

L'éditeur indépendant de création

Une définition proposée par l'Alliance des éditeurs indépendants

Un éditeur intégré dans un grand groupe peut être un éditeur de création ; de la même façon, un éditeur indépendant n'est pas forcément un éditeur de création – il peut très bien conduire une politique éditoriale totalement opportuniste, fondée uniquement sur des critères de rentabilité immédiate, et pratiquer la « prédation sur les marchés du Sud » sans chercher à développer des partenariats professionnels. Malgré tout, l'indépendance de l'éditeur est un terrain favorable – sinon une condition indispensable – pour qu'il puisse être réellement un créateur.

Nous tenterons donc ici de définir plus précisément les caractères propres **aux éditeurs indépendants de création**, qui sont à nos yeux des promoteurs naturels de la bibliodiversité, des défenseurs de la liberté d'expression et d'édition. Ce n'est pas là un exercice facile, bien entendu : chaque cas est bien souvent particulier, le contexte, l'histoire, les hommes et les femmes qui portent l'aventure éditoriale, singuliers. Néanmoins, nous prenons le risque de mettre en débat les aspects fondamentaux de l'identité et des pratiques de l'éditeur indépendant de création.

Il s'agit donc de proposer une grille de lecture – sous forme d'une série de questions – qui permette d'estimer le degré d'indépendance et l'action de création d'un éditeur. Le caractère innovant de cet outil « test » n'échappera sans doute pas au lecteur, dans un contexte où l'on parle de plus en plus, à tort ou à raison, de labellisation des professionnels du livre.

LA STRUCTURATION DU CAPITAL : qui possède l'entreprise et sur quel cycle d'exploitation fonctionne-t-elle ?

- Les éditeurs – les personnes qui définissent la ligne éditoriale, le catalogue, qui travaillent concrètement à la sélection des ouvrages – contrôlent-ils au mieux le capital de l'entreprise ?
- Des actionnaires financiers sont-ils présents dans le capital de la maison d'édition (banques, fonds de pension, assurances... organismes qui raisonnent structurellement sur une rentabilité à court terme) ?
- Un ou des actionnaires professionnels (imprimeur, diffuseur, distributeur, par exemple) possèdent-ils une minorité de blocage dans le capital de la maison ?
- Le capital dépend-il d'opérateurs associatifs, de partis politiques, de mouvements sociaux, de structures religieuses ?
- La structure éditoriale est-elle réellement engagée sur un cycle d'exploitation long, loin des seules logiques de rentabilité à court terme ?

LA CONSTITUTION DU CATALOGUE : de quelle entreprise intellectuelle et culturelle est-on en présence ?

- Il s'agit d'éditer des livres avant tout pour des raisons de qualité ; ces raisons priment-elles sur les objectifs de rentabilité ? Les moyens financiers sont-ils réellement mis au service de l'entreprise culturelle ?
- L'éditeur utilise-t-il des méthodes de gestion et d'administration limitant la surproduction de livres, respectueuse de ses partenaires, fournisseurs, salariés et stagiaires ?

- L'éditeur tente-t-il d'instaurer un équilibre commercial et financier pérenne entre les nouveautés produites et les ouvrages de son fonds ?
- L'éditeur s'engage-t-il dans la découverte d'auteurs, dans la production de livres inhabituels, en pratiquant de fait une prise de risque financière ? Le catalogue de l'éditeur indépendant de création est fondé sur une logique d'offre, et ne répond pas uniquement à une logique de demande.
- L'éditeur indépendant de création a-t-il à cœur de limiter le plus possible une production de commande – souvent déguisée en coédition – par des organismes publics ou privés ?
- L'éditeur pratique-t-il la solidarité entre les titres, à travers une règle de péréquation – une réussite commerciale permettant de réinvestir dans d'autres titres ?
- Par la structuration de son catalogue, par sa politique éditoriale, l'éditeur participe-t-il à la pluralité des idées et au débat public, que ce soit par le biais d'ouvrages de sciences humaines et sociales, de littérature, etc. ?

DIFFUSION, DISTRIBUTION ET COMMERCIALISATION : comment l'éditeur entre-t-il en contact avec le lecteur ?

- L'éditeur travaille-t-il de façon privilégiée, aussi souvent que possible, avec des librairies indépendantes ?
- L'éditeur tente-t-il d'avoir le maximum de prise sur la diffusion et la distribution de ses ouvrages ?
- Est-il diffusé et distribué par des structures qui imposent aux libraires indépendants des pratiques non désirées ?
- L'éditeur privilégie-t-il la mise en place de partenariats avec des éditeurs d'autres pays, plutôt que de pratiquer l'exportation de livres ?

ÉTHIQUE ET ENGAGEMENT : le comportement de l'éditeur avec son entourage est-il respectueux, responsable, solidaire ?

- L'éditeur indépendant de création ne contrôle aucun autre éditeur ; l'éditeur possède-t-il plus du tiers du capital d'une autre maison ?
- Applique-t-il et défend-il la loi sur le prix unique du livre, milite-t-il pour son établissement dans les pays qui n'en possèdent pas encore ?
- Respecte-t-il la législation sur les droits des auteurs, des traducteurs et des stagiaires ?
- L'éditeur s'engage-t-il à respecter au mieux les actions contribuant à la protection de l'environnement (en particulier recyclage du papier, lutte contre la surproduction et le gaspillage) ?
- Pratique-t-il la solidarité de la chaîne du livre, en particulier avec les librairies indépendantes, et dans un cadre international, avec ses homologues d'autres pays par la mise en place d'actions de coédition solidaires, et plus généralement d'accords commerciaux équitables ?



38, rue Saint Sabin
75011 Paris – France
Tel. 00 33 (0)1 43 14 73 66
Fax 00 33 (0)1 43 14 73 63
www.alliance-editeurs.org

Association d'intérêt général à but non lucratif. Position fiscale vérifiée auprès des autorités fiscales de Paris-Est (France). Comptes 2004 et 2005 certifiés par un expert comptable - cabinet SOFIDEEC, Paris (France). Utilisation des données collectées par l'Alliance respectueuse de la loi Informatique et liberté (déclarées à la Commission nationale de l'informatique et des libertés - France). Une comptabilité analytique sur les comptes de classe 6 et 7 (recettes – charges) pour un meilleur suivi des allocations de fonds. Les rapports annuels (moraux et financiers) de l'Alliance, validés par l'Assemblée générale, disponibles auprès de l'équipe permanente sur simple demande. Les documents de communication de l'Alliance sont imprimés sur papier recyclé. Les consommables utilisés par l'Alliance sont le plus souvent issus de l'agriculture biologique et du commerce équitable.

L'Alliance remercie pour leur soutien les organismes et les institutions partenaires : voir <http://www.alliance-editeurs.org/fr/partenaires.php>