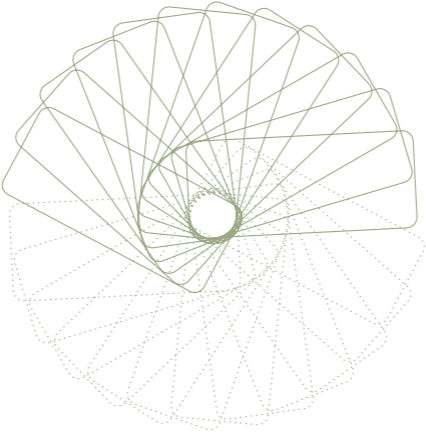


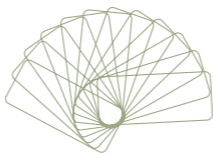


MÉTIERSDUlivre // ENJEUXdelafilière
connaître les métiers du livre // comprendre les enjeux

de l'auteur aux lecteurs : la chaîne du livre







introduction

De la conception à la vente, chaque étape de la vie d'un livre nécessite l'intervention de différents acteurs liés les uns aux autres. Ces métiers forment ce que l'on appelle la "**chaîne des métiers du livre**" : enjeux culturels et économiques y sont intimement mêlés.



Connaître les **MÉTIER**S du livre

Quels sont les acteurs ? Que font-ils ?

Comment travaillent-ils ?

Comment sont-ils liés les uns aux autres ?



Comprendre les **ENJEU**X de la filière

Quels sont les chiffres clés, les grandes tendances ?

Quelles sont les pratiques commerciales et les contraintes économiques de chacun ?

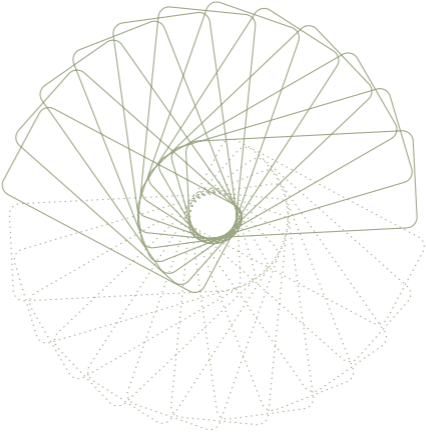
Quels statuts et quelles rémunérations pour les différents acteurs ?

Quels cadres juridiques ?

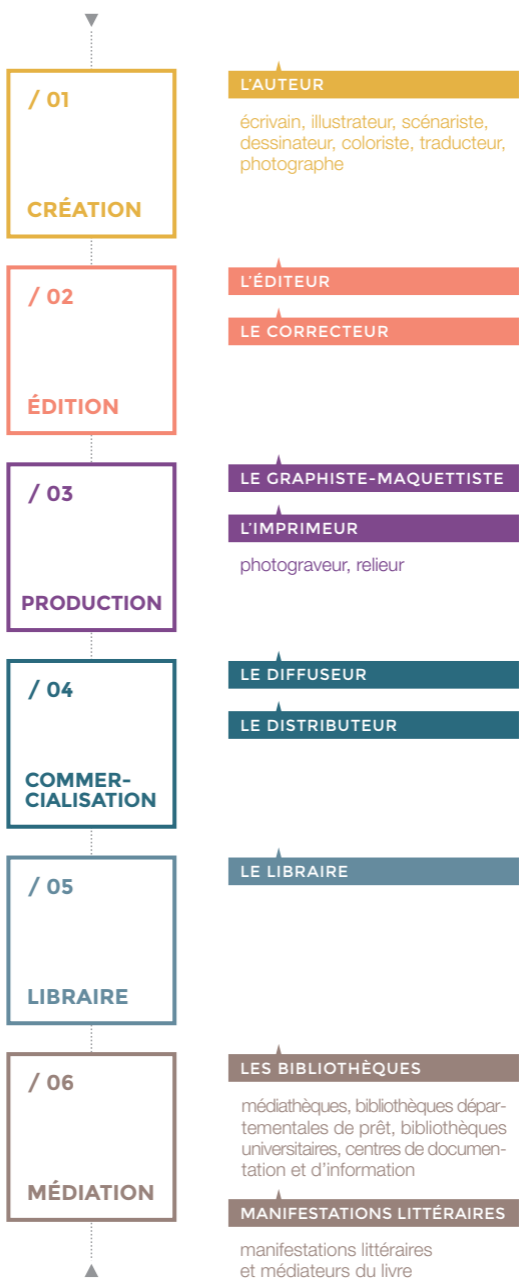
Quelles évolutions à l'ère numérique ?

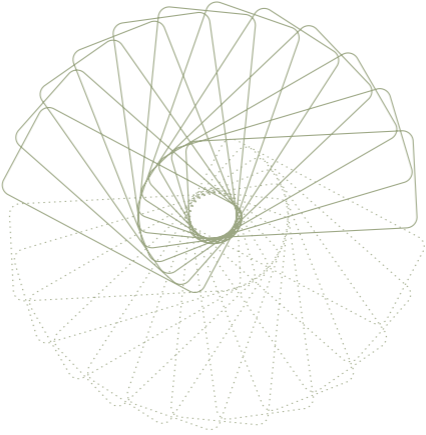
// **Politiques publiques**

- Carnet d'adresses
- Glossaire



la chaîne du livre





un cadre légal : la loi Lang relative au prix unique du livre

La loi sur le prix unique du livre, promulguée le 10 août 1981, organise les rapports entre les différents acteurs du livre et contribue au maintien de la diversité culturelle.

Ce texte poursuit trois objectifs :

- l'égalité des citoyens devant le livre, qui sera **vendu au même prix sur tout le territoire** national ;
- le **maintien d'un réseau très dense de points de vente du livre**, notamment dans les zones défavorisées ;
- le soutien du **pluralisme dans la création et l'édition**, en particulier pour les ouvrages difficiles.

Le prix public de vente est unique et fixé par l'éditeur. Il est imprimé au dos de chaque ouvrage et ne varie pas, quel que soit son point de vente. Une remise générale maximale de 5 % du prix TTC est autorisée, en magasin. Il existe quelques exceptions, notamment sur le prix de vente des livres aux collectivités et sur celui des livres parus depuis 2 ans ayant plus de 6 mois de stock.

En mars 2009, Hervé Gaymard a remis un rapport à la ministre Christine Albanel dans lequel il évalue les effets de la loi du prix unique dans le secteur du livre. Les conclusions montrent que les objectifs de la loi de 1981 ont été atteints ; cette loi reste pertinente, y compris à l'ère d'Internet.

“C'est une véritable loi de développement durable”, écrit-il, “à la fois culturelle, économique et territoriale, dont le bilan est positif.”

Le modèle du prix unique du livre a été reproduit dans l'univers du livre numérique par la loi du 26 mai 2011. À ce jour, la France défend un taux de TVA réduit sur le livre numérique (5,5 %, comme pour le livre imprimé).

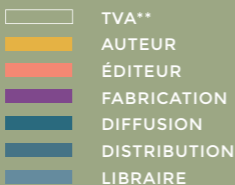
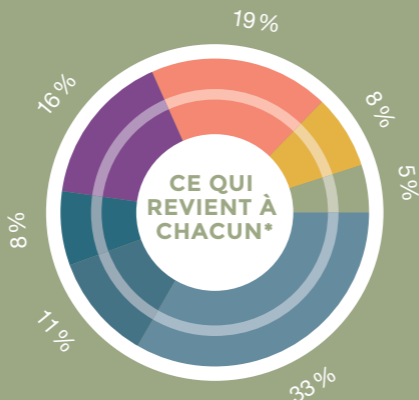
le marché du livre

LES CHIFFRES CLÉS

VENTE DE
LIVRES
ÉDITEURSCA ^(soit -3%) Mrds d'€
2,687**426,8** millions
d'exemplaires
vendusTIRAGE
MOYEN
5 966
exemplaires (-18,1%)**704 030**
RÉFÉRENCES disponiblesCA VENTE DU LIVRE
NUMÉRIQUE (M€)
105,3 4,1% DU
CA VENTE
DE LIVRES**68 187**NOUVEAUTÉS
(nouvelles éditions incluses)

(Source : MCC-DGMIC / SLL / mars 2015...Gik)

LE PRIX DU LIVRE

(Source : situation économique de la librairie
indépendante, SFL-SNE-DLL / 2007)*Les chiffres indiqués sont des
moyennes et représentent des
marges brutes, avant déduction
des frais de structure.**Chiffre arrondi : la TVA est fixée
à 5,5 % sur le prix public HT.

[CRÉATION]

créer le contenu

Écrivain, illustrateur, scénariste BD, traducteur, essayiste, poète, photographe...

Il n'existe ni formation ni diplôme pour devenir écrivain. Celui-ci ne participe ni tout à fait du régime des indépendants ni tout à fait du régime des salariés, ainsi que le rappelle le sociologue Bernard Lahire : "les intermittents du spectacle ont un statut, pas les écrivains" (*La Condition littéraire, la double vie des écrivains*, La Découverte 2006). La qualité d'auteur "professionnel" est essentiellement acquise par la publication et la diffusion de son travail, lesquelles lui confèrent un statut social et fiscal.

L'**auteur** est celui qui crée le contenu du livre. Il propose à un **éditeur** un projet personnel ou répond à une commande. Il travaille seul ou en collaboration avec d'autres auteurs. Avant d'envoyer son manuscrit, l'auteur choisit les maisons d'édition dont la ligne éditoriale correspond a priori à son projet.

Si l'éditeur est intéressé, il propose à l'auteur un **contrat d'édition** qui détermine les conditions de publication : rémunération (**à-valoir***, % de droits d'auteur...), tirage initial, conditions de réédition, date de sortie, gestion des droits annexes, etc.

Le **traducteur** est considéré comme un auteur, et les modalités du travail de traduction et la rémunération sont déterminées par un contrat. Le Code des usages pour la traduction d'une œuvre de littérature générale définit les droits et devoirs en matière de traduction.

[CRÉATION]

le Code de la propriété intellectuelle

Toutes les dispositions relatives au droit d'auteur sont regroupées au sein du Code de la Propriété Intellectuelle (CPI), et notamment les règles relatives au contrat d'édition (articles L. 132-1 et suivants) qui encadrent la relation entre un auteur et son éditeur.

L'auteur dispose de deux prérogatives fondamentales :

• le droit moral

Il est inaliénable (il ne peut faire l'objet d'aucune cession), perpétuel et imprescriptible (il ne s'éteint pas après le non-usage). Il regroupe quatre composantes distinctes :

- **droit de divulgation** : l'auteur peut seul décider du moment et des modalités de la communication de l'œuvre au public ;
- **droit de retrait ou de repentir** : l'auteur peut modifier l'œuvre, ou bien mettre fin purement et simplement à son exploitation ;
- **droit à la paternité** : l'auteur a le droit absolu de revendiquer que l'œuvre a bien été créée par lui, ou, au contraire, de ne pas révéler son identité ;
- **droit au respect de l'œuvre** : il permet à l'auteur de conserver l'intégrité absolue de celle-ci.

Le cessionnaire des droits et les tiers doivent donc s'abstenir de toute suppression, adjonction ou modification de l'œuvre sans autorisation expresse de l'auteur.

• les droits patrimoniaux

Ils regroupent le droit de reproduction et le droit de représentation ; ils sont cessibles, et les contrats de cessions de droits sont fréquents, le contrat d'édition étant l'exemple le plus probant. Toute utilisation de l'œuvre sans autorisation de l'auteur est considérée comme illicite.

- **Le droit de reproduction** représente la fixation matérielle de l'œuvre permettant de la communiquer au public de manière indirecte ;

- **Le droit de représentation** concerne la communication de l'œuvre au public ; sont par exemple considérés comme des représentations : les lectures publiques, les adaptations théâtrales et audiovisuelles, les expositions, etc.

L'article L.123-1 du Code de la propriété intellectuelle définit la durée de protection des droits patrimoniaux, qui est de 70 ans à compter de la date de décès de l'auteur.

[CRÉATION]

les pratiques de rémunération de l'auteur

L'auteur cède le droit d'exploiter son œuvre à l'éditeur tenu de la mettre en forme, de la publier et de la diffuser contre une rémunération définie par un contrat (c'est le contrat à compte d'éditeur).

Le mode général de rémunération des auteurs est la participation proportionnelle aux résultats de l'exploitation de l'ouvrage : c'est le **"contrat à pourcentage"**. L'auteur est payé au pro-rata sur le prix de vente du livre hors taxes.

La grande majorité des auteurs perçoivent moins de 10 % de droits d'auteurs et 15 % sont rémunérés à un taux inférieur à 5 % du prix public de vente.

(Source : Scam, "5^e Baromètre des relations auteurs/éditeurs", 2013)

En 2013, 427 millions d'euros de droits d'auteur ont été versés par les éditeurs (-2,5 %).

(Source : MCC-DGMIC / SLL / mars 2015, Gfk)

Dans la majorité des cas, l'auteur perçoit un à-valoir, qui représente une avance sur ses droits d'auteur futurs. Chaque année, l'éditeur est tenu de rendre compte à l'auteur du nombre d'exemplaires tirés, des ventes, de l'état du stock ainsi que de la rémunération qu'il doit lui verser, le cas échéant : c'est la **reddition de comptes**.

La loi ne prévoit le recours au **paiement forfaitaire** que dans certains cas précis. Ce mode de paiement ne peut se faire qu'avec l'accord exprès de l'auteur. Cette dérogation est notamment prévue dans le cas d'ouvrages scientifiques et techniques, d'anthologies et d'encyclopédies, d'illustrations d'ouvrages et de traductions.

Un auteur peut être sollicité pour parler de ses livres ou animer des ateliers. La rémunération de ces interventions au titre des droits d'auteur est soumise à conditions (cf. section /06 MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES).

[CRÉATION]

compte d'auteur et autoédition

En France, la majorité des institutions et sociétés d'auteurs considèrent comme écrivain une personne qui a publié au moins un ouvrage à compte d'éditeur.

Le contrat communément appelé à "**compte d'auteur***" n'est pas un contrat d'édition, c'est une prestation de services.

L'auteur verse au prestataire une rémunération convenue et garde l'intégralité de ses droits ([article L.132-2 du CPI](#)).

Un lien direct entre l'auteur et le lecteur grâce à l'autoédition en ligne : fantasme ou réalité ?

Si certains avantages peuvent rendre la perspective de l'autoédition en ligne plutôt séduisante, publier un livre numérique n'est pas aussi facile qu'il y paraît. Mettre en ligne un livre autoédité requiert un minimum de compétences en informatique ainsi qu'un statut social spécifique pour le vendre. La visibilité reste la contrainte majeure des ouvrages autopubliés sur le Net puisqu'ils sont noyés dans la masse des contenus disponibles sur Internet.

En général, aucun relais de promotion n'est mis en œuvre pour valoriser le texte auprès des médias, des blogueurs, des e-détaillants et des internautes. Seul le bouche-à-oreille peut faire office de prescripteur.

Il en va tout autrement dans le cas des auteurs ayant déjà une certaine renommée et pour lesquels l'autoédition peut représenter la possibilité de tirer un revenu plus important de leurs ouvrages ou de publier des œuvres qui n'entrent pas dans la politique éditoriale de leurs éditeurs.

Toutefois, le rôle de l'éditeur ne se cantonne pas à la mise en page, à l'impression et à la vente. Il exerce un véritable travail de sélection - en lien avec sa politique éditoriale et la structuration de son catalogue. Inscrire une œuvre dans une collection lui donne une identité, une visibilité nécessaires pour être abordée par le lecteur.

Enfin, le travail de mise au point du contenu avec l'auteur est incontournable pour présenter le livre au lecteur.

[ÉDITION]

faire naître le livre

Le rôle de l'éditeur est à la fois d'ordre intellectuel et d'ordre économique. Il permet la publication des textes et cherche à les faire parvenir aux lecteurs. Industriel ou artisan, l'éditeur est un "passeur de textes".

Lire des manuscrits, en déceler les qualités littéraires, assumer des choix éditoriaux, susciter des vocations d'auteur, avoir l'intuition de celui qui marquera son temps, construire pas à pas un catalogue cohérent... Telles sont ses multiples missions. Outre la sélection des manuscrits, il peut également passer commande de textes, notamment dans les secteurs des livres pratiques, universitaires, scolaires, etc.

L'éditeur est aussi un chef d'entreprise et un technicien. Il prend l'essentiel du risque financier et juridique lorsqu'il décide de publier et doit judicieusement équilibrer publication de nouveautés et réimpression d'ouvrages pour constituer son fonds.

L'éditeur contrôle toutes les étapes de fabrication jusqu'à la commercialisation :

- **la conception / fabrication :** l'éditeur travaille sur le texte (corrections, relecture, etc.) et gère les relations avec les graphistes, les iconographes, les développeurs ou les imprimeurs pour aboutir à la conception de l'objet.

- **la contractualisation :** l'éditeur propose à l'auteur un contrat d'édition qui fixe les règles (rémunération, étendue de l'exploitation, etc.) et les relations entre les deux parties. Il doit également s'assurer qu'il détient les droits d'exploitation de tous les contenus nécessaires à l'élaboration de l'œuvre (texte, image, vidéo, audio, etc.).

- **la commercialisation :** l'éditeur entretient les relations avec les diffuseurs et les distributeurs, qu'ils soient physiques ou numériques, pour assurer la commercialisation de l'œuvre dans les différents réseaux de vente.

Avant sa publication, le manuscrit passe entre les mains d'un **correcteur**. Celui-ci est chargé de vérifier le respect de la langue française et des règles typographiques.

[ÉDITION]

en quelques chiffres ...

On dénombre plus de 8 000 structures éditoriales en France, dont 4 000 pour lesquelles l'édition constitue l'activité principale et 1 000 dont l'activité est significative sur le plan économique. Parmi elles, des "grandes maisons" (20 éditeurs présentent un catalogue de plus de 5 000 titres) côtoient des "petites structures éditoriales" (environ 5 000 éditeurs ont publié moins de 10 titres).

Le secteur de l'édition subit le processus de la **concentration**, qui n'est pas sans poser des questions d'ordre économique et culturel : les deux premiers groupes d'édition totalisent près de 35 % des ventes de livres, et 80 % du CA est réalisé par 12 maisons d'édition.

L'édition française se caractérise néanmoins par l'existence de très nombreux acteurs indépendants, aux dimensions variables, dont la production contribue à la diversité de l'offre éditoriale.

Dans une maison d'édition (comme en librairie, d'ailleurs), 20 % de la production assurent bien souvent 80 % du CA.

chaque livre est un pari financier

L'éditeur assume ses investissements : il peut décider de publier des titres dont il sait qu'ils ne seront pas immédiatement rentables mais qui correspondent à ses ambitions culturelles. La moindre rentabilité de ces livres dits "à faible rotation" peut être compensée par la vente plus facile d'autres titres ; c'est un mécanisme de péréquation.

L'indépendance de l'éditeur se mesure à sa capacité de faire des choix dans ses publications, de porter de nouveaux talents, de faire émerger des valeurs artistiques. Ce sont ces maisons d'édition de conviction qui participent au foisonnement de la création littéraire en France.

[ÉDITION]

les éditeurs et le numérique

L'offre numérique des éditeurs s'est considérablement enrichie, et ce dans des domaines variés.

En 2013, près de 75 % des meilleures ventes étaient disponibles sous format numérique.

Pourtant, le numérique ne représente que 4,1 % du chiffre d'affaires des éditeurs en 2014 (2 % en 2011).

(Source : enquête de branche SNE / 248 répondants)

Prestataires et développeurs interactifs...

Les nouveaux partenaires des éditeurs

Produire un livre numérique suppose une adaptation technique du contenu et de la mise en forme, l'enrichissement éventuel du texte avec des liens vers d'autres types de contenus (texte, image, son, vidéo) ainsi qu'une ingénierie particulière s'adaptant au marché du livre numérique.

Les éditeurs font donc appel à des développeurs, des graphistes, des spécialistes de l'informatique pour la conception de leurs ouvrages numériques.

Formats d'édition numérique : perspectives et contraintes

Alors que les habitudes de lecture se transforment au fil des évolutions technologiques, les pratiques éditoriales changent. Il s'agit de repenser les contenus : détacher le fond de la forme pour répondre aux enjeux d'**interopérabilité*** et de compatibilité qu'implique une lecture sur ordinateur, liseuse, smartphone et tablette, selon différents systèmes d'exploitation.

L'IDPF (International Digital Publishing) a développé le format **ePUB***, un format universel de publications numériques pensé pour distribuer les ouvrages numériques par le biais de tous les libraires numériques et sur la plupart des appareils disponibles sur le marché, en téléchargement ou en *streaming*.

Le format ePUB n'est cependant pas le seul commercialisé. Les livres numériques sont vendus et lus par des canaux multiples, incluant des environnements interopérables et d'autres propriétaires comme ceux d'Amazon, Apple et Kobo. L'éditeur veille constamment à ce que ses livres numériques soient lisibles sur tous ces supports, ce qui implique de travailler plusieurs versions du fichier en fonction des différents environnements et de leurs différentes mises à jour. Plusieurs éditeurs produisent également des livres numériques enrichis sous la forme d'applications interactives.

[ÉDITION]

livres numériques et droits d'auteur

Le livre numérique donne l'impression que l'on peut produire des ressources simplement et de façon très rapide : c'est bien entendu illusoire ! Il est essentiel de s'assurer des autorisations nécessaires dès lors qu'il s'agit d'intégrer un contenu quel qu'il soit (texte, vidéo, audio, illustré, etc.) et d'y associer une rémunération. L'exploitation des droits numériques d'un texte doit être prévue entre l'éditeur et l'auteur dans le contrat d'édition, et, le cas échéant, elle doit faire l'objet d'une cession de droits entre l'éditeur premier et l'éditeur second.

lutte contre le piratage

Comme tous les biens culturels sous forme numérique, les livres numériques font l'objet de pratiques illégales. L'intensité de ces pratiques, qui constituent un dommage réel pour les auteurs, éditeurs et libraires, varie fortement selon les types de livres. Les plus touchés aujourd'hui sont les mangas et la bande dessinée. Près de 15 % des lecteurs de livres numériques déclarent avoir déjà eu recours à une offre illégale, soit environ 2 % de la population française âgée de 15 ans et plus.

(Source : Sofia/SNE/SGDL)

Pour lutter contre ces pratiques, il existe trois approches complémentaires :

- développer une offre légale attrayante (en quantité et en confort d'accès) et informer les lecteurs ;
- sécuriser les fichiers, soit par cryptage pour empêcher leur duplication (**DRM*** cryptés), soit au moyen du *watermaking* (tatouage, signature ou marqueur numérique indélébiles) pour dissuader les utilisateurs de partager leurs fichiers en ligne ;
- surveiller de manière continue et via des algorithmes l'apparition de fichiers dans des contextes illégaux et adresser des demandes de retrait aux sites qui les hébergent (plusieurs sociétés proposent ce service aux éditeurs).

[PRODUCTION]

mettre en forme

Chaque livre a un aspect différent, un format différent, un papier différent ..., en fonction de la ligne éditoriale et de l'identité visuelle souhaitées par l'éditeur.

Qu'ils soient salariés de la maison d'édition ou indépendants, **graphistes et maquettistes** imaginent la composition des pages et de l'ouvrage dans son ensemble. Ils déterminent l'emplacement du texte, choisissent la typographie, intègrent les images, s'assurent de la lisibilité ..., en étroite collaboration avec l'éditeur et les auteurs. Souvent, ils contribuent aussi à l'image de la maison d'édition et à la conception graphique de ses outils de communication (site Internet, blog ...).

La conception de la couverture est déterminante pour l'avenir commercial d'un livre. Elle fait l'objet d'un soin particulier pour la distinguer parmi les 68 187 nouveautés annuelles.

(Source: chiffres SNE, 2014)

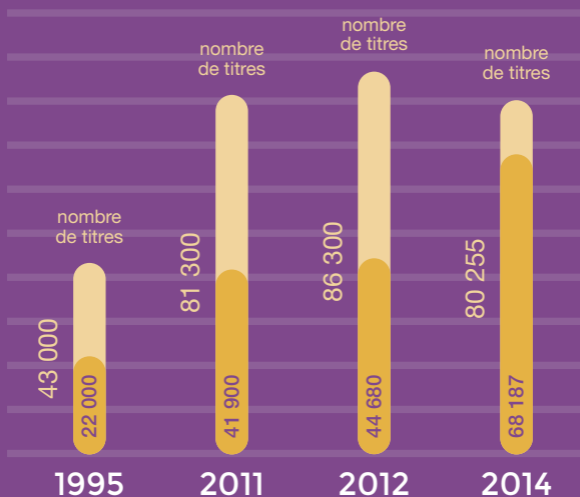
Contrairement à ce que l'on pourrait penser, maîtriser la **PAO*** (publication assistée par ordinateur) ne suffit pas pour être graphiste-maquettiste. Ce métier nécessite de la sensibilité, une véritable technicité et une connaissance de certaines règles de base concernant la mise en page, la typographie, l'imprimerie...

Le numérique... incontournable

Avec l'évolution du métier d'éditeur à l'ère numérique, les compétences du graphiste évoluent. La maîtrise du webdesign est de plus en plus recommandée, car le graphiste est amené à intervenir au-delà du texte et des œuvres sur des enjeux de marketing et de communication élargis *print* et Web et sur la conception-réalisation de sites Web. Le développement du livre numérique accélère cette mutation; aussi l'éditeur se doit d'intégrer, dès la conception de l'ouvrage, sa version numérique. La compétence du graphiste devient cruciale: quand toute la chaîne du livre doit amener le lecteur à lire sur différents types de supports, la mise en page du livre numérique doit être réalisée dans un souci d'interopérabilité.

[PRODUCTION]

une production en expansion



NOUVEAUTÉ

(Source : SNE, Repères statistiques / 2013-2014)

Le volume des nouveautés est tel que la masse financière avancée par le libraire à chaque mise en vente peut mettre sa trésorerie en difficulté : le système atteint ses limites.

L'**ISBN*** permet d'identifier chaque livre publié, il a pour objet de simplifier la gestion informatique du livre. Les éditeurs sont tenus de fournir un ISBN distinct pour chaque publication papier et numérique, et pour chaque format (**XML***, ePUB, PDF, MOBI...). Chaque livre imprimé porte obligatoirement un code-barre sur la couverture.

L'ISSN (International Standard Serial Number) est réservé aux journaux, revues et autres publications périodiques.

[PRODUCTION]

fabriquer

Le chef de fabrication est responsable de l'ensemble de la chaîne de fabrication du livre. Il veille au respect du cahier des charges : délais, coûts, qualité, logistique...

Le processus de fabrication débute par la saisie du texte et la relecture, la numérisation et la retouche des images par le **photogaveur**, puis la mise en page par le **maquettiste**, qui intègre tous les éléments, textes et images, dans un seul fichier informatique. Après validation des épreuves par l'éditeur, le fameux "bon à tirer", le fichier est transmis à l'**imprimeur**. Après le contrôle des fichiers, le calage et le réglage de la presse, l'impression est lancée. Elle se fait sur des feuilles de grand format appelées cahiers, qui contiennent de 8 à 96 pages selon les machines.

Le **relieur** s'occupe du façonnage : les feuilles de tirage livrées à plat par l'imprimeur sont pliées, puis assemblées, pour être collées à la couverture. Une fois les livres finis, ils sont expédiés sur le lieu de stockage de l'éditeur.

Selon le rapport Gaymard, le livre représente 8 à 9 % du CA de la production d'imprimés et 7 % de la consommation de produits finis graphiques (soit 316 kilotonnes).

Si le livre "noir" (romans, essais, etc.) s'imprime encore largement en Europe, les éditeurs font de plus en plus souvent appel à des imprimeurs européens ou asiatiques pour les livres illustrés ; 60 % des livres commercialisés en France seraient imprimés à l'étranger.

Impression numérique, impression à la demande

Pour les tirages limités, l'impression numérique offre des solutions nouvelles qui permettent de mieux contrôler le stockage, tout en répondant aux commandes de manière réactive.

Les distributeurs, les imprimeurs et certaines plates-formes de vente proposent également des services d'impression à la demande (POD : Print on Demand). Les éditeurs peuvent ainsi remettre leur fonds à disposition et servir les commandes clients en imprimant les livres à l'unité. Dans ce cas, ils ont l'obligation d'en informer préalablement l'auteur.

[PRODUCTION]

les tirages

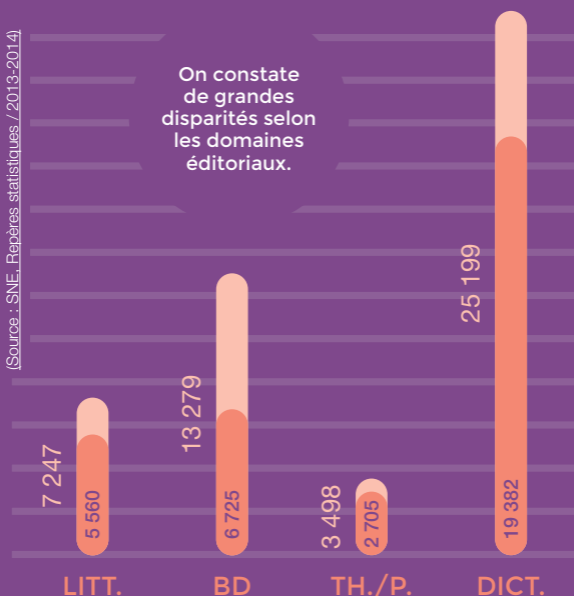
L'éditeur fixe le tirage en tenant compte :

- du prix de revient (frais de création et de fabrication) ;
- des frais de promotion ;
- des droits d'auteur ;
- des mises en place estimées, des opérations spéciales.

7 282 exemplaires c'est le tirage moyen pour l'ensemble de la production en 2012.

En 2013, **le tirage moyen chute de 18%** et côtoie les **6 000 exemplaires** pour des ventes unitaires qui atteignent **4 470 exemplaires** au titre en moyenne.

(Source : SNE, Repères statistiques / 2013-2014)



DOMAINES ÉDITORIAUX
(tous formats et genres confondus)

TIRAGE MOYEN

en nombre d'exemplaires

VENTES MOYENNES

LITT. LITTÉRATURE
BD BANDES DESSINÉES
TH./P. THÉÂTRE, POÉSIE
DICT. DICTIONNAIRES DE FRANÇAIS

[COMMERCIALISATION]

informer, vendre

La diffusion représente l'ensemble des opérations commerciales mises en œuvre pour présenter les nouveautés et les titres de fonds des éditeurs, puis pour développer les ventes auprès des points de vente du livre partout en France : librairies, grandes surfaces spécialisées, super et hypermarchés, sites Internet, centrales d'achat...

Elle peut être assurée en interne, pour tout ou partie des réseaux de points de vente, par les éditeurs ou confiée à des structures qui se consacrent exclusivement à cette activité. Les structures commerciales de diffusion les plus importantes appartiennent généralement à des groupes d'édition.

Ce maillon entre l'éditeur et le libraire est vital pour la transmission des informations et la lisibilité de l'offre. C'est le diffuseur qui négocie les conditions commerciales avec le libraire (remise, mise en vente, délai de paiement, possibilité de retour des ouvrages...) et assure un lien humain indispensable via un représentant commercial.

La faiblesse des marges de l'édition impose au diffuseur de réaliser un chiffre d'affaires important pour assurer la rémunération (salaires et frais) de son équipe. Ce volume ne peut être réalisé qu'en diffusant un grand nombre d'éditeurs à la fois.

l'autodiffusion

Certains éditeurs ne signent pas de contrat avec un diffuseur, par choix ou contrainte.

Ils sont alors autodiffusés, c'est-à-dire qu'ils assurent eux-mêmes la commercialisation des ouvrages qu'ils publient. L'éditeur est en contact direct avec le libraire pour défendre son catalogue, mais sa force de frappe est moins importante, il contacte moins de points de vente et il dépend des disponibilités contraintes des libraires.

Qu'il soit diffusé par un tiers ou autodiffusé, l'éditeur est soumis aux mêmes réglementations : les échanges commerciaux sont encadrés par la loi Lang de 1981, par les accords Cahart de 1991, puis par le nouveau protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie de 2001.

[COMMERCIALISATION]

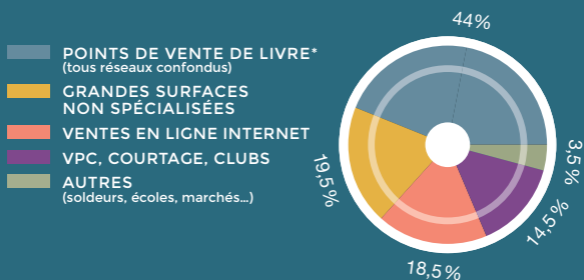
organisation de la vente selon les niveaux de points de vente

Selon les réseaux de vente auxquels elles appartiennent et en fonction de leur "niveau commercial", les librairies sont visitées avec plus ou moins de régularité et par un nombre plus ou moins important de représentants. Ces niveaux prennent en compte le chiffre d'affaires, la surface, la spécialisation, le professionnalisme des libraires...

Les équipes de vente sont organisées différemment selon les structures de diffusion. En raison du grand nombre de nouveautés à présenter, le représentant passe très peu de temps sur chaque livre et présélectionne dans son offre les nouveautés les plus adaptées à chaque point de vente.

- Le 1^{er} niveau est composé de 700 à 1 300 grandes librairies et points de vente spécialisés, lesquels bénéficient de la visite régulière des représentants, reçoivent une information ciblée, qualitative. Les nouveautés sont travaillées conjointement.
- Dans les 4 000 à 12 000 librairies de 2^e niveau et maisons de la presse, l'information est restreinte, la présence des représentants allégée.
- Les librairies de 3^e niveau sont de très petits points de vente ou des points de vente spécialisés ou occasionnels.
- Les librairies en ligne, la grande distribution et les grandes surfaces spécialisées réalisent des achats centralisés. Il y a souvent un commercial dédié à ces grands comptes dans les équipes de diffusion.
- L'export et la francophonie sont assez souvent pris en charge par des structures déléguées.

poids des différents circuits de vente du livre



* Dont : 18,5% grandes librairies et librairies spécialisées // 3,5% maisons de la presse, librairies-papeteries, kiosques, gares, aéroports // 22% grandes surfaces spécialisées

(Source : TNS-Sofres pour MCC-SLL/OEL)

[COMMERCIALISATION]

gérer les flux

La distribution regroupe l'ensemble des tâches liées à la circulation physique des livres et à la gestion des flux d'information et des flux financiers entre l'éditeur ou son diffuseur et le détaillant.

Les **flux physiques** concernent le stockage des livres, l'envoi des nouveautés à l'**office***, l'envoi des commandes de **réassort*** et le traitement des **retours***.

Préparation de colis et gestion de palettes nécessitent des entrepôts immenses et une logistique d'acheminement très lourde. En région parisienne, les distributeurs gèrent directement le transport. En province et en Belgique, dans la plupart des cas, Prisme est la structure de regroupement interprofessionnelle qui coordonne la distribution des colis; les transporteurs sont ensuite affrétés par les libraires.

Les **flux financiers** consistent en la facturation au libraire et le recouvrement. La facturation se conforme aux négociations commerciales passées avec le diffuseur.

La distribution gère aussi le **flux d'information** par le référencement de bases de données interprofessionnelles (Electre, Dilicom).

En outre, le distributeur recueille et restitue aux diffuseurs et aux éditeurs des éléments chiffrés d'analyse des ventes de ses clients : mise à l'office, réassort, retours, au titre et par client.

Courroie de transmission, le distributeur n'avance pas d'argent, mais on le qualifie de "ducroire", car il est solidaire des engagements que le libraire a négocié auprès de son diffuseur : si le libraire n'honore pas sa facture, le distributeur la règle pour lui. Sa rémunération est liée aux flux, puisqu'il facture à l'éditeur et au libraire des frais liés au coût de transport, de stockage et de traitement des commandes. Plus il y a de flux – aller ou retour – plus les frais de distribution sont lourds.

Les principaux groupes d'édition ont leur société de diffusion/distribution. Les cinq premiers groupes se partagent 80 % du marché français. C'est un réseau industrialisé et bien organisé. En cas de litige, le distributeur peut fermer le compte d'un libraire et ne plus lui envoyer de livres. Parce qu'il est "ducroire", il sécurise les risques financiers, et cela crée un rapport particulier, souvent inégal. Éditeurs et diffuseurs peuvent également bloquer les approvisionnements.

[COMMERCIALISATION]

l'e-distributeur

Dans l'univers numérique, les e-distributeurs transmettent et stockent les livres numériques, ainsi que leurs mises à jour, dans tous les formats commercialisés. Ils travaillent à partir des **métadonnées*** des livres pour assurer la bonne visibilité des catalogues à travers l'ensemble de la chaîne du livre ; enfin, ils placent les éventuelles mesures de protection sur les fichiers. Ils sont connectés directement aux gros revendeurs et, dans leur grande majorité, aux libraires via le "hub" Dilicom.

le Fel

Le Fichier exhaustif du livre (Fel) est une base de données informatique mise en place et gérée par l'interprofession à travers Dilicom, pour le compte de la Commission de liaison interprofessionnelle du livre (Clil). Toutes les caractéristiques essentielles du livre y figurent, dont la disponibilité des ouvrages, les prix et les visuels de couvertures. Il s'agit d'un catalogue à vocation commerciale et logistique uniquement, mis à jour quotidiennement par les distributeurs à partir de leurs systèmes informatiques. Plus de 900 000 références y sont répertoriées en provenance des principaux distributeurs.

Depuis sa création, la Clil organise la "Commission Fel", qui réunit des membres représentant libraires et éditeurs-distributeurs, et associant Electre, Dilicom et la BNF pour échanger autour de la normalisation des données indispensables à la commercialisation des livres papier et numériques.

Ce groupe de travail met régulièrement à disposition un guide des bonnes pratiques afin de rendre compte de l'avancée des réflexions et des usages.

le "hub" Dilicom

Cette plate-forme centralise et unifie les catalogues des e-distributeurs qui y sont connectés. Le hub assure le suivi des flux de commandes numériques.

[LIBRAIRE]

vendre, conseiller

Placé en bout de chaîne, le libraire choisit, conseille et vend les livres. Ce n'est pas un commerçant comme les autres, car il ne détermine pas son prix de vente (fixé par l'éditeur) mais négocie son prix d'achat (remise), dans le cadre des conditions générales et particulières de vente avec les fournisseurs (diffuseurs), qui tiennent compte du Protocole d'accord sur les usages commerciaux entre l'édition et la librairie. Ces conditions commerciales prennent en compte la qualité des services rendus par les détaillants en faveur de la diffusion du livre (art. 2, loi du 10 avril 1981).

Aujourd'hui, un libraire doit réunir trois qualités essentielles :

- avoir une solide compétence culturelle et commerciale, afin de conseiller, constituer et faire vivre l'assortiment qu'il va proposer, de susciter l'envie de lire et découvrir des auteurs ;
- avoir une réelle capacité de gestion, afin de garder l'équilibre de son commerce entre richesse culturelle et financement de cette ambition ;
- être un communicant, c'est-à-dire un acteur culturel à part entière, reconnu sur son territoire.

indépendance de la librairie

L'indépendance d'une librairie tient avant tout à l'indépendance de son capital, à sa liberté de faire des choix, mais aussi à la conception que le libraire a de son métier.

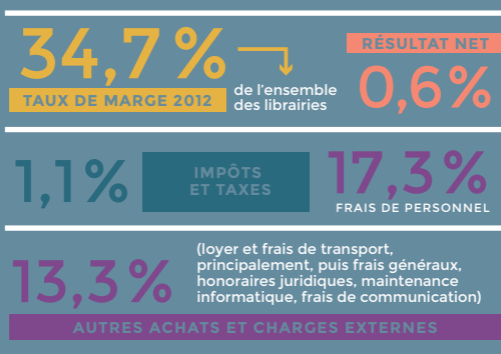
Alors que le prix du livre est le même partout, le libraire se distingue d'un supermarché par sa capacité à proposer un assortiment de titres important, à faire découvrir des auteurs et défendre les livres sur la durée. Une librairie indépendante se caractérise également par la présence d'un personnel compétent et nombreux.

Même si la librairie indépendante ne représente que 22 % des parts de marché* en 2014, elle demeure le lieu privilégié d'achat de livres en France. Elle pèse d'un poids significatif dans la commercialisation de nombreux segments éditoriaux représentant entre 45 et 54 % du CA total du marché, comme en littérature, sciences humaines, histoire...

La librairie est le lieu de vente du livre qui défend la biblio-diversité, c'est-à-dire une offre de biens culturels très diversifiée. La librairie garantit aussi l'accès de tous à la pensée et bien qu'elle soit un commerce privé, elle peut assurer, à bien des égards, une mission de service public.

* (Source : Economie du livre - DGMIC, secteur du livre chiffres clés 2013-2014)

[LIBRAIRE]

répartition du chiffre d'affaires
pour l'ensemble des librairies

[Source : Xerfi 2012, pour l'ensemble des librairies]

5 % de remise autorisés

“Les détaillants doivent pratiquer un prix effectif de vente au public compris entre 95 % et 100 % du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur”. Autrement dit, la remise autorisée peut aller au maximum jusqu'à 5 % du prix de vente.

Le plus souvent, elle s'inscrit dans une démarche de fidélisation : après avoir réalisé un certain nombre d'achats, une remise est proposée, équivalant à 5 % de la somme globale des achats réalisés. Certains libraires militent pour la suppression de cette remise autorisée, qui grève d'autant plus un résultat net déjà très faible.

label LIR

Depuis 2009, le ministère de la Culture et de la Communication a mis en place le label LIR (Librairie indépendante de référence), accordé pour 3 ans, permettant une exonération de contribution économique territoriale (CET) lorsque celle-ci a été votée par les collectivités territoriales. Ce label est destiné à soutenir et valoriser le travail de sélection, de conseil et d'animation culturelle réalisé par des librairies de qualité, qui jouent un rôle déterminant pour la promotion de la diversité éditoriale et l'animation culturelle des territoires.

[LIBRAIRE]

les libraires face aux géants du Web

Depuis quelques années, l'achat de livres par Internet est en augmentation. Cette pratique de consommation représente aujourd'hui 18,5 % de la vente de livres en France*, et les Web librairies s'imposent peu à peu comme moteur du secteur. Combinée au développement des réseaux de grandes surfaces spécialisées ou alimentaires depuis les années 1990, cette évolution fragilise le réseau des librairies.

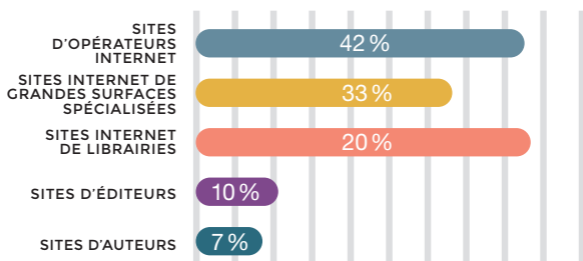
Les libraires s'organisent, individuellement ou collectivement, en créant des portails de vente mutualisés, et la plupart des grandes librairies possèdent désormais une page dédiée à la vente en ligne sur leur site Internet.

Les libraires jouent un rôle fondamental de promotion de la création : leur prescription garantit une certaine visibilité des petits éditeurs face aux grands groupes. Ils participent ainsi à la diversification de l'offre, qui risquerait d'être mise à mal par la surproduction d'ouvrages sur Internet.

(Source : TNS-Sofres pour MCC/SLL, en 2013)

les canaux d'acquisition du livre numérique

Les lieux et modes d'acquisition des livres numériques sont très variés, et, si les ventes sont en hausse, c'est avant tout parce qu'on part de rien. Le gratuit prend une place très importante dans les téléchargements.



(Source : Sofis/SNE/SGDL, 2014)

[LIBRAIRE]

les pratiques de lecture

Le taux d'équipement des ménages en **tablettes*** ou **liseuses*** progresse rapidement en France, et le recours à une offre illégale de livres numériques reste faible par rapport aux autres industries culturelles (musique ou cinéma). Néanmoins, on remarque que les lecteurs de livres numériques sont déjà de grands lecteurs de livres imprimés.

EN MARS 2014

LA LECTURE DE LIVRES NUMÉRIQUES AUGMENTE

18% POPULATION FRANÇAISE* déclarent avoir déjà lu, en partie ou en totalité, un livre numérique // **5%** EN 2012

76% n'envisagent pas de lire des livres numériques // 90% en 2012

LE TAUX D'ÉQUIPEMENT PROGRESSE

17% POPULATION* possèdent une tablette // **8%** EN 2012

100 000 œuvres littéraires numériques sont disponibles en France

55% DES LECTEURS DE LIVRES NUMÉRIQUES LISENT SUR UNE TABLETTE

LES PRATIQUES DE LECTURE

22% des lecteurs de livres numériques estiment lire davantage et sont plutôt de grands lecteurs de livres imprimés

LES FRANÇAIS PASSENT 1 H / J À LIRE DES TEXTES NUMÉRIQUES (HORS MAILS & SMS)

LES CANAUX DE DISTRIBUTION

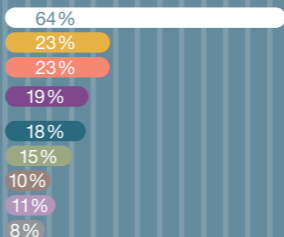
38% LECTEURS DE LIVRES NUMÉRIQUES // **16%** obtiennent leurs fichiers sur les sites des opérateurs Internet

CHOISISSENT LES SITES DES LIBRAIRIES

*Échantillon de 2009 personnes représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus.

LES CATÉGORIES DE LIVRES NUMÉRIQUES ACHETÉS

LA LITTÉRATURE
LES ESSAIS
LES LIVRES PRATIQUES
LES SCIENCES HUMAINES
ET SOCIALES
LES LIVRES TECHNIQUES
LA BD
LES DICTIONNAIRES
LES MANUELS SCOLAIRES
LES LIVRES JEUNESSES



[MÉDIATION]

un service public ouvert à tous, un lieu de partenariats

Génératrices de liens sociaux, carrefours entre les générations, lieux de travail et d'expression artistique, les bibliothèques proposent une grande diversité de documents et de services.

Lieux de partenariats, elles participent aux propositions culturelles d'une commune en collaboration avec les structures scolaires, sociales et culturelles.

Certaines bibliothèques peuvent être au service d'un public particulier : étudiants, détenus, personnes hospitalisées, enfants, salariés d'une entreprise...

Les bibliothèques sont des partenaires incontournables de la chaîne du livre. Elles contribuent par leurs acquisitions au maintien d'un réseau de librairies indépendantes de proximité et de qualité.

La librairie est le premier fournisseur des bibliothèques, et les acquisitions des bibliothèques représentent en moyenne pondérée 18 % de leur chiffre d'affaires.

(Source : Situation économique de la librairie indépendante, enquête SLF, SNE, DLL, 2007)

Numérique et bibliothèques

Alors que les contenus peuvent être accessibles à domicile grâce aux ressources numériques, les bibliothèques tendent à devenir un "troisième lieu" entre espace public et espace privé, un lieu "hybride", à la fois physique et numérique.

L'offre numérique arrive très souvent en complément des documents imprimés, mais elle ouvre de nouvelles potentialités en termes d'accès et donne une nouvelle dimension à la bibliothèque.

L'usage des ressources numériques appelle une évolution des métiers des bibliothèques avec de nouvelles compétences.

Les représentants des bibliothèques, des auteurs, des libraires et le SNE ont établi, sous l'égide du ministère de la Culture et de la Communication, des recommandations sur les modalités de mise en place dans le cadre de la voie contractuelle, de la consultation et du prêt de livres numériques en bibliothèque. Rassemblés dans la volonté de promouvoir le livre numérique de façon pérenne, les acteurs ont posé les bases essentielles à une diffusion du livre numérique en bibliothèque publique au double bénéfice des lecteurs et des créateurs.

/ 06 LES BIBLIOTHÈQUES

[MÉDIATION]

quelques chiffres ...

45 % des communes proposent un accès à un établissement de lecture publique et **desservent 83 % de la population française**.

16 300 établissements de lecture publique, dont 7 100 bibliothèques municipales : c'est le premier réseau culturel sur le territoire.

97 bibliothèques départementales de prêt (BDP).

8,24 millions de volumes en bibliothèque, soit un budget moyen de 18 700 euros par bibliothèque.

(Source : Observatoire de la lecture publique - 2014, chiffres de 2012)

FRÉQUENTATION...

17% DES HABITANTS sont inscrits dans une bibliothèque

Le livre imprimé représente 72% des emprunts sur 277,4 millions de prêts

LE NOMBRE DES VISITEURS NON INSCRITS EST EN AUGMENTATION, POUVANT ATTEINDRE JUSQU'À

30% – DES – USAGERS

EMPLOI...

54 701 TITULAIRES travaillent en bibliothèque

3,5 ÉQUIVALENTS TEMPS PLEINS RÉMUNÉRÉS PAR BIBLIOTHÈQUE ET

5,3 BÉNÉVOLES

NUMÉRIQUE...

2% des bibliothèques disposent d'une offre de livres numériques, et notamment les établissements qui se situent dans les communes de plus de 10 000 habitants

73% des bibliothèques offrent un accès à Internet

23% BIBLIOTHÈQUES EN 2013 proposent des ressources numériques (AUTOFORMATION ET PRESSE MAJORITAIREMENT)

// **14% EN 2012**

LE BUDGET ALLOUÉ POUR L'ACQUISITION DE RESSOURCES NUMÉRIQUE REPRÉSENTE ENVIRON 7% DU BUDGET D'ACQUISITION TOTAL

21% BIBLIOTHÈQUES METTENT À DISPOSITION DES LISEUSES OU TABLETTES

[MÉDIATION]

les bibliothèques publiques

Par “bibliothèques publiques” on entend bibliothèques des collectivités territoriales – départements et communes –, les régions n’ayant pas, aujourd’hui, de bibliothèques sous leur responsabilité.

Les bibliothèques municipales (BM) ou intercommunales

Leurs missions : faciliter à tous l’accès à l’information, à la formation et à la culture ; présenter en libre accès un fonds encyclopédique sur toutes sortes de supports. Leurs collections peuvent parfois être complétées par des fonds patrimoniaux spécialisés en relation avec l’histoire du lieu et de ses habitants.

Les bibliothèques départementales de prêt (BDP)

Elles furent créées en 1945, et leur responsabilité incombe au Conseil général de chaque département, mais leur activité technique demeure soumise au contrôle de l’État – via l’Inspection générale des bibliothèques.

Elles desservent les communes de moins de 10 000 habitants, soit par bibliobus de prêt direct, soit par dépôts dans des petites bibliothèques municipales, soit dans des bibliothèques-relais ou auprès de publics particuliers : écoles, foyers culturels, maisons de retraite...

Les BDP desservent 17 749 communes, soit près d’un tiers de la population.

les bibliothèques universitaires (BU)

La BU est un lieu de travail, d’étude et de recherche, mais aussi de convivialité. Elle identifie, acquiert et rend accessibles les ressources documentaires indispensables aux étudiants (2,25 millions en 2006) et aux chercheurs.

Le service commun de la documentation (SCD) est formé par l’ensemble des bibliothèques et centres de documentation de l’université intégrés ou associés (bibliothèques universitaires, de facultés, d’instituts, de recherche, centres de documentation). Le SCD est placé sous l’autorité du président de l’université : son directeur est nommé par le ministre de l’Éducation nationale, de l’Enseignement supérieur et de la Recherche.

(Source : Les Bibliothèques, Denis Pallier, Que sais-je ? Puf, 2010)

[MÉDIATION]

des règles pour l'achat et pour le prêt

Le Code des marchés publics

L'achat de livres par les bibliothèques – établissements publics locaux – est soumis au Code des marchés publics.

Les bibliothèques doivent donc respecter l'ensemble des dispositions qui réglementent la définition des besoins, la préparation et la passation du marché, ses différentes procédures et son exécution.

Trois principes fondamentaux régissent la commande publique :

- la liberté d'accès à la commande publique ;
- l'égalité de traitement des candidats ;
- la transparence des procédures.

Ils s'appliquent à tous les marchés publics quel que soit leur montant.

La loi relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs

La loi du 18 juin 2003 dite du "droit de prêt" a instauré deux règles : la rémunération des auteurs et des éditeurs au titre du prêt en bibliothèque et le plafonnement des remises autorisées aux collectivités à 9 % du prix public (hors livres scolaires), favorisant l'égalité des libraires. À ces 9 % maximum s'ajoute une part de 6 %, reversée par le libraire à une société civile de perception et de répartition des droits : la Sofia. L'État, de son côté, verse une somme forfaitaire : 1,50 euro par inscrit en bibliothèque publique, 1 euro par inscrit en bibliothèque universitaire.

De plus, la loi a prévu l'affectation d'une partie de la somme globale, dans la limite de 50 %, à la prise en charge d'une partie des cotisations des auteurs au titre de leur retraite complémentaire obligatoire.

En 2014, 12,8 millions d'euros ont été redistribués par la Sofia à 68 000 auteurs et 2 600 éditeurs au titre du droit de prêt.

(Source : MCC-SLL, 2013)

[MÉDIATION]

la bibliothèque nationale de France (BnF)

La BnF est un établissement public sous tutelle du ministère de la Culture et de la Communication qui a pour mission de collecter, conserver, enrichir et communiquer le patrimoine documentaire national.

Le dépôt légal

Tout éditeur, imprimeur, producteur ou importateur a l'obligation de déposer chaque document qu'il édite, produit, imprime ou importe à la BnF ou à l'organisme habilité à recevoir le dépôt. Le **dépôt légal*** est la source principale d'enrichissement du fonds de la BnF.

Numérisation des collections

Dans le but de proposer une alternative à la manipulation des documents, de pérenniser puis transmettre ces collections aux générations futures, la BnF a mis en place des techniques de conservation avancées. Une politique de numérisation très ambitieuse a permis la naissance de Gallica en 1997. Cette vaste bibliothèque numérique, patrimoniale et encyclopédique offre un accès à plus de 2 millions de documents à ce jour.

la Bibliothèque publique d'information (BPI)

Établissement public du ministère de la Culture au sein du Centre Georges-Pompidou, la BPI est, depuis 1977, une bibliothèque encyclopédique et d'actualité.

C'est un établissement pilote, vitrine des innovations en matière d'information et de lecture publique, particulièrement dans les domaines du numérique et de l'accessibilité.

La BPI s'est organisée depuis sa création en fonction de trois grands principes :

- le libre accès : la gratuité et l'autonomie du lecteur ;
- l'actualité des informations avec une veille constante et un renouvellement permanent des collections ;
- l'accès aux œuvres et aux informations, y compris à distance.

[MÉDIATION]

faire vivre le livre

Une manifestation publique autour du livre privilégie la rencontre entre les lecteurs et les créateurs. C'est un moment important qui dynamise une politique active en faveur du livre et de la lecture sur un territoire.

Les organisateurs de manifestations littéraires contribuent à la promotion du livre dans un ancrage territorial, s'appuyant sur un partenariat solide avec les professionnels locaux.

Ces manifestations, clairement identifiées et limitées dans le temps, prennent des formes variées : salon, fête du livre, festival, rencontre littéraire, lecture en présence des auteurs, etc. Par leur caractère événementiel et ludique, les manifestations littéraires peuvent permettre un accès au livre à un large public et susciter de nouvelles vocations de lecteurs.

La rémunération des auteurs

Les organisateurs de manifestations littéraires et, par extension, tous les médiateurs du livre doivent (ou devraient) rémunérer les auteurs qu'ils invitent lors de leurs rencontres (ateliers, conférences, résidences, etc.).

La circulaire sur les revenus principaux et accessoires des artistes auteurs signée le 16 février 2011 par le ministère de la Culture et de la Communication et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité est l'aboutissement de négociations entre les principaux représentants des auteurs (SGDL, Fill, Snac, Charte, Mel ...) et les instances officielles (ministères, CNL, Agessa ...).

Elle précise les différents cas de figure de rémunération selon la nature de l'intervention et le statut de l'auteur.

Une convention signée entre l'auteur et la structure d'accueil ou "diffuseur" permet de préciser le cadre et la nature de l'intervention, les modalités d'accueil et de rémunération adéquates, essentielles au développement de tout projet.

soutenir et défendre

Différents dispositifs légaux et fiscaux, d'aides directes et indirectes sont proposés par les institutions – issues de l'État ou des collectivités territoriales – à destination des éditeurs, des libraires, des auteurs, des opérateurs littéraires et des bibliothèques.

Derrière la défense des petites entreprises se profilent des enjeux culturels (biblio-diversité, création, accès aux livres), économiques (soutien aux filières concernées, formation professionnelle, marché du livre) et d'aménagement du territoire (maintien de l'offre culturelle sur l'ensemble du territoire à travers le réseau de la lecture publique et de la librairie).

Il s'agit avant tout de préserver la richesse culturelle, la diversité éditoriale et les identités régionales.

Le ministère de la Culture et de la Communication

Au sein de ce ministère, la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) définit, coordonne et évalue la politique de l'État en faveur du développement du pluralisme des médias, de l'industrie publicitaire, de l'ensemble des services de communication au public par voie électronique, de l'industrie phonographique, du livre et de la lecture et de l'économie culturelle.

À ce titre, le **Service du livre et de la lecture** assure un rôle d'évaluation et de réglementation dans le domaine de la chaîne du livre, et, en particulier, dans les champs de la librairie et de l'édition, de la lecture publique, des politiques numériques et patrimoniales. Il s'appuie, pour la mise en œuvre de la politique de l'État, sur les Directions régionales des affaires culturelles et leurs conseillers pour le livre et la lecture.

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Livre-et-Lecture>

Le CNL (Centre national du livre)

Créé en 1946, le CNL est un établissement public du ministère de la Culture et de la Communication dont la vocation est de soutenir, via de nombreux dispositifs, les acteurs de la chaîne du livre : auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires, organisateurs de manifestations littéraires.

www.centrenationaldulivre.fr

carnet d'adresses



interprofession

Centre national du livre : www.centrenationaldulivre.fr

CFC/Centre français d'exportation du droit de copie : www.cfcopies.com

Cliil/Commission de liaison interprofessionnelle du livre :
<http://cliil.centprod.com/>

Electre : www.electre.com

Dilicom : <https://dilicom-prod.centprod.com/index.html>

Fill/Fédération interrégionale pour le livre et la lecture :
www.fill-livrelecture.org

IDPF/International Digital Publishing Forum : <http://idpf.org/>

Ministère de la Culture et de la Communication :
www.culturecommunication.gouv.fr/

Service du livre et de la lecture : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Livre-et-Lecture>

Motif/Observatoire du livre et de l'écrit : www.lemotif.fr/fr/

Sofia/Société française des intérêts des auteurs et de l'écrit :
www.la-sofia.org

auteurs

ADGP/Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques :
www.adagp.fr

ATLF/Association des traducteurs littéraires de France : www.atlf.org/

Atlas/Assises de la traduction littéraire en Arles : <http://www.atlas-citl.org/>

Agessa/Association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs :
www.agessa.org

Charte des auteurs et illustrateurs jeunesse : www.la-charte.fr

Maison des artistes : www.lamaisondesartistes.fr

Mel/Maison des écrivains et de la littérature : www.m-e-l.fr

Scam/Société civile des auteurs multimédia :
www.scam.fr/fr/Accueil.aspx

Sacem/Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique :
www.sacem.fr/cms/home?pop=1

SACD/Société des auteurs et des compositeurs dramatiques :
www.sacd.fr/

Saif/Société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe : www.saif.fr

SGDL/Société des gens de lettres : www.sgdl.org

Snac/Syndicat national des auteurs et des compositeurs : www.snac.fr/

éditeurs

Alliance des éditeurs indépendants : www.alliance-editeurs.org/

Asfired/Association nationale pour la formation et le perfectionnement professionnels dans les métiers de l'édition : www.asfired.org

Bief/Bureau international de l'édition française : www.bief.org

BnF/Bibliothèque nationale de France (dépôt légal) : www.bnf.fr

FEP/Federation of European Publishers : www.fep-fee.eu/

France Livre : www.francelivre.org

SNE/Syndicat national de l'édition : www.sne.fr

mobilisation et accompagnement en régions

La Fédération interrégionale pour le livre et la lecture (Fill)

À la rencontre des politiques du livre des Régions et de l'État, la Fill est un espace d'observation, de débat, de proposition et d'action. Lieu de l'interprofession, elle rassemble 23 structures régionales pour le livre, des établissements nationaux (BnF, BPI), des associations et des conseils régionaux. Elle travaille au développement de l'accès au livre et à la lecture, à la dynamisation et à l'évaluation des politiques culturelles dans ce domaine. La Fill propose, sur son site internet, un guide des aides publiques et privées, à l'attention des auteurs, éditeurs et libraires.

<http://fill-livrelecture.org>

Les structures régionales pour le livre (SRL) sont le lieu de concertation privilégié de l'État et des Régions pour mettre en œuvre et ajuster leur politique du livre et de la lecture sur le territoire. Elles sont un lieu de coopération entre les professionnels du livre et de prospective pour le développement de leur activité. Elles sont également, dans certaines régions, coordinatrices et animatrices des dispositifs d'aides à la filière mis en place à l'échelle régionale.

<http://fill-livrelecture.org/les-structures-regionales-pour-le-livre/>

Depuis 1977, le ministère de la Culture et de la Communication est présent dans chaque région grâce aux **Directions régionales des affaires culturelles (Drac)**. Sous l'autorité du préfet de région et des préfets de département, elles sont chargées de mettre en œuvre la politique culturelle définie par le gouvernement. Elles exercent également une fonction de conseil et d'expertise auprès des partenaires culturels et des collectivités territoriales dans de nombreux domaines : patrimoine, musées, archives, livre et lecture publique, musique, danse, théâtre et spectacles, culture scientifique et technique, arts plastiques, cinéma et audiovisuel.

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Regions>

carnet d'adresses



diffuseurs / distributeurs

Afnil/Agence francophone pour la numérotation internationale du livre : www.afnil.org

Cliil/Commission de liaison interprofessionnelle du livre : www.cliil.org

Dilicom : <https://dilicom-prod.centprod.com/index.html>

Electre : <http://www.electre.com/ElectreHome.aspx>

Prisme : <http://www.webprisme.com>

libraires

Alire/Association des librairies informatisées et utilisatrices de réseaux électroniques : www.alire.asso.fr

Libraires en régions/Fédération des associations régionales : librairesenregions@orange.fr

INFL/Institut national de formation de la librairie : www.infl.fr

Prisme : www.webprisme.com

SLF/Syndicat de la librairie française : www.syndicat-librairie.fr

EIBF/European and International Bookseller's Federation : www.europeanbooksellers.eu/

AILF/Association internationale des libraires francophones : www.librairesfrancophones.org/

bibliothécaires

BnF/Bibliothèque nationale de France : www.bnf.fr

BPI/Bibliothèque publique d'information : www.bpi.fr/home.html

ABF/Association des bibliothécaires de France : www.abf.asso.fr

Enssib/École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques : www.enssib.fr

Gallica/<http://gallica.bnf.fr/>

Observatoire de la lecture publique : http://www.observatoirelecturepublique.fr/observatoire_de_la_lecture_publicque_web/

Observatoire du dépôt légal : www.bnf.fr/fr/professionnels/depot_legal_definition/s.depot_legal_observatoire.html?first_Art=non

juridique

Prix du livre, mode d'emploi : www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/intro.htmCspla

Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique : www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Propriete-litteraire-et-artistique/Conseil-superieur-de-la-propriete-litteraire-et-artistique

Inpi/Institut national de propriété industrielle : www.inpi.fr

Légifrance : <http://www.legifrance.gouv.fr/>

glossaire



À-valoir : somme versée à l'auteur avant même le début de l'exploitation du livre. Le contrat d'édition mentionne le montant et, le cas échéant, les dates de versement de l'à-valoir, qui reste définitivement acquis à l'auteur, même si les droits se révèlent d'un montant total plus faible. Il sera déduit des droits d'auteur à venir si ces derniers sont plus élevés.

Compte d'auteur : "Un contrat à compte d'auteur est un contrat par lequel l'auteur ou ses ayants droit verse(nt) à l'éditeur une rémunération convenue, à charge pour ce dernier de fabriquer un nombre d'exemplaires dans la forme définie au contrat, et d'en assurer la publication et la diffusion.

Ce type de contrat, expressément visé par le Code de la propriété intellectuelle, est parfaitement licite.

Il ne saurait toutefois se confondre avec un contrat d'édition qui implique cession des droits à l'éditeur. Dans le contrat à compte d'auteur, l'éditeur n'est qu'un prestataire de l'auteur, qui va prendre seul le risque de l'opération. C'est l'auteur qui prend en charge les frais de fabrication, de diffusion et, plus largement, tous les frais inhérents à la publication et à l'exploitation de l'œuvre. L'éditeur n'a aucun engagement quant à la promotion de l'ouvrage et ne bénéficie pas de droits d'exploitation."

Franck Benalloul, avocat au barreau de Marseille, pour l'ARL Paca.

Dépôt légal : Il a été instauré en 1537 par François I^{er}.

"Le dépôt légal est l'obligation pour tout éditeur, imprimeur, producteur, importateur de déposer chaque document qu'il édite, imprime, produit ou importe en France à la BnF ou auprès de l'organisme habilité à recevoir le dépôt en fonction de la nature du document.

Le dépôt légal à la BnF est organisé pour permettre la collecte et la conservation des livres, périodiques, documents cartographiques, documents iconographiques, documents sonores et multimédias, logiciels, vidéogrammes, sites Web et de la musique imprimée. Le dépôt de ces documents permet de constituer une collection de référence consultable dans les salles de la bibliothèque de recherche. Il permet également l'établissement et la diffusion de la Bibliographie nationale française."

(Source : www.bnf.fr)

DRM : Les DRM (*Digital Rights Management*) sont des outils de gestion numérique des droits. Dans les environnements ouverts, les DRM ne sont pas obligatoires : les éditeurs font le choix de leur apposition en fonction du degré de protection nécessaire pour la lutte contre le piratage de certains ouvrages, des engagements des éditeurs contractés vis-à-vis des auteurs, ainsi que des éventuelles conditions d'utilisation restrictives, comme dans le cas du prêt en bibliothèque.

Les deux outils de gestion numérique les plus utilisés sont actuellement :

- la DRM d'Adobe qui repose sur un chiffrement du contenu : elle permet de paramétrer le nombre de copies du fichier ou encore la durée de lecture d'un fichier dans le cadre du prêt numérique en bibliothèque. Elle est cependant contraignante pour les utilisateurs qui doivent notamment créer un compte client auprès d'Adobe.

glossaire



- le tatouage numérique (*watermark*), filigrane inséré dans l'ouvrage pour identifier de façon unique chaque exemplaire vendu.

Dans les environnements propriétaires, Amazon, Google, Apple et Kobo apposent automatiquement leurs DRM (invisibles pour le lecteur) sur les livres vendus.

ePUB : À l'origine appelé Open e-book, ce format a pris le nom d'ePUB à partir de sa version 2. L'ePUB est un format de production, d'échange et de lecture pour les livres numériques basé sur des standards Web. Ce format interopérable est compatible avec tous les moteurs de rendu et toutes les machines qui les hébergent, à l'exception de celles du parc d'Amazon. La dernière version de la norme ePUB, rendue publique par l'IDPF en octobre 2011, est l'ePUB 3.

Interopérabilité : capacité que possède un produit ou un système, dont les interfaces sont intégralement connues, à fonctionner avec d'autres produits ou systèmes existants ou futurs. C'est donc la possibilité de pouvoir lire un même fichier sur différents types de supports.

ISBN (International Standard Book Number) : numéro international normalisé à 13 chiffres permettant l'identification d'un livre dans une édition donnée, papier ou numérique, sur tout support.

Liseuse : appareil électronique permettant de lire des livres numériques. À la différence des tablettes multiusage, dont les écrans sont rétroéclairés, les liseuses sont exclusivement dédiées à la lecture. Basées sur la technologie de l'encre électronique, elles permettent principalement aujourd'hui la lecture de texte et d'images en noir et blanc sans fatigue oculaire. Le terme anglais *e-reader* est également employé.

Livre numérique : livre disponible en version électronique pour consultation en ligne sur Internet ou pour téléchargement sur un terminal sous forme d'un fichier.

Métadonnées : les métadonnées sont les données techniques qui favorisent l'identification un livre dans sa version papier ou numérique. Transmises aux libraires et aux distributeurs numériques, elles sont indispensables à sa commercialisation. Elles permettent également d'améliorer le référencement des livres sur le Web.

Quel que soit le support, elles déterminent les ressources documentaires, comme par exemple :

- le contenu : titre, sujet, description, source, langue, relation, couverture ;
- la propriété intellectuelle : créateur, éditeur, contributeur, droits (droits d'auteur, etc.) ;
- la matérialisation : date, type, format, identifiant.

glossaire



Office : service d'envoi des nouveautés. Selon le protocole d'accord sur les usages commerciaux de l'édition avec la librairie signé en 2008 par le SNE, le SLF et le SDLC, le service de l'office doit faire l'objet d'un contrat spécifique entre le diffuseur et le libraire.

Quatre services d'office sont à l'usage :

- l'office d'information unitaire : le libraire accepte de recevoir automatiquement les nouveautés à l'unité, selon une grille communiquée en amont ;
- l'office sur grille personnalisée : le libraire reçoit automatiquement les nouveautés selon la grille d'office définie et travaillée en amont avec le représentant (catégories de nouveautés et quantités négociées) ;
- l'office à façon : le libraire travaille la commande avec son représentant à chaque programme de nouveautés ;
- l'office lié à une parution exceptionnelle : le libraire accepte de recevoir une commande exceptionnelle, en sus des quantités convenues au préalable.

PAO : publication assistée par ordinateur. Il s'agit du travail de mise page que l'éditeur doit assumer pour aboutir au livre qu'il publiera et diffusera par la suite.

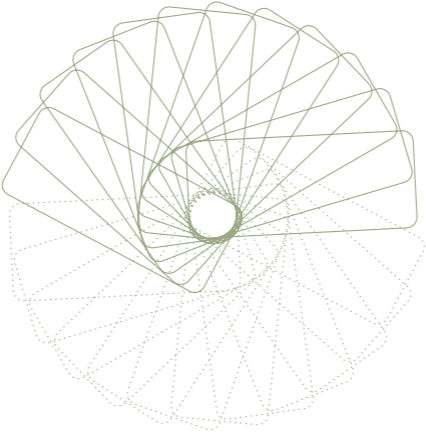
Réassort : le libraire fait du réassort lorsqu'il passe des commandes pour réassortir son assortiment. Quand le livre a plus d'un an, les libraires n'ont aucune faculté de retour sur ces commandes, on parle alors d'achat ferme ; de nombreux distributeurs sont assez souples sur cette pratique.

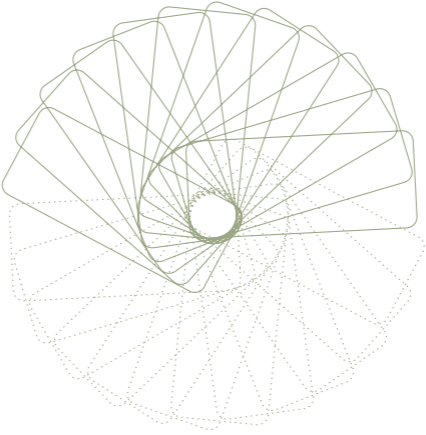
Retours : les retours correspondent aux livres invendus que le point de vente renvoie à l'éditeur via le distributeur ou directement, et ils donnent droit à un avoir. Les conditions générales de vente définissent la durée du délai de garde des ouvrages par les points de vente.

Tablette : contrairement aux liseuses, les tablettes ne sont pas dédiées à la seule lecture. Leur écran, d'une définition supérieure à celle des écrans d'ordinateurs, est rétroéclairé, et il offre la couleur. Les tablettes permettent de lire aussi bien du texte seul que de l'illustré, de la bande dessinée ou du texte enrichi (animations, vidéos, etc.).

XML (eXtensible Markup Language – langage de balisage extensible) : système de balisage sémantique qui permet d'éditer un produit multi-support (papier, Web, livre numérique) : chaque information est présentée entre deux balises. Il favorise l'échange automatisé d'informations et de contenus entre des systèmes d'informations hétérogènes (interopérabilité). Le jeu de caractères du langage XML est Unicode.

Le contenu XML doit ensuite être mis en forme par une feuille de style, des moteurs de composition ou la PAO pour être lisible sur plusieurs supports.





MÉTIERSDulivre // ENJEUXdelafilière

connaître les métiers du livre // comprendre les enjeux

L'élaboration de ce document d'information s'inscrit dans le contrat de filière Livre en Aquitaine, fruit d'un partenariat renforcé entre la Région Aquitaine, le Centre national du livre et la Direction régionale des affaires culturelles d'Aquitaine.



RÉGION
AQUITAINE



PRÉFET DE LA RÉGION
AQUITAINE



écrit cinéma livre audiovisuel

L'agence Écla Aquitaine a conçu ce document et remercie l'Alire, la Fill, la SGDL, le SLF, le SNE pour leur relecture attentive.