais occasionnellement régulièrement
- des éditions en ligne : jamais occasionnellement régulièrement

11. Achetez-vous des droits pour les ouvrages que vous éditez :

jamais occasionnellement régulièrement

Si oui, pour quels ouvrages :

12. Menez-vous des actions en collaboration avec d'autres éditeurs :

oui non

Si oui, lesquelles :

13. Avez-vous des partenariats (co-édition, préachat) :

- avec des entreprises : oui non
- des collectivités publiques : oui non

Si oui, lesquelles :

B. Relations auteurs-illustrateurs

14. Les textes que vous publiez proviennent-ils :

- D'auteurs qui vous ont transmis leur manuscrit spontanément : jamais parfois souvent toujours
- D'une commande de votre part : jamais parfois souvent toujours
- D'un appel à manuscrits : jamais parfois souvent toujours

15. Avez-vous un comité de lecture :

oui non

Si oui, de combien de personnes est-il composé :

16. Éditez-vous des textes tombés dans le domaine public :

oui non

17. Nombre d'auteurs publiés depuis la création de la maison :

18. Nombre d'auteurs/illustrateurs/photographes sous contrat en :

en 2008 : en 2007 : en 2006 :

19. Quels types de contrats passez-vous avec les auteurs, illustrateurs/photographes :

- contrat d'édition : jamais parfois souvent toujours
- contrat à compte d'auteur : jamais parfois souvent toujours
- contrat de compte à demi (société en participation) : jamais parfois souvent toujours
- pas de contrat : jamais parfois souvent toujours
- autres, précisez :

20. Comment rémunérez-vous les auteurs/illustrateurs/photographes ?

Auteurs	Pourcentage du prix public HT, pourcentage moyen : Forfait, somme moyenne :
Illustrateurs/ Photographes	Pourcentage du prix public HT, pourcentage moyen : Forfait, somme moyenne :

21. Versez-vous des à-valoir ?

jamais parfois souvent toujours

C. Fabrication

22. Quelle partie de la fabrication sous-traitez-vous :

- toute la chaîne de fabrication : jamais parfois souvent toujours
- préparation de copie : jamais parfois souvent toujours
- compo-gravure : jamais parfois souvent toujours
- maquette, couverture : jamais parfois souvent toujours
- mise en page : jamais parfois souvent toujours
- impression : jamais parfois souvent toujours

23. Travaillez-vous avec des imprimeurs :

- de Languedoc Roussillon : jamais parfois souvent toujours
- français (hors région) : jamais parfois souvent toujours
- étrangers (précisez)..... : jamais parfois souvent toujours

24. Avez-vous recours à l'impression numérique ?

jamais parfois souvent toujours

25. Quel est le pourcentage des coûts de fabrication par rapport au prix de vente public HT de vos publications ?.....

26. Est-ce que les coûts de fabrication constituent un critère principal de fixation du prix de vente public ?

oui non

27. Appliquez-vous un coefficient multiplicateur ?

oui non

Si oui, de combien ?.....

28. Prenez-vous en compte d'autres critères pour la fixation du prix ?

oui non

Si oui, lesquels :

D. Numérique

29. Editez-vous une partie de vos ouvrages en format autre que papier ?

oui non

30. Si oui, que représente aujourd'hui l'édition multi support par rapport à l'édition papier ?

Types de support	Part de la production (en pourcentage)	Publications concernées
livre numérique		
livre audio		
DVD /CD ROM		
Web		

31. Si non, envisagez-vous de proposer une offre multi-support ?

oui non

Si oui, précisez :

Si non, pour quelles raisons ?.....

32. Avez-vous un site web :

oui non

33. Si oui, qui l'a réalisé ?.....

Qui s'occupe de sa mise à jour ?.....

A quelle fréquence ?.....

Sert-il à :

- Présentation de la maison d'édition
- Présentation des ouvrages publiés (catalogue en ligne)
- Vente en ligne de vos publications
- Renvoi vers un bon de commande

- Renvoi vers une liste de librairies indépendantes
- Renvoi vers le site de librairies indépendantes
- Renvoi vers des liens type Amazon
- Autre (précisez)

34. Si non, pourquoi ?.....

E. Commercialisation

35. Assurez-vous vous-même la diffusion :
oui non

36. L'auto-diffusion est-elle un choix ?
oui non
Pourquoi ?.....

37. Nom(s) de votre (vos) diffuseur(s) :
- régional :.....
- national :
- étranger (précisez les pays) :

38. Avez-vous déjà essayé de déléguer votre diffusion ?
oui non
Si oui, pourquoi êtes-vous revenu à l'autodiffusion ?.....

39. Votre diffuseur utilise-t-il le système des offices :
oui non
Si oui, précisez ?.....

40. Assurez-vous vous-même la distribution :
oui non

41. Si distribution déléguée, nom(s) de votre (vos) distributeur(s) :
- régional :
- national :
- étranger (précisez les pays) :

42. Coût de la diffusion (en % du prix public de vente) :.....

43. Coût de la distribution (en % du prix public de vente) :

44. Quel est votre taux de retour constaté moyen en 2008 :
Cession aux solderies ? jamais parfois souvent toujours
Mise au pilon? jamais parfois souvent toujours

45. Avec combien de librairies avez-vous des contacts réguliers ?
- En région :
- Hors-région :

46. Quel est le montant moyen de la remise accordée ?.....
- Vente à compte ferme ? jamais parfois souvent toujours
- Vente avec faculté de retour ? jamais parfois souvent toujours
- Dépôt ? jamais parfois souvent toujours

47. Répartition de vos ventes selon les circuits de commercialisation (en %tage du chiffre d'affaires HT 2008) ou à défaut précisez le nombre de points de vente où vos titres sont référencés :

- librairies :
- grandes surfaces spécialisées (ex: FNAC, Virgin, Cultura) :
- hyper et supermarchés :
- librairies en ligne (ex: amazon, fnac.com).....
- vente directe :
- export:.....

48. Si vous faites de la vente directe, quels sont les moyens utilisés ?

- souscriptions
- par correspondance
- site internet
- salons, conférences
- autres, précisez :

49. Avez-vous un fichier ou une base de données clients ?

oui non

50. Êtes-vous référencé sur :

- Electre
- Dilicom
- BNF
- Google Book Search
- Autres, précisez:.....

51. Avez-vous des outils pour identifier ou suivre vos publics ?

oui non

Si oui, lesquels :.....

52. Pour identifier ou suivre la concurrence ?

oui non

Si oui, lesquels :.....

53. Etes-vous satisfait de votre diffusion-distribution actuelle ?

oui non

Donnez les principales raisons.....

F. Communication

54. Quels moyens de communication utilisez-vous :

- catalogue papier
- catalogue web
- newsletter
- blogs
- publicité
- relations presse
- marketing direct (mailing, emailing)
- PLV (publicité sur lieux de vente),
- promotion des ventes (primes, concours)
- autres, précisez :

55. Diffusez-vous votre catalogue (nombre et fréquence) :

- auprès de libraires:.....
- auprès de bibliothèques :.....
- auprès de particuliers :.....

56. Avez-vous une approche spécifique auprès des bibliothèques ?

oui non

Si oui, laquelle ?

57. Participez-vous à des salons ?

- En Languedoc-Roussillon oui non

- Dans d'autres régions oui non

- Nationaux oui non

- Internationaux oui non

- Précisez les salons :

58. Organisez-vous des animations :

oui non

Si oui, lesquelles (indiquer les principales) :

59. Etes-vous partenaires d'animations :

oui non

Si oui, lesquelles (indiquer les principales) :

60. Informez-vous la presse de vos nouveautés régulièrement :

- presse régionale jamais parfois souvent toujours

- presse quotidienne nationale jamais parfois souvent toujours

- magazines jamais parfois souvent toujours

- radios jamais parfois souvent toujours

- télévision jamais parfois souvent toujours

- Internet jamais parfois souvent toujours

61. Envoyez-vous des exemplaires en service de presse :

jamais parfois souvent toujours

Nombre moyen des services de presse par nouveautés (en % du tirage) :

62. Avez-vous eu des retombées presse ?

- presse régionale jamais parfois souvent toujours

- presse quotidienne nationale jamais parfois souvent toujours

- magazines jamais parfois souvent toujours

- radios jamais parfois souvent toujours

- télévision jamais parfois souvent toujours

- Internet jamais parfois souvent toujours

63. Avez-vous des outils pour le suivi des retombées presse :

oui non

Si oui, lesquels :

64. Faites-vous appel à la sous-traitance pour :

- la presse jamais parfois souvent toujours

- votre communication jamais parfois souvent toujours

II. ORGANISATION / PERSONNEL

65. La maison d'édition a-t-elle une ou plusieurs autre(s) activité(s) :
oui non

Si oui, précisez lesquelles :

packaging imprimerie
studio graphique diffusion
formation organisation d'animations
autre :

66. Ces autres activités ont-elles une structure juridique propre :
oui non

Précisez :

67. Quelle part de votre chiffre d'affaires l'activité édition représente-t-elle en 2008 ?

68. Nombre total de salariés (si pluriactivité) :

69. Combien de personnes collaborent à l'activité de la maison d'édition ?

70. Parmi les personnes qui collaborent à l'activité de la maison d'édition, combien sont salariées?.....

71. Nombre de temps plein :

Fonction(s) :

Nombre de temps partiel :

Fonction(s) :

72. Faites-vous appel à des collaborateurs extérieurs pour les fonctions de :

- Directeurs de collection oui non
- Lecteurs-conseillers oui non
- Rewriters oui non
- Correcteurs oui non
- Traducteurs oui non
- Graphistes oui non
- illustrateurs oui non
- Autres (précisez) :

73. Le dirigeant de la maison a-t-il lui-même une autre activité :

oui non

Si oui, laquelle :

74. Formation initiale et expérience professionnelle du(des) dirigeant(s) :

75. De quelles formations sont issues les autres personnes travaillant dans la maison ?

76. Avez-vous déjà suivi des actions de formation ?

oui non

Si oui :

Nombre de personnes concernées	Domaines	Initiation	Perfectionnement	Organisme de formation ou intervenant	Durée Rythme
	Editorial				
	Fabrication				
	Prépresse – PAO				
	Multimédia				
	Droit				
	Gestion				
	Marketing /promotion				
	Commercialisation				
	Langues				
	Autres				

Si non, pourquoi ?.....

77. Envisagez-vous des actions de formation ?

oui non

Si oui :

Nombre de personnes concernées	Domaines	Initiation	Perfectionnement	Organisme de formation ou intervenant	Durée Rythme
	Editorial				
	Fabrication				
	Prépresse – PAO				
	Multimédia				
	Droit				
	Gestion				
	Marketing /promotion				
	Commercialisation				
	Langues				
	Autres				

Si non, pourquoi ?.....

78. Quels pourraient être les freins existants par rapport au suivi de ces formations ?

- Disponibilité de la personne en terme de temps
- Coût et financement de la formation
- Existence/connaissance d'une formation répondant aux besoins
- Lieu de la formation
- Autre (précisez) :

79. A quel OPCA (organisme paritaire collecteur agréé) cotisez-vous pour la formation continue ?

- OPCA-CGM
- Autre, précisez :

III. DONNÉES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

La réponse aux questions suivantes est indispensable, nous vous proposons de répondre aux questions ou si vous le préférez de nous joindre les comptes de résultat et les bilans des années 2008, 2007 et 2006 sous couvert de la confidentialité des informations comme pour l'ensemble du questionnaire.

G. Activité (Cf. compte de résultat)

80. Chiffre d'affaires HT EDITION

Préciser s'il s'agit de : «Prix Public» ou de «net éditeur»

2008 :

2007 :

2006 :

81. Chiffre d'affaires HT HORS EDITION

2008 :

2007 :

2006 :

82. Montant de subventions d'exploitation perçues

<u>Origine des subventions</u>	<u>Montant 2008</u>	<u>Montant 2007</u>	<u>Montant 2006</u>

83. Montant de subventions d'investissements perçues (le cas échéant, préciser l'origine des subventions)

<u>Origine des subventions</u>	<u>Montant 2008</u>	<u>Montant 2007</u>	<u>Montant 2006</u>

84. Masse salariale (salaires + charges sociales)

2008 :

2007 :

2006 :

85. Le dirigeant est-il rémunéré par la structure ?

oui non

86. Le dirigeant est-il gérant majoritaire ?

oui non

87. Montants versés à des prestataires indépendants (frais éditoriaux, prépresse-PAO, direction de collection, agence...)

2008 :

2007 :

2006 :

88. Bénéfices ou pertes (en % du CA)

2008 :

2007 :

2006 :

H. Structure financière (cf. le Bilan)

89. Montant des capitaux propres :

bilan 2008 :

bilan 2007 :

bilan 2006 :

90. Endettement : l'entreprise a-t-elle souscrit un ou plusieurs emprunts bancaires à plus d'un an ?

oui non

91. Si oui, quel est le montant d'emprunt bancaire dû à la fin 2008 ?

92. L'entreprise a-t-elle emprunté à des tiers (hors banques) ?

oui non

93. Si oui, quel montant reste dû à la fin 2008 ?

94. L'entreprise bénéficie-t-elle d'une autorisation de découvert bancaire ?

oui non

Si oui de combien ?.....

95. Montant des stocks brut :

bilan 2008 :

bilan 2007 :

bilan 2006 :

96. L'entreprise déprécie-t-elle les stocks ?

oui non

97. Si oui, sur quels critères ?

I. Gestion

98. L'entreprise utilise-t-elle un logiciel de gestion des stocks et des ventes par titre ?

oui non

99. L'entreprise tient-elle une comptabilité analytique ?

oui non

100. Existe-t-il un suivi des comptes d'exploitations par titre, par collection ?

oui non

101. Existe-t-il un budget annuel ?

oui non

102. ou des budgets par titre ?

oui non

IV. VOS PROJETS / VOS ATTENTES

103. Comment définiriez-vous votre politique éditoriale aujourd'hui ? A-t-elle évolué depuis la création de la maison ?

.....

104. Quels sont les principaux points forts de la maison, ses réussites ?

.....

105. Quels sont ses principaux points faibles, ses manques ou ses difficultés ?

.....

106. Quelles sont les évolutions envisagées pour votre maison d'édition dans les années à venir ? (domaines et projets éditoriaux, diffusion/distribution, communication, ressources humaines et financières, etc.)

.....

107. Quelles sont vos attentes :

- par rapport à LR2L ?

.....

- par rapport aux collectivités publiques (Communauté européenne, État, Région, Département, Commune) ?

.....

108. Connaissez-vous les systèmes d'aide à l'édition, mis en place notamment par :

- Le Centre National du Livre : oui non

- La DRAC LR : oui non

- Le Conseil Régional : oui non

- Autres (précisez) :

109. Autres remarques et suggestions dont vous souhaitez nous faire part

.....

V. IDENTITE

110. Raison sociale de la structure :
111. Nom de la maison d'édition (si elle est distincte) :
112. Nom(s) du/des dirigeant(s) :
113. Adresse :
114. n° de téléphone :
115. n° de fax :
116. Courriel :
117. Site Internet :
118. Date de création de la structure :
119. Date de création de la maison d'édition (si elle est distincte) :
120. Numéro Siret :
121. Code APE :
122. Racine ISBN :
123. Forme juridique :
- | | |
|----------------------|-------------------------|
| SA | Entreprise individuelle |
| SARL | SCOP |
| EURL | Etablissement public |
| Association loi 1901 | Autre (précisez)..... |
124. S'agit-il d'une entreprise indépendante ?
oui non
Si non, elle dépend :
d'une entreprise ou d'un groupe éditorial, précisez :
d'une entreprise ou d'un groupe extérieur à l'édition, précisez :
d'un organisme public, précisez :
autre, précisez :
125. Adhérez-vous à un syndicat ?
oui non
Si oui, lesquels :
126. Adhérez-vous à une association professionnelle ?
oui non
Si oui, lesquelles :
127. Connaissez-vous la Charte Nationale des Éditeurs en Région ?
oui non
Si oui, y adhérez-vous ?
oui non

**Nous vous remercions d'avoir participé à cette étude sur
les maisons d'édition professionnelles en région Languedoc-Roussillon.**

ANNEXE 3 – Liste des 49 éditeurs ayant répondu et constituant l'échantillon de l'étude

1. 6 Pieds sous terre
2. Agence (L')
3. Alcide
4. Alter ego
5. Autonome vivance
6. Balzac éditeur
7. Benjamins média
8. Biotope
9. Cadex Éditions
10. Cardère éditeur
11. Centre régional de documentation pédagogique (CRDP)
12. Champ Social éditions
13. Chèvre feuille étoilée
14. Editions Aldacom
15. Editions de l'Esperou
16. Editions du Cabardès
17. Éditions du Mont
18. Editions du Palmier
19. Éditions Écologistes de l'Euzière
20. Editions Empreinte temps présent
21. Editions Espaces 34
22. Editions Grèges
23. Editions Jacques Bremond
24. Editions K'A
25. Editions la Mirandole
26. Editions La Plage
27. Editions Le Chat Rouge
28. Editions Le Faucon Rouge
29. Editions Singulières
30. Éditions Villa Saint Clair
31. L'Entretemps
32. Fata Morgana
33. GabriAndre
34. Grandir
35. H&O éditions
36. Idées+ Passion BD
37. Indigène éditions
38. Lirabelle
39. Lucie éditions
40. Mare Nostrum
41. Navire en pleine ville (Le)
42. Papillon rouge éditeur
43. Parc national des Cévennes
44. Pour la nouvelle
45. Romain Pages Editions
46. Sauramps médical
47. TDO Editions
48. Thierry Souccar Editions
49. Trabucaire Editions

ANNEXE 4 – Réponses complémentaires aux questions traitées dans le rapport

1^{ère} partie : ACTIVITE EDITORIALE

- A – Ligne éditoriale
- B – Relations auteurs – illustrateurs, photographes
- C – Fabrication
- D – Numérique
- E – Commercialisation
- F – Communication

2^{ème} partie : ORGANISATION ET PERSONNEL

- G – Formation

3^{ème} partie : DONNEES ECONOMIQUES ET FINANCIERES

- H – Activité
- I – Structure financière
- J – Gestion

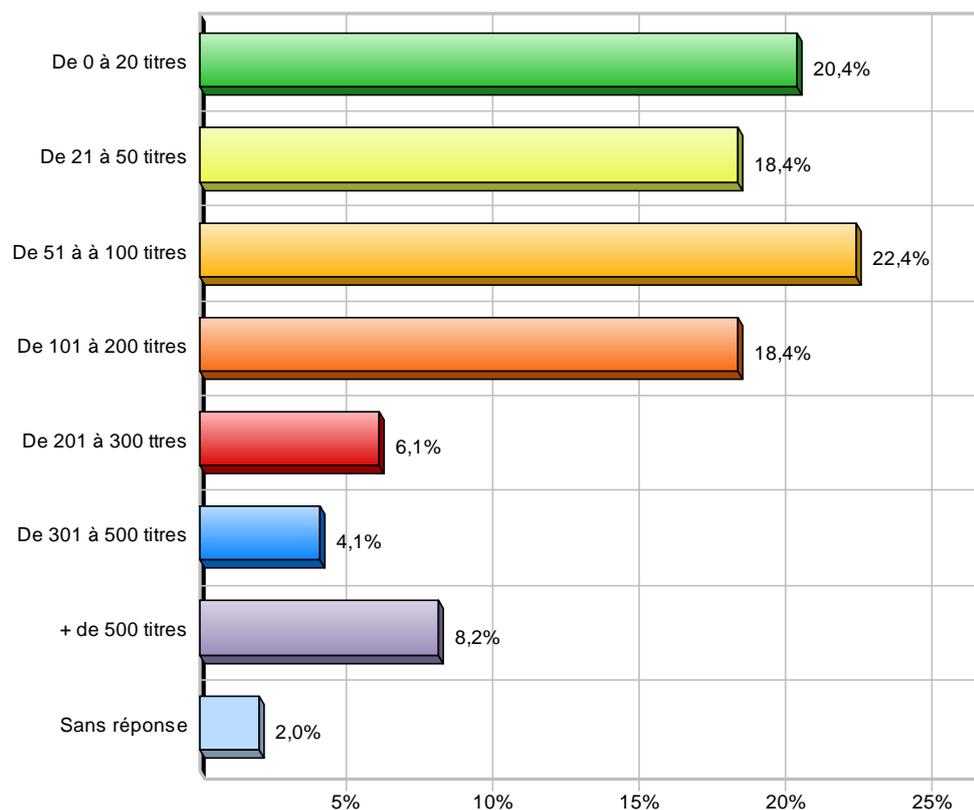
4^{ème} partie : VOS PROJETS, VOS ATTENTES

5^{ème} partie : INFORMATIONS PRATIQUES

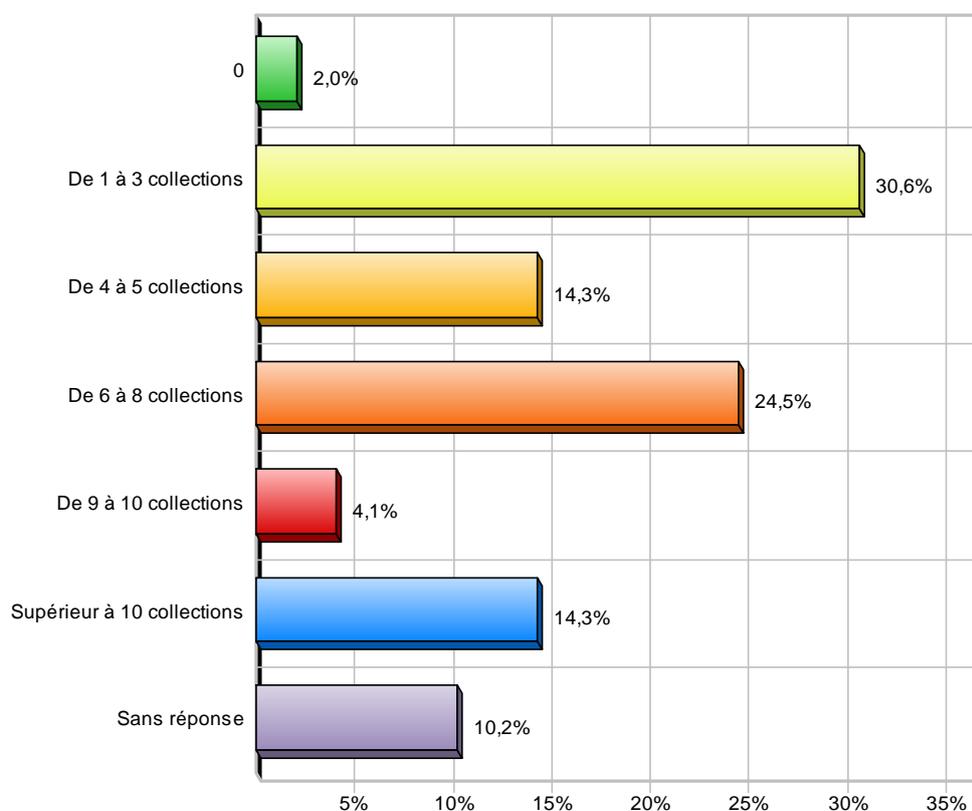
I. ACTIVITE EDITORIALE

A. Ligne éditoriale

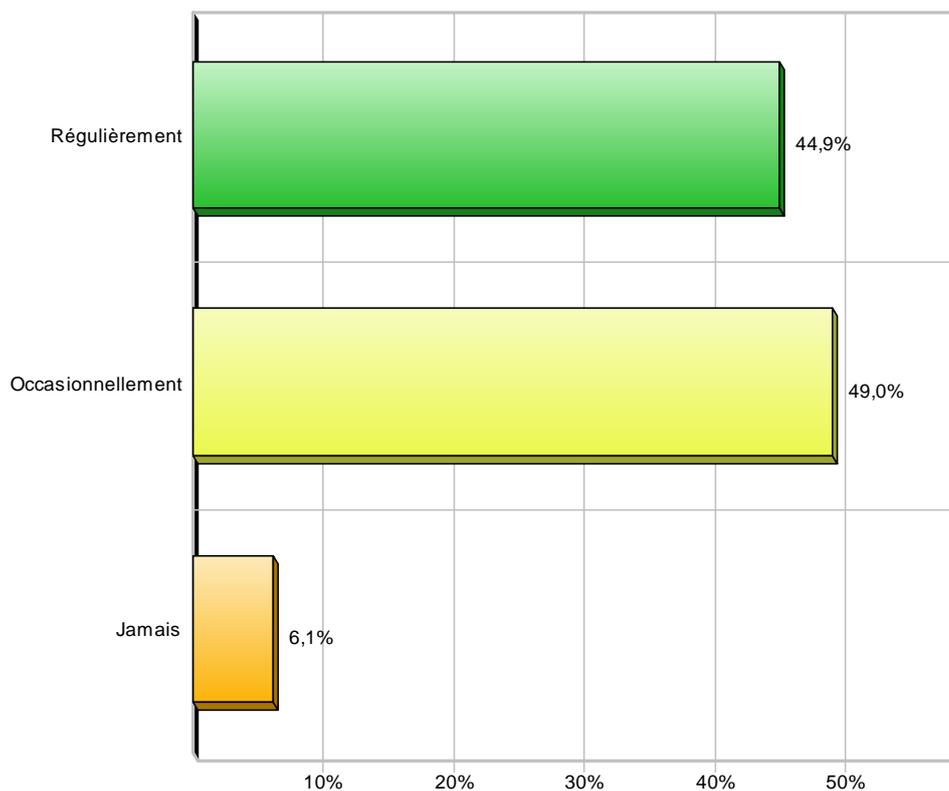
2- Nombre de titres publiés depuis la création de la maison ?



4- Nombre de collections ?



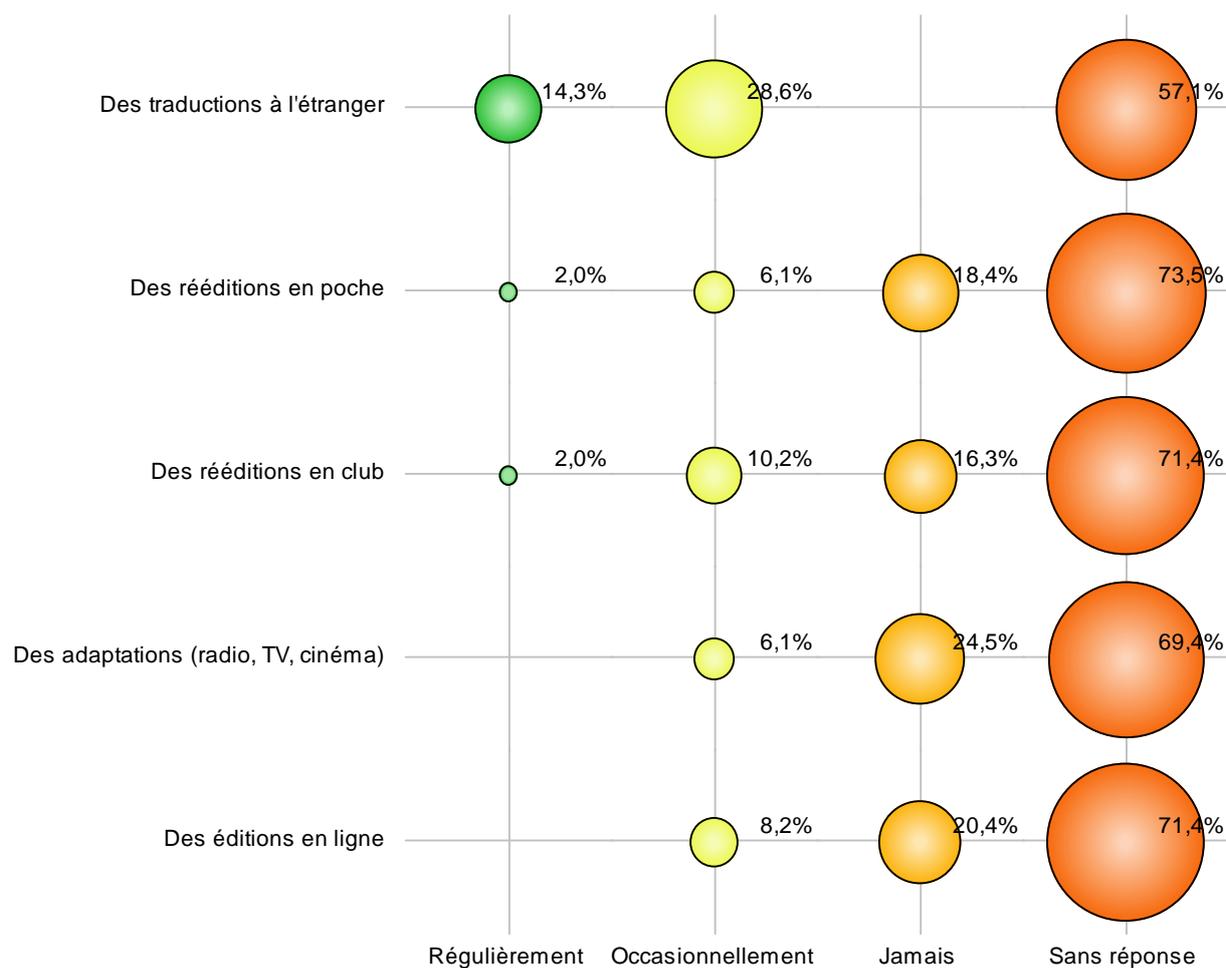
8- Faites-vous des réimpressions, retirages ?



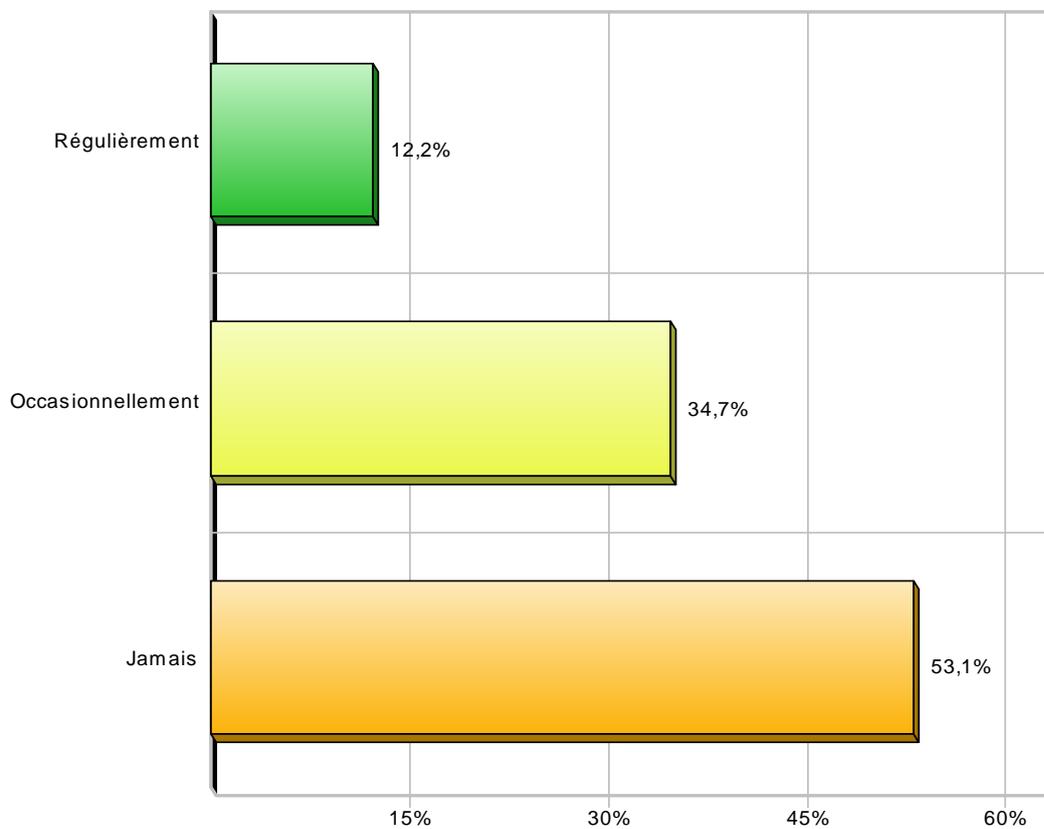
10- Vendez vous des droits sur les livres que vous éditez ?

	Effectif	%
Oui	23	46,9%
Non	26	53,1%
Total	49	100,0%

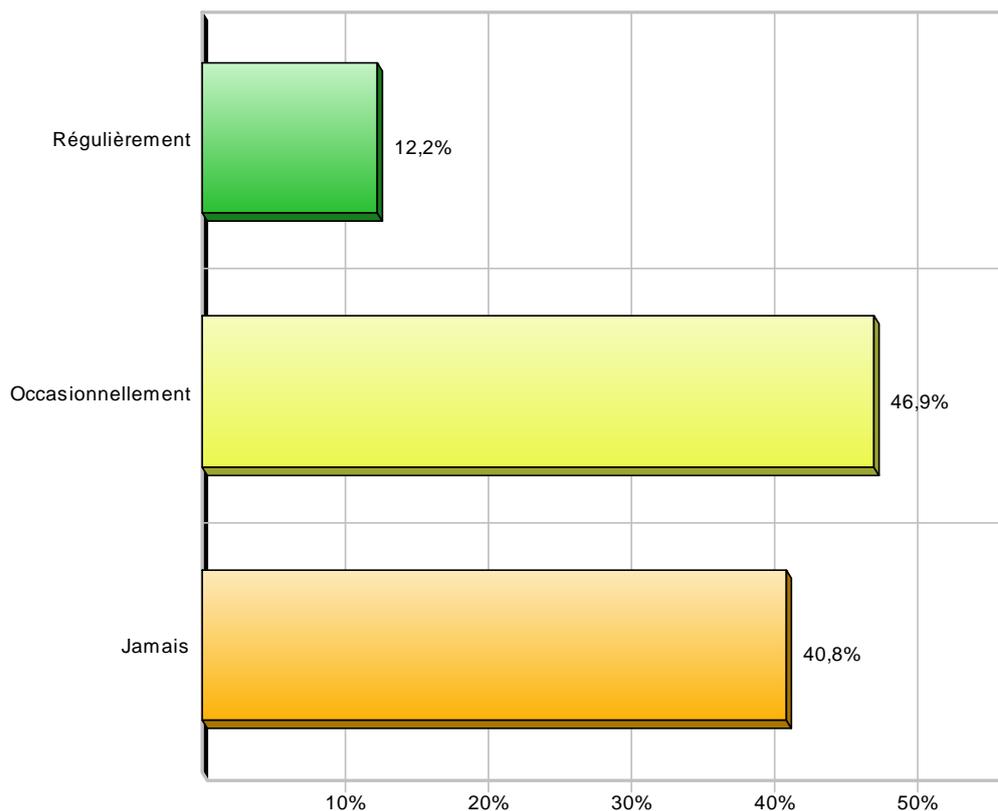
Si oui, ces cessions concernent :



11- Achetez-vous des droits pour les ouvrages que vous éditez ?

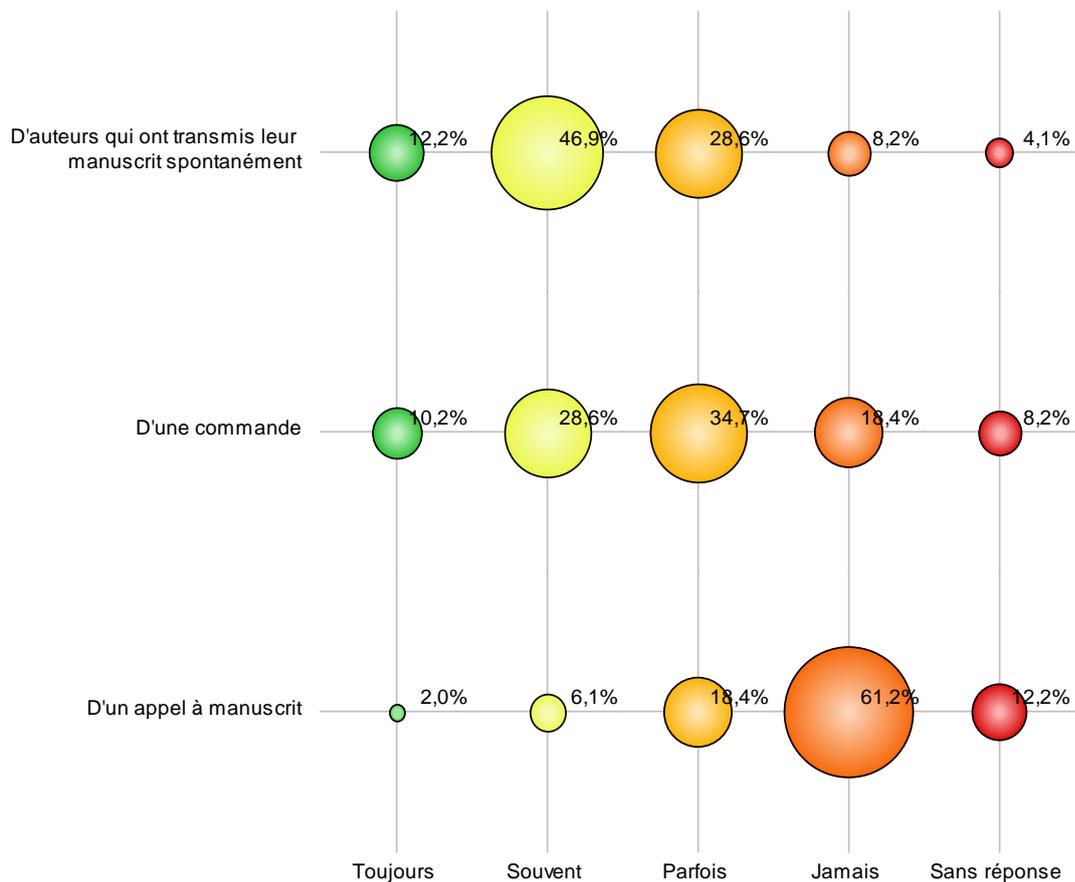


12- Menez-vous des actions en collaboration avec d'autres éditeurs ?



B. Relations auteurs – illustrateurs, photographes

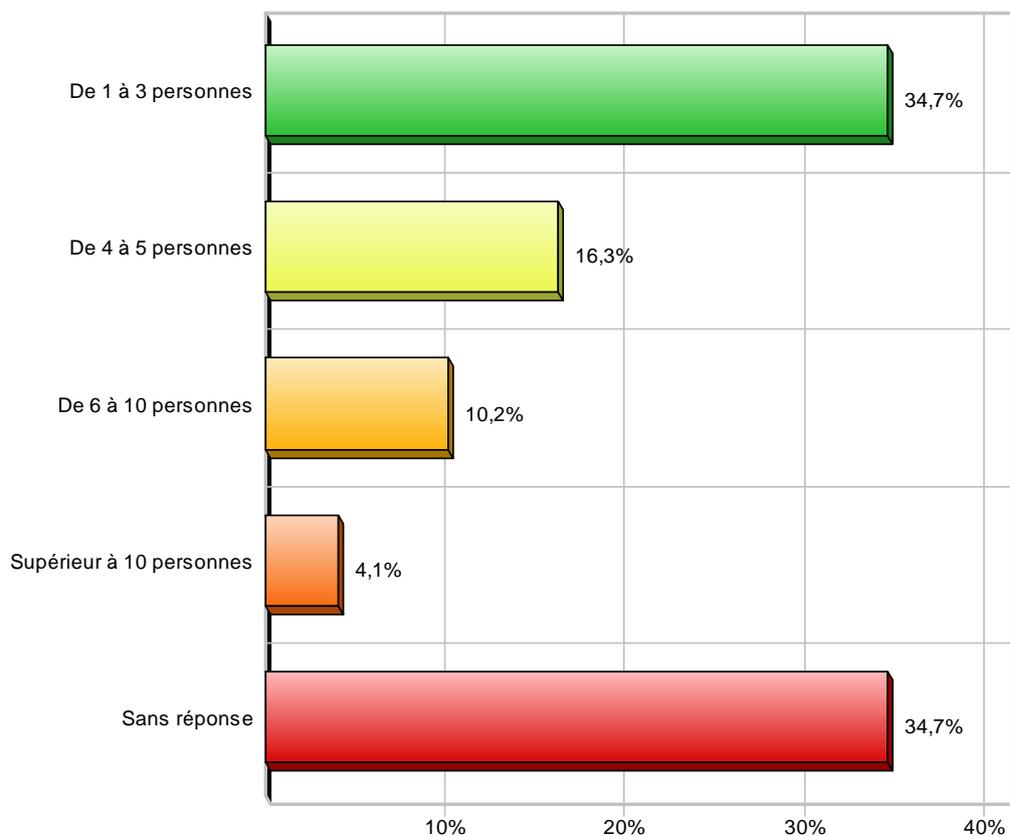
14- Les textes que vous publiez proviennent :



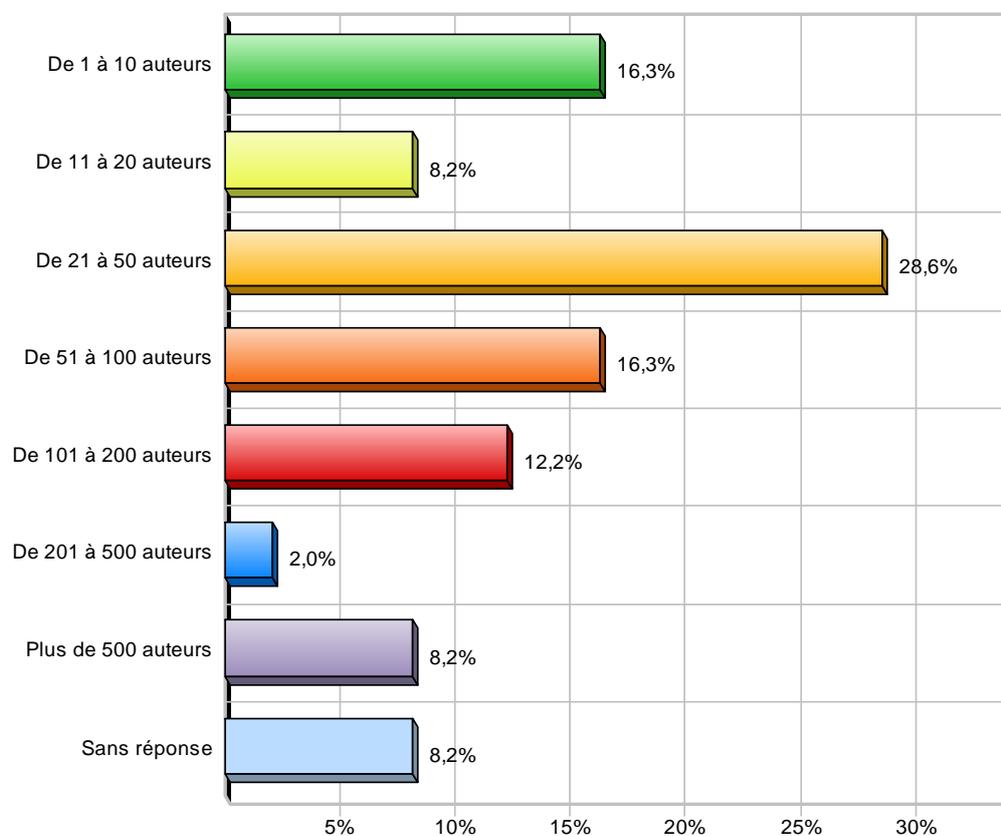
15- Avez-vous un comité de lecture ?

	Effectifs	%
Oui	32	65,3%
Non	16	32,7%
Sans réponse	1	2,0%
Total	49	100,0%

De combien de personnes est-il composé ?

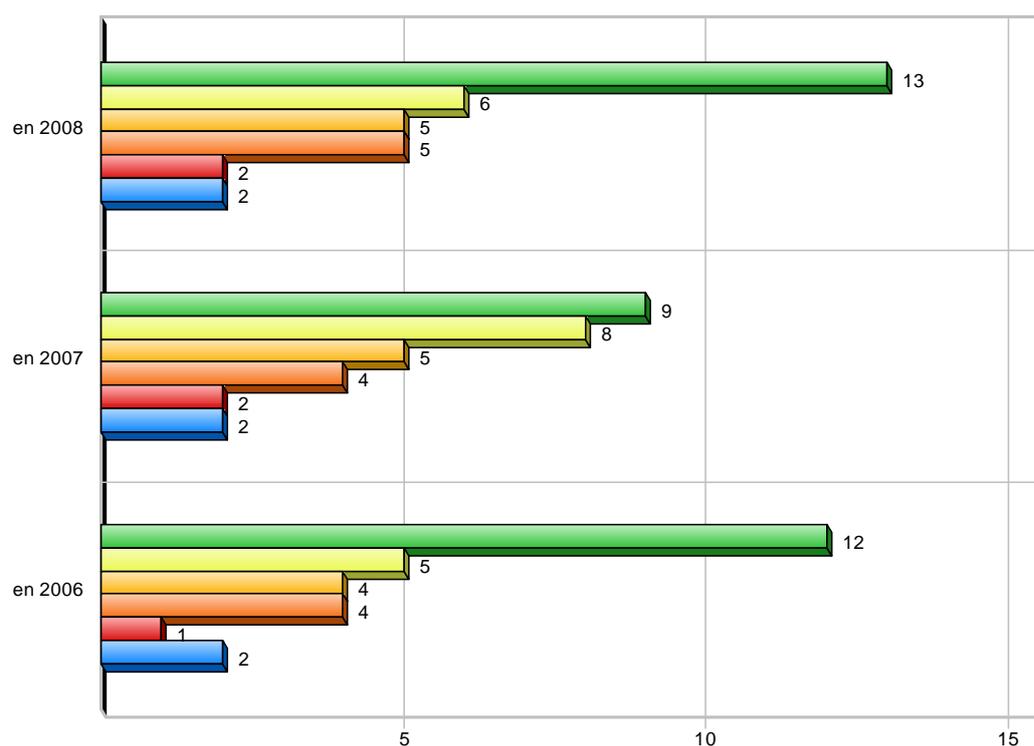


17- Nombre d'auteurs publiés depuis la création de la maison d'édition :

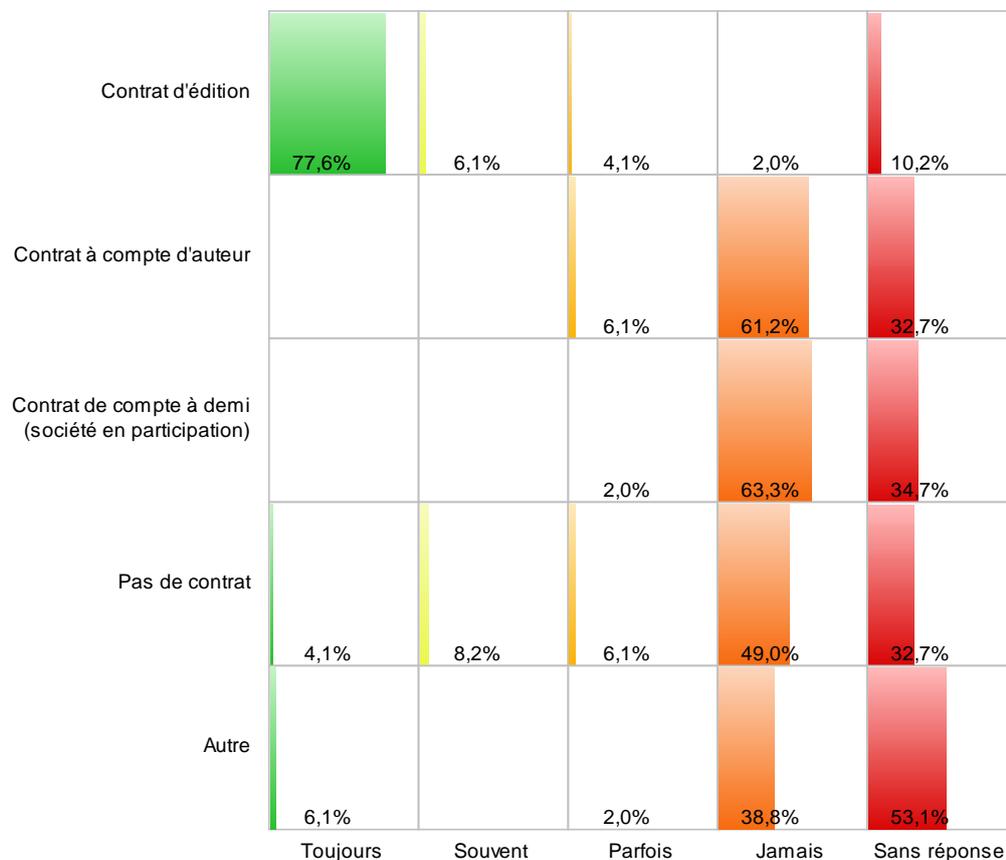


18- Nombre d'auteurs, illustrateurs, photographes sous contrat

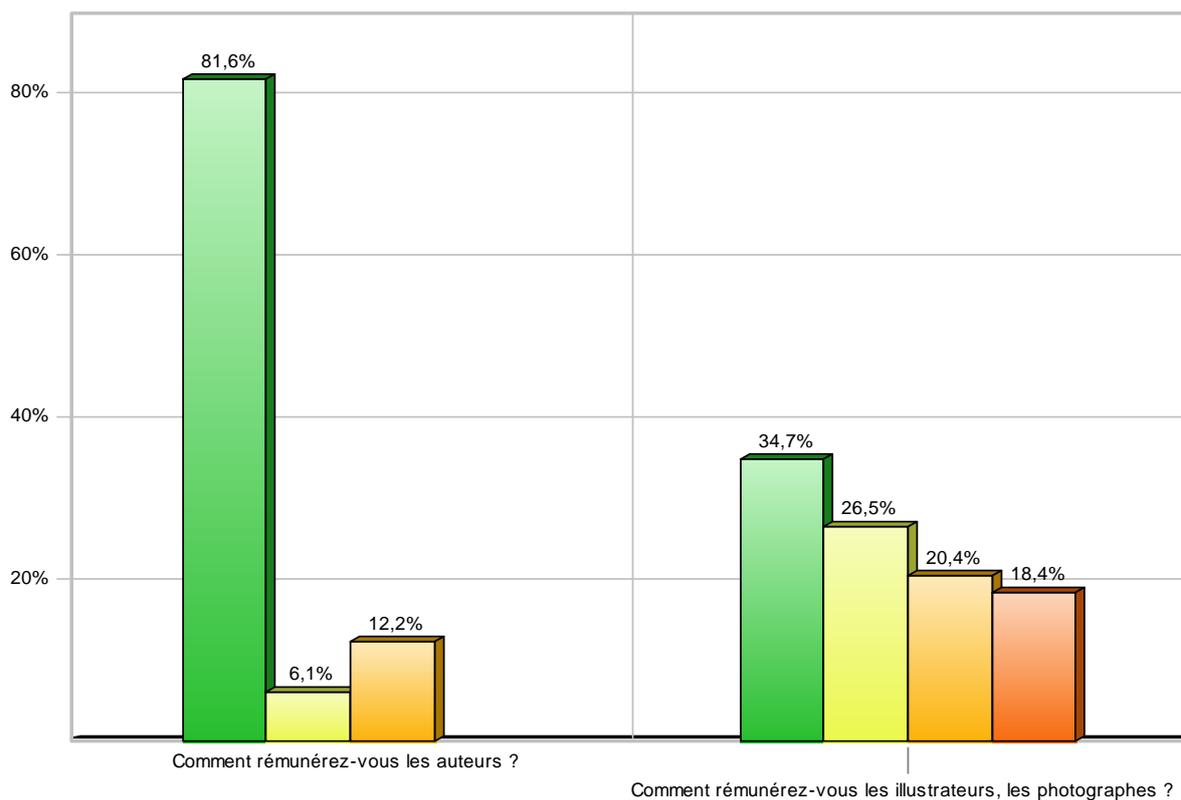
■ De 1 à 5 ■ De 5 à 10 ■ De 11 à 20 ■ De 21 à 50 ■ De 50 à 100 ■ Plus de 100



19- Quel(s) type(s) de contrat(s) passez-vous avec les auteurs, illustrateurs, photographes ?



■ Pourcentage du prix public HT ■ Forfait ■ Autre ■ Sans réponse



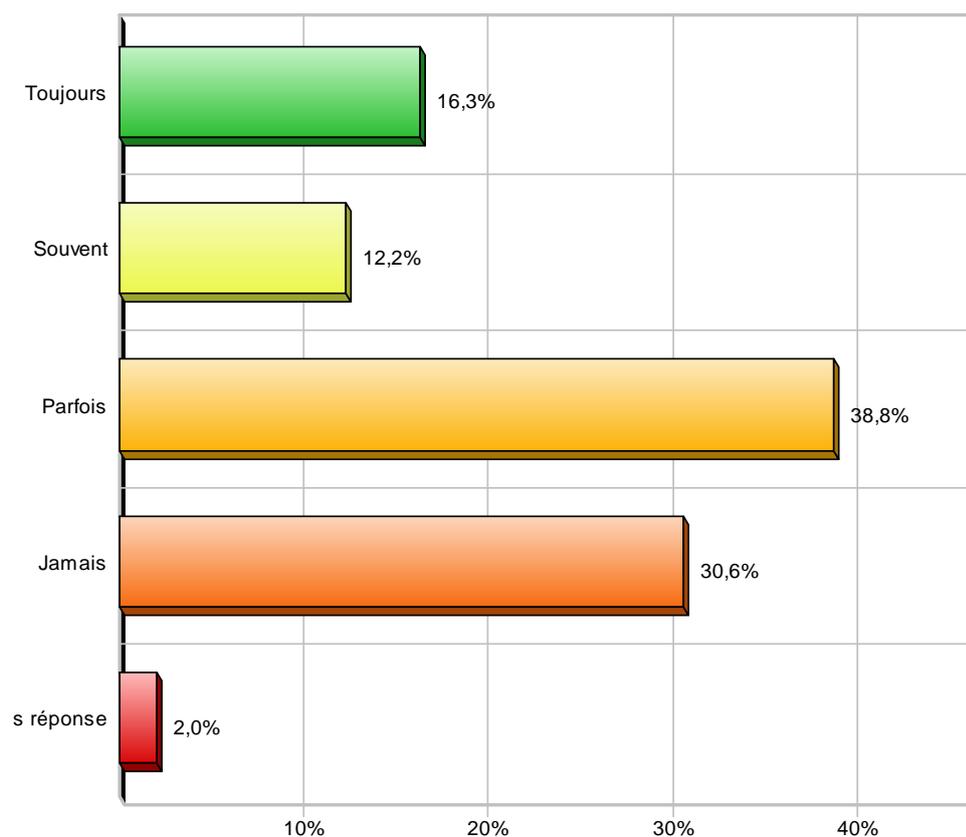
20- Si la rémunération est basée sur un pourcentage, pouvez-vous indiquer le pourcentage moyen versé ?

	Moyenne
Aux auteurs :	8
Aux illustrateurs, photographes :	5
Total	7

20- Si la rémunération est forfaitaire, pouvez-vous indiquer le montant moyen du forfait versé ?

	Moyenne
Aux auteurs :	860
Aux illustrateurs, photographes :	844
Total	850

21- Versez-vous des à-valoir ?



C. Fabrication

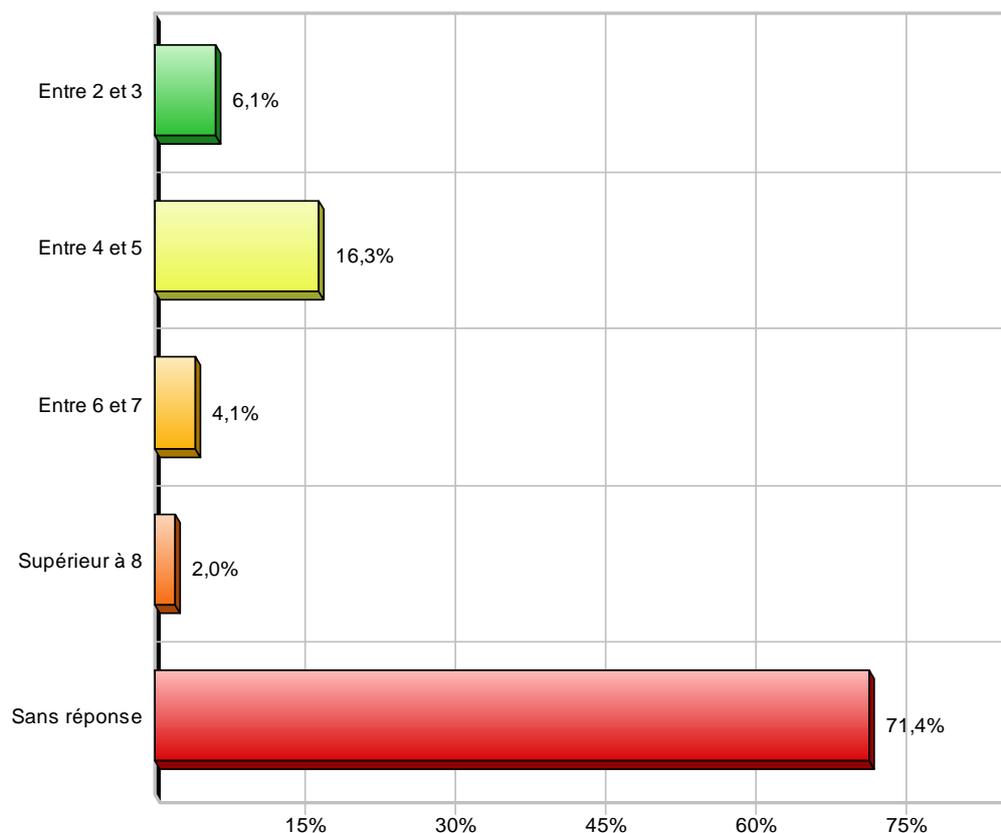
26- Les coûts de fabrication constituent-ils un critère principal de fixation du prix de vente public ?

	Effectifs	%
Oui	35	71,4%
Non	11	22,4%
Sans réponse	3	6,1%
Total	49	100,0%

27- Appliquez-vous un coefficient multiplicateur ?

	Effectifs	%
Oui	16	32,7%
Non	29	59,2%
Sans réponse	4	8,2%
Total	49	100,0%

Si oui, de combien ?



28- Prenez-vous en compte d'autres critères pour la fixation du prix ?

	Effectifs	%
Oui	38	77,6%
Non	10	20,4%
Sans réponse	1	2,0%
Total	49	100,0%

Si oui, lesquels ?

Prix du marché	11	30,50%
Critères de qualité (auteur, fabrication, ouvrage)	5	13,90%
Subventions	5	13,90%
Clientèle ciblée	4	11,10%
Prix abordable	4	11,10%
Concurrence	3	8,30%
Prévisions de ventes	2	5,50%
Grille tarifaire des collections	2	5,50%
Rémunération de l'auteur (avance et %)	2	5,50%
Format du livre	2	5,50%
Feeling / humeur	2	5,50%
Travail d'édition, de recherche	1	2,80%
langue	1	2,80%
Maquettes	1	2,80%
Projet éditorial	1	2,80%
Nombre de pages	1	2,80%
Attentes des lecteurs	1	2,80%
Coût de traduction	1	2,80%
Coûts de création	1	2,80%
Diffusion	1	2,80%
Distribution	1	2,80%
Frais	1	2,80%
Graphistes	1	2,80%
Conception	1	2,80%
Illustration	1	2,80%
Photo de couverture	1	2,80%
Photographes	1	2,80%
Nombre de réponses	58	161,10%*
Nombre de répondants	36	
Sans réponse	13	

** Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.*

D. Numérique

29- Editez-vous une partie de vos ouvrages en format autre que papier ?

	Effectifs	%
Oui	9	18,4%
Non	40	81,6%
Total	49	100,0%

30- Si oui, quelles sont les publications concernées (collection, domaine,..)

Tous (éventuellement à terme)	3	33,3%
Ouvrages scientifiques	2	22,3%
Revue	1	11,1%
Cuisine	1	11,1%
Collection de contes	1	11,1%
Réponses inexploitable (DVD)	1	11,1%
Nombre de réponses	9	100,0%
Nombre de répondants	9	
Sans réponse	40	

31- Si vous envisagez de proposer une offre multi support, pouvez-vous préciser sous quelle forme ? :

Livre numérique	7	43,75%
CD-audio	3	18,75%
Site Internet	3	18,75%
CD-rom	2	12,50%
DVD	2	12,50%
PDF sur site web	1	6,25%
support amovible	1	6,25%
téléphone	1	6,25%
Librairies numériques	1	6,25%
Nombre de réponses	21	131,25%*
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

Si non, pour quelles raisons ?

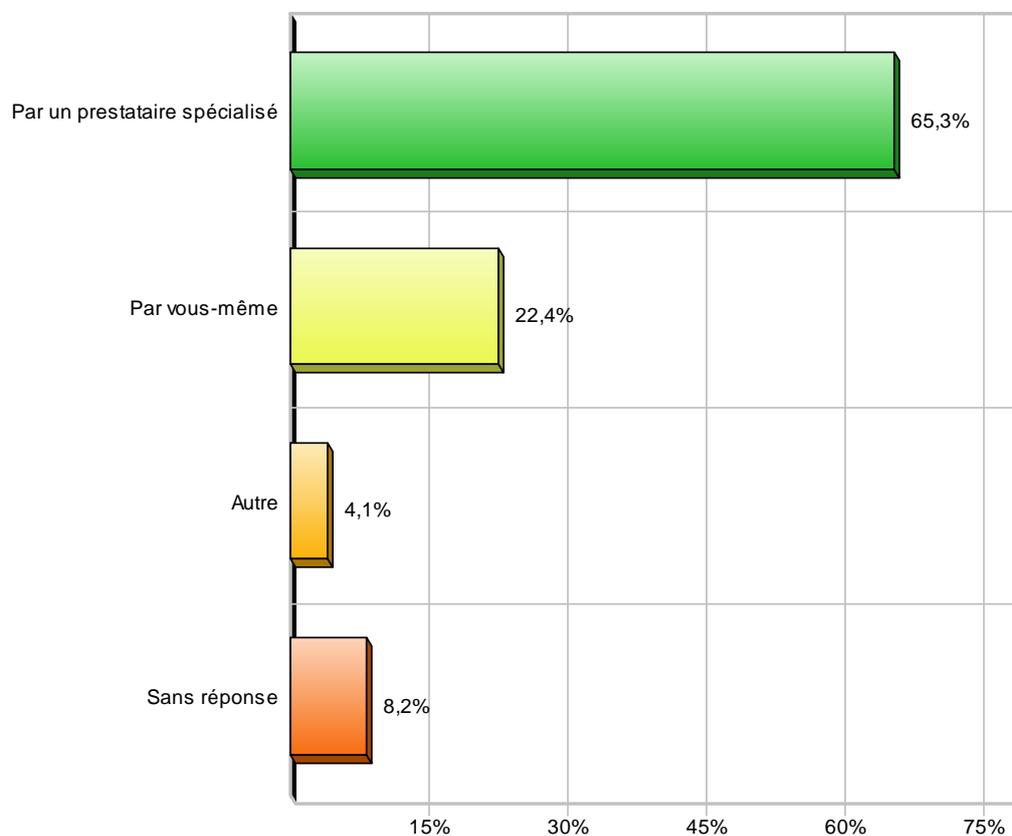
Attachement au livre papier / refus du numérique	5	31,25%
Inadapté au type d'ouvrage publié	4	25,00%
Pas de compétence	4	25,00%
Pas le temps	2	12,50%
Pas de marché pour les petits éditeurs	1	6,25%
Pas de site Internet	1	6,25%
Nombre de réponses	17	106,25%*
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

32- Avez-vous un site web ?

	Effectifs	%
Oui	45	91,8%
Non	4	8,2%
Total	49	100,0%

33- Si oui, ce dernier a été réalisé :



Qui s'occupe de sa mise à jour ?

En interne	41	93,2%
Un prestataire	2	4,5%
Une personne de la maison d'édition + un prestataire	1	2,3%
Nombre de réponses	44	100,0%
Nombre de répondants	44	
Sans réponse	5	

A quelle fréquence ?

En fonction des publications	14	31,8%
1 fois par mois	8	18,2%
Quotidiennement	6	13,7%
1 fois par semaine	3	6,8%
1 fois par trimestre	3	6,8%
Tous les 15 jours	3	6,8%
3 fois par semaine	2	4,5%
Régulièrement	2	4,5%
Tous les deux mois	1	2,3%
Trop peu souvent	1	2,3%
Variable	1	2,3%
Nombre de réponses	44	100,0%
Nombre de répondants	44	
Sans réponse	5	

E. Commercialisation

35- Assurez-vous vous-même la diffusion ?

	Effectifs	%
Oui	29	59,2%
Non	20	40,8%
Total	49	100,0%

Si vous assurez vous-même la diffusion pouvez-vous nous dire pourquoi ?

Système le plus adapté à la ME	12	46,10%
Marges	4	15,40%
Coûts	3	11,50%
Suite à un échec	3	11,50%
Trop peu de titres pour intéresser un diffuseur	3	11,50%
C'est notre mission	1	3,80%
Contact avec les libraires	1	3,80%
Meilleure réactivité	1	3,80%
Par commodité	1	3,80%
Trop onéreux	1	3,80%
Nombre de réponses	30	115,00%*
Nombre de répondants	26	
Sans réponse	23	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

36- L'auto-diffusion est-elle un choix ?

	Effectifs	%
Oui	22	44,9%
Non	5	10,2%
Sans réponse	22	44,9%
Total	49	100,0%

Parmi les 22 structures n'ayant pas donné de réponse, 20 sont en diffusion déléguée. Seules 2 maisons d'édition n'ont donc pas répondu.

38- Avez-vous déjà essayé de déléguer votre diffusion ?

	Effectifs	%
Oui	14	28,6%
Non	13	26,5%
Sans réponse	22	44,9%
Total	49	100,0%

Parmi les 22 structures n'ayant pas donné de réponse, 20 sont en diffusion déléguée. Seules 2 maisons d'édition n'ont donc pas répondu.

Si oui, pourquoi êtes-vous revenu à l'auto-diffusion ?

Coûts	5	35,70%
Faillite du diffuseur	4	28,60%
Efficacité	3	21,40%
Inexploitable	3	21,40%
Echec	1	7,10%
Refus	1	7,10%
Système le mieux adapté	1	7,10%
Nombre de réponses	18	128,40%*
Nombre de répondants	14	
Sans réponse	35	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

37- Nom de votre diffuseur national

Pollen	3	15%
Belles lettres	2	10%
Rando-diffusion	2	10%
Volumen	2	10%
Albouraq	1	5%
CED, Collines, Accès-livres	1	5%
Dif'pop	1	5%
Dilisco	1	5%
Harmonia mundi	1	5%
Intreforum	1	5%
La cartotheque	1	5%
Salvator	1	5%
Tothème diffusion	1	5%
Vilo	1	5%
Auto-diffusion	1	5%
Nombre de réponses	20	100%
Nombre de répondants	20	
Sans réponse	29	

37- Nom de votre diffuseur à l'étranger

Belles Lettres	1	7,70%
Difpop	1	7,70%
Interforum	1	7,70%
La Caravelle	1	7,70%
L'arche du livre	1	7,70%
Paradiffusion	1	7,70%
Pollen	2	15,40%
Servidis	1	7,70%
Volumen	1	7,70%
Réponses inexploitable	4	30,80%
Nombre de réponses	14	107,80%
Nombre de répondants	13	
Sans réponse	36	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

39- Votre diffuseur utilise-t-il le système des offices ?

	Effectifs	%
Oui	10	20,4%
Non	12	24,5%
Sans réponse	27	55,1%
Total	49	100,0%

40- Assurez-vous vous-même la distribution ?

	Effectifs	%
Oui	26	53,1%
Non	23	46,9%
Total	49	100,0%

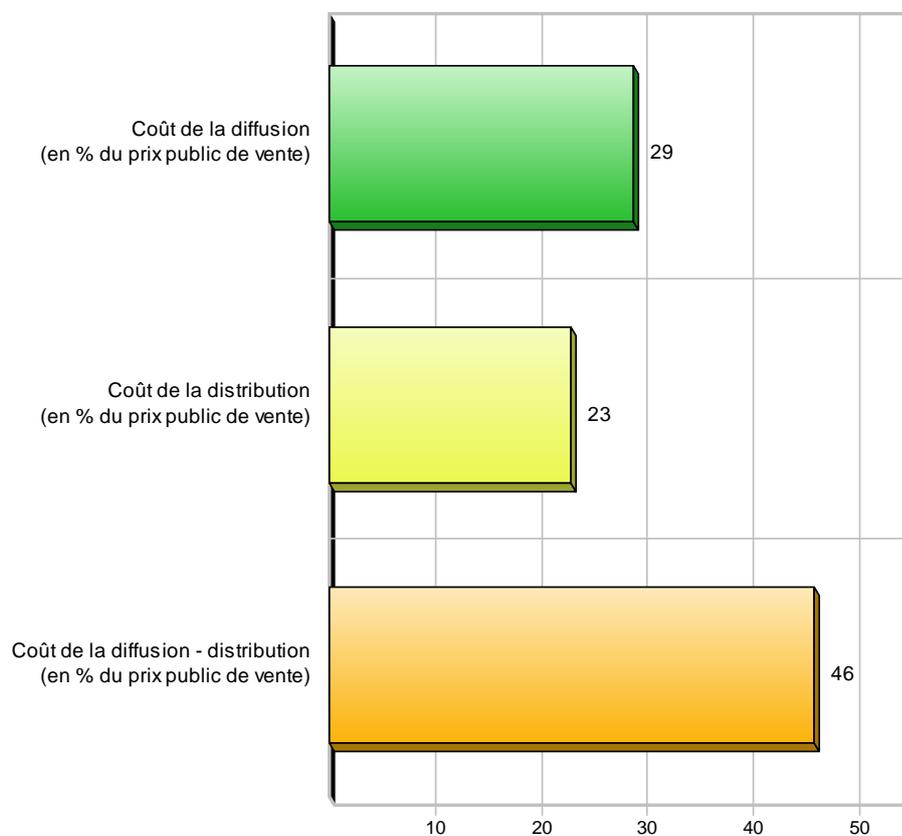
41- Nom de votre distributeur national

Pollen	3	14,0%
Les Belles Lettres	2	9,5%
Rando-diffusion	2	9,5%
Soleil diffusion	2	9,5%
Volumen	2	9,5%
Albouraq	1	4,8%
Dif'pop	1	4,8%
Dilisco	1	4,8%
Harmonia Mundi	1	4,8%
Interforum	1	4,8%
Réseau SCEREN	1	4,8%
Salvator	1	4,8%
Sodis	1	4,8%
Vilo	1	4,8%
Réponse inexploitable	1	4,8%
Nombre de réponses	21	100,0%
Nombre de répondants	21	
Sans réponse	28	

41- Nom de votre distributeur à l'étranger (précisez le pays) :

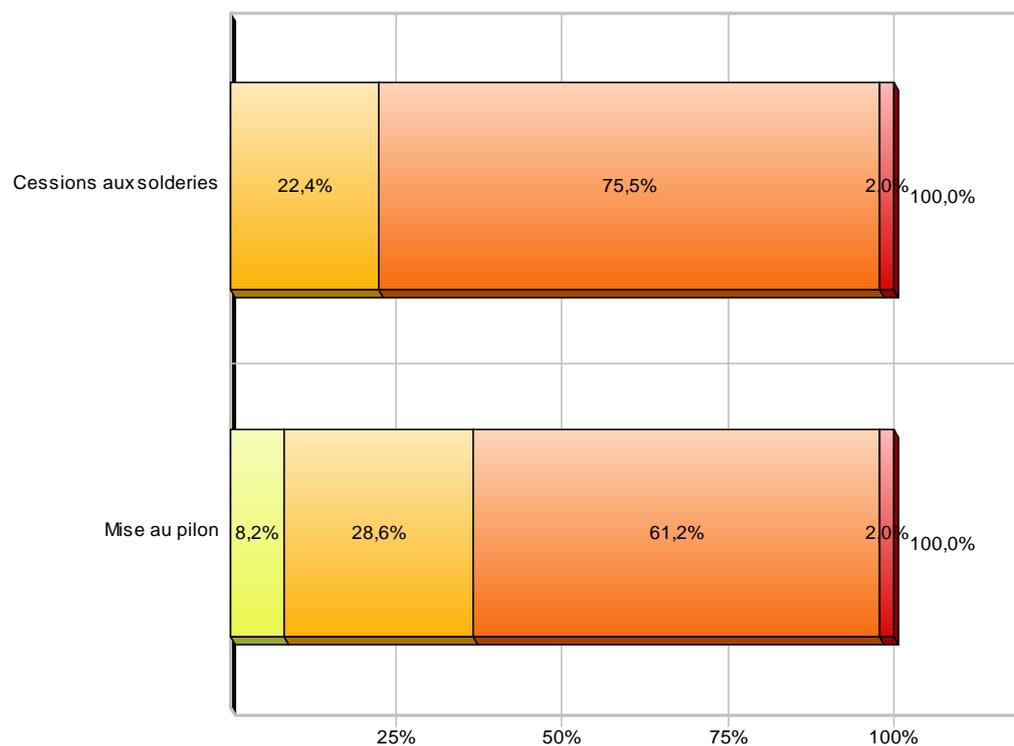
Interforum	2	12,50%
Pollen	2	12,50%
Arc de bera	1	6,25%
Dif'pop	1	6,25%
In	1	6,25%
ORCA	1	6,25%
L'arche du livre	1	6,25%
Les Belles Lettres	1	6,25%
Nordest	1	6,25%
Rando-diffusion	1	6,25%
Volumen	1	6,25%
Transat	1	6,25%
Réponses inexploitable	4	25%
Nombre de réponses	18	112,50%
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	

42/43- Coûts de diffusion et distribution



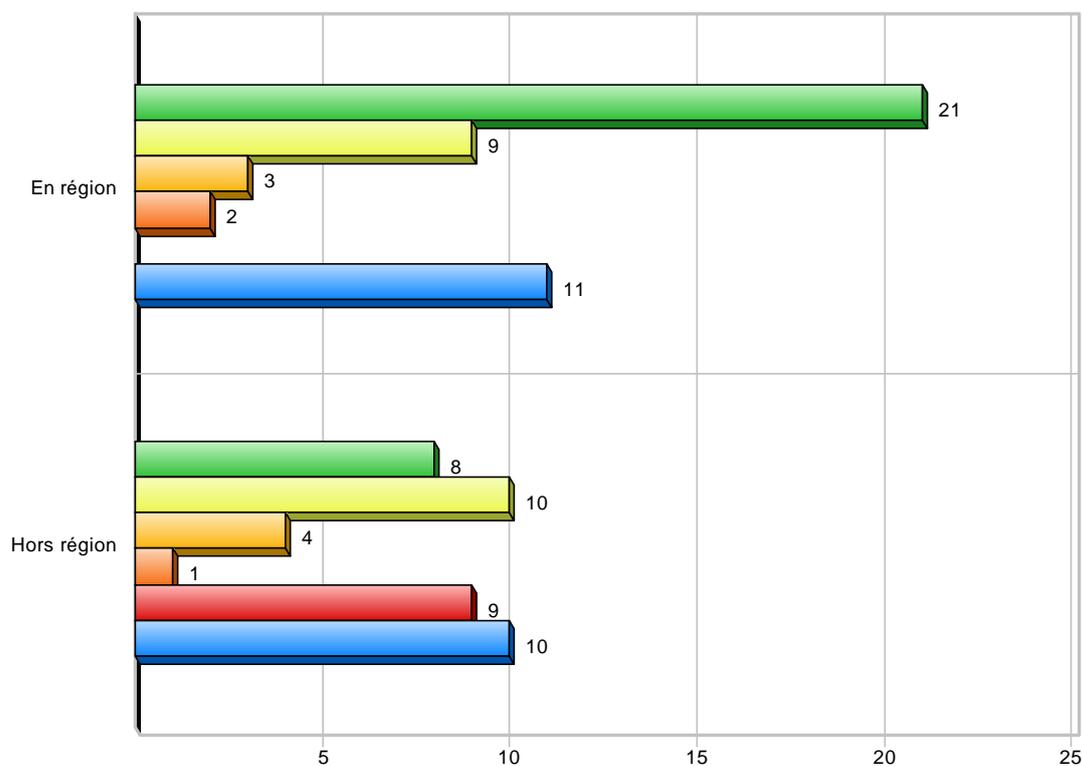
44- Pratiquez-vous ?

■ Toujours ■ Souvent ■ Parfois ■ Jamais ■ Sans réponse

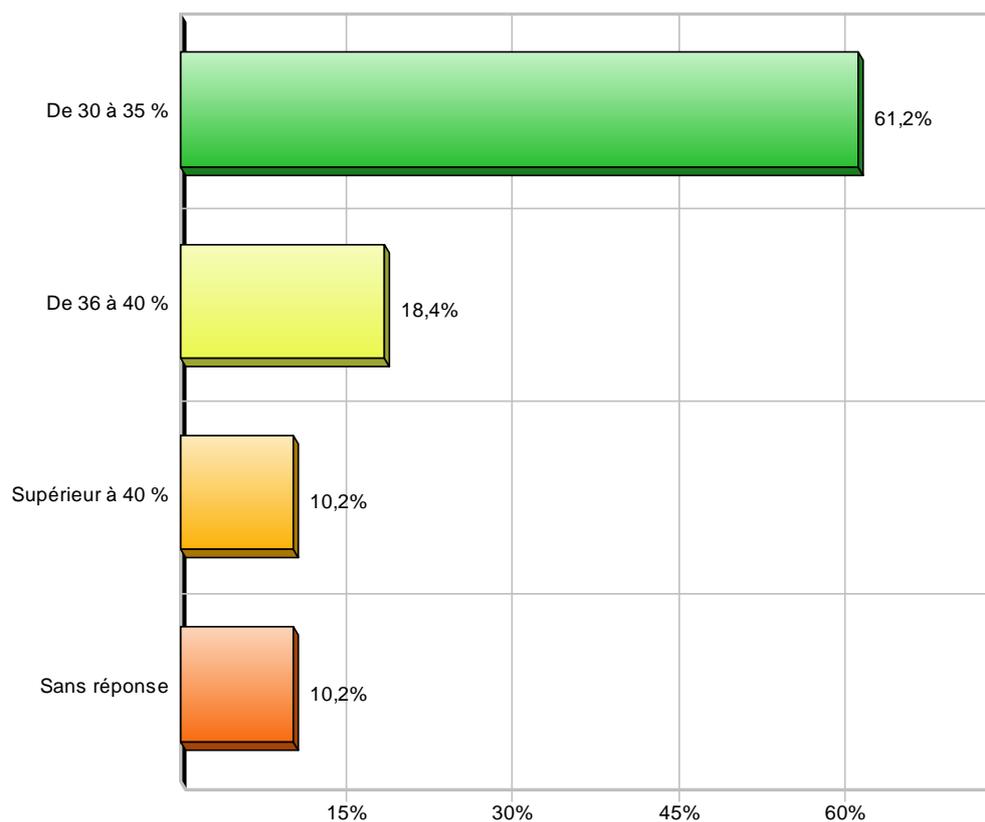


45- Avec combien de librairies avez-vous des contacts réguliers ?

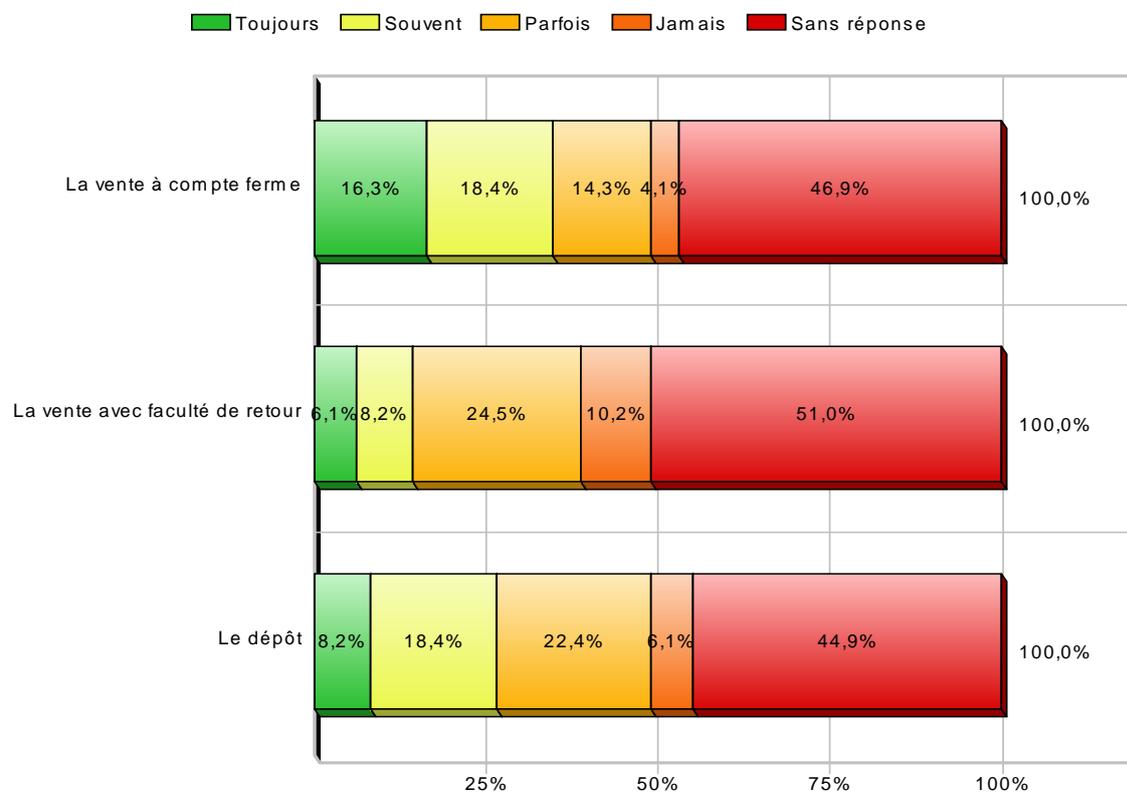
De 1 à 20 De 21 à 50 De 51 à 100 De 101 à 200 Supérieur à 200 Sans réponse



46- Quel est le montant moyen de la remise accordée ?



46- Pratiquez-vous ?



53- Êtes-vous satisfait de votre diffusion-distribution actuelle ?

	Effectifs	%
Oui	26	53,1%
Non	23	46,9%
Total	49	100,0%

Pouvez-vous indiquer les principales raisons ?

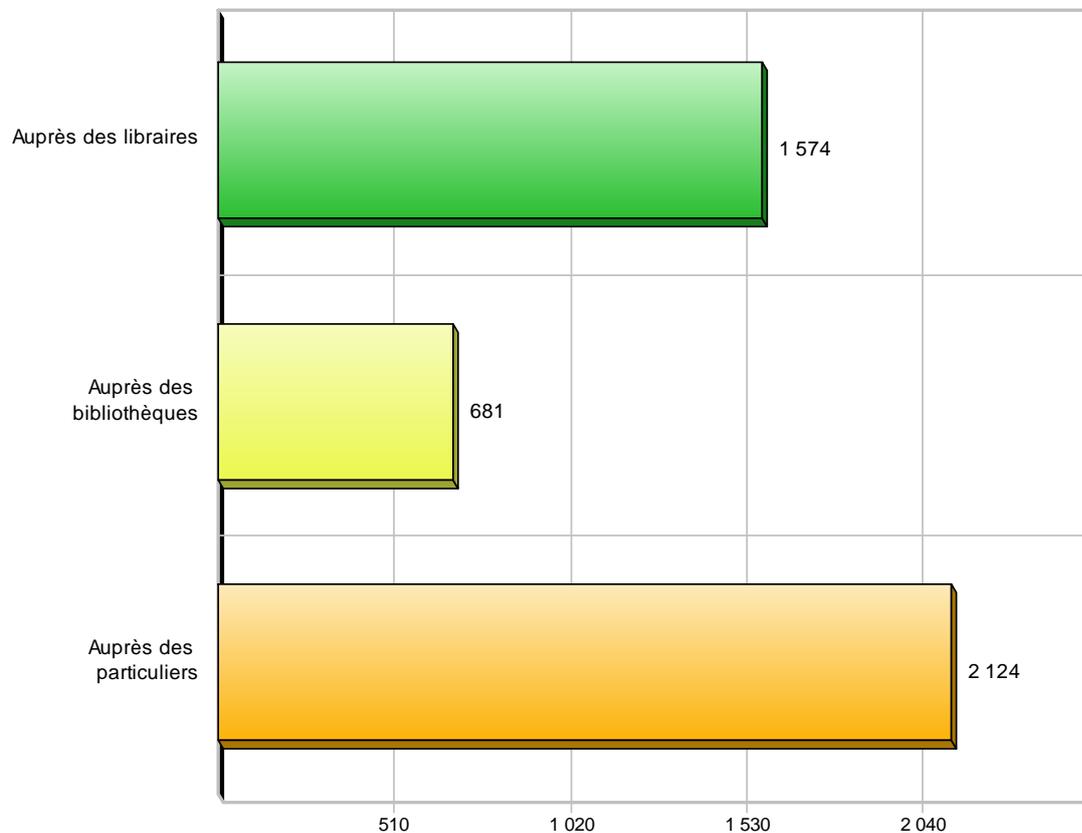
Diffusés / insatisfaits			Auto-diffusés insatisfaits		
Mauvais travail du catalogue	2	25,00%	Manque de temps pour le suivi	5	33,30%
Mises en place insuffisantes	2	25,00%	Mauvaises relations libraires	3	20,00%
Pas assez de ventes	2	25,00%	Retard de paiement des libraires	3	20,00%
Circuit de vente non adapté	1	12,50%	Système limité	3	20,00%
Fréquence des passages en librairies	1	12,50%	Manque de moyen	1	6,70%
Lenteur livraison	1	12,50%	Inexploitable	3	20,00%
Inexploitables	1	12,50%	Nombre de réponses	18	120,00%*
Nombre de réponses	10	125,00%*	Nombre de répondants	15	
Nombre de répondants	8		Sans réponse	0	
Sans réponse	1				
Diffusés / satisfaits			Auto-diffusés satisfaits		
Bon travail / connaissance du catalogue	9	75,00%	Système le mieux adapté	7	63,60%
Qualité du suivi	5	41,60%	Faible retours	2	18,10%
Pas de retard de paiement	3	25,00%	Qualité des relations avec les libraires	2	18,10%
Circuit adapté	1	8,30%	Contacts clients	1	9,10%
Bonne mise en place	1	8,30%	Inexploitables	1	9,10%
Bons résultats	1	8,30%	Maîtrise	1	9,10%
Motivation	1	8,30%	Nombre de réponses	14	127,10%*
Inexploitables	2	16,70%	Nombre de répondants	11	
Nombre de réponses	23	191,50%*	Sans réponse	1	
Nombre de répondants	12				
Sans réponse	1				

Nombre total de répondants	46
Sans réponse	3

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

F. Communication

55- Si vous diffusez votre catalogue, pouvez-vous indiquer la quantité



56- Avez-vous une approche spécifique auprès des bibliothèques ?

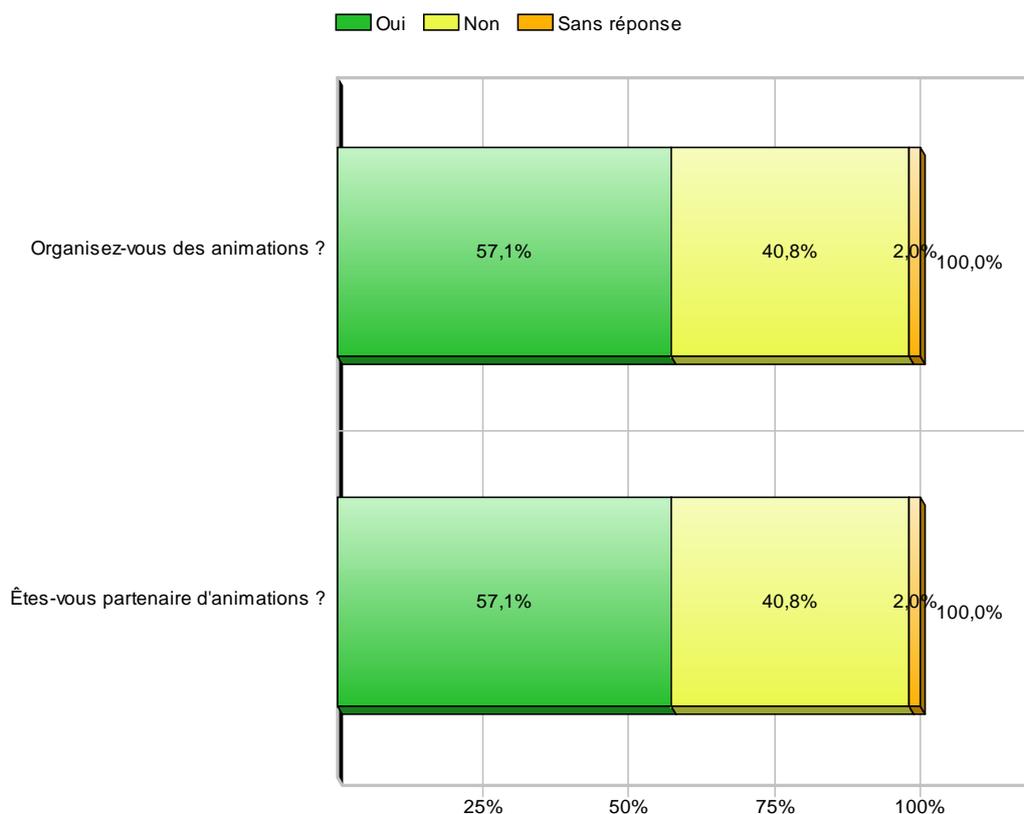
	Effectifs	%
Oui	11	22,4%
Non	37	75,5%
Sans réponse	1	2,0%
Total	49	100,0%

Si oui, laquelle ?

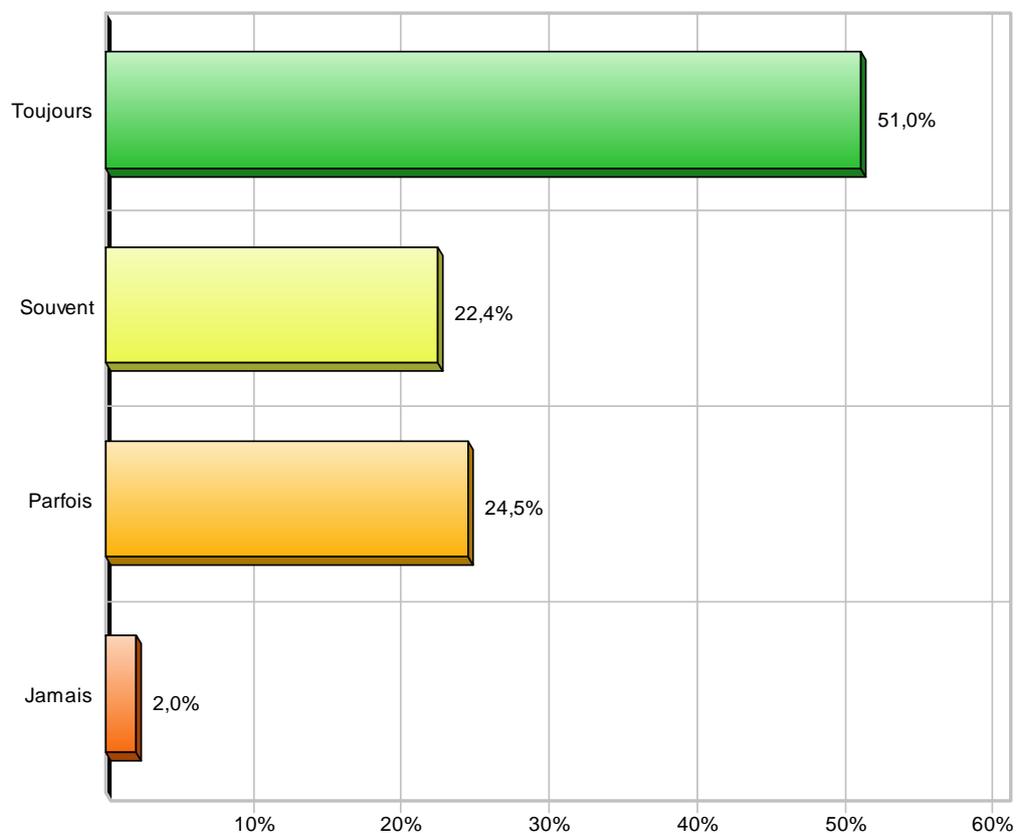
Informations	7	63,60%
Proximité / connaissance	7	63,60%
Animations, formations	4	36,40%
Nombre de réponses	18	163,60%*
Nombre de répondants	11	
Sans réponse	38	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

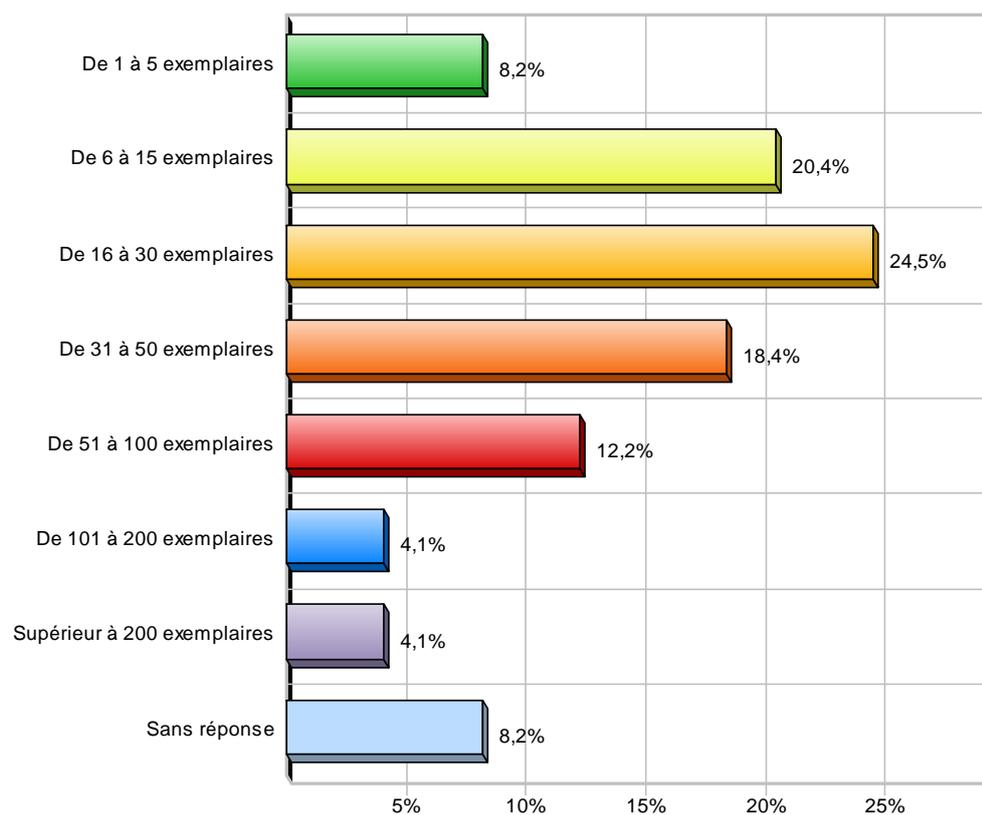
58/59- Animations



61- Envoyez-vous des exemplaires en service de presse



En moyenne, combien de services de presse envoyez-vous par nouveauté ?



63- Avez-vous des outils pour le suivi des retombées presse ?

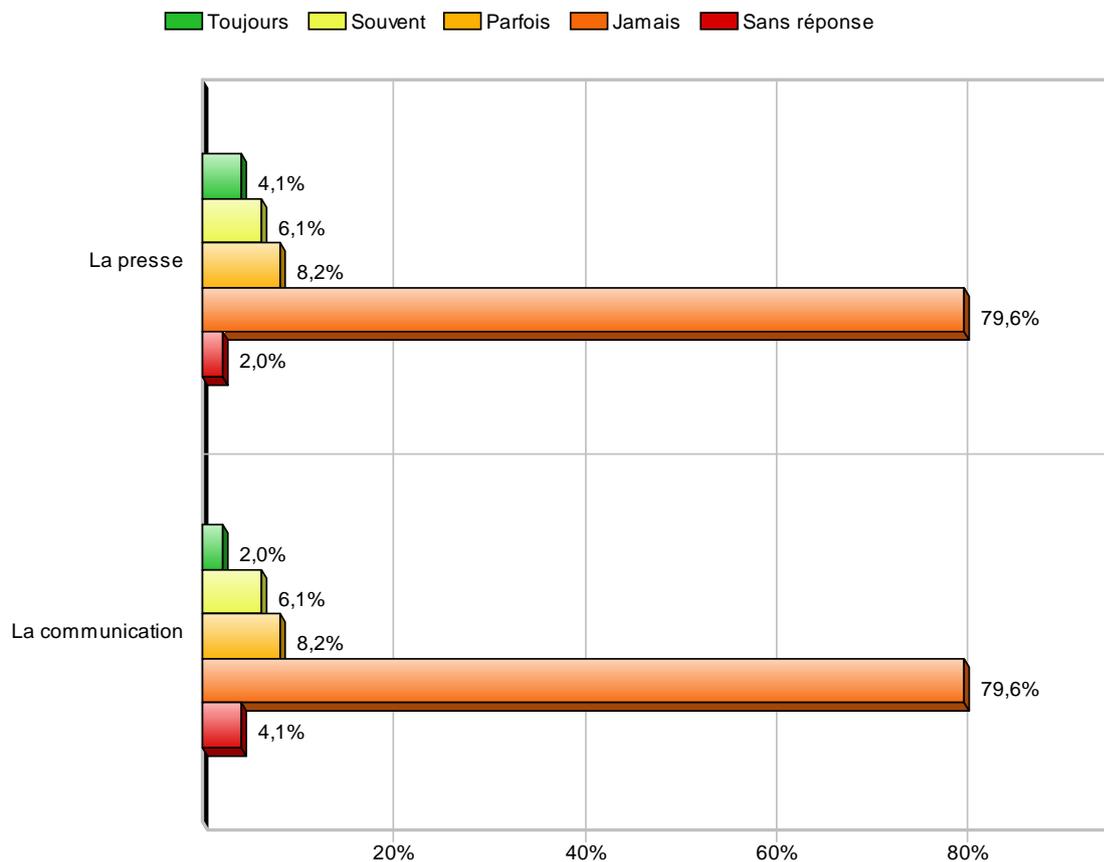
	Effectifs	%
Oui	16	32,7%
Non	32	65,3%
Sans réponse	1	2,0%
Total	49	100,0%

Si oui, lesquels ?

Revue de presse	7	63,60%
Argus de la presse	4	36,40%
Alerte Google	1	9,10%
Attachée de presse	1	9,10%
Prospection Internet	1	9,10%
Réponses inexploitable	3	27,30%
Nombre de réponses	17	154,60%*
Nombre de répondants	11	
Sans réponse	38	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

64- Faites-vous appel à la sous-traitance pour :

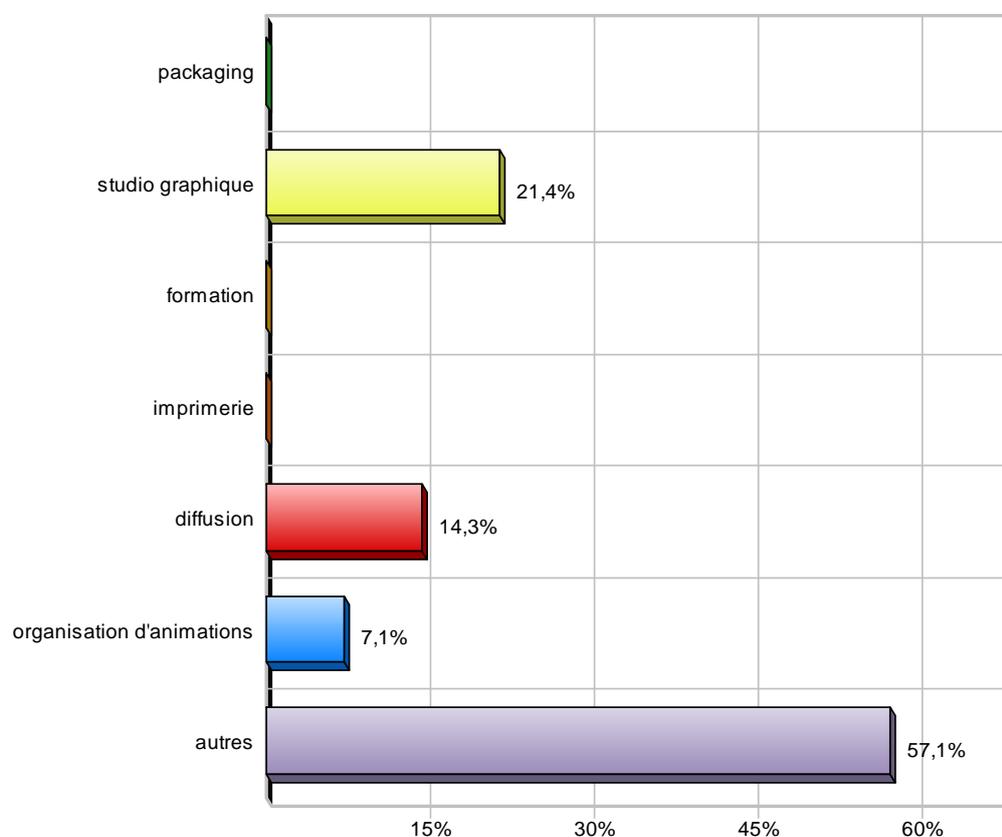


II. Organisation et personnel

65- La maison d'édition a-t-elle une ou plusieurs autres activités ?

	Effectifs	%
Oui	14	28,6%
Non	30	61,2%
Sans réponse	5	10,2%
Total	49	100,0%

Si oui, lesquelles ?



66- Ces autres activités ont-elles une structure juridique propre ?

	Effectifs	%
Oui	0	0,0%
Non	14	100,0%
Total	14	100,0%

68- Nombre total de salariés (si pluriactivités)

Effectif total	49
Répondants	25
% Répondants	51,0%
Minimum	0,00
Maximum	93,00
Moyenne	6,12
Somme	153,00

70- Parmi les personnes collaborant à l'activité de la structure, combien sont salariées ?

Effectif total	49
Répondants	38
% Répondants	77,6%
Minimum	0,00
Maximum	18,00
Moyenne	2,16
Somme	82,00

71- Combien de salariés avez-vous ?

	Moyenne
A temps plein	2
A temps partiel	1
Total	1

Quelles sont les fonctions occupées par les salariés à temps plein ?

Editorial	14	60,90%
PAO / Fabrication	12	52,20%
Communication / Commercialisation	10	43,50%
Gestion	7	30,40%
Nombre de réponses	43	187,00%*
Nombre de répondants	23	
Sans réponse	26	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

Quelles sont les fonctions occupées par les salariés à temps partiel ?

Editorial	8	50,0%
Communication / Commercialisation	7	43,7%
Gestion	5	31,3%
PAO / Fabrication	5	31,3%
Nombre de réponses	25	156,3%*
Nombre de répondants	16	
Sans réponse	33	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

73- Le dirigeant de la maison d'édition a-t-il lui-même une autre activité ?

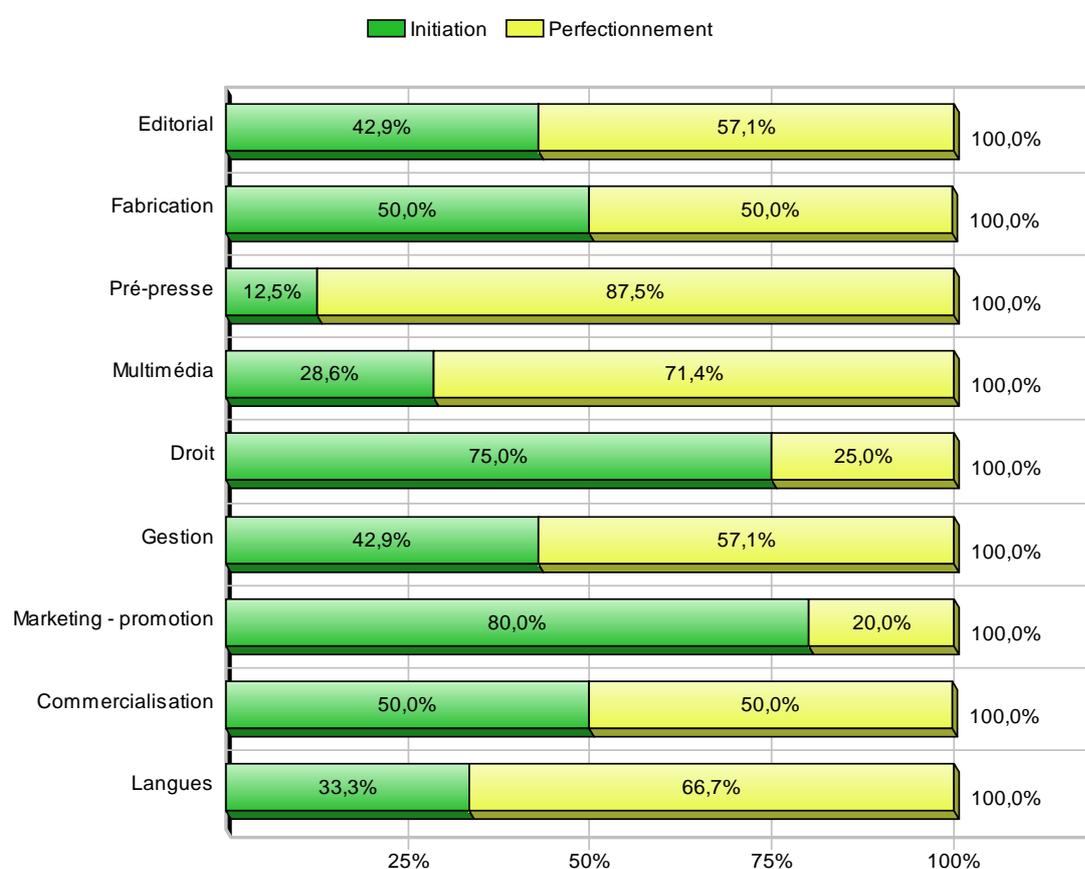
	Effectifs	%
Oui	16	32,7%
Non	29	59,2%
Sans réponse	4	8,2%
Total	49	100,0%

G. Formation

76- Au cours des cinq dernières années avez-vous déjà suivi des actions de formation ?

	Effectifs	%
Oui	23	46,9%
Non	25	51,0%
Sans réponse	1	2,0%
Total	49	100,0%

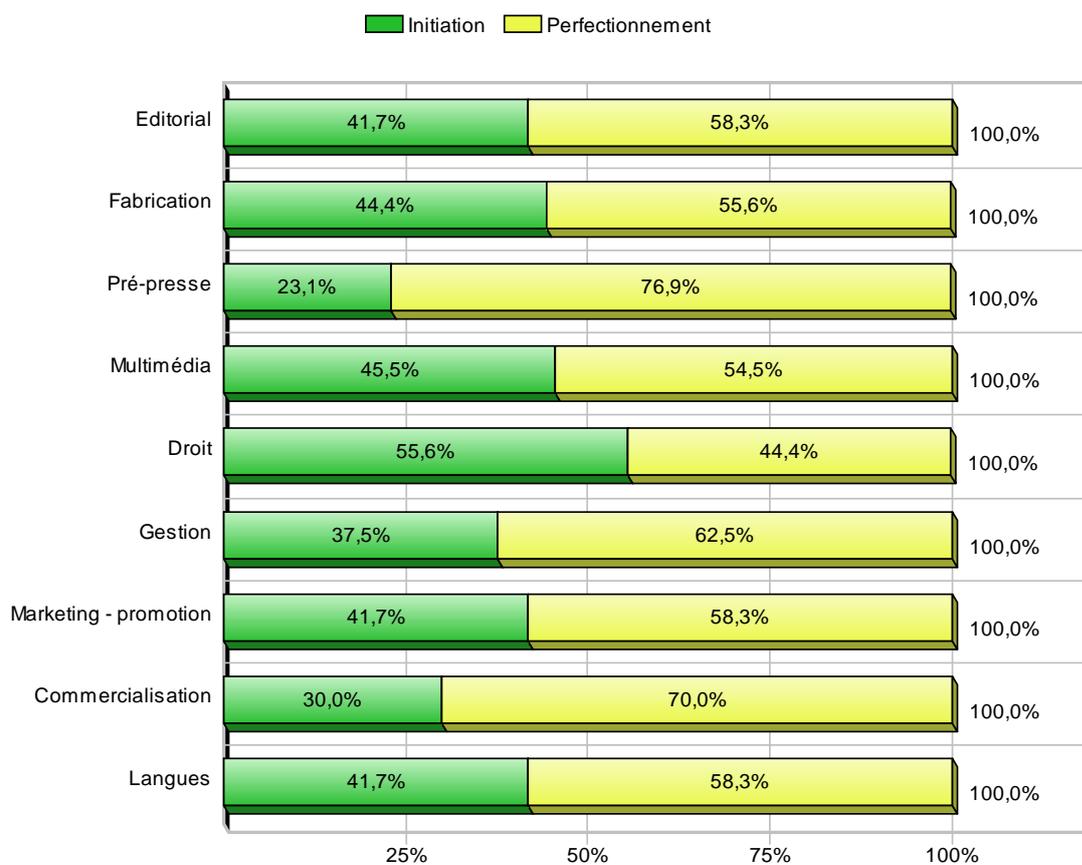
Si oui, dans quel(s) domaine ?



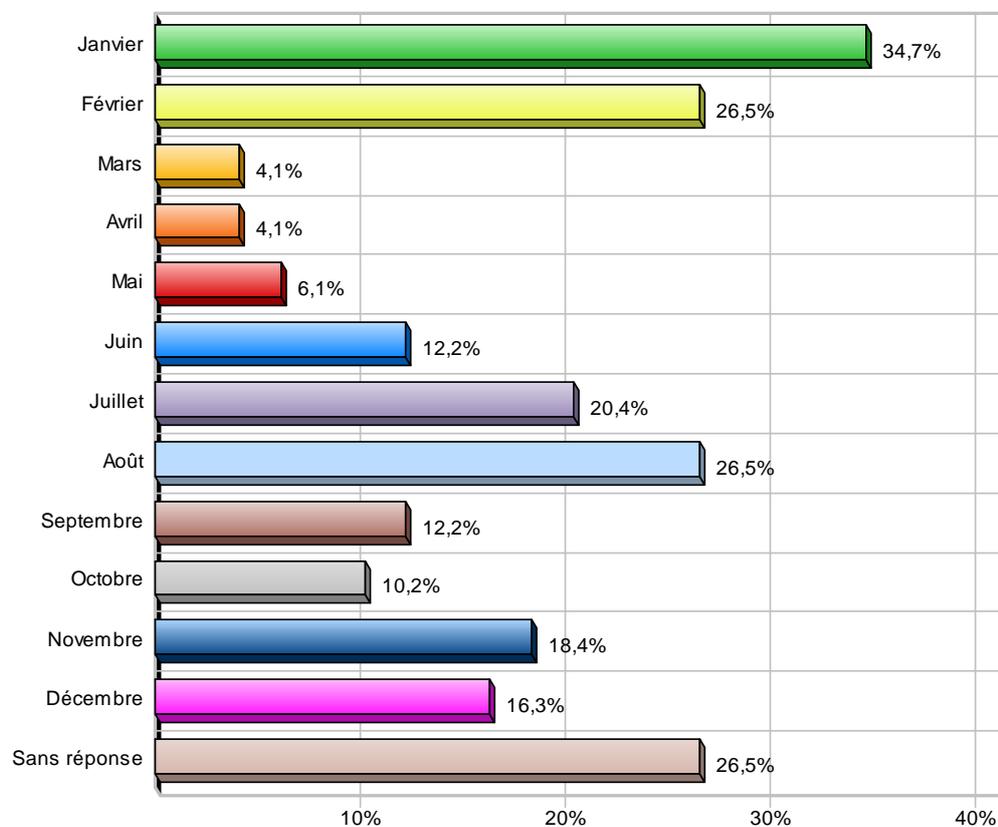
77- Envisagez-vous des actions de formation pour vous ou vos salariés ?

	Effectifs	%
Oui	30	61,2%
Non	13	26,5%
Sans réponse	6	12,2%
Total	49	100,0%

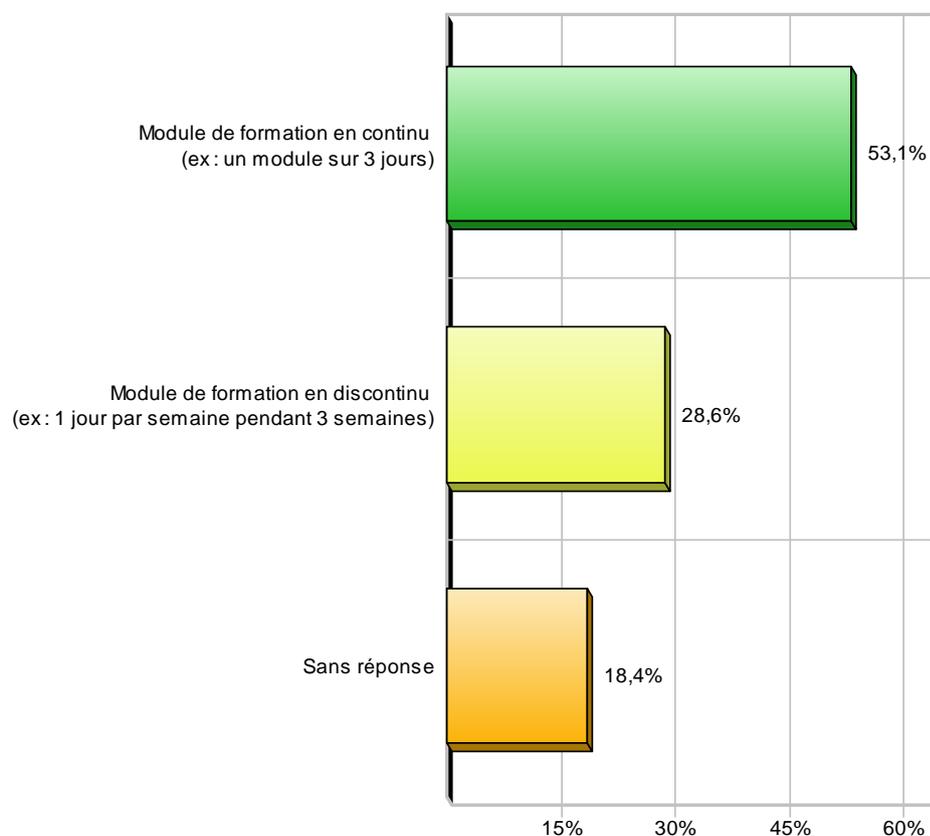
Si oui, quels sont vos besoins ?



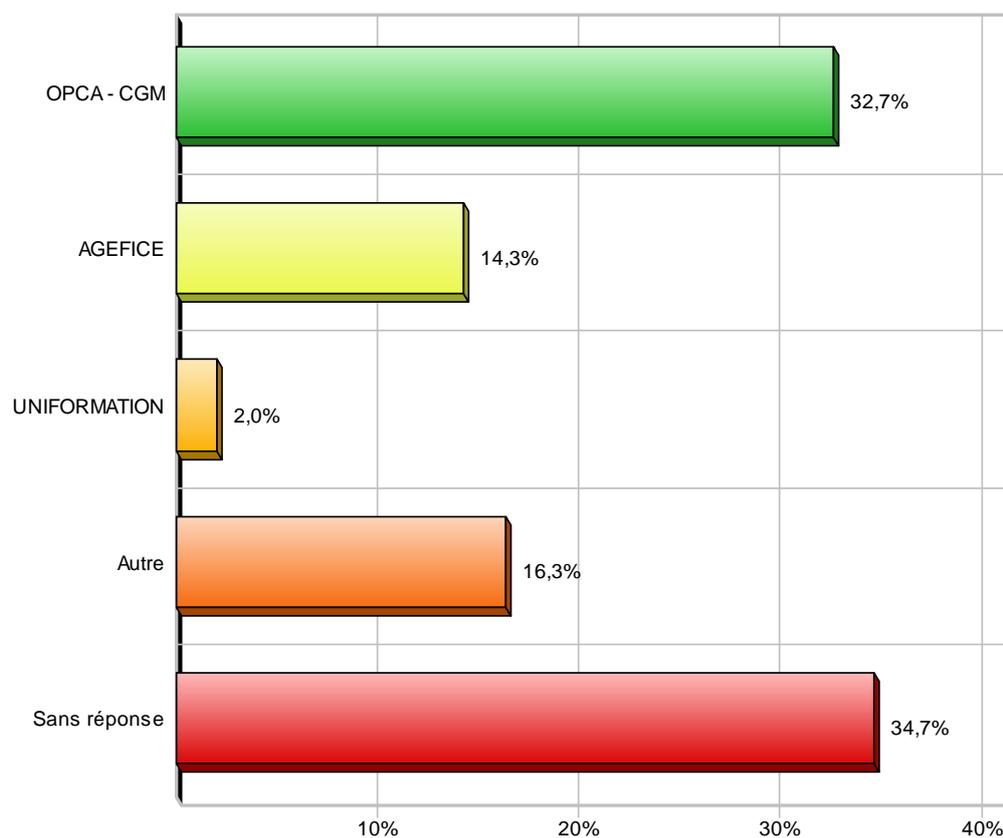
Dans le cadre de l'organisation de sessions de formations par Languedoc-Roussillon livre et lecture quelles sont pour vous les meilleures périodes ? (4 choix au maximum)



Quelle serait l'organisation qui vous conviendrait le mieux ?



79- A quel organisme de collecte des fonds pour la formation cotisez-vous ?



III. DONNEES ECONOMIQUES ET FINANCIERES

H. Activité

86- Le dirigeant est-il gérant majoritaire ?

	Effectifs	%
Oui	20	40,8%
Non	18	36,7%
Sans réponse	11	22,4%
Total	49	100,0%

I. Structure financière

90- L'entreprise a-t-elle souscrit un ou plusieurs emprunts bancaires à plus d'un an ?

	Effectifs	%
Oui	10	20,4%
Non	32	65,3%
Sans réponse	7	14,3%
Total	49	100,0%

92- L'entreprise a-t-elle emprunté à des tiers (hors banques) ?

	Effectifs	%
Oui	8	16,3%
Non	33	67,3%
Sans réponse	8	16,3%
Total	49	100,0%

94- L'entreprise bénéficie-t-elle d'une autorisation de découvert bancaire ?

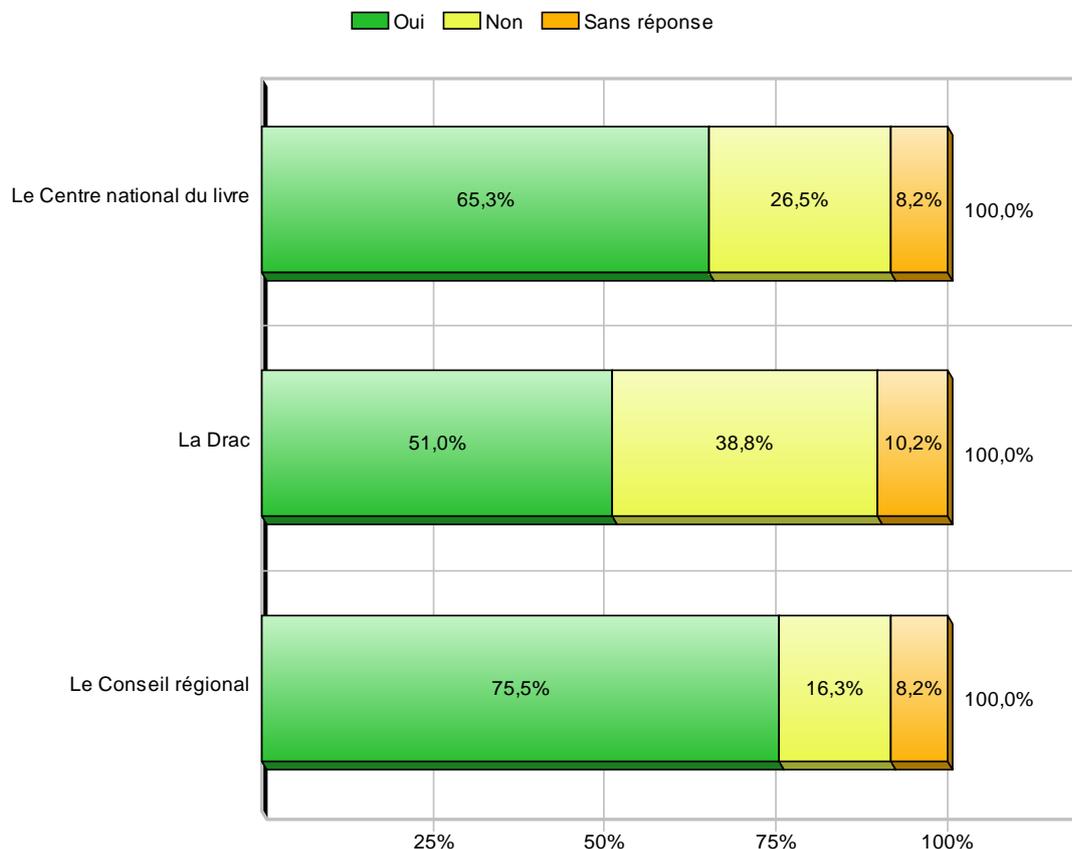
	Effectifs	%
Oui	25	51,0%
Non	15	30,6%
Sans réponse	9	18,4%
Total	49	100,0%

96- L'entreprise déprécie-t-elle les stocks ?

	Effectifs	%
Oui	25	51,0%
Non	12	24,5%
Sans réponse	12	24,5%
Total	49	100,0%

IV. Vos projets, vos attentes

108- Connaissez-vous les systèmes d'aide à l'édition, mis en place notamment par :



Connaissez-vous d'autres systèmes d'aide ? Pouvez-vous les citer ?

Non	11	45,80%
Aide à l'édition du Conseil Général des P.O	2	10%
le mécénat	2	10%
L'Europe	2	10%
Action culturelle SACD	1	5%
COFACE (compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur).	1	5%
Communauté d'agglomération	1	5%
IFCIC	1	5%
Institus étrangers	1	5%
ACSE	1	5%
Prix	1	5%
Nombre de réponses	24	110,80%
Nombre de répondants	20	
Sans réponse	29	

* Le pourcentage cumulé est supérieur à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de faire part de plusieurs réponses.

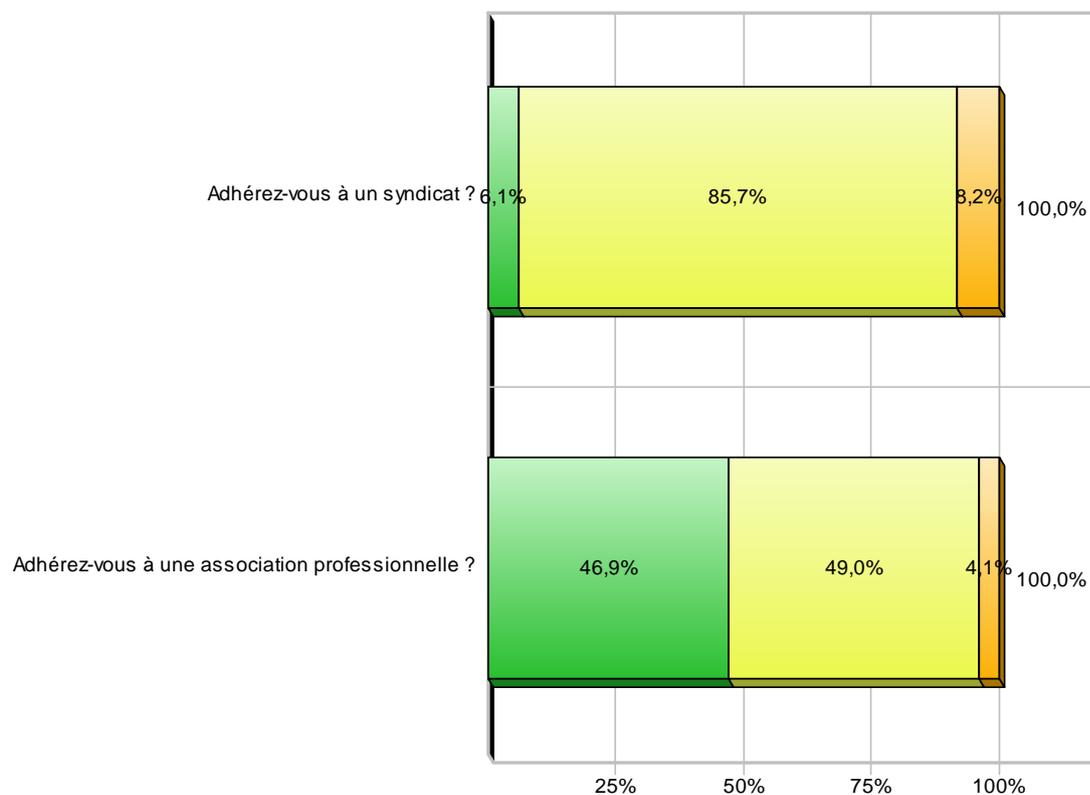
V. Informations pratiques

124- S'agit-il d'une entreprise indépendante ?

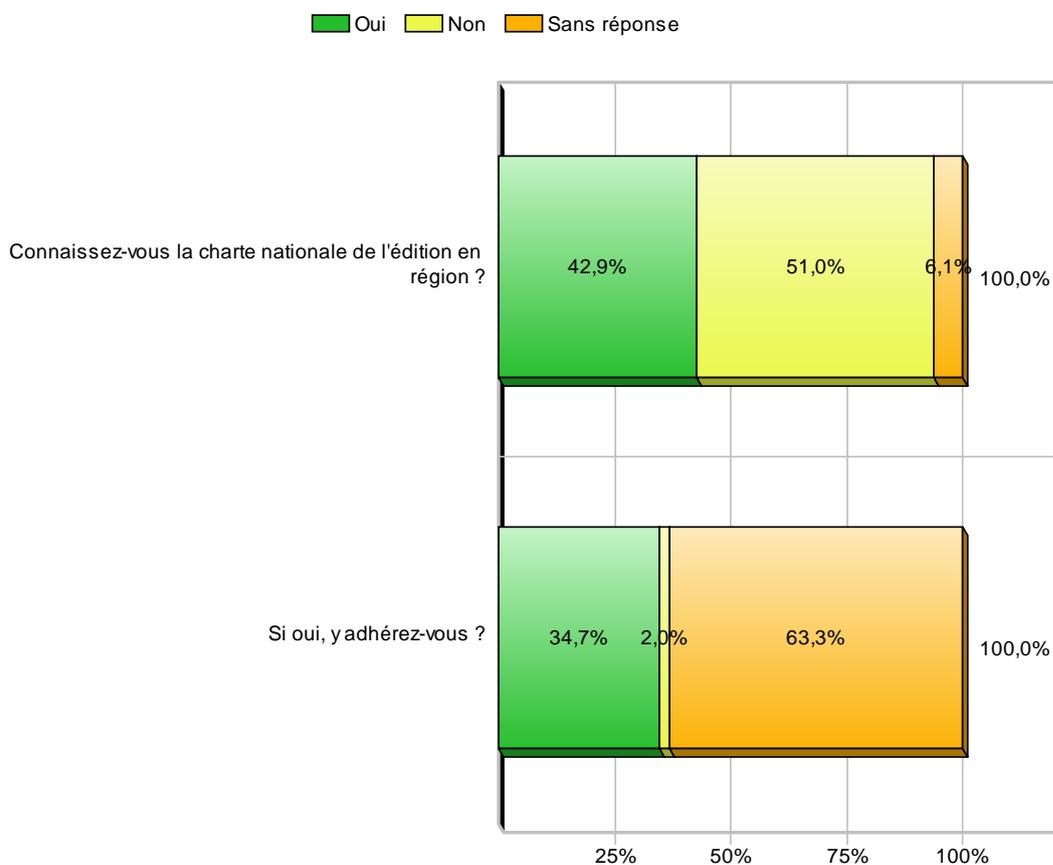
	Effectifs	%
Oui	41	83,7%
Non	2	4,1%
Sans réponse	6	12,2%
Total	49	100,0%

125/126- Regroupement

■ Oui ■ Non ■ Sans réponse



127- Charte nationale de l'édition en région



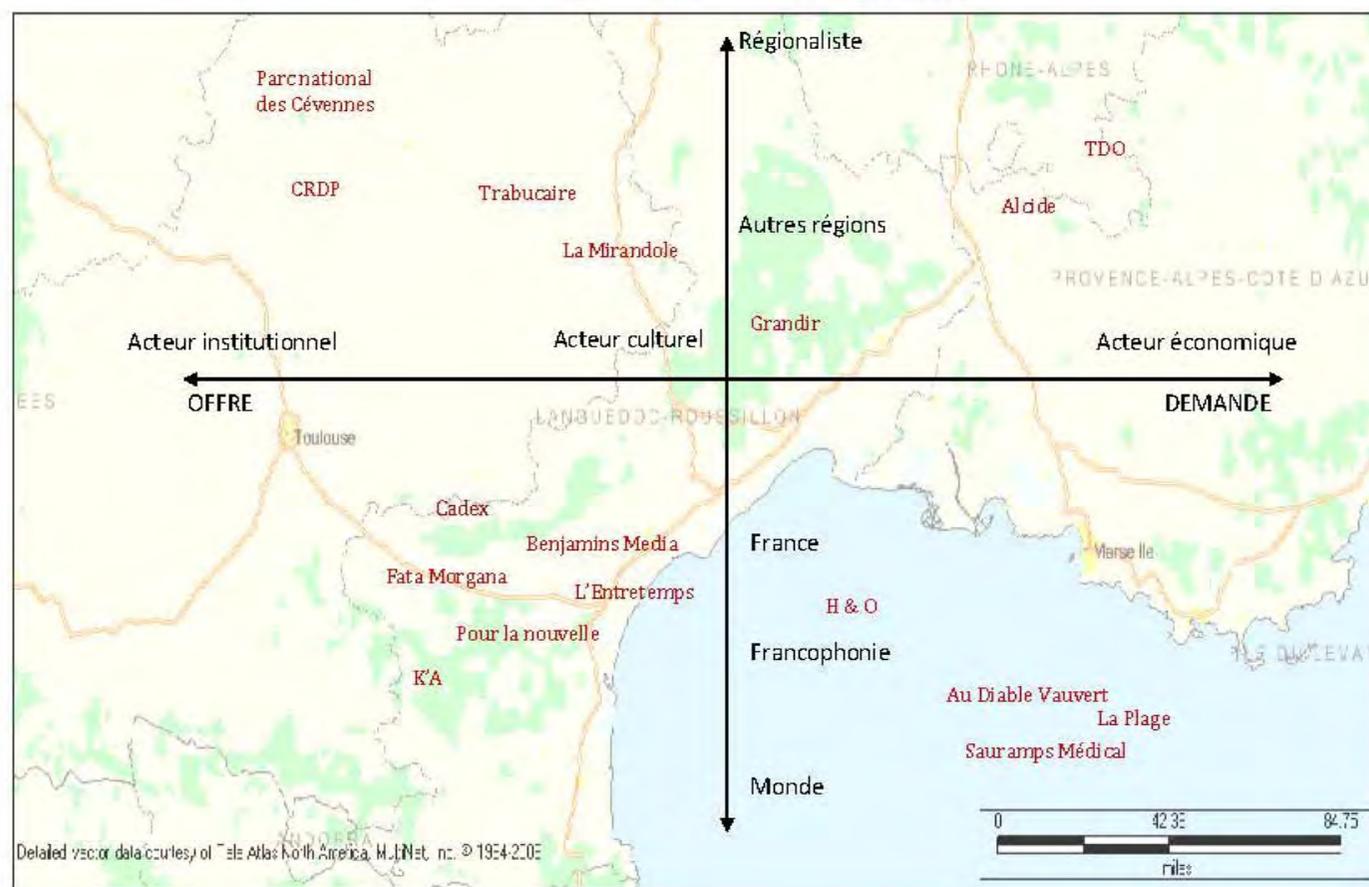
ANNEXE 5 – Tableau des éditeurs classés par groupe

CONFIDENTIEL

ANNEXE 6 : Carte perceptuelle (mapping) avec positionnement des éditeurs rencontrés

Les éditeurs en Languedoc-Roussillon

Carte perceptuelle (Mapping) 2009



ANNEXE 7 : Fiche détaillée des 10 éditeurs rencontrés (avec 5 diagnostics SWOT)

CONFIDENTIEL

ANNEXE 8 – Tableau récapitulatif des préconisations

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Eléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #ffcc00; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00bfff; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #92d050; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition				
Ateliers thématiques pratiques		Atelier d'une demi-journée de 6 à 10 éditeurs , programme annuel sur la base de 8 ateliers	LR2L organisateur, co-financement Région/DRAC, éventuelle participation financière des éditeurs, possibilité d'une organisation conjointe avec des régions limitrophes	Entre 1 500€ et 2 500€ par atelier (préparation + animation)
Boîte à outils		Fiches-outils permettant aux éditeurs d'avoir rapidement et simplement accès à des modèles ou procédures spécifiques au secteur, téléchargeables sur le site de LR2L	L2RL coordinateur, financement des fiches mutualisé ou intégré au financement des ateliers, mise à jour/révision réalisée et budgétée au sein de LR2L (1 à 2 journées annuelles de consultant)	Entre 1 200€ et 2 000€ la mise à jour

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Eléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #ffcc00; color: black; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00bfff; color: black; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #92d050; color: black; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition (suite)				
Formations professionnelles dédiées	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #ffcc00; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #00bfff; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #92d050; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>	Journées de formation dédiées et opérationnelles à destination des éditeurs selon les besoins identifiés	LR2L, responsable de l'ingénierie de formation, co-financement possible Région/OPCA-CGM	A déterminer en fonction du programme de formation
Plate-forme de conseil juridique et de gestion	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #ffcc00; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #00bfff; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px;"></div> </div>	Plateforme de mise en relation avec un spécialiste pour une question juridique et de gestion	LR2L assure le rôle d'intermédiaire entre la maison d'édition et le spécialiste, et définit un montant annuel de budget alloué	Abonnement à l'heure à négocier avec un cabinet d'avocat et/ou d'expertise comptable

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Eléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #0000FF; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #FFD700; color: black; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00FFFF; color: black; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #90EE90; color: black; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
1. Accompagner la professionnalisation des maisons d'édition (fin)				
Accompagnement - Conseil individualisé	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #0000FF; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #FFD700; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>	Accompagnement des maisons d'édition confrontées à une question stratégique ou à un stade cruciale de leur développement par un consultant spécialisé dans l'accompagnement de PME/TPE de l'édition	Identification de la problématique, choix du prestataire et mise en relation par LR2L qui étudiera avec Le Conseil régional et la DRAC les meilleures solutions de financement voire de cofinancement	Entre 1 500€ et 2 000€ la journée en fonction de la problématique abordée

	Groupes de la typologie particulièrement concernés				Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Éléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	"Les explorateurs"	"Les experts"	"Les pragmatiques"	"Les officiels"			
2. Renforcer les liens avec les autres acteurs							
Base de données professionnelles					Constitution de bases de données professionnelles pour un meilleur accès des éditeurs aux prestataires et acteurs du secteur	Achat et mise à jour de fichiers inclus dans le budget de LR2L, à mutualiser avec les autres services de LR2L (librairies, bibliothèques)	Tarif établi en fonction de la nature, du volume du fichier acheté ainsi que du rythme de mise à jour souhaité
Rencontres interprofessionnelles					Organisation de journées thématiques permettant de réunir les acteurs de l'interprofession et plus globalement les acteurs culturels de la région, élaboration d'un planning de rencontres : environ 3 par an	Identification de porteurs de projets parmi les éditeurs ou autres acteurs afin de s'appuyer sur un opérateur de la région pour la construction de la journée Cofinancement Région-DRAC Eventuelle participation financière des éditeurs	Selon le type de rencontre

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Éléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #ffcc00; color: black; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00bfff; color: black; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #92d050; color: black; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
2. Renforcer les liens avec les autres acteurs (suite et fin)				
Rencontres interrégionales et transfrontalières	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; width: 15px; height: 100%;"></div> <div style="background-color: #ffcc00; width: 15px; height: 100%;"></div> <div style="background-color: #00bfff; width: 15px; height: 100%;"></div> <div style="background-color: #92d050; width: 15px; height: 100%;"></div> </div>	Rencontres autour de problématiques communes	Ces opérations pourraient être organisées avec d'autres régions limitrophes (Provence-Alpes-Côte d'Azur, Midi-Pyrénées, Auvergne, Rhône-Alpes)... Cofinancement avec d'autres structures régionales pour le livre Eventuelle participation financière des éditeurs	Selon le type de rencontre

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Éléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #ffcc00; color: black; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00bfff; color: black; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #92d050; color: black; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
3. Encourager la mutualisation des fonctions				
Mutualisation des moyens de gestion	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #4a7ebb; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #ffcc00; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #00bfff; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #92d050; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>	Accès à des ressources partagées en matière de gestion, de communication, d'administration	LR2L aura un rôle d'accompagnateur et de conseil pour inciter et encourager les éditeurs à partager et mutualiser des ressources. La Région et la DRAC pourraient participer au financement de ces projets de mutualisation.	Le coût de l'assistance d'un consultant avant et pendant le projet s'élève à un tarif journalier d'environ 1500 €
Mutualisation de la diffusion et de l'information commerciale	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="background-color: #00bfff; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px;"></div> </div>	Regroupement de 5 à 10 éditeurs disposant de catalogues complémentaires et diffusés dans les mêmes points de vente, mise en place d'une équipe de commerciaux régionale ou nationale selon la nature du groupement	LR2L aura un rôle de fédérateur et de coordinateur du groupement constitué, aide à bâtir le projet qui pourra ensuite être étudié par la direction de la culture et la direction du développement des entreprises du Conseil régional.	

	Groupes de la typologie particulièrement concernés				Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Éléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	"Les explorateurs"	"Les experts"	"Les pragmatiques"	"Les officiels"			
4. Mettre en place des soutiens financiers ciblés							
Consolider les aides dédiées aux supports de promotion					Soutien des éditeurs pour la réalisation de leur catalogue papier et web	Le financement par le Conseil régional comprendrait deux parties : l'une liée à l'élaboration du catalogue sous format électronique et l'autre à l'impression d'un catalogue papier	
Consolider les aides aux salons					Soutien des éditeurs pour leur participation à des salons nationaux ou internationaux	La Région finance ces aides sur la base des critères définis par une commission LR2L/Région	
Redéfinir les critères des aides financières à la publication					Soutien des éditeurs dans le cadre de projets de publications	Définition par le Conseil régional d'une liste de critères en fonction des priorités culturelles qui pourront ensuite être croisés avec des critères économiques	

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Éléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #0000FF; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #FFA500; color: white; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00FFFF; color: white; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #9ACD32; color: white; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
4. Mettre en place des soutiens financiers ciblés (suite)				
Aide financière à l'investissement	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #0000FF; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #FFA500; color: white; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00FFFF; color: white; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #9ACD32; color: white; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>	Soutien des éditeurs pour faciliter l'aboutissement de projets d'investissement liés à la professionnalisation des éditeurs et la réalisation de projets d'investissements mutualisés	LR2L pourrait jouer un rôle de fédérateur et de coordinateur pour faciliter l'élaboration du projet. Mise en place d'un financement Région (Direction de la culture, direction du développement des entreprises)/ DRAC	
Financement de projets de coédition internationale	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #0000FF; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #FFA500; color: white; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00FFFF; color: white; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #9ACD32; color: white; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>	Soutien des éditeurs pour leur permettre de développer plus rapidement leur catalogue en montant des projets de coédition, de cession de droits ou d'acquisition de droits	Cette démarche s'inscrit dans la continuité du financement des déplacements sur les salons internationaux. Mise en place d'une avance remboursable au Conseil régional sur la base du montant des frais de fabrication et de création	

	Groupes de la typologie particulièrement concernés	Description/ Modalités pratiques de mise en œuvre	Acteurs pressentis pour la mise en place de l'action/ Financement	Estimation budgétaire/ Éléments de coûts <i>Lorsque cela a été possible, une estimation budgétaire a été réalisée, celle-ci correspond aux tarifs indicatifs du marché à prévoir lors de la mise en place de l'action.</i>
	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="background-color: #0000FF; color: white; padding: 2px;">"Les explorateurs"</div> <div style="background-color: #FFD700; color: black; padding: 2px;">"Les experts"</div> <div style="background-color: #00FFFF; color: black; padding: 2px;">"Les pragmatiques"</div> <div style="background-color: #9ACD32; color: black; padding: 2px;">"Les officiels"</div> </div>			
4. Mettre en place des soutiens financiers ciblés (fin)				
Participer au financement du développement des maisons d'édition		Consolider les capacités financières des maisons d'édition, accélérer le développement économique des maisons d'édition sous capitalisées	Création d'une passerelle spécifique au secteur de l'édition entre direction culturelle et direction du développement des entreprises pour permettre l'accès des éditeurs à des financements régionaux adaptés notamment dans le cadre du partenariat Région Languedoc-Roussillon et Oséo	
Création d'une "pépinière du livre"		Constituer un lieu de développement économique spécifique au secteur dédié au livre et à la lecture dans le but d'attirer ou maintenir des éditeurs en développement dans la région Languedoc-Roussillon	Le financement serait le résultat de la participation de partenaires publics et privés. La pépinière permettrait de faire le lien avec les dispositifs économiques existant dans la Région notamment pour la création/reprise d'entreprises	