

## Les éditeurs de livres

# Dénicheurs de talents, ces gestionnaires prennent des risques

L'éditeur est à la fois un découvreur de talents et un industriel qui diffuse le savoir des auteurs. Ses défis sont nombreux : recruter de nouveaux lecteurs à l'heure où le lectorat traditionnel vieillit et où le pouvoir d'achat diminue, trouver les best-sellers qui dopent les ventes, maîtriser les stocks. Plus de la moitié des établissements d'édition sont situés dans la région Ile-de-France.

**EN ALSACE, UNE QUARANTAINE SEULEMENT SE PARTAGENT LE MARCHÉ.**

Le Syndicat national de l'édition (SNE, Paris) dans une enquête réalisée en 2004\* affiche un chiffre d'affaires de 2,6 mds €, en hausse de 2,1 % par rapport à 2003, pour plus de 65 000 titres publiés, dont 33 000 nouveautés. Se dissimule derrière ces chiffres une production éditoriale très diverse, du code civil à la traduction de la bible, du fascicule encyclopédique au prix Goncourt, des mémoires



«Souvent, dans l'esprit des gens, les éditeurs sont ceux qui se taillent la part du gâteau, observe Françoise Helluy. C'est une idée fausse. Sur le prix de vente au public, la part commerciale du diffuseur est de 55 %.

### Le livre, un bien économique

Les droits d'auteur, selon le type d'ouvrage et l'importance de la commercialisation, sont de l'ordre de 8 à 10 %. Lorsque vous avez déduit les frais de maquette, d'impression, le crédit photo ou illustration, la marge attribuée à l'éditeur se situe entre 10 et 15 %. Elle doit permettre de payer les salaires et les charges. En réalité, l'éditeur ne gagne pas énormément, à moins de vendre des milliers d'exemplaires. Il prend beaucoup de risques. Les invendus lui sont retournés, et le livre n'est vraiment vendu que lorsque le client l'aura acheté en librairie.

Comme l'a souligné justement Belfond, «l'éditeur est un gestionnaire irresponsable». «Gestionnaire certes, mais qui joue parfois au poker», sourit Françoise Helluy. /

**L'éditeur travaille sur des stocks, il estime la proportion jouable des succès et des échecs.**

aux romans d'aventures, etc. Point commun de tous ces projets éditoriaux : la conjugaison du travail d'un auteur et d'un éditeur pour produire, publier et commercialiser une œuvre. Qu'il soit consacré à des informations, des héros ou des univers, le livre est toujours exemplaire de ce travail en commun. Selon le SNE, il y aurait près de 3 000 structures d'édition réfé-

rençant au moins un titre dans le circuit de distribution du livre, 800 à 1 000 maisons ayant une activité régulière, 350 une activité significative. L'étude du SNE n'est malheureusement pas déclinée en régions.

### Une association locale

En Alsace, une association regroupe les éditeurs, «dont le métier est vraiment l'édition, et non les auteurs qui pratiquent l'auto-édition». Sa présidente, Françoise Helluy, fédère vingt adhérents, sur la quarantaine que compte notre région. L'association diffuse un bulletin d'information bisannuel à ses

adhérents, organise des participations collectives à des salons professionnels (voir page 62, le salon du livre à Paris), et participe à des réflexions sur l'évolution des métiers du livre. C'est ainsi qu'elle a été consultée par le CESA et impliquée par la Région Alsace dans l'étude d'une stratégie globale pour le livre. Des réflexions sont également menées avec d'autres régions, relatives à la visibilité du livre, ou à l'évolution du numérique. Récemment, l'Association a contribué à la mise en place d'ouvrages à la Maison de l'Alsace à Paris, participant ainsi à doper le chiffre d'affaires des éditeurs alsaciens.

\*\* Selon un article du Monde (17/02/06), les ventes 2005 auraient régressé de 1,1 % malgré la parution de 53 462 nouveaux titres. La prochaine enquête du SNE sera disponible en juillet 2006.

➤ **Témoignage / Le Verger Éditeur à Illkirch-Graffenstaden**

## Du régional au national

**N**é en 1988, le Verger Éditeur s'est d'abord spécialisé dans une production régionale. Des ouvrages touchant à la fois la sociologie, l'ethnologie, l'architecture. Depuis quatre ans, la maison est ouverte à la littérature générale et au roman, pour lesquels auteurs et lieux de diffusion s'étendent à d'autres régions françaises avec, entre autres, une petite collection de nouvelles longues. Mais pour la gérante, Françoise Helluy, percer sur le marché national est difficile.

Le Verger emploie deux personnes à temps plein, une à temps partiel. Obligation leur est faite de polyvalence. «Il s'agit d'associer la

comptabilité aux tâches éditoriales (corrections, maquettes, réalisation, commercialisation, promotion), le calcul des droits d'auteurs et la facturation», précise Françoise Helluy. Son assistant, titulaire d'un DEA en lettres modernes, la seconde dans l'analyse des manuscrits. Un travail relativement lourd : entre cinq et dix ouvrages arrivent chaque mois. Depuis 1988, le catalogue recense quelque 160 titres, dont de nombreux épuisés.

### Problème majeur : la diffusion

Le problème majeur de l'éditeur est l'estimation de la proportion jouable des succès et des

échecs. «La réédition correspond à une prise de risques, plus importante qu'au moment du lancement. Il faut faire très attention, être certain que le vivier de lecteurs existe». Et de citer les livres de cuisine ou la collection d'humour, où elle sait que le succès sera au rendez-vous. A l'instar du *petit dictionnaire des injures alsaciennes*, vendu à 12 000 exemplaires, réédité régulièrement. Parallèlement à la diffusion directe effectuée dans les librairies de la région et au plan national, les éditions du Verger ont fait appel à un diffuseur national il y a deux ans, ce qui leur a permis de doubler le chiffre d'affaires. «Nous n'avions pas le temps de voir tout le monde»,



/ FRANÇOISE HELLUY : «IL FAUT ÊTRE CERTAIN QUE LE VIVIER DE LECTEURS EXISTE» /

précise Françoise Helluy, qui espère avoir quelques retombées à la suite de ses contacts au salon du livre. Percer sur le marché national demeure cependant difficile. /

[ CONTACT ] 03 88 67 40 88



Pour plus d'infos sur cette entreprise  
www.strasbourg.cci.fr/entreprises  
N° Siren 348047002



/ JOËLLE BERNHARD ET CHRISTIAN RIEHL : «CE QUI NOUS INTÉRESSE, CE SONT LES HOMMES» /

**C**réée début 1988 par Christian Riehl, cette maison d'édition s'est spécialisée dans le livre religieux. Livres d'histoire, ouvrages pour enfants, guides, bibles, bandes dessinées... Après un fort développement lié au marché américain, la conjoncture économique a contraint l'en-

➤ **Témoignage / Les Éditions du Signe à Eckbolsheim**

## Spécialisation religions

treprise à revoir ses effectifs et ses ambitions à la baisse. Mais ses dirigeants restent confiants : leur clientèle est fidèle. Les Éditions du Signe travaillent avec différentes confessions : catholique pour la majorité de ses productions, mais aussi protestante, juive, musulmane. Des clients qui sont des religieux, des coéditeurs, des librairies spécialisées. «Nous n'avons pas d'étiquette propre», précise Joëlle Bernhard, la directrice éditoriale. La maison réalise également des ouvrages à la demande d'entreprises ou d'organismes, par exemples sportifs : «Ce qui nous intéresse, ce sont les hommes, qui font équipe et travaillent ensemble.» Une philosophie qui rejoint l'approche du fondateur de l'entreprise, Christian Riehl, qui avait démarré dans le métier en vendant des bibles. Dans l'entre-

prise, le personnel a été recruté pour sa technicité. Pas d'obligation d'études de théologie, mais des compétences en langues ou en matière commerciale ou graphisme. Impression et illustrations sont sous-traitées, à l'instar de la gravure, qui est devenue une entité à part.

### Effectifs en baisse

Il y a deux ans encore, l'entreprise comptait 36 salariés. L'effectif a dû être réduit à 18 personnes après les attentats du 11 septembre, les États-Unis représentant près de 60 % du chiffre d'affaires. De fait, conjoncture économique et chute du dollar ont conduit les dirigeants à limiter les stocks. À titre d'exemple, les Éditions du Signe ont créé une bande dessinée sur la Cathédrale Notre-Dame de Strasbourg, une collec-

tion bible junior, un nouveau testament illustré (4 € seulement, c'est dire que le prix est abordable, pour un ouvrage illustré de 600 pages !) Ce qui fait la notoriété des Éditions du Signe est sa capacité à gérer l'iconographie, avec une richesse et une couleur omniprésentes, un langage accessible à tous, et un prix tiré au plus bas. Les objectifs de l'entreprise : se maintenir, être rentables en pratiquant les marges minimales. Chaque année, une cinquantaine de nouveautés viennent compléter le catalogue – accessible en VPC – et diffusées en librairies. Le secteur francophone se répartit entre la Suisse, la Belgique, le Canada et la France. /

[ SITE ] [www.editionsdusigne.fr](http://www.editionsdusigne.fr)



Pour plus d'infos sur cette entreprise  
www.strasbourg.cci.fr/entreprises  
N° Siren 343433678

➤ **Témoignage / Les Éditions La Nuée Bleue**

# Un ancrage régional

L'activité édition de ce département des DNA remonte à l'après-guerre de 1914-1918, où Quillet avait créé une imprimerie de labeur et une maison d'édition, La Vie en Alsace. C'est avec Istra que les Alsatiques ont vu le jour et que le département éditions est né, dans les années 1970. Guides touristiques, livres de cuisine, livres d'art, les collections La Nuée Bleue sont à la fois généralistes et diversifiées.

**B**ernard Reumaux a pris la direction des Éditions La Nuée Bleue fin 1989. Aujourd'hui, avec 10 salariés, il est le premier éditeur de l'Est de la France dans son domaine, aux côtés de la SAEP à Colmar (plutôt spécialisée en ouvrages pratiques). Chiffre d'affaires : 2,5 M €. Nouveautés catalogue : 40 par an. Dans un contexte économique plutôt morose, l'éditeur a trouvé sa niche grâce à un mélange des genres et des auteurs vedettes comme Tomi Ungerer et Simone Morgenthaler. Mais c'est grâce aux Alsatiques que les Éditions La Nuée Bleue réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires (près de 80 %). Parmi les derniers gros succès, l'ouvrage sur la marqueterie de Spindler : 5 000 exemplaires ont été vendus au prix unitaire de 85 €, et l'édition de luxe à 600 € est épuisée.

## Une équipe de sous-traitants

Aux Éditions La Nuée Bleue, la préparation et la correction des textes, les maquettes, les illustrations et l'impression sont des postes qui sont sous-traités. «*Cela nous donne une certaine souplesse*», observe Bernard Reumaux qui a réparti les tâches en interne : suivi de projet, commercialisation et gestion. «*Inondés de propositions, notre première sélection est réalisée par rapport au sujet. Suivent la lecture des manuscrits et les rendez-vous avec les auteurs. C'est un travail très difficile que de jauger l'intérêt de*



/ BERNARD REUMAUX, UNE PARFAITE CONNAISSANCE DE LA RÉGION ET DES MENTALITÉS /

*l'ouvrage et d'estimer la proportion jouable des succès. Nous sommes également assaillis par des demandes de partenariat émanant d'entreprises ou de collectivités. Dans ce cas, nous n'acceptons le défi que lorsqu'il s'agit d'un livre d'auteur*».

## Les Alsatiques, une valeur sûre

Présent à 80 % en Alsace Lorraine, un peu en Champagne-Ardenne en librairie et en hypermarchés (1/3 du chiffre d'affaires y est réalisé grâce aux Alsatiques), La Nuée Bleue fait appel à un diffuseur national pour des ouvrages «qui dépassent les frontières». Illustration : Struthof, un ouvrage documenté sur le complexe concentrationnaire ou «Ultimes

sentinelles», qui retranscrit la parole des survivants de la guerre 14-18. Bernard Reumaux a également développé un magazine, *Saisons d'Alsace*, qui porte un regard original décalé sur la région, avec une mosaïque de sujets, tant légers que politiques, identitaires que culturels. «*Cela nous donne une énergie que d'avoir des contacts aussi bien avec des créateurs artistiques et intellectuels que des entreprises de la région, l'un entraîne l'autre, il y a une vraie logique*». Pour Bernard Reumaux, les raisons du succès tiennent à la connaissance de la région et des mentalités. Et celui-ci d'ajouter : «*En restant dans l'air du temps, nous nous attachons à surprendre.*» /

[CONTACT] 03 88 15 77 27

/ suite p.62 /

## Lexique

- L'éditeur est à la fois un découvreur intuitif et obstiné qui cherche les talents, privilégie la relation et défend son auteur, et un industriel chef d'orchestre qui analyse, compacte, présente et diffuse le savoir.
- Le distributeur est un prestataire logistique qui stocke, centralise les commandes, expédie les livres, gère les retours.
- Le diffuseur est un représentant commercial auprès des libraires, c'est la force de vente de l'édition.
- L'office est l'opération par laquelle un éditeur envoie automatiquement aux libraires, sur un accord contractuel, les nouveautés avant leur mise en vente. Les livres d'office sont payés à 60 ou 90 jours et peuvent être retournés dans un délai de un an. Moyenne des retours 20 à 25 %. Les jeunes éditeurs déposent fréquemment leurs ouvrages gratuitement chez les libraires.

## Contacts utiles

• **Organisme professionnel**  
Le SNE (Syndicat national de l'édition) défend les intérêts des éditeurs, représente la profession, assure la promotion de la lecture et de l'écrit, publie des statistiques annuelles.  
[SITE] [www.sne.fr](http://www.sne.fr)

• **Études**  
APCE, édition de livres, 2005  
Xerfi Pro'sector : édition de livres, 2005  
[CONTACT CCI] 03 88 75 25 50

➤ **Témoignage / Callicéphale éditions**

# De la librairie (La Bouquinette) à l'édition de livres pour enfants

Spécialisée dans la littérature jeunesse, la Bouquinette a été fondée en 1977 à Strasbourg. Repris en 1991 par Jean-Luc Burger et son épouse, le magasin a été développé, informatisé et un rayon s'est ajouté au sous-sol. En 2000, le nouveau propriétaire décide d'éditer lui-même des albums jeunesse, et crée les Éditions Callicéphale. Caractéristiques de ces ouvrages : raconter des histoires aux enfants en les faisant réfléchir.

Une trentaine de titres figurent au catalogue de Callicéphale éditions à ce jour, dont six comptines. Parallèlement, la société développe un concept né au Japon, le théâtre d'image ou Kamishibai. Sur le même principe de l'histoire pédagogique, c'est un petit théâtre en bois dans lequel sont insérées des planches cartonnées rectangulaires. Imprimées en recto verso, la première face est réservée au dessin, alors qu'au dos se situe le texte. Ce concept a connu un succès auprès des écoles, bibliothèques ou auprès des conteurs. Chaque édition est tirée à 1 000 exemplaires. Côté albums, la diffusion est assurée par Le Seuil en librairies. Chacun des ouvrages édités par Callicéphale est tiré à environ 3 000 exemplaires. «Certains ont bien moins marché, d'autres vont être réédités». La plupart du temps ce sont des auteurs et des illustrateurs locaux qui sollicitent Jean-Luc Burger. Celui-ci fait son choix en essayant d'avoir des illustrations qui apportent un plus par rapport au texte. Le chiffre d'affaires de la partie éditions est de l'ordre de 100 000 €, sur les 650 000 € de la boutique.

## L'édition, un métier à risques

Très peu d'ouvrages ont été édités les deux dernières années, car Jean-Luc Burger a voulu privilé-

gier la commercialisation du Kamishibai. Et de reconnaître : «L'édition représente un gouffre, on est dans une activité où la durée de vie d'un livre en magasin est extrêmement courte. Si on ne vend pas tout de suite, on peut estimer qu'au bout de six mois le libraire nous renverra les ouvrages. Or, il faudrait



/ JEAN-LUC BURGER : «NOUS RACONTONS DES HISTOIRES AUX ENFANTS EN LES FAISANT RÉFLÉCHIR» /

lui laisser la chance de durer plus longtemps». Et de rappeler que plus de 14 000 titres se côtoient dans une librairie spécialisée, que certaines grosses pointures comme Harry Potter ont phagocyté le marché... En dehors des périodes fastes, comme Noël et

Pâques, il faut vraiment miser sur une communication efficace. Ce que les petits éditeurs ne peuvent pas forcément budgétiser. Ce qui va permettre à la maison d'édition de reprendre un peu de souffle, c'est le rachat des droits d'un ouvrage par le Japon. D'autres négociations sont en cours.

Callicéphale est présent au salon du livre jeunesse de Montreuil, qui s'adresse à un public de professionnels et sur les salons locaux, comme ceux de Strasbourg et Marlenheim, qui se tiendront cette année en juin. /

[ CONTACT ] 03 88 35 69 18

**Le salon du livre de Paris** Soutenu par la Région Alsace



Depuis six ans, les éditeurs des régions Alsace, Bourgogne, Champagne-Ardenne, Franche-Comté et Lorraine tiennent vitrine au salon du livre, regroupés sur un stand dont l'espace commun est subventionné par l'Association des régions françaises du Grand Est, actuellement présidée par Adrien Zeller. Le stand Alsace, mis sur pied par l'Association des éditeurs d'Alsace, est financé essentiellement par la Région Alsace et en partie par la Direction des affaires culturelles (DRAC). Au centre des débats de ce salon 2006, la chute des ventes, la concurrence des autres produits culturels comme les dvd et logiciels de loisirs, et le programme de numérisation des livres du moteur de recherche Google.

[ SITE ]

[www.salondulivreparis.com](http://www.salondulivreparis.com)

## L'édition numérique

Le chiffre d'affaires réalisé par les éditeurs de livres sur la vente de produits numériques est pour l'essentiel issu de la commercialisation de cédéroms et dvd. Les produits développés par les éditeurs présentent des contenus très variés (professionnels, éducatifs). Un CA qui reste marginal.

[ SITE ] [www.sne.fr](http://www.sne.fr)