

ENQUETE 2007 CENTRE REGIONAL DU LIVRE DE LORRAINE

DOCUMENT DE TRAVAIL - VERSION 14/11/2007

DIFFUSION & DISTRIBUTION DES EDITEURS DE LORRAINE

Etat des lieux, analyse et préconisations

*Enquête réalisée d'avril à août 2007,
par le Centre régional du livre de Lorraine
en lien avec la Fédération interrégionale du livre et de la lecture – FILL
et en partenariat avec l'EPCC ARTECA.*

*Mission menée par
Blandine Hallinger, étudiante stagiaire, Master 2 de Communication, Université
Paul Verlaine à Metz,
et Aurélie Marand, directrice du Centre régional du livre de Lorraine.*



REMERCIEMENTS

Remerciements à tous les professionnels et membres d'associations qui ont accepté de prêter leur concours à cette enquête, par le jeu des entretiens individuels, en s'associant activement aux réunions collectives, en faisant part sans réserve de leurs problématiques et de leurs préconisations.

Merci aussi au groupe de travail « économie du livre » de la FILL sans lequel cette enquête n'aurait pu être menée dans les délais, ainsi qu'à l'équipe de l'EPCC ARTECA, en particulier Frédéric Lapique, qui a apporté son expérience et son expertise à cette étude.

SOMMAIRE

<u>Introduction</u>	P 4
<u>PARTIE I</u> <i>L'existant</i>	
1 – la problématique de la diffusion et de la distribution	P 5
2 – méthodologie de l'enquête	P 6
3 – état des lieux : actions du CRL depuis 2002	P 8
<u>PARTIE II</u> <i>Résultats d'enquête</i>	
1 – constats généraux	P 10
2 – analyse des données	P 12
3 – axes déterminants	P 20
<u>PARTIE III</u> <i>Objectifs et préconisations</i>	
1 – attentes	P 23
2 – préconisations prioritaires	P 24
3 - conclusion	P 26
<u>ANNEXES</u>	P 27

Introduction

La problématique de la diffusion et de la distribution des éditeurs installés en Lorraine est au centre du travail engagé par le Centre régional du livre de Lorraine en 2007, à la demande de ses tutelles – Conseil Régional de Lorraine et DRAC Lorraine.

Au gré d'échanges et de discussions plus ou moins formelles avec auteurs, éditeurs, libraires et bibliothécaires, responsables de structures régionales pour le livre, nous avons pris conscience des difficultés réelles rencontrées par les éditeurs sur le plan de la diffusion et de la distribution, et ce, quelque soit leur territoire d'implantation.

Pour autant, nous n'étions pas en mesure de fixer une photographie réelle de la situation, ni dans la capacité d'apporter des préconisations durables, répondant à des attentes précises.

Le groupe « économie du livre »¹ de la FILL² s'est donc engagé à mener un travail spécifique sur le thème de la diffusion et de la distribution, offrant à chacun de ses adhérents une base commune de réflexion, pour mener un travail approfondi sur chaque territoire.

La présence pendant 5 mois, d'une étudiante stagiaire issue du Master 2 de Communication de l'Université Paul Verlaine de Metz, au Centre régional du livre, a permis d'engager une étude structurée associant plus d'une cinquantaine de professionnels lorrains.

Un partenariat avec l'EPCC ARTECA a permis de disposer de moyens analytiques pour le recueil et le traitement des données, ainsi que d'un appui méthodologique sur l'interprétation des résultats.

Le rapport s'articule autour de trois grandes parties.

Dans un premier temps, nous chercherons à préciser « l'existant », en s'accordant sur les définitions. Puis nous présenterons la méthodologie de l'enquête, pour, enfin, dresser un état des lieux du travail mené depuis 2002 par le Centre régional du livre dans ce domaine.

La deuxième partie est consacrée aux résultats de l'enquête : constats généraux, données chiffrées, analyse.

La dernière partie est dédiée aux préconisations et axes stratégiques inspirés par les propos des professionnels.

¹ Structures membres du groupe de travail « économie du livre » de la FILL : ARPEL Aquitaine, Le Transfo, CRL Bourgogne, COBB, CRL Centre, C2LR, CRL Limousin, CRL Lorraine, CRL Midi-Pyrénées, CRL Basse-Normandie, ARL Haute-Normandie, Région Pays de Loire, Office du livre Poitou-Charentes, ARL PACA, ARALD.

² FILL : Fédération interrégionale du livre et de la lecture, installée Boulevard Richard Lenoir à Paris. La FILL fait suite à la FFCB. Cette association rassemble une large partie des structures régionales pour le livre.

PARTIE I

L'existant

I/1 – la problématique de la diffusion et de la distribution

La remarquable étude publiée en février 2007, par Bertrand Legendre et Corinne Abensour³, a confirmé ce que nous pressentions déjà : combien la question de la diffusion – choix entre autodiffusion et diffusion déléguée – et de la distribution, est symptomatique des controverses et discussions entre éditeurs.

Cette étude a de plus éclairé les notions de diffusion et de distribution - a priori simples - qui soulèvent souvent incompréhensions et désaccords.

Une première enquête de terrain menée, en 2004, avec l'EPCC ARTECA avait laissé apparaître de réelles divergences dans l'usage de termes pourtant essentiels, tels que « éditeur », « diffusion », « distribution », « librairie »...

D'où la nécessité, dans cette première partie, de nous doter de définitions communes.

La diffusion⁴ :

« Ensemble des opérations commerciales et marketing mises en œuvre par les éditeurs dans les différents réseaux de vente. La diffusion peut être intégrée dans les services de la maison d'édition, mais se voit le plus souvent confiée à une société qui se consacre exclusivement à cette activité. »

On parle d'autodiffusion dès lors que l'éditeur opère lui-même, et en direct, les démarches promotionnelles et commerciales auprès des points de vente. Toutefois, l'autodiffusion peut être « élargie » : éditeur déléguant sa diffusion hors ses frontières régionales, éditeur confiant à un confrère cette tâche.

La distribution⁵ :

« Tâches liées à la circulation physique du livre (stockage, transport) et à la gestion des flux qui en sont la contrepartie : traitement des commandes et des retours, facturation et recouvrement. Il s'agit d'une activité de plus en plus industrialisée, car un distributeur doit aussi bien assurer des mises en place significatives, voire très importantes, que du réassort à l'unité.

Les coûts du transport sont affectés par les prix des carburants et par l'évolution du secteur, fortement marqué par la concentration.

³ *Regards sur l'édition, I. Les petits éditeurs. Situations et perspectives*, de Bertrand Legendre et Corinne Abensour, éd. Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture – cf. Annexe I, Bibliographie indicative.

⁴ Définition du Syndicat National de l'Édition

⁵ Définition du SNE

La répartition de leur charge entre les expéditeurs et les destinataires fait l'objet de discussions interprofessionnelles régulières. »

Certaines sociétés assument diffusion et distribution pour le compte d'éditeurs. Les grands groupes d'édition intègrent tout à la fois les maillons édition, diffusion, distribution, et souvent même point de vente.

I/2 – méthodologie de l'enquête

Le travail d'enquête, a été rendu possible par la présence sur 5 mois – avril-août 2007 - de Blandine Hallinger, étudiante stagiaire au Centre régional du livre, grâce à l'expertise de l'EPCC ARTECA et s'inscrit dans un travail mené en parallèle par d'autres régions françaises (Aquitaine, Auvergne, Basse Normandie, Bretagne, Bourgogne, Centre, Haute Normandie, Limousin, Midi-Pyrénées, PACA et Poitou-Charentes).

Outils utilisés :

- **questionnaire éditeur**⁶ – ébauché dans le cadre du groupe économie du livre de la FILL, finalisé et adapté au territoire lorrain par le CRL
- **questionnaire libraire**⁷ - ébauché dans le cadre du groupe économie du livre de la FILL, finalisé et adapté au territoire lorrain par le CRL
- **guide d'entretien diffuseur / distributeur**⁸ - ébauché dans le cadre du groupe économie du livre de la FILL, finalisé et adapté au territoire lorrain par le CRL

Souhaitant profiter de cette enquête pour engager un réel échange et instaurer des dialogues conviviaux avec les professionnels, nous avons fait le choix d'accompagner, le plus possible, le remplissage des questionnaires par des entretiens individuels en direct.

Un panel représentatif des éditeurs de livres de Lorraine a été établi par le Centre régional du livre – intégrant tout à la fois éditeurs de création et éditeurs d'histoire et patrimoine. Plus de 40 éditeurs lorrains référencés par le Centre régional du livre ont été contactés téléphoniquement afin de programmer un rendez-vous.

Trois cas :

- refus catégorique de participer à l'enquête : arguments avancés : « ça ne sert à rien », « je ne veux pas participer à un travail collectif », « ça n'aboutira pas de toute façon, c'est une perte de temps », « je ne me sens pas concerné ».
- impossibilité de trouver une date de rendez-vous coïncidant avec la période d'étude, mais volonté affichée de s'impliquer dans la réflexion
- acceptation sans réserve et rendez-vous programmé

Dans tous les cas, nous avons convié les éditeurs, en fonction de leurs genres littéraires, à participer à deux petits déjeuners de travail à l'abbaye des Prémontrés⁹.

⁶ Cf. ANNEXE II

⁷ Cf. ANNEXE III

⁸ Cf. ANNEXE IV

⁹ Compte rendu des rencontres en ANNEXES V et VI.

Ces deux rencontres collectives ouvertes à des libraires, organisateurs de manifestations et représentants des pouvoirs publics, avaient pour objectifs de permettre les échanges directs, de favoriser l'émergence de points de vue et d'arguments non abordés en entretiens et de rencontrer les éditeurs pour lesquels un rendez-vous n'avait pu être programmé.

Les entretiens individuels ont été organisés en fonction des implantations géographiques des éditeurs : Nancy et Epinal pour les éditeurs du Sud de la région, Metz pour ceux implantés au Nord.

16 entretiens ont été programmés, 2 ont avorté en dernière minute.¹⁰

Chaque interlocuteur recevait une semaine avant la rencontre une confirmation écrite de cette dernière (lieu et horaire), ainsi que le questionnaire éditeur, afin de préparer le rendez-vous.

Chaque entretien a duré entre 1 heure et 2 heures.

Programmation des rencontres pendant les mois de mai et juin principalement.

Interviews assurées conjointement par Blandine Hallinger et Aurélie Marand.

Exploitation effectif de 18 questionnaires éditeurs.

Le panel a été jugé représentatif des éditeurs de livres installés en Lorraine.

Le questionnaire « libraire » a été adressé par courrier à un panel composé de 15 points de ventes.

4 libraires ont été rencontrés de manière plus formelle.

Le taux de retour a été extrêmement faible, puisque seulement 4 questionnaires ont été jugés exploitables.

Dès lors, nous avons fait le choix de ne pas tenir compte des résultats obtenus, le taux de retour étant jugé peu pertinent.

Nous avons également rencontré un diffuseur-distributeur de Lorraine travaillant pour plusieurs éditeurs, notamment lorrains.

La grille rédigée a servi de guide d'entretien.

L'EPCC ARTECA est intervenu une fois les questionnaires collectés.

Les données ont été développées par saisi en ligne par le CRL sur la plateforme de consultation www.arteca-dialogue.fr.

Le traitement des données a été effectué sous le logiciel MODALISA.

Une convention¹¹ entre le Centre régional du livre et l'EPCC ARTECA a été signée afin de clarifier les implications formelles des parties et évaluer le coût de cette enquête.

¹⁰ ANNEXE IX, éditeurs consultés

¹¹ Texte complet de la convention associant le Centre régional du livre et l'EPCC ARTECA, ANNEXE VII.

I/3 – état des lieux

Depuis 2002, le Centre régional du livre de Lorraine a développé des aides indirectes et accompagné la création d'aides directes en faveur de la chaîne du livre en région, et des éditeurs en particulier.

Les aides indirectes et directes ont été développées en fonction de 3 grands objectifs :

- augmenter le potentiel de diffusion des productions littéraires de Lorraine
- professionnaliser les structures éditoriales de Lorraine
- développer une image dynamique et créative de la Lorraine du livre afin de favoriser les échanges et les collaborations interrégionales

3 - 1. Les aides indirectes.

- *les SALONS*¹².

Répondant à une priorité affirmée des éditeurs, le Centre régional du livre a développé la présence d'éditeurs de Lorraine dans nombre de manifestations littéraires hors région.

- nécessité pour certains éditeurs de développer leur diffusion hors Lorraine
- favoriser les échanges et les collaborations
- positionnement national de certains éditeurs

Ces participations sous la forme d'un stand commun « éditeurs de Lorraine » ont été instaurées de façon régulière dans les manifestations ciblées les plus significatives sur la base des critères suivants :

- potentiel professionnel
- attractivité de la manifestation
- genre littéraire abordé

Au fil des années, un cahier des charges a été instauré, assurant ainsi une participation effective et active des éditeurs.

- édition à compte d'éditeur
- publication effective dans les 12 derniers mois
- siège social en Lorraine
- ISBN ou ISSN impératifs

Dans ce cadre, le rôle du Centre régional du livre est :

- d'organiser la présence annuelle d'éditeurs lorrains dans les manifestations identifiées
- de prendre en charge les démarches d'inscription, de location de stand, de mobilier et la mise en œuvre d'une communication adaptée
- d'assurer une présence continue ou partielle sur le terrain aux côtés des éditeurs

¹² ANNEXE VIII, « Manifestations programmées avec régularité, coûts et optimisation ».

- **les OUTILS DE PROMOTION**

Le Centre régional du livre a développé des outils favorisant la promotion des productions éditoriales de Lorraine et accentuant ainsi leur potentiel de diffusion :

- trimestriel *Le Sel*, 2 000 exemplaires – lectorat professionnel
- dépliants et livrets de présentation des éditeurs et d'ouvrages réalisés à l'occasion de salons et du Prix des lecteurs de la Grande région (2 000 ex en moyenne)
- rubrique trimestrielle dans le magazine gratuit *Feuilles de menthe*, 20 000 exemplaires
- forum et cafés littéraires ouverts à des professionnels (carte blanche) ou au grand public, notamment à l'occasion de manifestations littéraires majeures

3 - 2. Les aides directes.

- **les AIDES CULTURELLES**

A la demande du Conseil Régional de Lorraine, le Centre régional du livre a clarifié les critères pour l'attribution de subventions et rédigé de nouveaux Règlements d'intervention codifiant les subventions accordées aux revues et éditeurs.

- aide aux catalogues éditeurs
- aide aux revues de création
- aide aux revues d'histoire et patrimoine – conjointement avec le Comité d'histoire régional

Montant global des subventions ainsi accordées en 2007 : 75 251 €

Nombre total d'éditeurs et revues ayant bénéficié de ces aides en 2007 : 28

- **les AIDES ECONOMIQUES**

Prenant en compte la double approche culturelle et économique de la chaîne du livre, un travail en commun a été engagé entre le Centre régional du livre et la Direction du développement économique du Conseil régional de Lorraine.

Objectifs :

- développer des guides économiques (libraire et éditeurs) favorisant une connaissance des dispositifs d'aides économiques existants – réalisation 2006
- élargir les Règlements d'intervention économiques aux professionnels du livre en particulier éditeurs et libraires – mise en œuvre 2006
- créer une dynamique aboutissant à un travail commun sur les dossiers « livre et lecture »

Montant global des aides ainsi accordées depuis 2006 : 12 000 €

PARTIE II

Résultats d'enquête

II/1 – constats généraux

Au cours de cette enquête, nous avons ressenti des attentes fortes, une volonté de collaborer de la part des éditeurs, des libraires et du diffuseur contacté. Dans la majorité des cas, les professionnels interrogés ont abordé ce projet avec intérêt et bienveillance, comme une reconnaissance de leurs difficultés de la part des pouvoirs publics.

- CONFIDENTIALITÉ

Cependant, nous nous sommes aussi heurtées à certaines difficultés.

- réticence de certains à divulguer des informations, notamment les chiffres d'affaires, jugés « privés »
- lassitude concernant les enquêtes de « toutes sortes », « rarement suivies d'effets »
- crainte que les remarques formulées, les chiffres transmis, ne soient diffusés, ou utilisés à mauvais escient

Aucun éditeur ne nous a communiqué de contrat type diffuseur ou distributeur, et le professionnel concerné n'a pas souhaité nous en transmettre non plus. Les uns et les autres ont jugé ces textes « privés » et de diffusion inopportune hors contexte.

Ces contrats doivent pourtant répondre à des règles juridiques précises qui n'ont rien de confidentielles¹³.

Notre souhait était de juger le degré de professionnalisme de ces textes.

Les éditeurs lorrains interrogés ont conscience d'appartenir à un univers concurrentiel, et pour certains, le culte du secret invite à un repli sur soi. Ce souci de confidentialité semble dans certains cas préjudiciable à un travail collectif.

¹³ Article L. 132-12 du Code de la propriété intellectuelle.

- PARADOXES

Cette enquête - et en particulier les entretiens individuels - a fait apparaître nombre de paradoxes :

- confidentialité / volonté de mutualisation
- ambitions modestes / fierté d'être « éditeur »
- évidence d'un univers économique complexe et de faible rentabilité / volonté de « vivre » de son métier et d'en tirer des bénéfices financiers
- esprit d'indépendance, frondeur / attente d'aides des pouvoirs publics
- créateur et artiste / chef d'entreprise

Certains résultats chiffrés de l'enquête peuvent laisser sceptiques, et ils doivent toujours être pris à la fois avec réserve, mais aussi en contrechamp des propos tenus en réunions et en entretiens.

Certains paradoxes nous ont poussés à nous interroger, parfois, sur le degré de connaissances des enquêtés. Certains termes ont du être clarifiés en entretiens (stock, pourcentages, GSS, Calibre...).

- COMMUNAUTÉ HÉTÉROGÈNE

Malgré les divergences évidentes entre éditeurs :

- genres littéraires,
- statuts,
- degré d'ancienneté dans l'édition de livres,
- approche « loisir » ou « professionnelle » de l'édition,
- implantation géographique...

nous avons eu clairement le sentiment d'avoir devant nous une communauté, des éditeurs s'identifiant comme « maillon » important d'une chaîne.

Nous avons souvent noté une volonté de mutualisation, volonté d'éteindre les approches concurrentielles afin d'engager une démarche positive commune.

Certains acteurs ont d'ailleurs proposé de s'investir au-delà de cette enquête.

Ils se sont associés activement aux réunions, ont témoigné sans réserve de leurs expériences, ont accepté d'ouvrir leurs carnets d'adresses, notamment pour les questions relatives au domaine juridique ou pour la mise en place de formations.

L'enquête a fait clairement apparaître l'existence d'une « communauté d'éditeurs », chacun se positionnant clairement dans la chaîne du livre. Certaines mutualisations existent déjà - plus ou moins formelles, de même certains éditeurs, par affinités, ont engagé des actions communes.

II/2 – analyse des données

Compte tenu des retours, très faibles pour les libraires, nous avons fait le choix de nous concentrer sur les données statistiques jugées plus pertinentes pour les éditeurs.

Le panel retenu, 18 éditeurs¹⁴, est significatif et représentatif de la production éditoriale en Lorraine.

14 questionnaires ont été jumelés avec un entretien individuel.

Pour certaines questions le taux de retour ayant été faible, nous avons fait le choix, dans la présentation des éléments chiffrés, d'alterner entre pourcentages – quand les éditeurs ont tous répondu à la question – et l'utilisation d'une présentation moins marquée mais permettant de déterminer les grandes tendances.

2 – 1. Questionnaires « éditeur ».

- *FONCTIONNEMENT*

Premier constat, **5 éditeurs ont créé leur maison dans les 5 dernières années.**

Dans une large majorité les structures existent depuis plus de 5 ans, voir plus de 10 ans pour 7 d'entre elles.

83% des éditeurs sondés dirigent une structure associative.

Les entretiens ont fait apparaître que les maisons d'édition les plus récentes se partagent à égalité entre associations et structures entrepreneuriales (EURL, SARL...).

Le statut associatif est souvent privilégié pour des raisons fiscales et de souplesse administrative.

82% des maisons d'éditions impliquent l'activité d'au moins 2 personnes.

Toutefois ce travail reste le plus souvent bénévole, et permet rarement de dégager des salaires à temps complets réguliers.

Cet état de fait pousse nécessairement à s'interroger sur les risques existants au regard du droit du travail, et explique le très faible poids économique de ces structures en matière d'embauche et de masse salariale.

Les maisons associatives fonctionnent le plus souvent sous le mode communautaire, chacun œuvrant sans contrainte hiérarchique.

La question du chiffre d'affaire s'avère épineuse, et nous n'avons pu obtenir qu'un nombre limité de réponses : 7

Raisons de ce silence :

- souci de confidentialité
- méconnaissance de données réelles, défaut de comptabilité fiable
- méconnaissance des chiffres par l'éditeur attiré, comptabilité confiée à un tiers
- chiffres reconnus comme peu significatifs

Parmi les données informées, 3 éditeurs déclarent réaliser un chiffre annuel supérieur à 150 000 € (chiffre 2006).

¹⁴ ANNEXE IX : éditeurs consultés

9 éditeurs sur 15 ont déclaré d'autres activités que celle de l'édition de livres.

On comprend mieux dès lors les difficultés parfois rencontrées dans le repérage des activités éditoriales d'entreprises dont la vocation principale n'est pas l'édition.

Cette réalité recoupe :

- les imprimeurs réalisant notamment pour leur compte un travail d'édition
- les éditeurs qui se doivent d'assurer les salaires avec d'autres activités (animations, spectacle, contes...)
- les éditeurs dont le travail éditorial vient en association avec d'autres activités (presse, communication, conseil, multimédia...)

Ainsi, le chiffre d'affaire de 7 éditeurs sur 12 provient à 100% de la vente des livres.

- LIGNE EDITORIALE & CATALOGUE

3/4 des éditeurs interrogés se définissent comme des « éditeurs en région ».

Les autres revendiquent plutôt le terme de « régionaliste ».

Particularité remarquable de la Lorraine, tous les genres littéraires sont représentés, de la bande-dessinée aux beaux-livres en passant par les guides juridiques, essais universitaires, romans, poésie... Dès lors, on comprendra que très majoritairement les éditeurs souhaitent affirmer leur attachement à un territoire, sans pour autant être qualifiés de « régionalistes ».

Cet aspect a été confirmé au cours des réunions de travail et entretiens individuels, les éditeurs souhaitant se démarquer par affinités de catalogues et de genres littéraires abordés :

- éditeurs de création – littérature, poésie, jeunesse
- éditeurs d'histoire & patrimoine – beaux-livres, biographies, guides, essais...

Si la terminaison en « iste » est revendiquée par certains, elle apparaît péjorative pour d'autres, et dans bien des cas, semble être un frein à une diffusion élargie, extraterritoriale.

Le nombre de titres au catalogue est bien entendu lié à l'ancienneté de la maison d'édition, et les parutions annuelles s'affichent dans des quantités très variables.

5 éditeurs sur 17 ont déclaré un catalogue riche de plus de 200 titres.

A contrario, 10 s'inscrivent sous la barre des 50 références.

61% produisent moins de 10 ouvrages/an.

Cette donnée est importante dans un contexte de diffusion.

Un diffuseur portera le plus souvent son intérêt pour un éditeur proposant une production annuelle suffisante et constante.

Dans le même ordre d'idée, nous avons interrogé les éditeurs sur les tirages réalisés.

Le tirage moyen pour un ouvrage est conforme aux éléments connus de la petite édition, avec **54% des tirages effectués entre 1 000 et 3 000 exemplaires.**

Les tirages supérieurs à 3 000 exemplaires demeurent rares. 3 éditeurs ont déclaré en réaliser.

15 éditeurs sur 16 disposent d'un catalogue papier.

Ce support apparaît comme l'outil de base nécessaire à toute diffusion.

Annuel pour les éditeurs produisant plus de 10 titres par an, il est le plus souvent réimprimé et mis à jour tous les 2 ans.

- **COMMERCIALISATION**

La notion de stock est assez floue pour l'essentiel des éditeurs.

10 éditeurs ont répondu à la question : « de quel volume de stock disposez-vous aujourd'hui en m² ? ».

Les entretiens ont permis d'aborder ce sujet et d'intégrer les constats suivants :

- les éditeurs qui produisent peu, définissent leur stock en nombre d'exemplaires ou en nombre de cartons, sans notion de m²
- les éditeurs qui font appel à un distributeur ou un transporteur professionnel reprennent les données consignées par ce dernier

Nous avons remarqué avec évidence que les éditeurs qui délèguent la diffusion et/ou la distribution se sont dotés de référents professionnels et sont mieux en mesure de répondre à des questions précises sur leur stock.

Certains éditeurs, ceux notamment réalisant un faible tirage annuel, ont pour référent le kilo. Le plus souvent, ils font, en effet, appel aux services de la Poste pour leur distribution.

Dans le même ordre d'idée, les questions portant sur les points ventes ont donné lieu à des résultats parfois contradictoires.

Nous avons senti une réticence à aborder ce sujet.

Seule la moitié des ventes semble se réaliser en librairie. Les autres placements se répartissent entre les grandes surfaces spécialisées, les hypermarchés et les sites Internet marchands.

Les ventes sur le web ont été citées par 4 éditeurs.

Pourtant, les éditeurs emploient le plus souvent le terme générique de « librairie ».

Certains déclarent presque avec « honte » travailler avec la grande distribution. Pour autant, ils reconnaissent que ce type de point vente est commercialement le plus dynamique.

Le jugement porté par les éditeurs sur les libraires indépendants est souvent paradoxal : « je t'aime moi non plus ».

Ils font les louanges de leur professionnalisme, semblent reconnaître leurs difficultés, mais tout à la fois, ils stigmatisent leur manque de curiosité, accusent même certains de vouloir exclure la « petite édition » du champ éditorial.

En outre, les entretiens ont permis d'établir des différences notables entre les connaissances commerciales des uns et des autres.

Certains termes semblent mal compris ou interprétés. Dans une majorité de cas nous avons dû expliquer le sigle « GSS » et préciser ce qu'il recouvrait.

Là encore, les éditeurs dotés d'un partenaire professionnel pour la diffusion et/ou la distribution étaient clairement plus aptes sur ce sujet.

1/3 des éditeurs touchent moins de 100 points de vente.

Ces résultats reflètent par ailleurs les évolutions de l'économie du livre :

- diminution du nombre des librairies indépendantes,
- montée en puissance de ventes en hypermarchés,
- progression rapide du commerce en ligne.

Le taux de remise est en revanche une notion parfaitement intégrée et connue des éditeurs. Nous avons toutefois noté une certaine réticence à transmettre des chiffres : souci de confidentialité dans un marché concurrentiel.

Les taux sont conformes à ceux pratiqués au niveau national.

46% : remise < 35% ↪ souvent pour ventes en librairies

54% : remise > 35% ↪ souvent pour ventes en GSS et sites marchands

Interrogés sur leur participation à des salons, les éditeurs ont répondu très majoritairement participer à au moins un salon dans l'année.

4/5 éditeurs participent régulièrement à des manifestations dans la France entière.

5 éditeurs sur 16 participent à des salons internationaux.

Nous ne disposons pas sur ce sujet de références antérieures. Nous ne pouvons donc pas affirmer avec assurance que la participation à des manifestations littéraires est une tendance croissante.

Toutefois, lors des entretiens nous avons demandé aux éditeurs de citer les salons auxquels ils participent régulièrement. Viennent en tête ceux proposés, depuis 4 ans au moins, par le Centre régional du livre de Lorraine : Salon du livre de Paris, Marché de la poésie, Foire du livre de Bruxelles, Festival d'Angoulême, Salon du livre jeunesse à Montreuil¹⁵...

Dès lors, la vente en direct, sur le stand, a leur préférence.

100% des éditeurs ayant répondu à la question ont déclaré la pratiquer.

A noter que les éditeurs qui travaillent sur une « niche éditoriale » font parfois le choix de délaisser les réseaux de ventes « classiques » au profit de fichiers clients et de ventes en direct sur des salons exclusivement.

Le recours à un soldeur est une pratique peu commune chez les éditeurs Lorrains interrogés. 3 cas seulement sur 14.

La question du référencement laisse apparaître une fois encore des incohérences.

Des éditeurs ont signalé être référencés dans plusieurs réseaux, mais le plus souvent sans démarche volontaire de leur part (ex. Decitre ayant remporté des marchés de médiathèques lorraines a référencé les éditeurs lorrains à partir de fichiers fournis par le Centre régional du livre de Lorraine).

94% des éditeurs se disent référencés sur Electre.

A noter, que ce référencement est souvent indiqué spontanément, en raison de son ancienneté liée au 3615 Electre.

Dans une large majorité les éditeurs se disent référencés par la Bibliothèque nationale de France, mais bien souvent sans réaliser qu'il s'agit en fait généralement du dépôt légal.

2 éditeurs ont déclaré être référencés sur Google book search.

¹⁵ Cf. ANNEXE VIII – Manifestations programmées avec régularité

- ***DIFFUSION***

☉ **Auto-diffusé**

A la question « assurez-vous vous-même la diffusion ? »

9 ont déclaré l'assumer totalement.

3 l'assurent en partie.

Pour autant, à peine **la moitié des auto-diffusés déclarent qu'il s'agit d'un choix délibéré**. En entretien, la plupart des éditeurs pratiquant l'autodiffusion ont laissé entendre une volonté d'évolution, soit en s'associant avec d'autres éditeurs – mutualisation de moyens, commercial commun, catalogue commun..., soit en déléguant à plus ou moins court terme.

8 éditeurs auto-diffusés ont déclaré avoir effectué des tentatives de délégation de la diffusion. Ce fut un échec selon 7 d'entre eux.

Certains assument pleinement ce revers, mettant en cause leur manque de motivation personnelle ou leur réelle aptitude à déléguer cette mission.

Dans la majorité des cas, nous avons ressenti clairement que la délégation de la diffusion renvoyait à un aspect particulièrement sensible du métier d'éditeur.

Passionnés, développant vis-à-vis de leurs auteurs une relation souvent amicale et attachant une attention presque « maternelle » à leurs publications, certains éditeurs vivent mal la délégation, à un tiers, de la promotion de leurs productions.

Ils ont souvent l'impression d'être les seuls en capacité de « défendre » leurs livres et par la même leur travail.

D'autres stigmatisent les méthodes des professionnels de la diffusion.

Ainsi, sont cités en cascades les prix « exorbitants », le manque de rigueur (erreurs de commande, de facturation), le manque de motivation des commerciaux...

Des libraires interrogés ont conforté certains de ces faits en déplorant la rapidité avec laquelle les nouveautés des éditeurs leurs sont présentées. Ils dénoncent aussi la mise en avant des plans médias des auteurs plutôt qu'un argumentaire littéraire.

Nous avons souhaité aborder avec les éditeurs la question de la mutualisation.

Au cours des entretiens, et plus encore à l'occasion des réunions collectives, plusieurs références ont été faites à des regroupements d'éditeurs (Inextenso notamment).

3 mutualisations formelles ont été recensées, en Lorraine, lors de cette enquête :

- le « CARTEL » : regroupement formalisé de trois éditeurs de création lorrains avec un éditeur belge, pour mise en commun de fichiers clients, facturation commune, tournée des points de ventes en relais.
- site Internet « la librairie Lorraine » : collaboration de plusieurs éditeurs lorrains principalement « histoire et patrimoine », se connaissant depuis longtemps. Volonté de valoriser une production homogène, mais sans objectif marchand patent.
- revue « Lorraine, livres et passion » : relève de la même logique que le site de « la librairie Lorraine ». Initiative d'une association souhaitant développer un magazine gratuit de large diffusion en Lorraine, favorisant la promotion de tous les acteurs du livre (portraits de libraires, d'auteurs, agenda des manifestations, référencement des nouveautés éditoriales...). Deux numéros diffusés.

Les éditeurs semblent ouverts à un travail de collaboration, pour autant à peine **6 éditeurs ont déclaré avoir réellement réfléchi à une mutualisation.**

La mutualisation, particulièrement celle proposée par le CARTEL, passe par la mise en commun - ou le développement - d'outils communs.

Parmi les outils de promotion particulièrement utilisés par les éditeurs pratiquant l'autodiffusion, nous pouvons identifier un trio de tête :

- ❶ les tournées
- ❷ le catalogue éditeur – à égalité avec le « phoning »
- ❸ la mailing liste

Ces résultats laissent apparaître une volonté affirmée pour les auto-diffusés de maintenir avant tout un contact physique – direct - avec les points de ventes.

Cette approche, qui pourrait être jugée comme désuète, est néanmoins pratiquée par une large majorité des éditeurs, sans distinction d'âge.

Pour des éditeurs interrogés, cette relation directe est la marque de la « petite édition ». Elle est selon eux un atout concurrentiel face à une « grosse édition » déshumanisée dans ses rapports clients.

Toutefois, les éditeurs dans leur majorité conviennent que le travail de démarchage est couteux, fatigant et qu'il n'aboutit pas nécessairement.

Tous les éditeurs ont indiqué utiliser l'ensemble des outils à leur disposition (catalogue, mailing, tournée...), les jugeant complémentaires.

L'impact des sites Internet éditeurs n'est que difficilement mesurable.

Les impressions sont divergentes. Certains estiment qu'un site Internet est indispensable, d'autres ne sont pas convaincus de la pertinence d'un tel outil en soi.

Des libraires interrogés nous ont affirmé préférer le catalogue papier plus pratique et moins chronophage dans sa manipulation.

Concernant les modalités commerciales, là encore les chiffres viennent confirmer un ressenti de terrain.

Le dépôt reste pour les éditeurs en région une pratique courante, bien que de plus en plus complexe et aléatoire.

3/4 éditeurs pratiquent le dépôt.

Pour autant, **3/4 pratiquent aussi le compte ferme.**

Cette double pratique n'est jugée contradictoire pour aucun éditeur interrogé.

En effet, la finalité, pour l'éditeur, étant d'être visible en point de vente.

4 éditeurs ont répondu à la question « ressentez-vous un nivellement de la diffusion ? ».

Mais aucun n'a pu apporter de données formelles. Il s'agit donc dans ces cas d'un ressenti plutôt personnel.

⚡ Diffusion déléguée

6 éditeurs ont déclaré disposer d'un diffuseur professionnel exclusif.

Dans ¾ des cas le diffuseur pratique les offices.

4 fois sur 5 le diffuseur touchent les centrales et les Grandes surfaces spécialisées.

Les rencontres directes entre l'éditeur et le diffuseur restent rares. Majoritairement, 1 par an. Pour autant, le dialogue avec le diffuseur est jugé enrichissant par l'essentiel des éditeurs. L'éditeur suit largement les conseils de son diffuseur.

Les éditeurs consultés nous ont dit consentir en confiance cette délégation de la diffusion. Pour autant, ils maintiennent presque tous un contact direct avec des points de vente. Le plus souvent des librairies avec lesquels l'éditeur a pu créer des liens d'amitié. Ils souhaitent par ce biais ressentir, par eux-mêmes, les variations du marché et obtenir un retour direct sur leurs productions.

- *DISTRIBUTION*

☹ Auto-distribué

**A la question « assurez-vous, vous-même la distribution ? »,
9 éditeurs ont répondu « totalement » et 2 « en partie ».**

Plus de 4/5 éditeurs assurent connaître Prisme¹⁶. 3/5 à l'utiliser.

Le mode de distribution le plus plébiscité est clairement l'envoi par la Poste.

4/5 éditeurs déclarent le pratiquer régulièrement.

Ce choix est retenu pour sa souplesse. Les commandes formulées auprès des éditeurs étant souvent effectuées en faibles quantités.

Cette voie de distribution n'est pas pour autant la plus rigoureuse.

Sur 12 éditeurs,

- 3 ont affirmé honorer leur commande en 48h maximum
- 5 dans un délai variable de 2 à 4 jours
- 4 éditeurs annoncent des délais de livraison supérieurs à 5 jours ouvrables, allant jusqu'à 15 jours

¹⁶ « Pour bénéficier d'un effet de poids additionnés, les commandes sont remises à une plate-forme de regroupement : le GIE Prisme. Le libraire choisit son transporteur, parmi les transporteurs agréés, et en assume le coût, depuis Prisme jusqu'à sa librairie. L'acheminement de ses commandes jusqu'à Prisme ainsi que 60 % du coût du traitement sur celle-ci sont supportés par l'éditeur.

Cette plate-forme reçoit également les retours des libraires et les éclate en direction des différents distributeurs. Les coûts d'acheminement des retours jusqu'à Prisme et de traitement par Prisme sont à la charge des libraires. Le coût de transport depuis Prisme vers les centres de distribution est à la charge de l'éditeur. » (Cf. définition SNE)

Indéniablement ces délais de livraison bien trop longs sont préjudiciables à l'éditeur, et tendent parfois à donner de l'édition indépendante, une image trop artisanale et, de fait, aléatoire et non professionnelle.

Les témoignages ont laissé apparaître que le passage à une distribution déléguée impliquait une professionnalisation de l'éditeur, l'engageant à plus de rigueur.

Le temps consacré par les éditeurs au travail d'expédition est nécessairement très variable, pour des raisons de quantités, de charge de commande, mais aussi de disponibilité.

Des éditeurs procèdent à l'expédition des ouvrages dès réception de la commande, d'autres favorisent les envois groupés.

4/5 éditeurs ont déclaré facturer au point de vente les frais postaux d'expédition.

Dans le cas de Prisme, notamment, ces frais sont à la charge de l'éditeur.

75% des éditeurs concernés assurent eux-mêmes les facturations.

Et 89% d'entre eux indiquent ne rencontrer aucune difficulté dans cette tâche.

A la question clé « l'auto-distribution vous apparaît-elle comme un frein à la commande des libraires ? », les réponses sont partagées.

Les entretiens individuels ainsi que les réunions de groupe ont fait apparaître en effet des grandes divergences.

Certains éditeurs reconnaissent des difficultés croissantes dans la prise de commande par les points de vente. D'autres relèvent que la négociation, le relationnel avec les points de ventes et un catalogue de qualité permettent de passer tous les barrages.

Calibre est connu de 5 éditeurs.

Dans une large majorité, les éditeurs n'ont pas adhéré au principe et n'ont pas perçu de différence notable avec un distributeur professionnel.

A l'heure du bouclage de l'enquête, aucun éditeur lorrain n'a signé de contrat avec Calibre.

↯ Distribution déléguée

3 éditeurs ont déclaré disposer d'un distributeur.

Les principales motivations en faveur d'une distribution déléguée sont les suivantes :

- meilleure visibilité dans les réseaux de librairies
- augmentation des points de vente et du taux de mise en place
- intégration formelle à la chaîne économique du livre
- compétences commerciales que l'éditeur n'a pas en interne

Deux avantages liés au passage à une distribution professionnelle sont principalement mis en avant :

- abaissement de la charge de travail
- professionnalisation

Globalement, les éditeurs portent un regard assez sévère sur les professionnels de la distribution. Les offres faites aux « petits éditeurs » apparaissent couteuses et peu adaptées.

II/3 – axes déterminants

Prenant acte des données obtenues et en référence aux entretiens, nous avons retenu deux axes déterminants que les préconisations devront nécessairement intégrer.

PROFESSIONNALISATION

Les réponses au questionnaire, ainsi que les entretiens ont mis à jour des lacunes de la part de certains éditeurs.

En particulier, quelques éditeurs semblent avoir une idée relativement floue de notions et de termes pourtant essentiels à une bonne compréhension des mécanismes de la chaîne du livre, et de la commercialisation en particulier.

Les notions de stocks, de niveaux de points de ventes, de taux de remises, de contrats... restent à développer ou à approfondir dans bien des cas.

Le statut de la maison d'édition n'entre pas en ligne de compte.

Des éditeurs de statut associatif et produisant « pour le plaisir », disposent souvent de compétences et de réseaux de ressources de qualité.

Les manques sont parfois avoués, mais dans nombre de cas, l'éditeur fort de son expérience et de son savoir faire ne considère pas qu'une formation lui soit profitable.

Ce manque, qui relève de la « part métier », est aussi formulé par diffuseurs et libraires à l'encontre des éditeurs. Ces derniers jugent parfois les pratiquent des éditeurs : « décousues » et « peu rigoureuses ».

Les éditeurs et diffuseurs ne sont pas non plus tendres vis-à-vis des points de ventes, et font régulièrement le constat d'une baisse de niveau et de qualification des « libraires », au profit d'une approche commerciale, elle-même non sans lacunes.

Indéniablement les éditeurs qui se sont dotés de diffuseurs et/ou distributeurs professionnels, ont eux-mêmes gagné en professionnalisme.

CLASSIFICATION, REGROUPEMENT & MUTUALISATION

Le choix d'éditer répond à deux grandes aspirations principales :

- plaisir de faire connaître auteurs et illustrateurs
- volonté de vivre du métier d'éditeur

Dès lors, trois grandes catégories d'éditeurs se dessinent :

- les éditeurs ayant pour volonté de vivre de leur métier d'éditeur
- les structures pratiquant l'édition en plus d'autres activités
- les éditeurs œuvrant pour le plaisir sans nécessité de bénéfice

Au-delà de cette scission, en existent d'autres :

- genres littéraires abordés, notion de régionalisme ou d'éditeur en région
- compte d'éditeur / travail sur commande / compte d'auteur
- éditeurs pour adultes / jeune public
- diffusion régionale / diffusion nationale...

L'enquête a fait apparaître un souci de confidentialité.

Paradoxalement, nombre d'éditeurs ont fait part de leur volonté d'engager un travail collectif, sur des thèmes de fond, de mutualiser leurs moyens, d'une mise en réseau régionale ou interrégionale.

Toutefois, certains éditeurs ont également fait part de leurs déconvenues à l'occasion d'échanges et d'associations avec des éditeurs non Lorrains.

Face à cette communauté d'éditeurs hétérogène, il convient d'aborder la problématique de la diffusion et de la distribution en tenant compte des affinités de catalogue des éditeurs, des ambitions commerciales et des capacités techniques et humaines.

PARTIE III

Objectifs et préconisations

III/1 – attentes et projections

Contrairement aux idées reçues, dans une large proportion, les éditeurs ne sont pas dans une attente passive, mais bien dans une recherche dynamique de solutions. Ils souhaitent dès lors une écoute attentive des pouvoirs publics - communes, communautés de communes, départements, région, services de l'Etat - mais aussi de la part des acteurs du développement économique.

Si l'aide directe n'est pas exclue, elle n'est pas pour autant la solution ultime.

Le tableau ci-après reprend les attentes récurrentes formulées en entretiens et réunions :

ATTENTES EDITEURS	ATTENTES LIBRAIRES
Approche par genres littéraires Catalogue papier des nouveautés 2/an Favoriser les rencontres entre acteurs du livre Label, communication identitaire points de ventes Participation à des salons ciblés Réseau interrégional des éditeurs par genres Accompagnement technique, formations Favoriser la curiosité des libraires et bibliothécaires	Professionalisation des éditeurs Editeurs dotés d'outils essentiels : site internet, formulaires de commande en ligne, catalogue papier Favoriser échanges et rencontres avec éditeurs Favorable aux systèmes de type Calibre Refus des dépôts
Professionalisation des acteurs de la chaîne du livre Plus de rigueur dans les facturations et règlements Plus de rigueur dans le suivi des commandes et des délais	

III/2 – préconisations prioritaires

2 - 1. Les aides indirectes.

↳ Accompagner la professionnalisation

- **consolider la présence des éditeurs sur les salons et événements littéraires**
 - les salons offrent aux éditeurs l'opportunité de rencontrer publics et lecteurs en direct, d'échanger entre professionnels, d'élargir leur potentiel de diffusion
 - professionnalisation de la présence sur des manifestations ciblées
 - cahier des charges
 - objectifs
 - grille bilan
 - formations et/ou réunions préparatoires à la présence d'éditeurs sur certains salons
 - formation ciblée, éventuellement à l'échelle de plusieurs régions afin d'assurer aux intervenants un public suffisant et dans un souci d'économie
 - concertation entre organisateurs de manifestations littéraires de Lorraine : ligne de conduite commune vis-à-vis de l'autoédition, de l'édition à compte d'auteur et des éditeurs à compte d'éditeur lorrains
- **développer les rencontres interprofessionnelles**
 - les différents acteurs du livre, éditeurs, comme libraires ou bibliothécaires revendiquent des temps de rencontres et d'échanges sous pilotage commun
 - programmation ambitieuse et pérenne favorisant les échanges et rencontres entre acteurs de la chaîne du livre
 - échanges réguliers entre acteurs de l'économie et du livre pour une approche transversale visant la professionnalisation
 - fixer des objectifs clairs
 - inviter au décroisement
- **mettre en place des formations ciblées**
 - développer à l'échelle Lorraine ou à l'échelle interrégionale (Grand Est) des formations adaptées aux attentes des acteurs de terrain
 - sensibiliser les acteurs de la chaîne du livre à la formation continue proposée par leurs structures professionnelles de référence, mais aussi par les chambres de commerces, chambres des métiers...

- programmer la décentralisation de certains modules de formations proposés par des structures nationales de référence
 - délocalisation à l'échelle interrégionale
 - adaptation aux spécificités des éditeurs et à leurs besoins précis
- **rédaction d'une Charte de l'éditeur**
 - l'enquête a fait apparaître des différences d'approches, de formations, de conviction, d'éthiques, d'objectifs... de la part des éditeurs, pour autant, ils s'inscrivent dans une même communauté professionnelle
 - établir une Charte c'est signifier ce qu'est « être » un éditeur en région
 - forme de labellisation pour élus, organisateurs de manifestations, grand public, libraires, bibliothécaires...
 - renforcement d'une appartenance communautaire

↳ Encourager la mutualisation

- **accompagner les démarches communes d'éditeurs en région**
 - si le développement d'une fédération des éditeurs de Lorraine semble, a priori, pour le moment, peu envisageable, des regroupements par affinités de catalogue et de genres littéraires sont réalistes
 - organiser le regroupement d'éditeurs par affinités de catalogues
 - catalogue papier commun
 - tournée commune des points de ventes
 - stand commun sur de grands salons
 - stockage commun
 - rencontres communes avec des professionnels
 - mise en réseau d'informations sur des portails culturels (ex. Plurio.net)
 - par extension pour les éditeurs de revues : accompagner le repositionnement de la Fédération des revues régionales, aujourd'hui en sommeil, et accroître son potentiel d'attractivité
- **favoriser échanges et coopérations interrégionales**
 - la nécessité de renforcer les liens entre éditeurs installés dans des régions différentes a été rapidement soulevée
 - organisation d'une diffusion croisée des catalogues
 - échanges entre éditeurs
 - transmission aux points de ventes, bibliothèques, pouvoirs publics...
 - organisation de temps de rencontres et d'échanges sur l'un ou l'autre des territoires

↳ Sensibiliser l'environnement des éditeurs

- **informer les décideurs et élus sur les problématiques de la chaîne du livre**
 - chaque éditeur (mais aussi libraire) appartient à une commune, une communauté de communes, un département, une région...
 - sensibiliser les élus à l'existence sur leur territoire d'un acteur du livre
 - positionnement à l'échelle régionale et nationale
 - aide à la prise de décision
 - inciter les organisateurs d'événements, bibliothécaires, et membres d'association à s'appuyer sur les éditeurs locaux pour organiser rencontres et conférences avec le grand public
 - organiser des forums et temps de rencontres associant milieu économique et professionnels du livre
- **améliorer la connaissance que libraires et éditeurs ont des aides disponibles**
 - favoriser les échanges et formations communes au milieu de la culture et au milieu économique
 - travail en lien avec l'EPCC ARTECA

2 - 2. Les aides directes.

- **consolider les aides pour la réalisation d'outils de diffusion**
 - catalogue papier, lettre électronique, signets, site Internet... sont autant d'outils complémentaires favorisant la diffusion des éditeurs
 - aides directes sous la forme de subventions annuelles ou tous les deux ans
- **développer une aide spécifique accompagnant la mutualisation en matière de diffusion et distribution**
 - la mutualisation peut être une voie adéquate pour la diffusion et la distribution de certains éditeurs, leur démarche doit pouvoir être accompagnée financièrement
 - aide à l'acquisition d'un lieu commun de stockage
 - aide à la création d'une structure commune dédiée à la diffusion
 - aide à l'acquisition de logiciels de gestion et de diffusion professionnels

- **soumettre les aides économiques et culturelles à une obligation de formation**
 - la nécessité de professionnalisation n'est pas évidente pour tous les éditeurs, certaines aides se doivent d'imposer des critères de métier
 - inscrire l'obligation de formation dans les règlements d'intervention et les critères d'attributions de subventions publiques
 - assurer un suivi-bilan par paliers, afin d'être en capacité de proposer les formations adéquates

III/3 – conclusion

Les résultats obtenus permettent d'éclairer, d'un jour nouveau, la réalité de la problématique de la diffusion et de la distribution des éditeurs de Lorraine.

Il apparait sans conteste que la mutualisation, la professionnalisation, le décroisement entre économie et culture et enfin que les échanges interrégionaux sont des pistes d'avenir pour une communauté hétérogène consciente d'appartenir à un milieu concurrentiel.

Nous invitons aujourd'hui les professionnels et les pouvoirs publics à s'imprégner des résultats de cette enquête.

Réalisée à l'échelle de la Lorraine, elle doit être lue en complément des autres études de terrains, réalisées ou à venir notamment de la part des régions membres de la FILL.

L'avenir des éditeurs en régions est nécessairement lié à celui des libraires, et de ce fait, toute action en leur faveur devra être inscrite dans une réflexion plus globale et prendre en compte les différentes pistes de travail énoncées dans de récentes études¹⁷.

¹⁷ *Rapport de la Mission de réflexion sur la librairie indépendante*, septembre 2007, Antoine GALLIMARD – *Rapport Livre 2010*, juin 2007, Sophie BARLUET – *Audit de modernisation sur l'organisation et le financement de la chaîne du livre*, septembre 2007, Alain CORDIER, Lê NHAT BINH, Bernard FONTAINE

ANNEXES

ANNEXE I – Bibliographie indicative

ANNEXE II – Questionnaire EDITEUR

ANNEXE III – Questionnaire LIBRAIRE

ANNEXE IV – Guide d’entretien DIFFUSEUR/DISTRIBUTEUR

ANNEXE V – Compte rendu : réunion édition de création, 15 mai 2007

ANNEXE VI – Compte-rendu : réunion édition d’histoire et patrimoine, 29 juin 2007

ANNEXE VII – Convention EPCC ARTECA-CRL de Lorraine

ANNEXE VIII – Manifestations programmées avec régularité

ANNEXE IX – Editeurs consultés

ANNEXE X – Liste générale des personnes consultées

ANNEXE I

Bibliographie indicative

Ouvrages de référence :

Regards sur l'édition, I. Les petits éditeurs, situations et perspectives, de Bertrand LEGENDRE et Corinne ABENSOUR, éd. Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la communication, 2007

Regards sur l'édition, II. Les nouveaux éditeurs (1988-2005), de Bertrand LEGENDRE et Corinne ABENSOUR, éd. Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la communication, 2007

La boutique des merveilles, de Baptiste MARREY, éd. Du Linteau, 2007

L'édition littéraire aujourd'hui, sous la direction d'Olivier BESSARD-BANQUY, éd. Presse universitaires de Bordeaux, coll. Les Cahiers du livre, 2006

Le prix du livre, la Loi Lang 1981-2006, collectif, éd. Imec, coll. L'édition contemporaine, 2006

Le droit du livre, d'Emmanuel PIERRAT, éd. Cercle de la librairie, 2005

Le droit d'auteur et l'édition, d'Emmanuel PIERRAT, éd. Du cercle de la librairie, 2005

Guide pratique de l'écrivain, de Paul DESALMAND, éd. Leduc, 2004

L'édition en procès, de Sylvain GOUDEMARE et Emmanuel PIERRAT, éd. Léo Scheer, 2003

Les métiers de l'édition, de Bertrand LEGENDRE, éd. Du Cercle de la librairie, 2002

Pratiques de gestion éditoriale – du livre à internet, de Christian ROBIN, éd. Du Cercle de la librairie, 2000

Le métier de libraire, collectif, éd. Du Cercle de la librairie – ASFODEL, 1995

Le livre, Mutations d'une industrie culturelle, de François ROUET, éd. La documentation française, 1992

Enquêtes et Rapports :

Audit de modernisation sur l'organisation et le financement de la chaîne du livre, Alain CORDIER, Lê NHAT BINH, Bernard FONTAINE, septembre 2007

Rapport de la Mission de réflexion sur la librairie indépendante, Antoine GALLIMARD, septembre 2007

Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, Prospectives : pratiques et publics, Ministère de la culture et de la communication, juin 2007

Pour que vive la politique du livre, Rapport Livre 2010, Sophie BARLUET, juin 2007

Situation économique de la librairie indépendante, Syndicat de la Librairie Française, Syndicat National de l'Édition et Ministère de la culture et de la communication, mars 2007

Mission d'évaluation du Centre régional du livre de Lorraine, Martine BLANC-MONTMAYEUR, janvier 2007

Les acteurs du livre et de la lecture en Bourgogne, Synthèse de l'enquête régionale, Centre régional du livre de Bourgogne, 2006

Enquête sur les éditeurs en Lorraine, Centre régional du livre de Lorraine-EPCC ARTECA, octobre 2005

La Diffusion, collectif, IUT Nancy-Charlemagne Département Information-Communication, 2004.

Les actions en direction de la librairie mises en place par les structures régionales pour le livre, Fédération Française pour la Coopération des Bibliothèques, des Métiers du Livre et de la Documentation, 2004

Enquête sur la présence des succès de librairies dans les médiathèques, collectif, IUT Nancy-Charlemagne, URSIDOC, ENSSIB / Lyon 1, avril 2004

L'édition du livre en France, repères statistiques 2003, SNE, juillet 2004

L'édition en perspective 2003-2004, Syndicat National de l'édition, juillet 2004

Repère économie du livre- services internet proposés autour du livre, EPCC ARTECA, n°3, avril 2004

Repère économie du livre-possibilités de découvrir, acheter, emprunter des livres en Lorraine, Centre régional du livre de Lorraine-EPCC ARTECA, n°2, avril 2004

Repère économie du livre-réflexion sur le développement d'une politique régionale en faveur de l'économie du livre, Centre régional du livre de Lorraine-EPCC ARTECA, n°1, janvier 2004

L'édition en Rhône-Alpes 2000-2001, Rapport intermédiaire, Région Rhône-Alpes, Agence Rhône-Alpes pour le Livre et la Documentation et le Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication, juin 2002

Etude sur la librairie en région Centre, Centre Régional du Livre et de la Lecture Région Centre, décembre 2001

La situation de la librairie en Aquitaine, Pour une politique culturelle dans le cadre de l'aménagement du territoire, Centre Régional des Lettres d'Aquitaine, Jean-Luc FURETTE, Bordeaux, 1999

Revues :

Entretien avec Frédéric Salbans / Harmonia Mundi, pp.66-67, Catherine ANDREUCCI, *Livres Hebdo*, n°692, 1^e juin 2007

Enquête économique sur la librairie indépendante, collectif, *Les cahiers de la librairie*, n°6, mai 2007

Événement : « Il y a autre chose que les tuyaux », p. 6-9, Catherine ANDREUCCI et Fabrice PIAULT, *Livres Hebdo*, n°684, 6 avril 2007

Entretien avec Alain Crochet, p.86-87, Fabrice PIAULT, *Livres Hebdo*, n°684, 6 avril 2007

Ce que change Internet, pp.13-15, Daniel GRACIA., *Livres hebdo*, n°683, 30 mars 2007

Enquête : l'éditeur nouveau est arrivé, p.66, Catherine ANDREUCCI, *Livres Hebdo*, n°682, 23 mars 2007

Forces et faiblesses de la librairie, p.74-78, Clarisse NORMAND, *Livres Hebdo*, n°682, 23 mars 2007

Classement des 400 premières librairies en France, *Livres Hebdo*, n°682, 23 mars 2007, p.97-110

Le livre comme exception culturelle, collectif, *Les cahiers de la librairie*, n°4, avril 2006

Librairie et édition indépendante, collectif, *Les cahiers de la librairie*, n°3, octobre 2005

Atouts et handicaps de la librairie indépendante, collectif, *Les cahiers de la librairie*, n°1, novembre 2004

Dossier : diffusion : où va le livre ?, p.6-9, *Mots de Cocagne, la vie du livre en Midi-Pyrénées*, n°3, été 2004

Dossier : Le transport du livre, *La voix des libraires*, n°23, décembre 2001, p. 2-8

Dossier : La construction de l'offre en librairie, *La voix des libraires*, n°24, décembre 2001, p.2-8

ANNEXE II

Questionnaire EDITEUR

1/ DONNÉES EDITEUR

Adresse :
Code Postal :
Ville :
Tél :
Fax :
Email :
Site Internet :
Responsable :
Contact :
Date de création :
SIRET :
ISBN :

Statut juridique :

Nombre de personnes attachées à l'activité édition :
Nombre de personnes salariées attachées à l'activité édition :
 temps plein :
 temps partiel :

Nombre total de salariés dans la structure (en cas de pluriactivité) :

Masse salariale attachée à l'activité édition (brut hors charges patronales) :
Masse salariale totale (brut hors charges patronales) :

S'agit-il d'une structure indépendante :

OUI NON

Si NON, elle appartient à :

- 1 groupe éditorial, préciser :
- 1 groupe extérieur à l'édition, préciser :
- 1 organisme public, préciser :
- Autre, préciser :

Chiffre d'affaire HT 2006 :

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

OUI NON

Si OUI, lesquelles :

Part de l'édition dans le chiffre d'affaire HT :

Parcours et expériences professionnels antérieurs du responsable :

2/ LIGNE ÉDITORIALE, CATALOGUE

Spécialités :

Comment vous définissez-vous ?

- éditeur régionaliste (publiant des ouvrages se référant à la région et destinés à une diffusion principalement régionale)

OUI NON

- éditeur en région (publiant des ouvrages sans référence à la région et destinés à une large diffusion)

OUI NON

Nombre de titres au catalogue (2006) :

Nombre de parutions par an :

Nombre de collection :

Taux de coédition :

Tirage moyen par titre :

Taux de retour moyen :

Achats de droits (part dans le CA) :

Ventes de droits (part dans le CA) :

Publiez-vous un catalogue ?

OUI NON

Si OUI :

Papier périodicité ?

Site web remise à jour :

hebdo

mensuelle

2 à 3 fois/ an

News letter ou assimilé périodicité ?

De quel volume de stock disposez-vous aujourd'hui (en m²) :

- chez vous
- chez votre distributeur
- autre lieu, préciser :

3/ COMMERCIALISATION

Répartition des ventes (en % du CA HT 2006) :

- librairies :
- grandes surfaces spécialisées :
- hyper et supermarchés :
- sites marchands (Amazon, Chapitre.com, Fnac.com...) :

Quel est le montant moyen de la remise effectuée ? :

Varie-t-elle beaucoup d'un point de vente à un autre ? :

Pratiquez-vous la vente directe ?

OUI NON

Si OUI, par quel système (Part CA en chiffre ou pourcentage):

vente directe dans les locaux de la maison d'édition :

souscription :

par correspondance :

sur votre site Internet :

○ vendez-vous vos livres par le biais de ce site ? OUI

NON

○ sécurisation pour le paiement en ligne ? OUI

NON

sur les salons du livre :

autres, préciser :

Participez-vous à des foires internationales (Francfort, Bologne...) ?

OUI NON

Si OUI, lesquels en 2006 :

Participez-vous à des salons du livre en France (Paris, Brive...) ?

OUI NON

Si OUI, lesquels en 2006 :

Avez-vous déjà eu recours à un soldeur ?

OUI NON

4/ RÉFÉRENCIEMENT

Etes-vous référencé sur :

Electre

FEL

Dilicom

BNF

Decître

Google Book Search

Autres, préciser :

5/ DIFFUSION

Vous êtes auto-diffusé

Assurez-vous vous-même la diffusion ?

totalement

en partie, préciser :

• la zone géographique :

• le type de librairie :

Travaillez-vous avec des commerciaux multicartes pour certains secteurs ?

OUI NON

Si OUI, quelle part consentie (%) :

Etes-vous satisfaits de ce type de prestation ? OUI NON

Souhaitez-vous développer ce mode de commercialisation ? OUI NON

L'auto diffusion est-elle un choix délibéré ?

OUI NON

Pour quelles raisons ?

Avez-vous déjà tenté de vous faire diffuser ?

OUI NON

Si OUI, échecs ?

OUI NON

Si OUI, pourquoi ?

Pourquoi se fait-on refuser par un distributeur / diffuseur ?

- homogénéité des catalogues
- production annuelle insuffisante
- autres, préciser :

Avez-vous réfléchi à un regroupement d'éditeurs pour assurer votre diffusion (type Inextenso) ?

OUI NON

Si OUI, faites vous actuellement partie d'un regroupement ?

OUI NON

Si OUI, lequel ? (coordonnées, nbre éditeurs, date de création...) :

Définissez succinctement vos modalités d'auto diffusion :

Comment donnez-vous l'information sur vos nouveautés aux libraires :

Quels outils pratiques utilisez-vous ?

- catalogue
- mailing liste
- tournées
- téléphone
- soirées de lancement
- autre, préciser :

Visitez-vous vous-mêmes vos points de vente ?

OUI NON

Si OUI

à quel rythme ? :

sur quelles zones géographiques ? :

Combien de points de vente touchez-vous ? :

Comment s'est constitué votre réseau de librairies ? :

Etes-vous présents dans le GSS ?

OUI NON

En super et hypermarchés ?

OUI NON

Comment élargissez-vous votre panel ?

Pratiquez-vous le dépôt en librairie ?

OUI NON

Si OUI, taux de remise (fourchette et moyenne en %) :

Le compte ferme ?

OUI NON

Si OUI, taux de remise (fourchette et moyenne en %) :

Proposez-vous des opérations commerciales aux libraires ?

OUI NON

Si OUI, de quel type ?

Disposez-vous d'un comptoir de vente ?

OUI NON

Si OUI, où ? :

Conditions commerciales :

Principales difficultés rencontrées actuellement (par rapport à ces questions de diffusion / distribution) :

Ressentez-vous un nivellement de la diffusion ?

OUI NON

Quelle place aujourd'hui pour les ouvrages de fond ?

Vous êtes diffusé

Nom(s) de votre (vos) diffuseur(s) :

Régional, préciser les régions :

National :

A l'export :

Coûts détaillés ?

Avez-vous un diffuseur exclusif ?

OUI NON

Quel contrat vous lie au diffuseur ? (fournir un exemplaire)

Coût de la diffusion (% du prix public de vente Hors Taxe) :

Votre diffuseur pratique-t-il les offices ?

Est-ce que le diffuseur touche les centrales et certaines GSS ?

OUI NON

Combien de réunions commerciales annuelles ?

Quels outils devez-vous fournir pour la présentation de vos nouveautés ?

Avez-vous un dialogue enrichissant avec votre diffuseur ?

OUI NON

Prenez-vous en compte leurs conseils ?

OUI NON

Quels outils proposés par le diffuseur vous sert le plus ?

chiffres fournis

analyse marketing

autre, préciser :

Gardez-vous un contact avec les libraires ?

OUI NON

Si OUI, comment ?

Etes-vous au courant de difficultés rencontrées par les libraires dans leur rapport au diffuseur ou au distributeur ?

OUI NON

6/ DISTRIBUTION

Vous êtes auto-distribué

Assurez-vous vous-même la distribution ?

totalement

en partie, zone géographique :

Comment s'opère la livraison aux points de vente ?

Connaissez-vous Prisme ?

OUI NON

Si OUI, l'utilisez-vous ?

Pour quel volume ?

A quelle fréquence ?

Connaissez-vous les tarifs spéciaux « livres » de La Poste ?

OUI NON

Si OUI, les utilisez-vous ?

Pour quel volume ?

A quelle fréquence ?

Faites-vous appel à un transporteur ?

OUI NON

Quels sont vos délais de livraison ?

Quel temps consacrez-vous quotidiennement à l'expédition des ouvrages commandés ?

Faites-vous payer aux libraires les frais postaux d'expédition ?

OUI NON

Connaissez-vous Calibre ?

OUI NON

Si OUI, est-ce une proposition qui vous paraît adaptée à votre structure ?

OUI NON

Pourquoi ?

Pensez-vous utiliser ses services ?

OUI NON

Pour quelles raisons ?

Prenez-vous en charge la facturation des commandes ou avez-vous recours à un comptable ?

OUI NON

Rencontrez-vous des difficultés dans l'établissement des factures ?

OUI NON

Si OUI, lesquelles principalement ?

Quel taux d'impayés dans le recouvrement ?

Est-ce que l'autodiffusion/distribution vous paraît un frein à la commande du libraire ?

OUI NON

Vous êtes distribué

Nom(s) de votre (vos) distributeur(s) :

Régional, préciser les régions :

National :

Etranger, préciser les pays :

Quel contrat vous lie au(x) distributeur(s) ? (fournir un exemplaire)

Quelles provisions sur retour exigées par le distributeur ?

Leurs montants :

Coût de la distribution (% du prix public de vente Hors Taxe) :

Dépôts régionaux

Avez-vous un dépositaire régional ?

OUI NON

Si OUI, son nom :

S'occupe-t-il de votre diffusion régionale ?

OUI NON

Avez-vous un dépositaire dans les autres régions ?

OUI NON

Si OUI, son nom :

Comment servez-vous les libraires de Paris et Région Parisienne ?

Vous êtes diffusé et/ ou distribué

Depuis combien de temps ?

Nombre de titres au catalogue au moment du choix de déléguer la diffusion et/ou la distribution ?

Quelles étaient vos principales motivations pour être diffusé / distribué ?

se donner des marges de croissance

trouver des compétences commerciales que l'éditeur n'a pas en interne

avoir une meilleure visibilité dans les réseaux des librairies

augmenter les points de vente et le taux de mise en place

- alléger la charge de travail pour se concentrer sur son métier d'éditeur
- réduire le taux d'impayés chez les libraires
- s'intégrer à la chaîne du livre en se professionnalisant
- acquérir une légitimité, une image de sérieux et de professionnalisme aux yeux des confrères

Quels sont les services attendus ?

Quelles sont les raisons qui ont motivé le choix des prestataires ?

Etes-vous satisfaits de vos prestataires actuels ?

OUI NON

Si OUI, les principales :

Si NON, les principales :

Quels sont les éléments qui vous permettent de bien travailler ensemble ?

Combien de fois avez-vous changé de prestataire ?

Pour quelles raisons principales ?

Qu'est-ce que le passage en diffusion-distribution a changé dans votre quotidien ?

- charge de travail
- professionnalisation
- tirages
- prix de vente
- autres, préciser :

Comment se répartissent les activités de diffusion et de distribution dans votre emploi du temps ?

Quelles sont les obligations les plus contraignantes ou dangereuses pour vous ?

Principales difficultés actuelles (par rapport à ces questions de diffusion-distribution) ?

Comment décrieriez-vous l'offre qui est faite aux petits éditeurs en matière de diffusion et de distribution ?

Vous paraît-elle adaptée à vos attentes, vos besoins ainsi que vos possibilités ?

Pensez-vous qu'il existe un modèle de structure qui pourrait être en adéquation avec les modes de fonctionnement, ainsi qu'avec les possibilités des petits ?

7/ ATTENTES

Quelles sont vos principales attentes ?

Qu'attendez-vous des collectivités ?

ANNEXE III

Questionnaire LIBRAIRE

1/ DONNÉES LIBRAIRE.

Nom :

Raison sociale :

Date de création :

Date de prise en main :

Adresse :

Tél :

Fax :

Email :

Site Internet :

Nombre de personnes attachées à l'activité librairie :

temps plein :

temps partiel :

Personne dédiée aux marchés publics :

aucune

temps plein

temps partiel

Personne dédiée aux achats :

aucune

temps plein

temps partiel

Comment êtes-vous généralement classé ? :

1^{er} niveau

2nd niveau

GSS

Grande distribution

Autre, préciser :

Combien de références avez-vous en stock ? :

2/ MODALITÉS COMMERCIALES.

Comptes ouverts dans la librairie ? :

	Office		Remise moyenne (%)
	OUI	NON	
Dilisco			
Hachette			
Harmonia Mundi			
Interforum			
MDS			
Sodis			
Union Distribution			
Volumen			
Autres :			

Grossistes ? :

	NOM	Office		Remise moyenne (%)
		OUI	NON	
Régional				
National				
Autres				

Des plateformes, des livres services ? :

	NOM	Remise moyenne (%)
Régional		
Extra régional		
Autres		

Avez-vous d'autres moyens d'approvisionnement ?

NON

OUI

Lesquels ?

Travaillez-vous avec Prisme ?

- NON
- OUI

Au temps d'Internet, quelle importance accordez-vous au passage de représentants dans votre librairie ?

- comme avant
- moindre
- pas ou très peu de visite

Travaillez-vous en direct avec certains éditeurs ?

- NON
- OUI

Si OUI, quel genre d'éditeur en particulier ?

- régionaux
- gros clients
- autres :

Comment ?

- remise spécifique
- animations, dédicaces régulières
- avantages :

Acceptez-vous les dépôts ?

- OUI
- NON

Acceptez-vous les ventes à compte fermes ?

- OUI
- NON

Les éditeurs régionaux tiennent-ils une place particulière dans votre librairie ?

- NON
- OUI

Si OUI,

- espace dédié
- avantages et remises commerciales
- travail de promotion accru
- autres :

3/ LA DIFFUSION

Comment avez-vous connaissance des publications des éditeurs auto-diffusés ?

- mail éditeurs
- Sites Internet éditeurs
- Electre, Dilicom
- visite directe de l'éditeur
- BNF
- Centre régional du livre, Sel
- autres :

Vous renseignez-vous le plus souvent sur les petites maisons d'édition :

- de vous-même
- suite à des demandes de clients
- suite à des critiques presse écrite
- autres :

Suivez-vous des petites maisons d'éditions auto diffusées / distribuées en particulier ?

- NON
- OUI

Si OUI, lesquelles et pourquoi ?

Connaissez-vous Calibre ?

- NON
- OUI

Si OUI, pensez-vous vous y associer ?

- NON
- OUI

Avez-vous connaissance dans le domaine de la diffusion des éditeurs en régions des initiatives qui vous sembleraient particulièrement judicieuses ?

4/ ATTENTES

Quelles sont vos principales attentes ?

Qu'attendez-vous des collectivités ?

ANNEXE IV

Guide d'entretien **DIFFUSEUR/DISTRIBUTEUR**

1/ DONNÉES DE DIFFUSEUR

Raison sociale :

Adresse :

Ville :

Département :

Tél :

Fax :

Email :

Site Internet :

Responsable :

Contact :

Statut juridique :

Capital :

Date de création :

Rattachement à un groupe :

NON

OUI

Si OUI, lequel :

CA 2006 :

Nombre de salariés :

dont temps plein :

dont temps partiel :

Masse salariale (brut hors charges patronales) :

Nombre de commerciaux :

Équipes avec détails :

Fréquence des réunions éditeurs :

Contrat type d'un commercial :

Primes :

Frais de route :

Zones géographiques couvertes :

Pays couverts :

Nombre de clients en France :

à l'étranger :

Moyens de communication pour l'étranger :

Partenariat avec d'autres diffuseurs étrangers :

2/ DISTRIBUTION

Distributeurs partenaires en France et à l'étranger :

Propre distribution :

Surface des locaux :

Nombre d'éditeurs distribués :

Nombre de références :

3/ ÉDITEURS

Nombre d'éditeurs diffusés :

Lesquels :

Nombre total de parutions par an :

Tirages minimaux exigés :

Nombre minimal de nouveautés par an :

Répartition du CA en % par éditeur :

Type d'ouvrages :

Critères de choix d'un éditeur :

Conditions d'inscription pour un éditeur :

Nombre d'éditeurs inscrits de votre région :

Lesquels :

Nombre d'éditeurs inscrits hors région :

Lesquels :

Type de catalogue proposé :

Nombre de sollicitations d'éditeurs de votre région :

Nombre de références en diffusion :

Nombre moyen de références par éditeur :

Taux moyen du coût de la diffusion des éditeurs :

Conditions d'exclusivités :

4/ POINTS DE VENTE

Remises de base du libraire :

Taux moyens de remises aux libraires :

Taux moyen des remises aux GSS :

Classification des clients avec critères :

Détail des niveaux des libraires :

Nombre

Super :

Hyper :
GSS :
Conditions commerciales :

5/ COMMERCIAUX

Nombre de représentants :
Départements visités :
Pays visités et DOM TOM :

Spécificités des représentants :
Service d'analyse commerciale pour les représentants :
Accompagnement commercial, promotionnel, éditorial pour les éditeurs :
Remise en vente du fond des éditeurs :

Nombre d'office servis :
Conditions de vente de l'office :
Cadence des offices, dates :
Grille d'office :
Nombre moyen de titres présentés à chaque office :
Délais des retours :
Nombre d'opérations dans l'année :
Cadence des visites :
Dépôts et gestion des dépôts + remises :
Ventes fermes + remises :
Taux de retour sur office, dépôts :

6/ DÉVELOPPEMENT

Participation aux salons français et internationaux :
Stand individuel ou commun :
Publication d'un catalogue :
Cadence du catalogue et nombre de pages :
News letter :
Site Internet :
Renseignement des bases de données :
Lesquels :
Commandes directes via le net :
CA ventes directes :
Travaillez-vous avec des librairies en ligne ?
Lesquelles :
Organisation de signatures, de débats :
Projets :

ANNEXE V

Compte rendu Réunion édition de création 15 mai 2007 – Pont-à-Mousson

PARTICIPANTS :

M. Olivier BRUN, M. Didier CHATOR, M. Jacques DEVILLE, M. Dominique FAGNOT, Mme Axelle FELGINE, M. William GUYOT, Mme Blandine HALLINGER, M. André KELCZEK, Mme Valérie LAHOUEL, M. Frédéric LAPIQUE, M. Christian LESOURD, Mme Aurélie MARAND, M. Jean-Michel MARCHE, Mme Michèle MAUBEUGE, M. Pierre MECHIN, Mme Caroline MOUROT, M. Christophe PREVOST, M. Maurice RAUSCH.

EXCUSES :

Mme Martine CLESSE, M. Jean-Bernard DOUMENE, Mme Véronique LAGNY DELATOUR, M. Claude LUTZ, M. Didier MANUEL, Mme Stéphanie NICOT, M. Eric PELOSATO, M. Frédéric WETTA.

La problématique de la diffusion et de la distribution des éditeurs installés en Lorraine correspond à un axe majeur du travail engagé par le Centre régional du livre de Lorraine en 2007.

Afin de proposer des outils pertinents et répondant à des attentes ciblées, le Centre régional du livre structure un travail d'enquête et de réflexion dont les premiers résultats pourront être présentés à l'automne 2007.

Ce travail de fond, est rendu possible par la présence sur 5 mois, de Blandine Hallinger, stagiaire au Centre régional du livre, grâce à l'expertise de l'EPCC ARTECA – Nancy - et s'inscrit dans un travail commun mené avec d'autres régions françaises au sein de la FILL (fédération interrégionale du livre et de la lecture - Paris).

Le travail engagé en Lorraine est également décliné en Aquitaine, Auvergne, Basse Normandie, Bretagne, Bourgogne, Centre, Haute Normandie, Limousin, Midi-Pyrénées, PACA et Poitou-Charentes.

Plan de travail d'enquête sur le thème « diffusion-distribution ».

avril 2007	finalisation de questionnaires au sein de la FILL, adaptation à la région Lorraine
mai-juillet 2007	entretiens individuels avec éditeurs (tous genres), libraires, diffuseurs, distributeurs – une trentaine de rencontres programmées réunions de réflexion associant différents acteurs de la chaîne du livre et partenaires institutionnels

août 2007	analyse des données, transcription graphique, rapport de synthèse
automne 2007	transmission écrite, et en réunion, des données, présentation du rapport d'enquête, mise en ligne du rapport
automne 2007 – début 2008	définition des outils à développer, validation d'orientations et de budgets par les partenaires institutionnels, constitution de groupes de travail

Réunions de réflexion programmées autour des deux grands groupes d'éditeurs, et associant d'autres acteurs de la chaîne du livre :

15 mai – éditeurs dits de « création », c'est-à-dire les éditeurs n'ayant souvent pas de lien avec la Lorraine sauf leur localisation géographique : productions littéraires sans thème lorrain, auteurs et illustrateurs pas nécessairement lorrains.

29 juin - éditeurs abordant la Lorraine dans leurs productions (romans, récits, beaux-livres, guides...)

Réflexions soumises au CRL avant la rencontre du 15 mai.

En amont de la réunion, certains éditeurs ont fait part de leurs réflexions au Centre régional du livre.

Il s'en dégage, les points suivants :

- souhait d'une approche par genres littéraires et par affinités de catalogues
- proposition de catalogues collectifs de nouveautés distribués deux fois par an
- volonté de multiplier les rencontres favorisant un échange direct entre acteurs de la chaîne commerciale du livre (cf. « Carte Blanche », initié par le Centre régional du livre en avril à Toul)
- aides directes aux éditeurs pour accompagner la diffusion et la distribution
- création d'un label (communication directe en librairie), avec logo, PLV...
- renforcement de la présence sur des salons ciblés (Marché de la poésie, Angoulême, Etonnants voyageurs...)
- mise en réseau interrégionale des éditeurs par affinités de catalogues : rencontres, échanges, actions communes...
- accompagnement technique et formation (dans les domaines : juridique, commerce, comptabilité)

Si des constantes et des approches communes se font jour, certaines divergences apparaissent aussi, souvent liées au degré d'ancienneté de la maison d'édition, à son statut et à l'expérience de l'éditeur :

- distinction : diffusion/distribution ou au contraire approche globale
- enjeux différents selon les statuts des maisons d'édition et le degré de professionnalisme de l'éditeur : une association n'aura pas les mêmes objectifs qu'une entreprise, certains éditeurs doivent vivre de leur métier
- nécessité de professionnaliser la diffusion et la distribution // volonté de se réserver la diffusion
- souhait de salarier un commercial commun à plusieurs éditeurs // difficulté de se voir en employeur alors que la maison d'édition vit grâce à des bénévoles

La logique de plate forme commune de diffusion.

Plusieurs exemples de regroupements d'éditeurs sont expliqués, avec certaines réserves :

1. dans une large majorité ces regroupements ont rencontré des difficultés de fonctionnement
 2. pour la plupart, ils ont du cesser au bout de 5 à 10 ans pour désaccords entre éditeurs
- Ateles : regroupement d'éditeurs pour répondre au problème de la diffusion en librairie : regroupement par genre pour une meilleure cohésion face aux points de ventes. Fonctionnement effectif pendant près de 10 ans, mais cessation lors du départ d'éditeurs à l'origine du projet. Tensions internes fortes.
 - Inextenso : basé sur la même logique, a fonctionné durant 5 ans. Fin d'Inextenso en raison de désaccords sur les développements à opérer (Inextenso conseil). Diffusion assurée par un commercial Inextenso, distribution déléguée à une structure professionnelle. Atout majeur : nécessité pour les éditeurs de se professionnaliser, de gagner en rigueur.

L'idée de la mise en place de plates formes de diffusion par genres littéraires semble a priori souhaitable. Ces regroupements d'éditeurs selon des critères prédéfinis pourraient faire l'objet de soutiens et d'accompagnements spécifiques :

- aides directes à la diffusion/distribution pour la plate forme
- catalogues communs
- facturations communes
- commercial commun
- relations presse et achats de publicités en commun
- animations événementielles communes...

Ouverture envisageable à des éditeurs non Lorrains.

Nécessité de définir contractuellement les conditions d'inscription à une plate forme.

Ces plates formes - outre l'aspect diffusion - auraient pour vocation de « tirer » chaque éditeur vers la professionnalisation.

Solution qui peut être perçue comme une étape, avant l'appel à une structure de diffusion professionnelle.

Présentation de Calibre.

Calibre : structure de distribution créée par le Syndicat National de l'Édition, bénéficiant du soutien financier de la Direction du livre et de la lecture (Ministère de la culture) et du partenariat du Syndicat de la librairie française.

- plate forme de distribution implantée en région parisienne
- facturation unique Calibre adressée aux points de vente, relances par Calibre... mission comparable à toute structure de distribution professionnelle
- pourcentage de 14% reversé à Calibre, sauf la première année d'inscription : 11%
- direction assurée depuis mars 2007 par Rémy Amar, sous tutelles d'un conseil d'administration et d'un comité technique
- pas de stock chez Calibre
- relations commerciales assurées en direct par l'éditeur avec ses points de ventes
- Calibre = lien de logistique et de facturation entre l'éditeur et ses points de ventes
- 1 seul interlocuteur technique et financier pour le point de vente

- transport des ouvrages vers Calibre à la charge de l'éditeur, idem pour les retours
- nécessité d'une rigueur de livraison pour les éditeurs
- structure de distribution réservée aux éditeurs produisant en petites quantités et disposant de flux très faibles

Pas d'éditeurs lorrains, à notre connaissance, inscrits, à ce jour, à Calibre.

Autres pistes de travail ouvertes lors des échanges.

- nécessité de faciliter le travail des libraires
- s'appuyer sur internet pour la promotion et la commande
- favoriser l'automatisation pour faciliter les commandes
- une version papier du catalogue est souvent préférée par certains libraires
- Internet peut nuire à terme aux librairies, les clients risquent d'acheter les livres en ligne
- la multiplication de petites maisons d'édition fragilise les diffuseurs
- s'intéresser au fonctionnement des circuits de distribution du disque à titre de modèle, mais aussi pour une approche possible avec des distributeurs en baisse de trafic en raison de la chute du commerce du CD

La DRAC Lorraine et le Conseil régional de Lorraine attendent que ce travail de fond, engagé par le Centre régional du livre, en lien avec l'EPCC ARTECA, qu'il permette de dégager des pistes concrètes pour la mise en place d'aides, d'outils, de plans de formation...

Il s'agit d'obtenir un état des lieux utile au développement d'une politique du livre renouvelée, en phase avec la réalité du terrain.

La Région Lorraine, le cas échéant, fera évoluer ses règlements d'intervention.

En fin de rencontre, vers 11h30, la visite d'une plate forme de distribution de la société Arvato, du groupe Bertelsman, implantée à Pont-à-Mousson, a été proposée aux participants.

Cette visite d'un site impressionnant de 30 000 m² a permis de mieux comprendre la part logistique que représente la distribution de biens culturels (plate forme de distribution internationale de CD, DVD, jeux vidéo).

Remerciements particuliers à Pierre Méchin qui a permis cette visite.

Le Centre régional du livre reste tout l'été à votre écoute, belles vacances à tous.

ANNEXE VI

Compte rendu Réunion édition d'histoire et patrimoine 29 juin 2007 – Pont-à-Mousson

PARTICIPANTS :

Mme Martine CLESSE, librairie Ducher, 55 ; M. Bernard VISSE, Ecrivosges, Une page à l'autre, 88 ; M. Maurice RAUSCH, Presses Universitaires de Nancy, 54 ; M. Yann PROUILLET, Edhisto, 88 ; M. Jean-Marie CUNY, La revue Lorraine Populaire, 54 ; M. Roger MARTINOIS, Les Chroniques Joviciennes, 54 ; M. Gérard KLOPP, éd. Gérard Klopp, 57 ; M. Guy-Joseph FELLER, éd. Paroles de Lorrains, 54 ; M. Jean-Louis RIVAL, Le Pays Lorrain, 54 ; M. Jean-Baptiste CHAPLEUR, Salon du livre d'histoire de Verdun, Centre mondial de la paix, 55 ; M. Denis BERGEROT, éd. Gens de Lorraine, 54 ; M. Alexandre AGIUS, Salon du livre d'histoire de Woippy, 57 ; Mme Carole ASTIE, Salon du livre d'histoire de Woippy, 57.

EXCUSES :

M. Patrice GREFF, Une page à l'autre, Lorraine, livres & passion ; Mme Marie-Pierre LEROY, Maison de la crouée ; Mme Valérie LAHOUEL, directrice des affaires culturelles, Conseil régional de Lorraine ; M. Marc FELLER, Patrimoine du Pays de Longwy ; M. Philippe MARTIN, Annales de l'Est ; M. Jean-Luc DEMANDRE, Connaissance de la Meuse ; M. Frédéric MAGUIN, éd. Koidneuf ; M. Stéphane CHOPAT, Causons-en ; M. Gérard LOUIS, éd. Gérard Louis ; M. Stéphane WIESER, La Gazette Lorraine ; M. Joël COUCHOURON, éd. Joël Couchouron ; M. Bernard HUMBERT, Etudes Toulouses ; Mme Nathalie EUSTACHE, Les Ailes du livre de Longwy ; Mme Anny BERTRAND, éd. La Nuée Bleue ; M. Dominique DA COSTA, Vice-président des éd. Paroles de Lorrains, 54.

La problématique de la diffusion et de la distribution des éditeurs installés en Lorraine correspond à un axe majeur du travail engagé par le Centre régional du livre de Lorraine en 2007.

Afin de proposer des outils pertinents et répondant à des attentes ciblées, le Centre régional du livre structure un travail d'enquête et de réflexion dont les premiers résultats pourront être présentés à l'automne 2007.

Ce travail de fond, est rendu possible par la présence sur 5 mois, de Blandine Hallinger, stagiaire au Centre régional du livre, grâce à l'expertise de l'EPCC ARTECA – Nancy - et s'inscrit dans un travail commun mené avec d'autres régions françaises au sein de la FILL (fédération interrégionale du livre et de la lecture - Paris).

Le travail engagé en Lorraine est également décliné en Aquitaine, Auvergne, Basse-Normandie, Bretagne, Bourgogne, Centre, Haute-Normandie, Limousin, Midi-Pyrénées, PACA et Poitou-Charentes.

Plan de travail d'enquête sur le thème « diffusion-distribution ».

avril 2007	finalisation de questionnaires au sein de la FILL, adaptation à la région Lorraine
mai-juillet 2007	entretiens individuels avec éditeurs (tous genres), libraires, diffuseurs, distributeurs – une trentaine de rencontres programmées réunions de réflexion associant différents acteurs de la chaîne du livre et partenaires institutionnels
août 2007	analyse des données, transcription graphique, rapport de synthèse
automne 2007	transmission écrite, et en réunion, des données, présentation du rapport d'enquête, mise en ligne du rapport
automne 2007 – début 2008	définition des outils à développer, validation d'orientations et de budgets par les partenaires institutionnels, constitution de groupes de travail

Réunions de réflexion programmées autour des deux grands groupes d'éditeurs, et associant d'autres acteurs de la chaîne du livre :

15 mai – éditeurs dits de « création », c'est-à-dire les éditeurs n'ayant souvent pas de lien avec la Lorraine sauf leur localisation géographique : productions littéraires sans thème lorrain, auteurs et illustrateurs pas nécessairement lorrains.

29 juin - éditeurs abordant la Lorraine dans leurs productions (romans, récits, beaux-livres, guides, revues...)

1/ Problématiques abordées lors de la réunion du 29 juin :

- les livres régionaux sur la Lorraine disposent d'un lectorat potentiel faible en dehors du territoire lorrain et/ou Grand Est
- en Lorraine aucune solution au problème de la diffusion et de la distribution n'est véritablement efficace aujourd'hui
- l'autodiffusion n'est pas une solution viable
- les libraires sont insuffisamment visités par les éditeurs et diffuseurs d'ouvrages sur la Lorraine à l'heure actuelle
- en ce qui concerne les revues, manque d'un support de présentation général
- nécessité pour certaines revues ou certains titres de disposer d'une diffusion hors Lorraine
- nécessité de faire connaître les revues locales aux bibliothèques
- de moins en moins de place pour les productions « régionales » dans certains points de vente

- productions éditoriales parfois très ciblées qui ne trouvent pas preneur d'un département lorrain à l'autre – ouvrage ciblé Moselle, ne sera pas retenu par les points de vente de Meuse ou des Vosges
- une revue gratuite « Lorraine, livres et passions », a été initiée par l'association Une page à l'autre, sa vocation valoriser les productions récentes des éditeurs lorrains, réaliser des entretiens et portraits de professionnels du livre de Lorraine – format magazine en quadri, trimestrielle. Pour assurer les premiers numéros la revue a dû s'appuyer sur les éditeurs membres de l'association, entraînant au final une certaine confusion et donnant le sentiment qu'un éditeur en particulier était valorisé. Encarts publicitaires jugés trop onéreux. Coût au numéro : 15 000 €. Aide de 5 000 € accordée par la Région lorraine.
- problématique des nouveaux codes des marchés publics : les bibliothécaires ne cherchent plus à acheter des ouvrages d'éditeurs régionaux, s'appuyant uniquement sur l'offre du libraire attiré

2/ Solutions formulées :

- regroupement des revues : une fédération des revues régionales – déjà initiée - ne semble pas viable, une entité neutre regroupant un maximum de revues serait souhaitable sous tutelle d'une structure existante : Comité d'histoire régionale ? Centre régional du livre ? autres ?
- reconduire la participation commune à des salons ciblés sous l'égide du Centre régional du livre de Lorraine
- développer les rencontres de type « carte blanche à... » favorisant la rencontre directe entre éditeurs et médiateurs du livre (bibliothécaires, libraires, documentalistes...)
- Calibre : structure de distribution créée par le Syndicat National de l'Édition, bénéficiant du soutien financier de la Direction du livre et de la lecture (Ministère de la culture) et du partenariat du Syndicat de la librairie française.
 - plate forme de distribution implantée en région parisienne
 - facturation unique Calibre adressée aux points de vente, relances par Calibre... mission comparable à toute structure de distribution professionnelle
 - pourcentage de 14% reversé à Calibre, sauf la première année d'inscription : 11%
 - direction assurée depuis mars 2007 par Rémy Amar, sous tutelles d'un conseil d'administration et d'un comité technique
 - pas de stock chez Calibre
 - relations commerciales assurées en direct par l'éditeur avec ses points de ventes
 - Calibre = lien de logistique et de facturation entre l'éditeur et ses points de ventes
 - 1 seul interlocuteur technique et financier pour le point de vente
 - transport des ouvrages vers Calibre à la charge de l'éditeur, idem pour les retours
 - nécessité d'une rigueur de livraison pour les éditeurs

- structure de distribution réservée aux éditeurs produisant en petites quantités et disposant de flux très faibles

A notre connaissance 7 éditeurs sont à ce jour répertoriés à Calibre, mais aucun éditeur lorrain.

- une revue gratuite comme « Lorraine, livres & passion » semble judicieuse, mais nécessité d'une reprise en main plus neutre : prochain numéro envisagé pour Noël 2007, sous la tutelle du Centre régional du livre.

Tous les professionnels et bénévoles qui souhaitent s'associer à un premier comité de rédaction sont conviés le mardi 28 août, 10h, dans les bureaux du CRL de Lorraine à Metz, rue St Barbe.

Confirmation souhaitée par mel : benedicte.paruit@cr-lorraine.fr

- pourquoi ne pas s'appuyer sur le réseau de diffusion du Républicain Lorrain récemment repris par le groupe Crédit Mutuel ?

Prise de rendez-vous envisagée pour la rentrée par le Centre régional du livre associant 1 ou 2 éditeurs.

- mise en œuvre d'un portail culturel Grande Région : Plurio – pilotage des pages « livre et lecture » pour la Lorraine par le Centre régional du livre de Lorraine. Volonté d'associer les éditeurs, libraires, bibliothécaires, organisateurs... afin de faire de Plurio une plate forme dédiée aux professionnels comme au public – version trilingue, infos constantes, mais aussi agenda...

www.plurio.net

3/ Rencontres et temps forts à venir en Lorraine :

DATE/ HORAI RE	LI EU	OBJET
mardi 28 août 10h-12h	Centre régional du livre – rue Ste Barbe, METZ	Comité de rédaction du magazine « Lorraine, livres & passion »
vendredi 21 sept 11h-12h	Chapiteau du Livre sur la place, NANCY	Café littéraire : « résidences d'écrivains : à quoi ça sert ? », inscrit dans le programme du Livre sur la place
mercredi 3 oct 9h15-17h	Médiathèque Victor Hugo, ST DIE DES VOSGES	Journée carte blanche professionnelle : « adolescents : que lisent-ils ? », inscrit dans le programme du FIG
mercredi 14 nov 14h-17h	Conseil régional de Lorraine, METZ	Présentation aux professionnels et institutionnels du rapport d'enquête sur la diffusion/distribution

Merci de votre contribution.

Pendant l'été le Centre régional du livre de Lorraine reste à votre écoute : 03 87 33 67 69
ou cr-livre@cr-lorraine.fr

ANNEXE VII

Convention EPCC ARTECA-CRL de Lorraine



Centre Régional
du Livre de
Lorraine

CONVENTION DE COOPÉRATION

sur la réalisation d'une enquête sur la diffusion et la distribution des éditeurs de Lorraine

PREAMBULE	- 54 -
ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION	- 55 -
ARTICLE 2 : EXPOSE DES MOTIFS	- 55 -
ARTICLE 3 : MODALITES DE REALISATION	- 56 -
ARTICLE 4 : STRATEGIE BUDGETAIRE DE COOPERATION	- 56 -
ARTICLE 5 : DISPOSITIONS PARTICULIERES	- 57 -
ARTICLE 6 : INTEGRALITE DE L'ACCORD	- 58 -
ARTICLE 7 : CLAUSE ATTRIBUTIVE DE JURIDICTION	- 58 -

Préambule

- Vu le règlement d'intervention du conseil régional de Lorraine ;
- Vu l'arrêté du Préfet de la région Lorraine du 10 mars 2004 (S.G.A.R. n°2004-44) créant la Conférence régionale de la création et de la diffusion artistiques ;
- Vu les délibérations n°084-2006 et 090-2007 portant respectivement sur le Débat d'Orientation Budgétaire et le Budget Primitif 2007 de l'EPCC Arteca ;
- Vu la Loi N°2002-6 du 4 janvier 2002, relative à la création d'Établissements Publics de Coopération Culturelle ;
- Vu le décret N°2002-1172 du 11 septembre 2002 relatif aux Établissements Publics de Coopération Culturelle et modifiant la partie réglementaire du code général des collectivités territoriales ;

- Vu la Loi N°2006-723 du 22 juin 2006 modifiant le code général des collectivités territoriales et la Loi N°2002-6 du 4 janvier 2002 relative à la création d'Établissements Publics de Coopération Culturelle ;
- Vu l'arrêté préfectoral du 8 septembre 2003 et du 17 décembre 2003 relatif à la création de l'EPCC « Arteca - Centre de Ressources de la Culture en Lorraine » ;
- Vu les statuts de l'Établissement Public de Coopération Culturelle « Arteca - Centre de Ressources de la Culture en Lorraine » ;

ENTRE LES SOUSSIGNÉS :

Le conseil régional de Lorraine - Centre Régional du Livre de Lorraine, représenté par M. Thibaut VILLEMIN, vice-président délégué à la culture, conseil régional de Lorraine, ci-après dénommé « le Centre Régional du Livre »

d'une part,

et

L'Établissement Public de Coopération Culturelle « ARTECA - Centre de ressources de la culture en Lorraine », représenté par son Directeur, M. Didier SALZGEBER,

ci-après dénommé « Arteca »

d'autre part,

IL A ÉTÉ CONVENU CE QUI SUIT :

ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet la réalisation d'une enquête auprès des éditeurs et revues de création entre les mois de mai et août 2007.

ARTICLE 2 : EXPOSE DES MOTIFS

Le Centre Régional du Livre conduit actuellement une réflexion sur les problématiques de la diffusion et de la distribution, notamment auprès des éditeurs installés en région Lorraine, tous genres confondus.

Dans le cadre de ce programme de concertation avec les professionnels de la « chaîne du livre », une enquête s'appuyant sur des questionnaires, des réunions professionnelles et des entretiens individuels est actuellement en cours.

Les questionnaires, destinés aux éditeurs et aux libraires ont été travaillé dans le cadre des travaux de la Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture (FILL) regroupant des Centres régionaux du livre. Leur finalisation a été réalisée, en adéquation avec les spécificités lorraines, par le Centre Régional du Livre.

Le Centre Régional du Livre a souhaité qu'Arteca puisse intervenir sur l'exploitation statistique de cette enquête et accompagne le travail de synthèse réalisé par le Centre Régional du Livre.

ARTICLE 3 : MODALITES DE REALISATION

Arteca a proposé d'utiliser sa plate-forme de consultation en ligne www.arteca-dialogue.fr pour renseigner les questionnaires et permettre les traitements ultérieurs sous le logiciel MODALISA.

La contribution du Centre Régional du Livre à cette enquête s'effectuera de la manière suivante :

- la conception des questionnaires « éditeurs » et « libraires » sous Word ;
- la fourniture du listing des destinataires ;
- l'envoi des questionnaires et les éventuelles relances ;
- les entretiens individuels ;
- la saisie des questionnaires dans l'interface www.arteca-dialogue.fr ;
- l'exploitation, en liaison avec Arteca, des questions « ouvertes » ;
- la rédaction du rapport de synthèse, en lien avec Arteca.

La contribution d'Arteca à cette enquête concernera :

- la construction des questionnaires sous MODALISA ;
- la mise en ligne sur un espace Internet dédié afin que le Centre Régional du Livre (ou éventuellement des éditeurs ou des libraires) renseignent les questionnaires ;
- l'exploitation statistique (tris à plat, tris croisés, retraitements, corrélations...) ;
- l'accompagnement du travail d'analyse et de synthèse.

En raison de la faiblesse des effectifs, une attention particulière sera nécessaire sur les possibilités de croisements et leur interprétation statistique.

ARTICLE 4 : STRATEGIE BUDGETAIRE DE COOPERATION

Budget prévisionnel :

Les signataires de la convention conviennent d'un commun accord que chacun prendra en charge les coûts de coopération de la façon suivante :

- Le Centre Régional du Livre s'acquittera de la totalité de ses charges de coopération directement sur ses fonds propres :
 - > stagiaire école (Master de communication, université Paul Verlaine, Metz) pendant 5 mois, disposant des moyens logistiques de la Région Lorraine ;
 - > frais liés à l'organisation technique des réunions de travail et entretiens individuels ;
 - > implication directe de la Directrice du Centre Régional du Livre pour un temps évalué à 210 heures.

BUDGET PREVISIONNEL CENTRE REGIONAL DU LIVRE ENQUETE DIFFUSION/DISTRIBUTION	
Rémunération, selon convention, d'une stagiaire école pendant 5 mois	2 400 €
Frais techniques et d'accueil pour l'organisation des entretiens et réunions	2 500 €
Implication directe de la Directrice du Centre régional du Livre : 210 heures	3 900 €
TOTAL DEPENSES	8 800 €

- Arteca s'acquittera de ses charges de coopération de la façon suivante :
 - > directement sur ses fonds propres jusqu'à concurrence de cinq mille huit cent euros (5 800€) ;
 - > L'apport d'Arteca représente l'équivalent de 17 jours individus, charges de structure comprises.

BUDGET PREVISIONNEL EPCC ARTECA COOPERATION ENQUETE DIFFUSION / DISTRIBUTION	
Réalisation et mise en ligne des deux questionnaires	800 €
Traitements statistiques de base	2 000 €
Traitements et exploitation complémentaires	2 000 €
Participation aux travaux de synthèse et restitution	1 000 €
TOTAL DEPENSES	5 800 €

Un bilan sera réalisé conjointement à l'issue de l'opération.

Le secrétariat de la convention

Les parties signataires aux présentes décident d'assumer conjointement le secrétariat de la convention de coréalisation.

Recherche de partenariats :

Si de nouveaux partenaires étaient intégrés à la présente convention, une nouvelle répartition des charges et produits serait proposée et arrêtée par les parties. Cette redéfinition touchant à un élément substantiel de la présente convention d'application, elle ne pourrait intervenir que par écrit.

ARTICLE 5 : DISPOSITIONS PARTICULIERES

Les parties reconnaissent que les rapports créés entre elles par le présent document sont ceux de contractants indépendants et que la présente Convention ne confère aucun mandat, ni ne crée aucune société ou association en participation entre les parties. Chacune des parties s'engage à ne faire aucune déclaration contraire à ce qui précède en ce qui concerne leurs rapports et à ne prendre aucun engagement envers les tiers pour le compte de l'autre partie.

ARTICLE 6 : INTEGRALITE DE L'ACCORD

La présente convention de coréalisation exprime l'intégralité des obligations des Parties.

ARTICLE 7 : CLAUSE ATTRIBUTIVE DE JURIDICTION

La présente Convention est soumise à la loi française.

En cas de conflit entre les parties relativement à l'interprétation ou de l'exécution de la présente Convention et après épuisement des voies de conciliation amiable, le litige pourra être porté devant les Tribunaux de Nancy qui sont seuls compétents.

Fait à Nancy, le 30 avril 2007

Pour le Centre Régional du Livre
Le Vice-Président sur Conseil régional

Pour l'EPCC Arteca,
Le Directeur

M. Thibaut VILLEMIN

M. Didier SALZGEBER

ANNEXE VIII

Manifestations programmées avec régularité par le CRL de Lorraine coûts & optimisation

Manifestations littéraires hors Lorraine programmées avec régularité.

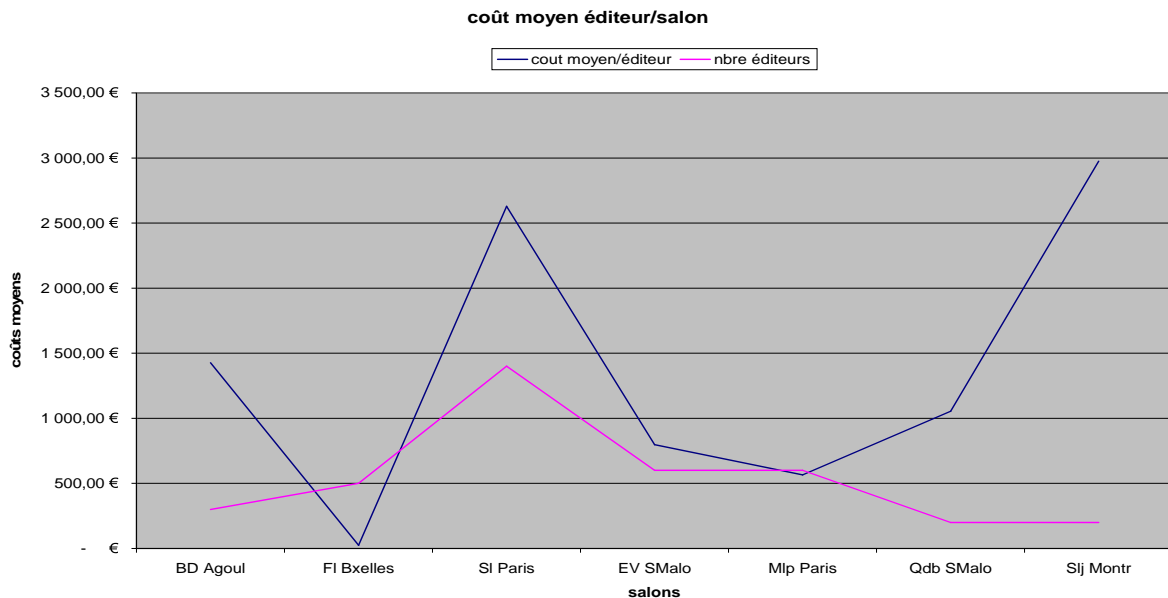
MANIFESTATION	PÉRIODE	PROGRAMME	2007	
			EDITEURS	COUT
Festival de la BD, Angoulême	janvier	depuis 2006	3	4 280 €
Foire du livre, Bruxelles	février	depuis 2005	5	124 € (égide Ass. du Grand Est)
Salon du livre, Paris	mars	depuis 2002	14	36 816 € égide Ass. du Grand Est)
Etonnants Voyageurs, St Malo	mai	depuis 2006	6	4 792 €
Marché de la poésie, Paris	juin	depuis 2003	6	3 394 €
Quai des bulles, St Malo	octobre	depuis 2006	2	2 129 €
Salon du livre jeunesse, Montreuil	novembre	depuis 2005	2	7 178 €

Coût global 2007 de ces participations : 58 713 €

Nombre réel d'éditeurs ayant bénéficié de ces aides indirectes en 2007 : 23

- éditeurs « patrimoine et histoire » : 6
- éditeurs de « création » : 17

Coûts moyens éditeur/ salon en 2007



ANNEXE IX

EDITEURS consultés

Editeurs ayant répondu aux questionnaires, avec entretien (14) :

Editeur	Ville	Date	Heure	Lieu
Le Minibus	Metz	24-mai	10h	CRL Metz
Mouton Bleu	Metz	1er juin	10h	CRL Metz
Wetta	Metz	07-mai	10h	CRL Metz
Serpenoise	Metz	24-mai	14h30	CRL Metz
Gérard Klopp	Metz	24-mai	17h	CRL Metz
Le Potager Moderne	Epinal	30-mai	10h30	Brasserie du Bailly, Epinal
La Nuée Bleue	Nancy	05-juin	11h30	Flo Nancy
Absalon	Nancy	12-juin	15h30	SRI Nancy
J.M. Cuny	Nancy	12-juin	11h30	Flo Nancy
Le Mort Qui Trompe	Nancy	05-juin	15h	SRI Nancy
Le Camion Blanc	Nancy	12-juin	10h	Flo Nancy
Voie Citoyenne	Nancy	05-juin	14h	SRI Nancy
Le Verger des Hespérides	Nancy	05-juin	10h	Flo Nancy
La Dragonne	Nancy	30-mai	14h	Brasserie de la paix, Nancy

Editeurs ayant également répondu aux questionnaires, sans entretien (4) :

Editeur	Ville
Presses universitaires	Nancy
Martin média	Revigny-sur-Ornain
La maison close	Malzéville
Circé	Belval

ANNEXE X

Liste globale des personnes consultées en Lorraine

(ordre alpha)

Alexandre AGIUS, Ville de Woippy
Valérie ANDRE, libraire
Carole ASTIE, Ville de Woippy
Denis BERGEROT, éditeur
Anne-Marie BERTRAND, éditeur
Matthieu BIBERON, éditeur
Denise BLOCH, éditeur
Gérard BOGARD, diffuseur-distributeur
Olivier BRUN, éditeur
Jean-Baptiste CHAPLEUR, CMP Verdun
Didier CHATOR, libraire
Martine CLESSE, libraire
Jean-Marie CUNY, éditeur
Jean-Luc DEMANDRE, Conseil Régional
Jacques DEVILLE, DRAC
Jean-Bernard DOUMENE, libraire
Liliane DUCHER, libraire à la retraite
Dominique FAGNOT, éditeur
Axelle FELGINE, éditeur
Guy-Joseph FELLER, éditeur
Stéphane GODEFROID, éditeur-revue
William GUYOT, éditeur
Olivier HUGUENOT, libraire
André KELCZEK, libraire
Gérard KLOPP, éditeur-imprimeur
Véronique LAGNY-DELATOUR, éditeur
Valérie LAHOUEL, Conseil Régional
Frédéric LAPIQUE, EPCC ARTECA
Christian LESOURD, éditeur
Gérard LOUIS, éditeur
Claude LUTZ, éditeur

Frédéric MAGUIN, éditeur
Didier MANUEL, éditeur
Jean-Michel MARCHE, éditeur
Roger MARTINOIS, éditeur-revue
Michèle MAUBEUGE, Ville de Nancy
Frédérique MAURY, éditeur
Pierre MECHIN, éditeur
Caroline MOUROT, éditeur
Stéphanie NICOT, éditeur-revue
Eric PELOSATO, éditeur
Jean-Luc PONCIN, éditeur
Christophe PREVOST, éditeur
Yann PROUILLET, éditeur
Sébastien RAIZER, éditeur
Maurice RAUSCH, éditeur
Fabrice REVOLON, éditeur
Jean-Louis RIVAL, revue
Robert ROTH, libraire
Pascal SCHWEITZER, éditeur
Danièle SILVY-LEJGOIS, éditeur
Dominique STEFFANN, éditeur
Bernard VISSE, Ville d'Epinal
Frédéric WETTA, éditeur
Stéphane WIESER, revue