

# Montreuil : le salon (1)

Jean Foucambert

Le Salon du Livre de Jeunesse de MONTREUIL, qui s'est déroulé du 10 au 13 décembre 1987, a réservé une journée à la réflexion sur la production littéraire en faisant intervenir deux conférenciers : Jean-Marie BOUVAIST, sur le thème : "La production des livres pour la jeunesse en France pendant l'année 1986-1987" et Marie-José CHOMBART de LAUWE, sur le thème : "Le livre de jeunesse, un univers de socialisation pour les enfants".

## LES GRANDES TENDANCES DE L'ÉDITION

L'organisation générale de l'édition et plus largement du "système livre" conditionne l'édition de livres pour la jeunesse. Un bref panorama des tendances actuelles de l'édition française est donc indispensable.

Dans les limites du présent dossier, il sera nécessairement schématique, s'efforçant, avec quelque injustice, de souligner les tendances dominantes, plus que les exceptions les plus louables.

### La concentration

Trois groupes d'édition, eux-mêmes contrôlés par plus puissants qu'eux, assurent à peu près 80% du chiffre d'affaires de l'édition française. Ce sont Hachette-Matra, Les Presses de la Cité-C.G.E., la C.E.P. Communication Havas.

Derrière ces trois géants, deux entreprises familiales indépendantes, Gallimard et Flammarion, réalisent respectivement 6,4 % et 5,6 % de ce même chiffre d'affaires.

92 % de l'édition française sont donc contrôlés par cinq groupes, mais la taille des trois premiers est sans commune mesure avec celle de leurs suivants immédiats.

### L'industrialisation de la distribution du livre

Chaque groupe a créé une "distributique"<sup>1</sup> puissante, capable de mettre en place ses productions dans plusieurs dizaines de milliers de points de vente.

Ces machines à distribuer coûtent cher et, pour les rentabiliser, la tentation est grande de "nationaliser les flux de production" : standardisation des formats, périodicité des envois, diminution du nombre des ouvrages stockés, traitement du livre comme un produit frais (un titre chasse l'autre...).

La distribution conditionne le produit : ce n'est plus l'intendance qui suit, c'est elle qui souvent semble dicter les politiques éditoriales.

---

<sup>1</sup> Association de l'informatique, de la robotique et de la télématique au service de la distribution.

## La diversification dans les grands groupes

### 1. LE LIVRE

La meilleure synergie des efforts dans la conquête du marché s'obtient pour les principaux groupes en occupant tous les terrains. Il faut être présent dans la littérature, la littérature générale, le scolaire, la jeunesse, les beaux livres, les sciences humaines, les livres pratiques, les produits lourds (dictionnaires, encyclopédies, livres de référence) à prix élevé, les livres de grande diffusion à bas prix, etc. Les grands groupes créent des filiales nouvelles, rachètent des concurrents, ouvrent de nouveaux départements.

Par la sous-traitance de la diffusion-distribution pour le compte de petits confrères, les grands conservent un contrôle sur la production "marginale" dont ils pourront rééditer les succès essentiels...

Et les grands groupes sont présents sur tous les canaux de distribution :

- Ventes aux détaillants : libraires, grandes surfaces, maisons de la presse, petits points de vente (pour accroître le chiffre d'affaires, on vendra aussi des cahiers et des bonbons).
- Ventes directes : par correspondance ou par courtage (40 % du C.A. de l'édition).

### 2. LES AUTRES SUPPORTS

Avec 0,3 % du PNB, la production et la distribution du livre ne sont qu'un tremplin pour les grands groupes. C'est en quelque sorte le passage obligé, avec le droit d'entrée le plus bas vers les autres industries de communication.

La presse est investie : Hachette-Matra est le premier diffuseur et le second éditeur de presse. La C.E.P. renforce avec plus de quatre-vingts magazines spécialisés les parts d'Havas dans la presse régionale et sa première place de régie publicitaire. Les Presses de la Cité-C.G.E. annonce le déploiement d'un nouveau groupe de presse autour de l'Express. Plus modestement, Gallimard s'est lancé dans la presse jeunesse et, venant de la presse, le groupe Bayard est présent dans l'édition (Le Centurion) et la diffusion (la Sofedis) de livres.

De la presse écrite, on passe à l'audiovisuel et à l'électronique. Jean-Luc LAGARDÈRE présentait la prise de contrôle d'Hachette par Matra, comme «*le mariage du manuscrit et du satellite*». Après son échec dans le rachat de TF1, Hachette-Matra organise ses ambitions audiovisuelles autour d'Europe 1 Communication. Et Hachette, c'est déjà pour le cinéma : Hachette première; pour la télévision : Channel 80 et Télé Hachette; pour la radio : Europe 1.

La C.E.P. complète l'empire Havas (Canal+, RTL, Compagnie Luxembourgeoise de télévision) par sa production de logiciels-didacticiels-ludiciels, ses expériences dans le vidéodisque et le CD. Rom. Quant aux Presses de la Cité-C.G.E., elles s'appuieront sans doute sur le numéro 1 de la communication en Europe, BERTELSMANN (son partenaire dans France Loisirs et le partenaire de sa filiale Bordas dans la conception ou l'adaptation de produits lourds), pour développer ses activités audiovisuelles.

Les "repreneurs" des trois premiers groupes d'édition ont tous déclaré que l'édition de livres avait besoin de l'audiovisuel pour survivre. Il fallait «*devenir un groupe multimédias pour qu'à terme les ressources dégagées par l'audiovisuel puissent préserver la viabilité du secteur de l'édition de livres*» (Yves SABOURET, directeur général d'Hachette). Mais les incertitudes du marché de l'audiovisuel sont telles et les coûts des investissements si grands, qu' "en attendant", c'est à l'édition de livres d'assurer la rentabilité des groupes.

On peut considérer que l'édition est passée d'une époque où l'on cherchait de l'argent pour faire des livres à une époque où l'on édite des livres pour faire de l'argent.

... [*internationalisation des marchés*]...

## De la "novellisation" au "merchandising"

Livre tremplin, livre prétexte...

La rentabilité d'un livre se calcule de plus en plus souvent d'après son potentiel de droits dérivés. Rééditions en poche et en club certes, traductions à l'étranger bien sûr, mais la vraie rentabilité commence avec les adaptations audiovisuelles. L'écriture du livre va-t-elle devenir le premier jet des écritures audiovisuelles ? En édition jeunesse n'y a-t-il pas déjà beaucoup de livres "adaptés de l'audiovisuel" ? La reproduction d'un personnage pour la publicité d'un yaourt ou la vente d'une trousse d'écolier va-t-elle conditionner de plus en plus la créativité ?

Et n'y a-t-il pas quelques risques de "sauver l'écrit" en gommant toutes ses spécificités et en singeant l'audiovisuel ?

## Vers une édition "durable" ?

La logique du profit conditionne la "modernisation" des grands groupes et les dégâts du "progrès" ont des effets redoutables sur la production. De plus, on imagine aisément que les "repreneurs" suivront la logique financière : le grand capital s'investit dans les lecteurs rentables à court terme ou très rentables à long terme. Des modifications conjoncturelles peuvent donc les amener à opérer des glissements d'investissements, à mobiliser toutes leurs ressources vers d'autres secteurs ? Après avoir pressuré l'édition des livres pour quelques profits immédiats et des informations commerciales, pourquoi ne l'abandonneraient-ils pas, durablement déstabilisée ?

Le schéma, certes, est poussé au noir. Des exceptions existent.

...[*le rôle de l'interprofession*]... ...[*l'avenir de l'édition*]...

... Le pouvoir des grands groupes sur les réseaux, donc sur l'accès au marché, rend pessimiste sur l'avenir immédiat du livre, d'autant qu'un discours "moderniste" a tendance à reléguer le livre dans l'archéologie des moyens de communication.

Une société a l'édition qu'elle mérite.

La nôtre saura-t-elle investir tout à la fois pour accroître le "marché" des lecteurs, promouvoir la création et assurer non seulement la survie, mais le développement des structures et des réseaux indispensables à la diffusion de cette création ?

## DONNÉES QUANTITATIVES EN 1986

### L'édition en général

387 maisons d'édition ont réalisé, en 1986, un chiffre d'affaires de 9,9 milliards de francs.

Compte tenu de l'inflation du prix du livre, ce chiffre d'affaires a augmenté de +0,1% par rapport à 1985.

Depuis plusieurs années, le marché est stagnant ou en légère récession. Tout succès d'une entreprise et toute croissance d'un secteur sont contrebalancés par le recul d'un autre secteur.

Trois groupes assurent 80% du chiffre d'affaires total. En 1986, l'accroissement des bénéfiques a été de + 29% pour les Presses de la Cité et de +6,5% pour la C.E.P. Communication.

Trois secteurs se sont bien comportés en 1986 :

- le livre scolaire : + 20% ;
- le livre scientifique, technique et professionnel : +1% ;
- les livres pour la jeunesse : +1% ou + 3,6% (selon les modes de calcul).

Par ailleurs, en 1986 :

- 30 424 titres ont été publiés (+4,7%), dont 16 211 nouveautés et nouvelles éditions (+6,1%).
- 364 millions d'exemplaires ont été produits (-0,3%).
- 354 millions d'exemplaires ont été vendus.

Le tirage moyen a été de 12 979 exemplaires par titre, soit une baisse de -4,7% (après une baisse de -2% en 1985; -3,9% en 1984; -2,7% en 1983).

## L'édition de livres pour la jeunesse en 1986

Données générales :

L'édition de livre pour la jeunesse a représenté en 1986 :

- 897 millions de francs, soit 9,3% du chiffre d'affaires de l'édition ;
- 56 millions d'exemplaires vendus, soit 15,9% du nombre d'exemplaires vendus ;
- 58 millions d'exemplaires produits, soit 16,1% du nombre d'exemplaires produits ;
- 4 520 titres édités, soit 14,8% du nombre de titres édités, dont 1 670 nouveautés, soit 12,6% des nouveautés.

Par ailleurs, l'édition des livres pour la jeunesse représente 7,9% des exportations de l'édition française.

On estime, en général, que les livres pour la jeunesse représentent environ 7,4% du nombre des titres de langue française réputés disponibles, soit environ 20 000 titres.

Dans la suite de l'étude, nous laisserons la part des bandes dessinées pour les jeunes, en récession. Celles-ci représentent par rapport à l'ensemble de l'édition pour la jeunesse :

- 20,1% du chiffre d'affaires,
- 17,3% des exemplaires vendus,
- 10,1% du nombre des titres, dont 9,2% des titres nouveaux,
- 17,1% des exemplaires produits.

Et nous centrerons notre analyse sur :

- des livres spécialement conçus pour la jeunesse<sup>2</sup>,
- des albums illustrés<sup>3</sup>.

*[suit une analyse des nouveautés dans ces domaines qui se termine par le tableau suivant]*

	Albums nouveautés	Albums total	Livres nouveautés	Livres total
En milliers d'exemplaires	7 163	15 630	13 042	33 194

<sup>2</sup> Ouvrages dans lesquels le texte domine.

<sup>3</sup> Ouvrages dans lesquels le dessin domine, hormis les bandes dessinées.

Enfin, le tirage moyen des albums est, en 1986, de 10 597 exemplaires (-31 % par rapport à 1975) et le tirage moyen des livres est de 12 826 exemplaires (-21 % par rapport à 1975).

## PREMIER ESSAI DE CARACTÉRISATION DES "NOUVEAUTÉS" DANS LA PRODUCTION DES LIVRES POUR LA JEUNESSE ÉDITÉS EN FRANCE DU 1<sup>er</sup> SEPTEMBRE 1986 AU 31 AOÛT 1987

### Source

L'analyse porte sur les titres recensés par "les livres du mois" de Livres-Hebdo de septembre 1986 à juillet-août 1987 (douze mois).

### La notion de "nouveau"

Dans l'état actuel de l'étude, nous n'avons pas encore eu la possibilité d'isoler les "vraies nouveautés".

Les "livres du mois" présentent en effet comme nouveauté la réédition d'un titre déjà paru sous un format différent et plus généralement sous une "forme physique" différente.

Il ne semble pas exagéré d'estimer qu'un tiers environ des titres "nouveaux" sont en fait des rééditions.

### Nombre de titres

1 709 titres "nouveaux" ont été édités par 100 éditeurs.

48,9% 836 titres répondent à la définition du livre dont 702 livres illustrés, 134 livres sans illustrations.

49,6% 847 titres répondent à la définition de l'album dont 81 albums sans texte, 766 albums avec texte.

1,5% 26 titres n'ont pu être caractérisés.

Total : 1 709 titres.

### Les dominantes

#### 1. "PHYSIQUE DU LIVRE"

Le livre pour la jeunesse est un livre illustré (92% des titres nouveaux), le plus souvent en quadrichromie (68%) ; broché (48,1%), plus souvent que cartonné (46,7%) ou relié (4,3%), évitant les surprises des formats (96% sont d'un format compris entre 10x18 et 22x30, 76,5% sont d'un format "à la française").

12,2% des nouveaux titres ont néanmoins des "trouvailles" de façonnage ou sont vendus avec des "accessoires".

On est en droit d'hésiter à appeler "livre" plus de la moitié de la production : 52% des nouveautés font moins de 17 pages. Par contre, le tiers de la production (33,3%) dépasse 64 pages.

- 27% des "nouveau" paraissent dans les collections "de poche".
- 76% des titres "nouveaux" appartiennent à une collection.

- 15,8% des titres "nouveaux" appartiennent à une série.

## 2. LES "CIBLES"

- 8,3% des nouveautés s'adressent à des enfants qui ont au moins ("à partir de"... ) 3,4 ou 5 ans.
- 39,3% des nouveautés s'adressent à des enfants qui ont au moins 6, 7, 8, 9 ou 10 ans.
- 11,2% des nouveautés s'adressent à des enfants de plus de 10 ans.

## 3. LES PRIX

- 42,5% des nouveautés sont vendues entre 25 F et 49,95 F.
- 29,7% des nouveautés sont vendues entre 10 F et 24,95 F.
- 23,5% des nouveautés sont vendues entre 50 F et 99,95 F.
- 3,3% des nouveautés sont vendues 100 F et plus.
- Moins de 1% des nouveautés sont vendues moins de 10 F.

## 4. LES AUTEURS

1004 auteurs ont été repérés. 22 auteurs sont particulièrement prolifiques et on produit au moins 6 titres dans les 12 mois étudiés (mais parmi ces titres, beaucoup de rééditions).

24,5% des nouveautés (compte non tenu de beaucoup de coéditions encore mal isolées) sont des traductions ou adaptations d'une langue autre que le français.

41,4% sont traduits de l'anglais.

32,3% sont traduits de l'américain.

73,7%

Pour:

- 12% traduits de l'allemand.
- 4,8% traduits du japonais.

## 5. LES ILLUSTRATEURS

- 445 nouveautés sont illustrées par des anonymes.
- 658 illustrateurs ont signé de 1 à 5 titres dans les douze mois étudiés.
- 12 illustrateurs ont signé au moins 6 titres dans la même période.

...[fiction, non-fiction]...

...[les thématiques]...

...[les héros]...

... [les éditeurs par nombre de titres nouveaux]...

...[les principaux producteurs en nombre de nouveautés]...

5 groupes se partagent 48,80 % de la production jeunesse en nombre de titres nouveaux.

La part des dix premiers éditeurs :

Groupe Hachette	230
Gallimard	203
Presses de la Cité	163
C.E.P.	154
Ecole des loisirs	100
Flammarion	84
Centurion	71
Casterman	60
Deux Coqs d'or	51
Albin Michel	46
Total général	<hr/> 1162

10 éditeurs se partagent 68% de la production jeunesse. Il convient de corriger l'importance en nombre de titres nouveaux par l'importance du chiffre d'affaires. Ainsi, le groupe Hachette assure environ 45% du chiffre d'affaires de l'édition jeunesse à lui seul.

*Ce salutaire tour d'horizon contribue à mieux situer les actions en faveur de la lecture. Il y a, en effet, une distorsion entre les efforts des uns pour développer la lecture et le souci des autres de vendre du livre. Est-ce que l'AFL roule pour Matra, Havas ou la Compagnie Générale Electrique ? Quelle est l'intersection entre une démocratisation de la lecture et une politique de production éditoriale axée sur la recherche du profit avec tous les effets d'une économie de marché ?*

*Se battre pour un autre partage de la lecture, c'est aussi se battre pour le développement d'autres écrits, d'autres conditions de production des écrits. On ne peut que regretter que la notion de service public recule devant le culte du libéralisme. Gagner la bataille de la lecture implique un engagement social dans le domaine de l'édition. Les critiques que suscite HERSANT dans sa recherche d'un monopole sur la presse conserveraient toute leur valeur si elles s'adressaient à LAGARDÈRE dans le domaine de l'édition. Et ce n'est pas la production de quelques ouvrages intéressants, pas plus que de quelques articles de valeur dans France-Soir, qui peut masquer la nature réelle du problème...*

Jean Foucambert

*Au moment où nous mettons sous presse (comme on dit !), vient de tomber l'annonce de la création du Groupe de la Cité, par le rapprochement de la Compagnie Générale d'Électricité (Bordas, Julliard, Pion, Bourgeois, 10/18, Olivier Orban, Presses de la Cité, Presse Pocket, Fleuve Noir, Perrin, Solar, Dunod, Garnier, Gauthiers-Villars) et du groupe Havas (Larousse, Nathan, plus 60 titres de presse). Ce nouveau Venu se situe juste derrière Matra (Hachette). Le choix des jurés du prochain Goncourt Va être difficile / ■ ■ ■*