

Bibliodiversity

les mutations du livre et de l'édition / janvier 2019



L'Auto-édition

numéro coordonné par Sylvie Bosser



Bibliodiversity

Bibliodiversity, les mutations du livre et de l'édition est coéditée par **Double ponctuation** (18, avenue de la République, 94340 Joinville-le-Pont, France – www.double-ponctuation.com), représentée par Étienne Galliard, propriétaire et par l'**Alliance internationale des éditeurs indépendants** (38, rue Saint-Sabin, 75011 Paris, France – www.alliance-editeurs.org), représentée par Laurence Hugues, directrice. **Directeur de publication** • Étienne Galliard, contact@double-ponctuation.com **Comité éditorial** • Luc Pinhas (France), Josée Vincent (Québec – Canada). **Comité scientifique** • Françoise Benhamou (France), Jacques Michon (Québec – Canada), Jean-Yves Mollier (France), Gisèle Sapiro (France). **Publication** • Janvier 2019. Numéro : 5. **Design & conception artistique** • Claire Laffargue, contact@clairelaffargue.fr **Couverture** • Atelier au fond à gauche (G. Lanneau - B. Charzat), atelieraufondagauche.free.fr **Fabrication** • La version papier de cette publication a été imprimée sur papier recyclé par ISI Print - 15, Rue Francis de Pressensé, 93210 La Plaine Saint-Denis. La version numérique de cette publication porte le numéro d'ISSN (dépôt légal) suivant : 1775-3759.

Sommaire

L'auto-édition : un vecteur de bibliodiversité ?

Par Sylvie Bosser, université Paris 8 4

De l'auto-édition en littérature française

Mise en perspective historique d'une pratique éditoriale multiforme

Par Olivier Bessard-Banquy, université Bordeaux-Montaigne 16

Les auteurs auto-édités sur Kindle Direct Publishing

Motivations, identités, pratiques et attentes

Par Stéphanie Parmentier, université Bordeaux-Montaigne 32

L'auto-édition de bandes dessinées

Une voie d'entrée spécifique au sein du champ éditorial

Par Kevin Le Bruchec, université Paris 13 44

Le tiers (in)visible

Le mentorat littéraire, un processus favorisant l'auto-édition ?

Par Marie Caffari et Johanne Mohs, Haute école des arts de Berne 58

Autopublication : un phénomène singulier par sa nature, son ampleur et ses acteurs

Radiographie de l'autopublication en Amérique latine et au-delà

Par Daniel Benchimol, pour le CERLALC 70

L'auto-édition littéraire au Maroc

Conditions, enjeux et significations sociales d'une pratique culturelle en expansion

Par Kaoutar Harchi, Centre de recherche sur les liens sociaux 84

L'auto-édition en Iran

Histoire d'un dilemme sur fond d'audace

Témoignage d'Azadeh Parsapour, éditrice 98

Les Éditions du Net

Un entretien avec Henri Mojon

Conduit par Sylvie Bosser, université Paris 8 102

Introduction

L'auto-édition : un vecteur de biodiversité ?



La plante va recroqueviller ses feuilles » : c'est par cette formule lapidaire en première page de son site que Stephen King annonça l'arrêt de son initiative d'auto-édition via Internet. L'aventure de *The Plant*, portée par la volonté clairement affichée de gagner plus d'argent en se passant d'éditeur, devait s'étaler sur huit chapitres. Le 1^{er} décembre 2000, à l'issue du 6^e chapitre, l'auteur n'a pu que constater l'échec de cette tentative de mettre en place un lien commercial direct avec les lecteurs –lecteurs qui ont vite abusé du système d'accès à l'œuvre, qui reposait sur un code universel (et donc diffusable)¹. La mise hors circuit de l'éditeur, à savoir l'instauration d'une chaîne de valeur directe avec le consommateur-lecteur, a par ailleurs soulevé un tollé dans le monde éditorial de part et d'autre de l'Atlantique².

L'exemple de cette rupture avec le ban éditorial relevait de l'impensable, de l'incongru même, *a fortiori* de la part d'un écrivain mondialement lu et connu. Force est de constater, 18 ans plus tard, que les lignes de front ont énormément bougé. L'auto-édition est devenue, depuis quelques années, un élément non négligeable dans l'écologie contemporaine du livre. Nous prenons ici le terme « écologie » au sens premier défini par Ernst Haeckel, un biologiste allemand du XIX^e siècle : l'écologie correspond à la science des relations de l'organisme avec l'environnement. Dans cette perspective, si la pratique de l'auto-édition exercée en grande majorité par des auteurs ayant une expérience de publication très limitée rencontre une relative acceptation au sein du monde éditorial, il n'en reste pas moins qu'elle suscite encore des réactions pour le moins négatives tout du moins en France, surtout quand elle est portée par Amazon et sa plateforme d'auto-édition, Kindle Direct Publishing (KDP). Pour preuve, les récentes oppositions – en particulier des libraires – face à la présence d'un livre auto-édité dans la liste des ouvrages sélectionnés pour le Prix Renaudot 2018 : *Bande de Français* de Marco Koskas. Ce dernier, dont les précédents livres ont été édités de manière traditionnelle, a vu son livre retiré de la seconde sélection du Prix, après la fronde et la colère exprimées par les libraires qui estimaient qu'un livre

¹ *The Plant* devait être publiée à raison d'un chapitre par mois, à la seule condition que les trois quarts au moins des internautes ayant téléchargé le chapitre précédent aient payé un dollar le chapitre. Stephen King avait compté sur l'honnêteté des internautes, mais ces derniers ont vite compris qu'avec un seul code diffusé, tout un chacun pouvait télécharger illégalement le chapitre.

² « Le succès de l'échec de Stephen King », *Livres Hebdo*, n° 413, 2001, p. 6.

qui serait vendu uniquement sur Amazon ne pouvait remporter le prix en question. L'arrivée, pour la première fois, d'un livre auto-édité dans le *tempo* sacré et particulier que constitue la rentrée littéraire, illustre toutefois une certaine porosité des frontières autrefois totalement fermées.

Samantha Bailly, elle, a décidé de s'auto-éditer sur KDP et sur Kobo Writing Life (la plateforme de la Fnac) pour la version numérique de son roman jeunesse *La Marelle*³ (Bailly, 2018) – tout en cherchant un éditeur traditionnel pour le format papier. Dans ce cas de figure, elle est ce que l'on appelle désormais un « auteur hybride », à l'instar de J.K. Rowling qui a, quant à elle, adopté dès 2011 cette double modalité de publication⁴. Si le choix de la liberté et de la maîtrise des droits numériques est à l'origine de ces deux exemples, Samantha Bailly met également en avant une meilleure rémunération par le biais de l'auto-édition, dans un contexte de précarisation dénoncé par le mouvement #PayeTonAuteur⁵.

L'existence de l'auto-édition pose de manière cruciale la question de la bibliodiversité. Alors que cette question fait depuis longtemps l'objet de nombreux travaux dans la presse et l'audiovisuel notamment, elle n'a été abordée que récemment dans la filière du livre (Abensour, Auerbach, Cardellier, Legendre, Rabot, Robin, Sapiro, 2011). Il s'agissait en l'occurrence ici moins de mesurer la diversité de l'offre que d'analyser les conditions de son existence potentielle. Par ailleurs, d'autres travaux ont été conduits sur la diversité de la consommation en matière de livres. Si la théorie de la longue traîne (Anderson, 2004) a inspiré de nombreux travaux (Benhamou, Benghozi, 2008), leurs conclusions montrent que la concentration des ventes sur quelques titres reste prégnante, en dépit des possibilités d'achat via Internet d'anciens titres ou encore des titres pour un lectorat de niche. La dernière analyse en date menée par Olivier Donnat en 2018 à propos de la question de la diversité éventuelle de la consommation de livres aboutit au même constat, établissant toutefois un *distingo* quant au secteur de la bande dessinée qui se caractérise par une plus grande diversité. Ces problématiques s'inscrivent dans des préoccupations anciennes afférentes aux conditions de maintien du pluralisme de l'offre éditoriale. Le contexte d'accélération et d'accentuation des mouvements de concentration (comme le montre par exemple le rachat du groupe Editis par Vivendi), de rationalisation et de financiarisation de la filière du livre tend à rendre encore plus aigüe cette question de la bibliodiversité. De fait, l'auto-édition ouvre-t-elle un champ des possibles plus élargi en termes d'offre et de consommation ? Il est difficile de répondre à cette question, tant « l'hyper offre » qui caractérise la production auto-éditée et qui vient s'ajouter à celle de l'édition traditionnelle génère une réelle difficulté pour les livres auto-édités de sortir du lot. La rareté ne se situe plus du côté de la production, mais plutôt du côté de l'attention des consommateurs face à ce foisonnement. Ce contexte explique

³ À noter que l'ebook est disponible sur plusieurs sites de vente (Fnac, Decitre, etc.) en ligne et pas uniquement sur Amazon.

⁴ J.K. Rowling a créé le site *Pottermore* sur lequel se trouve une plateforme qui centralise la vente de ses ebooks.

⁵ <https://www.payetonauteur.com/> (page consultée le 18/11/2018).

l'attention et le recours au lecteur critique et prescripteur sur fond d'affect que l'on peut constater dans le dispositif des plateformes (Citton, 2014).

De fait, le travail d'analyse suppose de poser les éléments constitutifs du phénomène de l'auto-édition, qualifié jusqu'à peu comme étant « disruptif » dans la chaîne du livre. Il s'agit à tout le moins d'établir une grille de lecture, une mise en contexte de la « naissance d'une industrie » – pour reprendre le titre d'un article de *Livres Hebdo* (2018) dans la mesure où il est non seulement source de points de tension dans le cadre de l'effacement du tiers (éditeur, libraire), mais également symptomatique d'un rapport décomplexé à l'écriture.

État des lieux d'un mouvement à géométrie variable

Amazon, avec sa branche Kindle Direct Publishing, a été le premier acteur à se saisir de « l'opportunité » de l'auto-édition dans le contexte numérique. Implantée depuis 2009 aux États-Unis, la déclinaison française existe depuis 2011 et correspond à une stratégie de développement à l'international de l'entreprise. Si la Fnac, avec Kobo Writing Life, ainsi qu'Apple avec iBooks Authors, se sont rapidement positionnés pour participer eux-aussi à cette captation des ressources, Amazon a jusqu'à présent réussi à maintenir sa place de *leader* sur ce marché basé sur le *crowdsourcing* (Howes, 2008), à savoir la commercialisation d'*User-Generated-Contents* (UGC). Ces différents dispositifs sont sous-tendus par un objectif, celui de la suppression de l'éditeur, figure centrale du « cercle de la croyance » (Bourdieu, 1977). Ce faisant, la rhétorique promotionnelle utilisée se base sur la valorisation de l'indépendance, la gratuité, le potentiel hautement rémunérateur de la créativité sous forme de redevance⁶, la rapidité du processus d'édition et la reconnaissance par le lectorat – le tout sur fond d'une médiatisation très forte des succès, *a fortiori* lorsque les ouvrages auto-édités sont ensuite récupérés par un éditeur traditionnel.

Au-delà de ces grands protagonistes, plusieurs plateformes d'auto-édition (en grande majorité littéraires) ont vu le jour. À titre d'exemple, citons, dans la cartographie des plateformes dédiées à l'auto-édition, Librinova⁷, créée en 2014 par Charlotte Allibert et Laure Prétalât – ancienne directrice générale de First-Gründ (Editis) –, qui offre la particularité de se positionner également comme agent littéraire : « Ma maison d'auto-édition, mon agent littéraire », peut-on lire sur la page d'accueil du site⁸. Le prix plancher pour une publication numérique, ainsi qu'une diffusion sur le site et une commercialisation sur plus de 200 librairies en ligne en France et à l'étranger durant une année, est de 50 ou 75 euros⁹. Sur l'échiquier de l'auto-édition, Librinova qui considère KDP comme un anti-modèle, a par ailleurs construit un modèle économique basé sur l'accompagnement des auteurs à travers diverses prestations payantes ; ainsi, l'auteur peut opter pour un des packs d'auto-édition (tous orientés vers le mélioratif), proposant la rédaction de la quatrième

⁶ Les revenus perçus en auto-édition relèvent du système de la redevance et non de celui des droits d'auteur. Sur KDP, l'auto-édité peut toucher, à certaines conditions, jusqu'à 70 % du prix de son livre.

⁷ Après quatre années d'existence, la structure fonctionne à l'heure actuelle avec 12 salariés.

⁸ <https://www.librinova.com/> (page consultée le 17/07/2018).

⁹ 50 euros pour un manuscrit de moins de 45 000 mots.

de couverture, la création de la couverture par un graphiste, la promotion du livre avec la rédaction d'un communiqué de presse, etc. Ces dix packs qui « allient la liberté de l'auto-édition à la qualité de l'édition traditionnelle »¹⁰ n'épuisent pas les possibilités offertes aux auteurs qui peuvent également combiner la souscription d'un pack à celle d'un service à la carte. Soulignons, à ce titre, que le travail éditorial de lecture du texte sur le fond (construction du récit, intrigue, personnages) et sur la forme (style, écriture) n'est pas présent dans les dix packs, mais dans les services à la carte : une « coach littéraire », qualifiée de « certifiée », accompagne l'auteur en herbe. Dans le cadre de sa fonction d'agent – qui participe également de sa stratégie de différenciation –, à partir du moment où l'ouvrage a fait l'objet d'une vente d'au moins 1 000 exemplaires en deux ans, celui-ci rentre dans le programme « En route vers le papier ». Au-delà de mille ventes, Librinova prend une commission de 10 %. En fonction du livre – et fortes de leur connaissance du secteur éditorial et de ses spécificités – les responsables de Librinova démarrent une prospection et proposent le livre à des éditeurs. Librinova va ainsi fêter cette année le 40^e contrat signé en quatre ans d'existence.

Un marché de l'auto-édition s'est donc mis en place, avec différents modèles économiques, *start up* innovantes et prestataires techniques et commerciaux côtoyant des géants du Web. Si les éditeurs traditionnels se montrent frileux à l'idée de créer une structure d'auto-édition – le groupe Penguin Random House l'a fait avec la plateforme Author Solutions en 2012, mais a ensuite rapidement vendu cette dernière à un groupe d'investissement – il n'en reste pas moins que la pratique d'une veille quotidienne est devenue monnaie courante, surtout dans le domaine des littératures de genre (science-fiction, romance, policier, etc.). L'évolution des ventes sur les plateformes, les commentaires des internautes, la mise en valeur d'un ouvrage dans un blog sont autant d'outils de veille qui permettent de détecter de potentiels succès à venir en édition traditionnelle. Si la recherche permanente de nouveaux talents est une constante inhérente aux industries culturelles depuis le début (Miège, 1989), celle de la gestion du risque l'est tout autant (Moeglin, 2007). Ce faisant, Internet, et tout particulièrement les plateformes d'auto-édition, est devenu un comité de lecture géant, venant doubler la classique « lecture au tri » effectuée par le service des manuscrits (Fouché, Simonin, 1999)¹¹. Si cette veille ne débouche pas forcément sur le choix d'un ouvrage auto-édité, elle permet néanmoins de mieux cerner les tendances, de prendre le pouls des attentes du lectorat, même si un livre, qu'il soit édité ou auto-édité, reste un prototype (Bomsel, 2010) dont on ne peut à coup sûr garantir le succès. Ce point aveugle, autre caractéristique des industries culturelles, n'est donc pas totalement résolu car un succès sur une plateforme tient autant à une histoire intéressante, qu'à un auteur qui sait entretenir sa communauté de lecteurs, d'abonnés. Le risque d'échec demeure, même si le marketing contemporain, basé sur les

¹⁰ <https://www.librinova.com/> (page consultée le 17/07/2018).

¹¹ Hachette Romans a par exemple mis en place un partenariat avec Wattpad. Hachette Romans a ainsi un droit de regard sur des ouvrages préalablement sélectionnés par Wattpad. La sélection opérée par la plateforme s'appuie sur un certain nombre de critères comme les commentaires, le nombre de vue, mais également des éléments qui ne sont pas en accès libre comme par exemple le temps passé par l'internaute sur les pages. Cette année, sur les 90 nouveautés du catalogue, dix titres sont issus de ce partenariat.

données issues des pratiques numériques, permet *a priori* de mieux connaître le lecteur, qui représente le paramètre clé de l'équation avec l'auteur.

Reconfiguration de l'espace auctorial

L'édition à compte d'auteur représentait auparavant la seule solution qui restait à l'auteur dont l'ouvrage n'avait pas été retenu par un éditeur. Quelques maisons d'édition s'étaient spécialisées dans ce créneau, à l'instar par exemple de La Pensée universelle. Depuis toujours considéré comme ne faisant nullement partie du champ littéraire et ne relevant pas de ses règles, le dispositif de publication à compte d'auteur a littéralement été balayé, en Occident, par les possibilités offertes par le numérique.

Selon l'analyse produite par la Bibliothèque nationale de France¹², plus précisément par l'Observatoire du dépôt légal, si les publications relevant de l'auto-édition ayant donné lieu à un dépôt légal représentaient 6 % du total des nouveautés en 2005 (c'est-à-dire 4 000 titres)¹³, force est de constater que cette part se situe à hauteur de 15 % en 2015 (11 500 titres). La 7^e édition portant sur l'année 2017¹⁴ met en exergue, parmi les éléments marquants, le fait que CreateSpace, la structure d'impression à la demande d'Amazon essentiellement utilisée par des auteurs, est passée de la 31^e place à la 17^e place dans le classement des déposants de livres, cette structure étant essentiellement utilisée par des auto-édités. Le marché américain présente, quant à lui, des perspectives encore plus importantes. En effet, selon l'entreprise Bowker, en charge d'enregistrer les ISBN, le nombre de numéros accordé à des titres auto-édités a connu une augmentation de 375 % entre 2010 et 2015, soit 727 000 titres disponibles en format papier ou numérique (Wiat, 2016). Par ailleurs, le rapport *The Author Earnings* publié en 2014 montre que les cinq plus grands éditeurs américains produisent 16 % des ebooks présents sur les listes de *best-sellers* d'Amazon, alors que les livres auto-édités représentent 31 % des ventes totales d'ebooks enregistrées sur le Kindle Store. Les auteurs auto-édités, traditionnellement plus nombreux outre-Atlantique dans les littératures de genre, prennent également des parts de marché significatives dans toutes les autres catégories éditoriales¹⁵. Soulignons que le nombre d'ouvrages auto-édités est désormais prédominant dans les listes de *best-sellers* aux États-Unis, le nombre de nouveautés auto-éditées dépassant, depuis 2008, la production de l'édition traditionnelle (Beuve-Mery, 2011).

La mise en valeur de « l'amateur » (Flichy, 2010) explique la montée en puissance de la « rage de l'expression » (Ponge, 1976) dans un Hexagone marqué par une injonction très

¹² http://bbf.enssib.fr/matieres-a-penser/l-observatoire-du-depot-legal_66702 (page consultée le 25/08/2018).

¹³ Il faut remarquer que l'obtention d'un numéro d'ISBN (*International Standard Book Number*) ne constitue pas une condition *sine qua non* pour les auteurs qui veulent investir le champ de l'auto-édition ; ce n'est pas obligatoire pour Amazon par exemple. Pour autant, face à l'opacité et à la rétention d'information dont fait preuve Amazon entre autres, il semble que ce soit la seule manière de prendre la mesure en termes de données chiffrées.

¹⁴ http://www.bnf.fr/documents/dl_observatoire_2017.pdf (page consultée le 25/08/2018).

¹⁵ Voir le compte rendu de Publishers Weekly sur le sujet : <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/63455-surprising-self-publishing-statistics.html> et le site de *The Author Earnings* (<http://authorearnings.com/reports/>) (page consultée le 12/09/2018).

forte à la créativité (Proulx, 2017 ; Bouquillion, Miège, Moeglin, 2013). Ces éléments se conjuguent à un certain relativisme culturel, affectant l'autorité des grandes œuvres au sein du lectorat (Revault d'Allones, 2012), ainsi qu'à une certaine désacralisation et démocratisation de l'acte d'écriture (Donnat, 2018). Par ailleurs, parmi les éléments les plus saillants qui caractérisent les pratiques des éditeurs littéraires traditionnels, force est de constater qu'il est devenu très difficile pour un primo-auteur de figurer au catalogue (Legendre, 2010), même si l'on constate un regain d'intérêt de la part des éditeurs.

« ce sont les relations auteur/éditeur qui font de plus en plus l'objet d'une posture critique »

Sous le terme « indépendant »¹⁶ se retrouvent des revendications d'ordre multiple : artistique, financière. Si la revendication de l'indépendance a acquis une place grandissante dans les industries culturelles depuis les années 1970, en particulier dans la filière du cinéma, dans celle du livre elle s'est d'abord développée au sein du secteur de la bande dessinée (Caraco, 2017). Elle est devenue un porte-étendard particulièrement actif dans la filière du livre, les éditeurs eux-mêmes (et parmi ceux-ci, les grands groupes) n'hésitant pas à associer leur activité, leur production, voire leur identité à cette notion vertueuse (Habrand, 2017). La recherche d'une autonomie dans l'écriture, affranchie de la critique de l'éditeur, peut être partie prenante du choix de l'indépendance pour nombre d'aspirants. Hormis les auteurs pouvant déjà s'appuyer sur une notoriété et un lectorat acquis et/ou faisant état d'une tendance persistante à l'anti-édition, cette posture du contre-modèle peut sembler paradoxale tant les primo-entrants aspirent à être pour la plupart, *in fine*, reconnu par un éditeur et à intégrer l'orthodoxie. Toutefois, ce sont les relations auteur/éditeur qui font de plus en plus l'objet d'une posture critique, à des niveaux plus matériels. L'histoire littéraire et éditoriale est émaillée de rapports conflictuels entre ces deux protagonistes. Et même si les résultats obtenus par le biais des enquêtes annuelles menées depuis 2010 par la Société des Gens de Lettres (SGDL) et la Société civile des auteurs multimédia (Scam) font montre de relations globalement satisfaisantes¹⁷, il n'en reste pas moins que l'existence même de ce baromètre annuel peut être considérée comme symptomatique d'une prise de recul non négligeable de la part des auteurs à l'égard de l'institution éditoriale. Analyser le contexte d'émergence et d'affirmation de l'auto-édition nous amène ainsi à pointer l'un des fronts essentiels de conflit apparu avec le format de publication numérique. Celui-ci se caractérise par le fait que beaucoup d'auteurs estiment que le partage de valeur relatif à la chaîne du livre doit être revu en leur faveur (Mandel, Sonnac, 2012).

¹⁶ La figure/posture de l'auteur indépendant (*Indie Author*), expression désormais consacrée pour désigner l'auteur auto-édité, est issue d'un mouvement ayant pris initialement forme dans les pays anglo-saxons. Cf. *The Alliance of Independent Authors* (Alli) : <http://allianceindependentauthors.org> (page consultée le 20/11/2018).

¹⁷ Cf. <http://www.scam.fr/Actualite/C3%A9s/Dossiers/Relations-auteurs-%C3%A9diteurs> (page consultée le 29/11/2018).

Sous quels angles traiter de la question de l'auto-édition ?

Envisager l'auto-édition uniquement à l'aune de l'époque numérique aboutit à occulter une existence bien antérieure à cette dernière. Par ailleurs, il va de soi que se limiter à une approche essentiellement franco-française relèverait d'une démarche extrêmement réductrice dans la mesure où l'auto-édition et ses diverses modalités existent également dans d'autres aires géographiques où elle s'inscrit dans des configurations autres. Les motivations, mais aussi les contraintes dont font montre les expériences d'auto-édités ne sont tout simplement pas les mêmes en fonction du contexte dans lequel ils vivent. Enfin, le secteur de la littérature n'est pas le seul à être concerné, contrairement à ce que l'on pourrait penser de prime abord.

Présentation des articles

Olivier Bessard-Banquy s'attache à montrer, dans une fresque historique courant sur les XIX^e et XX^e siècles, comment l'auto-édition dans le domaine de la littérature française n'est en aucun cas synonyme de celle que nous connaissons à notre époque. Cette mise en perspective éclaire en creux les pratiques actuelles, tout en mettant à jour des stratégies d'auto-édition qui sont autant de pierres apportées à l'histoire de la littérature comme à celle de l'édition. C'est à partir de la distinction qui s'est instaurée à la fin du XIX^e siècle entre les fonctions d'éditeur, d'imprimeur et de libraire que commence à se déployer une démarche alternative à l'édition à compte d'auteur très courante sous la III^e République. En explorant divers exemples dont certains sont très proches de nous en termes de temporalité, l'auteur analyse les tenants et les aboutissants de dynamiques auctoriales qui investissent le champ professionnel de l'édition et qui ont eu pour corollaire, dans certains cas, la création de maisons au label prestigieux. La plateformes actuelle de l'auto-édition relève quant à elle, selon l'auteur, non pas du désir de « faire livre » dans toute sa singularité, mais de la nécessité de répondre aux impératifs du plus petit dénominateur commun à des millions de lecteurs.

Amazon, avec sa plateforme Kindle Direct Publishing, occupe une place centrale dans l'écosystème de l'auto-édition, en raison d'une part de son antériorité sur ce marché et d'autre part, de son succès. Qui opte pour cette plateforme, et pourquoi ? Qu'en attend-on ? C'est à ces différentes questions que Stéphanie Parmentier cherche à répondre en cernant au plus près les caractéristiques des utilisateurs de la plateforme. S'appuyant sur une enquête de terrain de dimension quantitative menée dans le cadre d'une thèse en cours consacrée à la question de l'auto-édition, l'auteure se focalise sur les motivations, identités, pratiques et attentes des auto-édités, tout particulièrement de ceux qui ont intégré le « Top 100 » des ventes d'Amazon.

Le secteur de la bande dessinée, abordé par Kevin Le Bruchec, également dans le cadre d'un travail de thèse en cours, est en quelque sorte un cas à part dans l'espace de l'auto-édition.

En effet, cette dernière peut être envisagée comme inhérente au processus d'existence de nombreux ouvrages. De fait, si la pratique de l'auto-édition est souvent entachée d'une image dévalorisante, il n'en rien dans ce secteur éditorial. Rodolphe Töpffer peut être considéré comme un des premiers auto-édités, mais c'est plus particulièrement à partir des années 1960-1970 que se développe cette tendance par les biais des fanzines. Dans la continuité du fanzinat et des valeurs qu'il portait, la pratique de l'auto-édition va fructifier dans le cadre de regroupements d'auteurs telle que L'Association dans les années 1990, exemple paradigmatique de cette tendance qui œuvre à une réelle diversité dans la perspective d'une « édition alternative ». Un réel continuum existe entre l'acte de création, le fanzine, la micro-édition et l'édition alternative. L'auto-édition demeure à l'heure actuelle une norme via ces différents cadres, un moyen légitimé d'entrée dans ce champ, tout autant qu'un levier pour la diversité.

L'article de Daniel Benchimol est extrait d'une étude diligentée par le CERLALC (Centre régional pour la promotion du livre en Amérique latine et dans les Caraïbes) et destinée à faire un état des lieux de la pratique de l'auto-édition, particulièrement en Amérique latine mais pas uniquement, puisque les situations américaine et espagnole sont également abordées. Riche de nombreuses données chiffrées, cet article met en lumière l'importance du phénomène en Amérique latine, ainsi qu'en Espagne. L'auteur établit également une typologie précise des différents et principaux acteurs professionnels qui proposent leurs services dans ce domaine. Dans ce cadre, on remarque notamment que, contrairement à la configuration occidentale, les éditeurs traditionnels ont investi le champ de l'auto-édition, non pas seulement en repérant des auto-édités qui rencontrent du succès, mais en créant eux-mêmes des structures *ad hoc*. Enfin, deux apports essentiels de ce travail sont à souligner : une réflexion que l'on ne retrouve pas ailleurs sur la différence entre auto-publication et auto-édition d'une part ; le fait de pointer, d'autre part, une nécessaire remise en question de la part des éditeurs à propos des fonctions qu'ils exercent, en particulier dans leur rapport à l'auteur.

Marie Caffari et Johanne Mohs posent la question du mentorat littéraire, à savoir l'accompagnement d'un étudiant dans son parcours d'écriture par un auteur-professeur dans le cadre de trois formations universitaires (en France, en Suisse et en Angleterre), au sein desquelles les auteurs ont conduit de nombreux entretiens. Cette problématique n'a que peu à voir avec l'auto-édition. En effet, l'objectif principal de cet accompagnement est non pas d'imposer des corrections en termes de style, de narration, etc., mais tout au contraire de développer le sens de l'autonomie chez les étudiants. Le roman de Ben Lerner, *10:04* sert de filigrane explicatif au processus de l'échange qui s'établit entre les deux personnes, l'apprenti écrivain et l'écrivain ou professeur confirmé, l'« externalisation » de la critique étant fondamentale. À l'issue du processus d'écriture qui ne débouche pas forcément sur un texte totalement abouti, les étudiants rendent publics leurs textes, continuant ainsi un dialogue avec leurs pairs. C'est à partir de ce moment que se pose la question de l'édition de leurs textes, l'auto-édition étant alors envisagée comme une des possibilités qui ne semble absolument pas rédhitoire.

Kaoutar Harchi s'intéresse à la perspective actuelle de l'auto-édition au Maroc, ce qui ne fait qu'enrichir la perspective internationale qui nous intéresse ici. En l'occurrence, après avoir décrit le « faible degré de structuration du secteur éditorial », l'auteure montre que si la pratique de l'auto-édition est encore « marquée du sceau de l'illégitimité », il n'en reste pas moins que plus du tiers de la production marocaine globale relève de l'auto-édition. À partir d'entretiens conduits auprès de huit hommes et de trois femmes ayant accepté l'exercice, Kaoutar Harchi dégage les caractéristiques sociologiques, ainsi que les différentes motivations qui les ont conduits à se tourner vers l'auto-édition plutôt que vers l'édition traditionnelle. Il en ressort que cette pratique est genrée – en ce sens qu'on y trouve plutôt des hommes que des femmes –, que c'est la langue arabe qui est prédominante et que ce sont des moyens artisanaux plutôt que numériques qui sont pour l'instant mobilisés. Le parallèle établi entre la configuration de l'auto-édition et celle de l'édition traditionnelle est éclairant et montre en quoi l'auto-édition génère au final peu de diversité.

Azadeh Parsapour, éditrice iranienne, nous livre son point de vue sur son expérience de l'auto-édition dans son pays, tout en élargissant son propos aux conditions qui conduisent à la fois des auteurs déjà publiés traditionnellement et des primo-écrivains à s'orienter vers cette voie. Est-il nécessaire d'évoquer la censure comme un des facteurs explicatifs ? Oui, mais cette censure s'exerce également à l'encontre des outils numériques devenus si communs en Occident et auxquels les auteurs ne peuvent accéder. L'auto-édition revêt alors un caractère artisanal, tandis que la diffusion des ouvrages potentiellement subversifs se fait souvent sous le manteau.

Ce numéro se termine par un entretien avec Henri Mojon, directeur des Éditions du Net¹⁸. La focalisation des médias sur les grands acteurs de l'auto-édition, ainsi que la médiatisation très forte de certains livres édités *in fine* par des éditeurs traditionnels, laisse de côté un pan pourtant extrêmement actif de ce marché. Initialement imprimeur d'ouvrages à la demande notamment pour des éditeurs, mais aussi pour des institutions telle que la Bibliothèque nationale de France, Henri Mojon a étendu ses services aux particuliers après moult demandes, à condition que le service proposé soit économiquement viable pour l'entreprise. Trois paramètres sous-tendent cette prestation d'auto-édition. Le livre est soumis à un comité de lecture qui a pour fonction de vérifier que le livre s'inscrit dans un cadre légal. Ensuite, Les Éditions du Net reversent aux auteurs la « part librairie » pour les ventes directes qu'ils génèrent eux-mêmes (soit environ 40 % du prix public du livre). Les Éditions du Net s'engagent enfin à diffuser l'ouvrage sur plusieurs sites de vente en ligne, les ouvrages pouvant être également achetés sur leur propre site. Au-delà d'un autre exemple d'acteur ayant intégré le marché de l'auto-édition, se trouve là aussi posée par Henri Mojon la nécessité d'une remise en question de la part des éditeurs traditionnels, tout particulièrement à l'égard des auteurs qui « apportent » les ventes par eux-mêmes via leurs réseaux sociaux.

Ce numéro n'explore pas toutes les facettes de la question de l'auto-édition. Pour autant, il se propose d'aller au-delà de la simple constatation d'une tendance qui se révèle plus com-

¹⁸ <http://www.leseditionsdunet.com/> (page consultée le 12/09/2018).

plexe qu'il n'y paraît. Celle-ci est-elle conjoncturelle ou structurelle ? Il faudra d'autres travaux ultérieurs pour pouvoir répondre à cette interrogation. Mais ce qui est sûr en revanche, c'est que l'auto-édition génère une reconfiguration de la place et des fonctions des acteurs de la chaîne du livre, à commencer par l'éditeur et l'auteur*

Sylvie Bosser

ABENSOUR, Corinne ; AUERBACH, Bruno ; CARTELLIER, Dominique ; LEGENDRE, Bertrand ; RABOT, Cécile ; SAPIRO, Gisèle, 2011.

La diversité culturelle dans la filière du livre. In BOUQUILLION, Philippe et COMBES, Yolande. *Diversité et industries culturelles*. Paris : L'Harmattan, p. 119-164.

ANDERSON, Chris, 2007.

La Longue Traîne. La nouvelle économie est là. Paris : Pearson.

BAILLY, Samantha, 2018.

La Marelle. Genèse d'un roman auto-édité. Disponible sur Internet (consulté le 20/10/2018) : <http://www.samantha-bailly.com/2357/la-marelle>

BENGHOZI, Pierre-Jean et BENHAMOU, Françoise, 2008.

Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? *Culture Prospective*. Paris : ministère de la Culture – DEPS.

BEUVE-MERY, Alain, 2011.

La tentation de l'auto-édition, *Le Monde*, p. 12.

BESSARD-BANQUY, Olivier, 2018.

De la relation auteur-éditeur. Entre dialogue et rapport de force. *A contrario*, n° 27, p. 79-96.

BOMSEL, Olivier, 2010.

L'économie immatérielle. Industries et marchés d'expérience. Paris : Gallimard.

BOUQUILLION, Philippe ; MIEGE, Bernard ; MOEGLIN, Pierre, 2013.

L'Industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

BOURDIEU, Pierre, 1977.

La production de la croyance : contribution à une économie des biens symboliques. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°13, p. 3-43.

CARACO, Benjamin, 2017.

L'Association en toute indépendance. Distribuer, diffuser, distinguer la bande dessinée en France. In NOËL, Sophie ; PINTO, Aurélie ; ALEXANDRE, Olivier. *Culture et (in)dépendance. Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles*. Bruxelles : Peter Lang, p. 69-86.

CITTON, Yves, 2014.

Pour une écologie de l'attention. Paris : Le Seuil.

DONNAT, Olivier, 2018.

Évolution de la diversité consommée sur le marché du livre. 2007-2016. *Culture – Études*. Paris : ministère de la Culture – DEPS.

FLICHY, Patrice, 2010.

Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires. Paris : Le Seuil.

FOUCHÉ, Pascal et SIMONIN, Anne, 1999.

Comment on a refusé certains de mes livres. Contribution à une histoire sociale du littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 126-127, p. 103-115♦♦♦

HABRAND, Tanguy, 2017.

My major is indie. Les stratégies de récupération du label « indépendant » par les groupes d'édition. In NOËL, Sophie ; PINTO, Aurélie ; ALEXANDRE, Olivier. *Culture et (in)dépendance. Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles.* Bruxelles : Peter Lang, p. 193-205.

HOWE, Jeff, 2008.

Crowdsourcing. New York : Random House Books.

HUGUENY, Hervé, 2018.

Autoédition. Naissance d'une industrie. *Livres Hebdo*, n° 1167, p. 21-25.

LEGENDRE, Bertrand, 2010.

Le primo romancier à l'épreuve de la fabrication de l'auteur : constructions et déconstructions. In VINCENT, Josée, LUNEAU, Marie-Pier. *La Fabrication de l'auteur.* Montréal : Éditions Nota bene, p. 123-131.

MANDEL, Cécile et SONNAC, Nathalie (dir.), 2012.

L'auteur au temps du numérique. Paris : Éditions des archives contemporaines.

MIEGE, Bernard, 1989.

La société conquise par la communication. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

MOEGLIN, Pierre, 2007.

Des modèles socio-économiques en mutation. In BOUQUILLION, Philippe, COMBES, Yolande. *Les industries de la culture et de la communication en mutation.* Paris : L'Harmattan, p. 124-148.

PONGE, Francis, 1976.

La Rage de l'expression. Paris : Gallimard.

PROULX, Serge, 2017.

L'injonction à participer au monde numérique. *Communiquer, Revue de communication sociale et publique*, n°20, p. 15-27.

REVAUT D'ALLONNES, Myriam, 2012.

La crise sans fin. Paris : Le Seuil.



Auteure

Sylvie Bosser est maîtresse de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'université Paris 8 (CEMTI-ACME). Ses recherches portent sur la fenêtre d'exploitation numérique dans divers secteurs éditoriaux (sciences humaines, littérature, beaux-livres). Son travail s'inscrit dans la socio-économie de l'édition et plus largement dans les problématiques des industries culturelles et créatives. Les obstacles à la traduction dans le secteur des sciences humaines font également partie de ses axes de recherche, ainsi que la question de l'auto-édition. Elle travaille également sur les politiques culturelles relatives à la filière du livre.




De l'auto-édition en littérature française

*Mise en perspective historique
d'une pratique éditoriale multiforme*

Par Olivier Bessard-Banquy, université Bordeaux-Montaigne



Cet article a fait l'objet d'une double lecture en aveugle
et a été validé par des universitaires



La proximité entre auteurs de littérature et édition est ancienne ; ces métiers, souvent, furent occupés conjointement, tout particulièrement au XIX^e et XX^e siècle. Ces auteurs prenaient alors eux-mêmes en charge leurs œuvres, devenaient un temps imprimeur, ou éditeur. L'auto-édition pouvait déboucher sur de véritables entreprises éditoriales, des plus prestigieuses ; les liens entre les fonctions étaient multiples, peu normalisés et cette souplesse a pu servir la production d'œuvres majeures. L'auto-édition d'aujourd'hui – celle qui repose sur les plateformes numériques de publication – s'inscrit à la fois dans cette histoire tout en marquant une rupture : il ne s'agit pas de « faire livre » mais de trouver le plus petit dénominateur commun à une multitude de lecteurs.

Self-publishing in French literature. A historical overview of a multidimensional publishing practice. Olivier Bessard-Banquy, University of Bordeaux-Montaigne. *The close ties between authors of literature and publishing go back a long way; the two professions often overlapped, especially in the 19th and 20th centuries, when some authors took charge of publishing their own works, operating as printer or publisher. Self-publishing could lead to the creation of fully-fledged publishing companies, some of them highly prestigious; there were numerous affiliations between the various roles, which tended not to be standardised, and this flexibility helped the production of major works. Today's self-publishing – based on digital publishing platforms – is part of this history while at the same time marking a break with it: it is not a question of making a book but of finding the lowest common denominator for a multitude of readers.*

Autant l'édition à compte d'auteur semble identifiée depuis longtemps, autant l'auto-édition est restée longtemps méconnue. Il est vrai qu'il semble avoir été nécessaire de s'y connaître un tant soit peu pour se lancer dans cette aventure, soit après avoir essayé quelques refus de « la galaxie Gutenberg », soit après avoir été convaincu de s'en sortir mieux tout seul que dans une maison où rien n'est sous le contrôle de l'auteur¹. D'hier à aujourd'hui, l'histoire du livre en France a retenu les noms des auteurs qui ont pu s'autoproduire, de Segalen ou Vercors à Marc-Édouard Nabe, sans oublier les cas très atypiques de Restif de la Bretonne ou de Charles Péguy — sinon de Marcel Pagnol qui s'est entendu avec son ami Clément Pastorelly pour monter une maison entièrement dédiée à sa gloire. Mais derrière quelques grands exemples, il reste bien souvent difficile de décrire concrètement ce qui a pu relever pleinement de l'auto-édition. Car toutes les maisons traditionnelles qui sont nées de la volonté d'une poignée d'auteurs de s'atteler à la production de leurs propres volumes, avec le concours de quelques bonnes volontés, se sont-elles inscrites, ce faisant, dans un circuit d'autarcie éditoriale ? Peut-on dire que le *Mercur* de France ou *La NRF* sont des entreprises d'auto-édition qui ont réussi ?

Auto, typo, ballots

Sans doute est-il peu d'exemples de créateurs ayant pleinement cherché à mettre les mains dans la mécanique de l'édition avant l'époque contemporaine — tant les questions de boutique ou d'épicerie ont eu en quelque sorte mauvaise réputation aux yeux de ceux qui n'ont surtout pas voulu apparaître après au gain, tel un La Rochefoucauld. Mais force est d'admettre aussi que l'on ne voit pas bien comment un tra-

vail autonome eût été possible sans une solide formation personnelle à une époque où l'éditeur est pour ainsi dire indissociable de l'imprimeur et du libraire.

Jusqu'à ce que la sphère éditoriale ait pu être déconnectée du reste de la chaîne du livre, disons-le, l'auto-édition est pour ainsi dire restée inabordable ou improbable — sauf à avoir eu l'idée folle de dédier ses journées à la propagation de son œuvre comme a pu le faire à un moment de sa vie Restif de la Bretonne. Et encore l'auteur de *L'Anti-Justine* s'est-il lancé seulement en 1790, bousculé par les événements, déjà connu, fort des succès potentiels de son œuvre au cœur d'une époque libérée, de manière sauvage, tout en publiant à l'occasion d'autres textes, après avoir reçu une solide formation en imprimerie. C'est de ses presses que sortira notamment le fameux *Monsieur Nicolas* qui passe pour être son chef-d'œuvre, redonné sous belle forme par Jean-Jacques Pauvert au XX^e siècle (Baruch, 1996).

Impressions perdues

Il est tentant de voir en Balzac de même un aventurier du livre téméraire mais, faut-il le rappeler, il n'a pas songé à ses propres œuvres en se faisant imprimeur bien qu'il ait commencé par user de ses presses pour proposer une *Physiologie du mariage*. Il a voulu faire des affaires et, bien qu'il ait été souvent, à tort, présenté comme un gestionnaire peu avisé, il a fait de son mieux pour faire tourner son entreprise avant de devoir mettre la clé sous la porte. Ces mésaventures l'ont sans doute vacciné pour de bon. Avec raison, il a préféré adopter ensuite la position de l'auteur plutôt que celle de l'homme qui risque ses capitaux dans des affaires qui peuvent être très négatives du fait de l'instabilité du monde

¹ Voir la thèse à venir sur ces questions de Stéphanie Parmentier prévue pour soutenance en 2019 au sein de l'université de Bordeaux-Montaigne.

du livre. Dans un beau texte précis et détaillé, Jean-Yves Mollier a rappelé que Balzac n'a pas été un entrepreneur déplorable mais simplement un risque-tout qui a eu tort d'avoir raison trop tôt.

En tant qu'auteur, en tout cas, il est chez Charpentier, dès la fin des années 1830, un des tout premiers auteurs vendus à 3,50 FF en in-dix-huit (Felkay, 1987 ; Meyer-Petit, 1995, dir. ; Berthier, 1999). S'il ne s'est que très peu auto-édité, c'est que sa situation ne le lui a pas permis. Son portrait, des années plus tard, au sein des *Illusions perdues*, de l'éditeur en démiurge apparaît comme une sorte de vengeance, comme pour rappeler qu'il a eu raison de vouloir être un homme de pouvoir dans l'univers du papier. L'advocat lui-même que l'on dit avoir été le modèle de Dauriat dans le célèbre roman balzacien sur les arrières-cuisines de la librairie n'aura-t-il pas connu les pires diffi-

Des dandys et des vers

Peut-être sont-ce les difficultés de la fin du siècle qui changent la donne. Après la fin du régime des brevets, en 1870, le nombre d'éditeurs-libraires flambe et dans le lot combien de maisons sont emmenées par des gens de métier formés ou préparés ? Beaucoup s'improvisent professionnels du livre en publiant souvent des textes confidentiels. Les auteurs qui, pour certains, peuvent vivre une vie de dandys grâce aux rentes qui leur tombent du ciel sont bien obligés de comprendre qu'il va leur falloir peut-être aider ou soutenir ces petites officines de la publication raffinée sans grand moyen. Assurément, le compte d'auteur prend de la vigueur dans ces années de la Troisième République et va permettre à nombre de maisons de traverser les crises des années 1880 et de se relancer dans les

« le compte d'auteur prend de la vigueur dans ces années de la Troisième République »

cultés dès 1829 avant de baisser le rideau dans les années 1830 ? Pourquoi veut-on que Balzac ait pu réussir là où les meilleurs ont échoué ?

On ne sache pas que d'autres auteurs aient été beaucoup plus téméraires dans ces mêmes confins du romantisme au réalisme. Ni un Flaubert ni un Hugo ni un Zola n'ont voulu se préoccuper eux-mêmes d'édition ou d'imprimerie ; on peut même dire que la très mauvaise image de l'éditeur omnipotent, affairé pour ne pas dire cynique, que donne Balzac dans ses *Illusions perdues* a probablement découragé nombre de gens de lettres de vouloir se lancer dans une carrière tout à la fois dangereuse et indigne.

premières années du XX^e siècle. A-t-on assez dit combien l'aisance d'un Alphonse Lemerre doit tout à ceux qu'il a délesté de leur fortune en leur demandant autant que possible de payer pour leurs impressions ce qui l'a mis hors de tout risque économique ? On sait qu'un Raymond Roussel notamment a payé systématiquement pour la publication de toutes ses œuvres sous la célèbre marque de « l'homme à la bêche » (*voir illustration à la page suivante*).

Mais on ne voit guère que l'auto-édition ait été très séduisante aux yeux des auteurs avant la fin du XIX^e siècle quand les artistes ont été suffisamment nombreux à avoir quelques fonds à risquer dans des affaires d'édition et ont cru assez en leurs œuvres pour espérer en tirer quelques pro-

« le succès hors norme d'Aphrodite de Pierre Louÿs en 1896 aura (...) montré que l'auto-édition peut s'avérer lucrative »

fits ou quelques gains autres que symboliques. C'est parce que les gens du Mercure de France n'ont pas réussi à trouver un arrangement satisfaisant avec un éditeur comme Vanier qu'ils se sont lancés dans des affaires dites d'auto-édition, pour se publier eux-mêmes, dans le souci de donner au public des œuvres rares et précieuses en essayant d'éviter que cela ne soit à perte. Tout aura été inattendu dans cette affaire puisque le succès hors norme d'*Aphrodite* de Pierre Louÿs en 1896 aura, contre toute attente, montré que l'auto-édition peut s'avérer lucrative, encore que ce ne soit pas là ce qui aura pu ensuite inciter les proches de Gide à se lancer dans une autre aventure aux parfums d'auto-édition qui est celle de *La NRF* (Quignard, 1995, dir.). Au fond, plus les auteurs vont vouloir faire œuvre

contre la logique étouffante du commerce en train de devenir un commerce de gros et plus ils vont devoir s'occuper d'édition d'une manière ou d'une autre pour réussir à donner leurs œuvres à leur idée et les imposer au public. Les progrès de l'instruction au XIX^e siècle ont amené à la carrière des lettres nombre d'impétrants désireux de se lancer dans le grand bain de la carrière littéraire. En outre, l'amélioration de la vie économique a aussi nettement enrichi qui des Gallimard, qui des Gide ou des Larbaud, qui ont les moyens d'investir et la débrouillardise pour savoir faire prospérer ce qui n'a été conçu au départ que comme un modeste comptoir d'édition n'ayant d'autre ambition que de donner les œuvres des amis souhaitant tous ensemble se publier en circuit fermé. C'est en tout cas comme cela que l'on peut voir aussi, sur le modèle du Mercure, le lancement de *La NRF* puisque, comme on le sait, ce sont entre autres les fâcheries de Gide avec l'équipe du Mercure, ou simplement la distance qu'il a pu prendre avec Vallette et ses amis, pour ne plus subir le magistère pénible à ses yeux de Rémy de Gourmont rue de Condé, qui ont conduit Gide à vouloir sa propre revue qui, dès le début, est conçue comme une antenne pour donner aussi ses propres œuvres au public.



Professionnels avant tout

Dès que l'on a évoqué ces cas célèbres en usant du terme d'auto-édition, il faut aussitôt dire que cette manière de travailler est doublée d'un souci de professionnalisme. Dans le cas du Mercure comme de *La NRF*, les animateurs premiers de ces

nouveaux labels ont l'idée d'aller chercher des personnes dévouées, des gestionnaires avisés — autrement dit de véritables éditeurs qui apprennent certes leur métier sur le tas mais avec un talent remarquable et un souci de s'investir sans compter dans la conduite des affaires qui ne sont pas les leurs : ils ne sont pas eux-mêmes auteurs ou écrivains désireux de s'autopublier. Autrement dit, à peine créées, ces marques ne relèvent déjà plus de l'auto-édition — encore qu'un Gourmont au Mercure, ou qu'un Gide à *La NRF* gardent un poids ou une importance au sein des structures dont ils ont pu être les âmes ou les personnes-clés et où ils participent directement aux décisions concernant la production de leurs propres œuvres. Gide va jusqu'à choisir lui-même le papier de luxe de ses œuvres rares, papier qu'il stocke dans sa villa d'Auteuil et qu'il envoie au compte-goutte aux imprimeurs (Bessard-Banquy, 2016).

Il aura donc fallu attendre la scission définitive entre édition, librairie et imprimerie pour voir peut-être plus d'initiatives dans le monde de l'auto-édition. Mais le professionnalisme conduit aussi à l'occasion à vouloir solidifier ou enrichir ces activités premières. *La NRF*, par exemple, sur l'impulsion de Gaston Gallimard, traumatisé durant la Première Guerre par les difficultés pour faire rouler ses volumes, décidera de prendre des parts dans les Presses Sainte-Catherine en Belgique, emmenées par un certain Verbeke à qui l'on doit notamment le concept de la « Blanche », et d'avoir aussi sa librairie boulevard Raspail à Paris. Gide n'en espérait pas tant. Mais à ce moment précis, il est vrai, ses parts ont baissé au sein du capital et c'est désormais la famille Gallimard qui est aux manettes pour de bon et qui seule peut prendre les décisions qui s'imposent pour le bien de l'entreprise.

C'est d'ailleurs Gaston Gallimard qui fonde, dès le cœur des années 1920, le célèbre comité de lecture de *La NRF* où siègeront tant d'écrivains de renom comme pour professionnaliser encore ce qui n'est plus et de loin un simple comptoir d'auto-édition. Mais il faut reconnaître à Gide et ses amis le souci de bien faire dès le début et d'organiser autant que possible le filtre ou le moyen de retenir pour parution les meilleures des œuvres des proches comme celles de Martin du Gard, de Larbaud, et bientôt de Proust malgré un rantage initial fameux.

À leurs côtés, non loin, officie déjà depuis 1900 un certain Charles Péguy, ardent dreyfusard, un temps libraire, sans grand succès, qui a lancé les *Cahiers de la Quinzaine*. Étrange parution irrégulière, vendue par abonnement, parfois offerte à ceux qui n'ont pas les moyens d'acheter les numéros, où l'on trouve toutes sortes de textes dont l'essentiel de la plume de l'auteur-éditeur-animateur de revue. Conçus tel un club, un lieu de débats, les *Cahiers* sont une chambre d'échos, un bouillon de culture où sont questionnés les rapports à la patrie, au socialisme, à la République, à la catholicité, sous l'influence de Bergson. Il ne s'agit donc pas tant d'une œuvre personnelle que d'un lieu de rencontre, de réflexion, quand bien même Péguy fait tout, ce qui l'épuise jusqu'au seuil de la Grande Guerre. Au fil des ans les frères Tharaud, Romain Rolland, Julien Benda, Georges Sorel, Daniel Halévy, André Suarès viennent publier dans cette célèbre série qui fera toute l'admiration de *La NRF* comme de Bernard Grasset ; les deux maisons se chamailleront d'ailleurs pour tenter de récupérer l'héritage littéraire des *Cahiers* et de l'œuvre de Péguy comme pour s'inscrire dans la descendance d'un travail sans

concession, où la quête du texte impeccable est allée au souci d'une typographie irréprochable, dans une revendication du travail artisanal bien fait, en autarcie, sans dépendre de puissances d'argent ou s'afficher en quête de retours sur investissement (Halévy, 1919 et 1947 ; Grasset, 1955).

Auteurs-éditeurs ou éditeurs-auteurs ?

L'auto-édition est donc tout sauf une forme d'édition rigide ou uniforme. Toutes les maisons qui ont été fondées par un homme de lettres ayant aussi eu à l'occasion le souci de publier ses œuvres ont donc peu ou prou pu relever de l'auto-édition. Que dire de la célèbre maison arlésienne fondée par un Hubert Nyssen en quête de reconnaissance littéraire, déjà publié au Mercure ou chez Gallimard, et pourtant prêt à s'autocélébrer généreusement sous sa propre marque par le biais des fameuses gazettes d'Actes Sud signées de son nom² et en donnant ensuite moult volumes comme ses carnets où il raconte par le menu tout de ses rencontres ou de ses coups de cœur, autrement dit tout de l'envers du décor d'Actes Sud dont les premiers catalogues sont le reflet plus que fidèle des goûts du fondateur (Nyssen, 1988-1998).

Tous les auteurs ayant tâté d'édition ont donc peu ou prou pratiqué l'auto-édition dans la mesure où ils ont été associés à l'édition de leurs propres œuvres, un Cendrars par ici, un Mac Orlan par là, un Malraux ou un Paulhan à *La NRF*. N'a-t-on pas même découvert lors de la publication récente d'un texte sulfureux intitulé *L'Opprobre* chez Gallimard que personne dans la maison ne l'avait lu avant sa mise en fabrication tant l'auteur était lui-même intégré

au cœur de l'entreprise ? Et un Pascal Quignard n'a-t-il pas, du temps de son travail salarié rue Bottin, tout décidé de la façon dont ses livres seraient conçus, portés, sortis à des dates bien précises, pour être éventuellement poussés au Goncourt ? La tentation de l'auto-édition est toujours forte chez les auteurs qui souhaitent en toute logique maîtriser au maximum le destin de leurs œuvres. Encore faut-il aussitôt rappeler qu'il s'agit bien ici d'édition classique dans la mesure où ce sont les moyens de l'entreprise qui sont mis au service d'une œuvre et non ceux de l'auteur investis par lui-même dans la réalisation maîtrisée de bout en bout de sa création devenue livre. Par-delà l'auto-édition il faudrait étudier toute la gamme des implications possibles des auteurs dans l'édition selon les époques, c'est ce qu'a fait François Bessire dans un travail hélas peu connu sur l'écrivain-éditeur (Bessire, 2002, dir.). Volume passionnant où l'on retrouve nombre de contributions sur les rapports de George Sand avec l'édition, l'implication de Rémy de Gourmont au sein du Mercure, sur Gide et son travail à *La NRF*, sur Jacques Rivière aussi, et même sur le rôle de directeur littéraire d'Alain Robbe-Grillet au sein des Éditions de Minuit. On y voit que, depuis l'essor de « la galaxie Gutenberg », les liens ont été très forts entre les créateurs qui ont eu un goût pour les affaires de diffusion de la pensée et les professionnels ou les boutiquiers ayant usé de leurs capitaux pour faire des affaires dans ces domaines. Peut-être peut-on faire l'hypothèse que l'entre-deux-guerres aura été la période durant laquelle ces liens auront pu être les plus resserrés du fait de l'importance du livre au sein de la société et du peu de débouchés possibles ailleurs pour les auteurs sans réelle profession. Après guerre, déjà, le

² Sur le modèle des fameuses gazettes d'Adrienne Monnier. À ceci près que celle-ci n'a jamais eu la moindre ambition d'auteur alors qu'Actes Sud a été ouvertement conçue comme la marque d'Hubert Nyssen éditeur comme cela a été longtemps visible sur les livres dans un cartouche intégré au logo.

journalisme, la radio, la télévision et même bientôt la publicité ou la communication sembleront des secteurs plus attirants pour nombre de plumes qui y trouveront des salaires confortables. Peu nombreux en tout cas sont les auteurs de l'entre-deux-guerres à ne pas avoir été ou directeurs de collection, ou salariés de l'édition, ou libraires, ou critiques littéraires. On pense bien sûr à Emmanuel Berl, à Jean Paulhan ou Francis Ponge, parmi tant d'autres. Même un André Breton aura été appointé pour relire

téressera de la conduite d'entreprise au fur et à mesure qu'il se pensera lui-même de plus en plus comme auteur ou écrivain, ce qui comme on le sait le perdra durant la guerre, puisqu'il aura cru bon de donner le fond de sa pensée pro-allemande au lieu d'adopter une sage prudence en gardant pour lui le fruit de ses cogitations troublées. S'il s'autopublie dès les années 1930, il faut quand même rappeler que c'est bien Gaston Gallimard qui l'invite à lui donner ses œuvres, ce qui fait jaser dans Saint-

« un cas contraire vient à l'esprit (...) c'est celui de l'éditeur qui à l'occasion s'autopublie ou devient lui-même auteur »

des jeux d'épreuves à *La NRF* et on lui doit peut-être quelques-unes des plus belles coquilles oubliées dans les œuvres de Marcel Proust...

L'éditeur prend la plume

Un cas contraire vient à l'esprit en reparcourant au pas de charge toute cette histoire, c'est celui de l'éditeur qui à l'occasion s'autopublie ou devient lui-même auteur, mais comme en second, fort de sa réussite d'abord en tant que patron de maison. On songe au célèbre *Apologie de "Mort à crédit"* donné au public par Robert Denoël prêt à tout pour soutenir son auteur-vedette injustement attaqué en 1936 au moment de la parution de ce qui semble pourtant être son chef-d'œuvre. On songe surtout à l'infatigable Bernard Grasset qui, bien qu'auteur rentré dès le début, attend la fin des années 1920 pour donner au public nombre de volumes tirés de tout ce qui lui passe par la tête. Et ce n'est pas sans raison que de mauvaises langues remarqueront qu'il se désin-

Germain-des-Prés et divertit beaucoup les deux hommes. Bien que la marque Grasset ait gagné en force et en rayonnement, le patron sait bien que ses livres seront mieux reçus publiés sous la prestigieuse marque de *La NRF* et ce n'est pas sans gourmandise ni fierté qu'il se sent intégrer la merveilleuse équipe des auteurs de la rue Sébastien-Bottin.

D'autres encore comme un Edmond Buchet s'autopublieront tôt sous leur propre marque, Robert Laffont également donnera un célèbre *Éditeur* dans la série « Vécu », et Robert Morel lui aussi n'aura-t-il pas été auteur et éditeur conjointement ? Le seul qui semble avoir été autant auteur qu'éditeur est Pierre-Jules Hetzel mais on ne peut affirmer que sa marque fameuse ait été conçue comme une affaire d'auto-édition. Il s'est certes autopublié sous le nom de Stahl, mais à partir des années 1840, il a déjà dédié sa marque dès les années 1830 à de grands auteurs de talent à commencer par Balzac, Sand ou Nodier bien avant que ses propres productions ne soient venues

grossir le catalogue. Et encore ses succès n'y auront-ils pas été très remarquables et la mémoire collective n'a pour l'essentiel retenu que les triomphes de la machine Jules Verne qui ont spectaculairement enrichi et l'auteur et l'éditeur (Robin, 1988, dir.). Il ne fait aucun doute qu'Hetzel eût aimé s'adonner pleinement à sa carrière d'auteur mais il lui a bien fallu trouver le moyen de vivre et les soucis de l'homme d'action, les réussites de l'homme d'entreprise ont pris le pas sur les tranquillités de la création et les charmes d'une vie dédiée à l'imagination.

Celui auquel l'on peut songer qui a été homme du livre également auteur et qui s'est auto-édité quelque peu à la diable en raison des circonstances les plus troublantes n'est autre que Jean Bruller dit Vercors. Il est à l'origine de la fondation des Éditions de Minuit avec Pierre de Lescure en 1941-1942 dans la clandestinité. Jean Bruller est

un homme du livre qui a écrit ou fait réaliser dans l'entre-deux-guerres de très beaux albums vendus par souscription, auteur notamment des très belles *Recettes pratiques de mort violente* précédées d'un *Petit manuel du parfait suicidé*, et qui se retrouve bien décidé à montrer que l'esprit français n'est pas mort sous la botte allemande. Mais alors que c'est Pierre de Lescure qui est l'écrivain véritable, qui a déjà publié à *La NRF* et qui est un ami de Jean Paulhan, contre toute attente c'est Jean Bruller qui s'attelle à l'écriture du premier volume de ce qui sera au catalogue des Éditions de Minuit car il va sans dire qu'il est impossible ou inconcevable d'aller chercher des textes ailleurs pour les publier sous le manteau – quel auteur serait assez fou pour donner un texte qui peut entraîner la mort à des professionnels en devenir qui brocolent dans le plus grand danger au cœur d'un Paris devenu allemand ? C'est la réussite du premier titre, ou pour mieux dire la rumeur à son sujet qui traversera les milieux des lettres car bien peu auront pu le lire à sa sortie, *Le Silence de la mer* (voir illustration ci-contre), qui mettra en confiance ceux qui, par le biais de Jean Paulhan, accepteront de faire passer certains de leurs textes qui enrichiront cette célèbre série rebaptisée « Sous l'oppression » à la Libération. Et certes il ne fait aucun doute que la verdeur, le courage ou l'inconscience avec lesquels Vercors s'est lancé dans l'aventure sont d'abord et avant tout liés à une volonté de se soulever contre les diktats allemands mais il ne fait pas de doute non plus que c'est aussi pour lui un moyen de s'imposer par les textes, de littériser son engagement et, ce faisant, de s'instituer lui-même en tant qu'auteur, non par la qualité du texte publié, mais par la bravade et le coup de force ayant permis l'incroyable ou l'impensable – réussir à donner un bel objet-livre au nez et à la barbe des Allemands. Et jusqu'en 1947, jusqu'au moment



où Jérôme Lindon l'oblige à se démettre, Vercors demeure un éditeur qui s'autopublie et qui, disons-le, pense les Éditions de Minuit comme à son service autant que les ventes de ses livres, son nom étant devenu fameux à juste titre, alimentent le chiffre d'affaires de la maison. Une fois hors des Éditions de Minuit l'ancien éditeur ne sera plus qu'auteur avec un succès de plus en plus décroissant (Simonin, 1994 ; Cesbron et Jacquin, 1999).

Édition personnelle ou édition traditionnelle ?

Dans ces carrières où il est parfois difficile de distinguer l'auteur de l'éditeur, force est d'admettre qu'il advient toujours un moment où l'homme s'affirme plutôt d'un côté que de l'autre, ce qui ne se fait pas toujours selon les souhaits de l'intéressé. Dans la gamme de tous ces éditeurs doués de plume, nul doute que Grasset eût voulu certes être remarqué et couronné de succès pour ses parutions professionnelles mais aussi pour ses œuvres personnelles. Elles seront – comble de l'ironie – ce qui le perdra. Un Éric Losfeld à rebours ne semble pas avoir voulu faire carrière en tant qu'auteur bien que ses mémoires révèlent un homme au solide tempérament doté d'une plume vigoureuse et pleine de saillies. On sait qu'il a lui-même prétendu être l'auteur d'une quantité infinie de petits volumes clandestins lubriques pour faire bouillir la marmite dont le célèbre *Cerise* ; il n'y a pas lieu de douter de la véracité de ses dires sur ce point car il ne fait aucun doute qu'il n'a pu avoir à sa disposition une équipe infinie d'auteurs dévoués prêts à fournir au

kilomètre de la copie³. Si un Isidore Isou a consenti, semble-t-il, à donner des textes coquins en échange de parutions plus classiques par ailleurs, combien d'autres ont refusé de se livrer à ce type d'échange de bons procédés ? Assurément Éric Losfeld a dû mettre la main à la pâte et s'autopublier, non dans le souci de peaufiner une œuvre pour l'éternité, mais de profiter d'un commerce risqué en diable mais le seul alors susceptible de faire tourner une boutique précaire sur le plan financier sans cet apport d'argent frais lié aux clandestins qui partent bien. Ce ne sont pas les volumes officiels de la marque Arcanes ou Terrain vague qui lui auront permis de multiplier des années bénéficiaires. D'autant qu'il est sans cesse frappé au porte-monnaie par un État encore très procédurier et qui lui cherche noise comme à Pauvert jusque dans les années 1970.

À rebours, un Jean-Paul Michel de la maison William Blake and Co. à Bordeaux ne craint pas de s'être abondamment autopublié sous sa propre marque dans une logique artisanale remarquable, avec un souci de qualité extrême, qui est aussi une sorte d'autocélébration, une manière de s'imposer en tant qu'auteur bien qu'il publie au demeurant dans d'autres maisons et bien que, comme un Georges Monti par ici ou un Bruno Roy par là, il ait pu tisser des liens privilégiés avec les meilleurs des écrivains de la fin du XX^e siècle. Mais comme un Hubert Nyssen, en quelque sorte, ceux qui se sont liés à lui ont-ils plutôt sympathisé avec l'auteur ou l'éditeur ? Auraient-ils fait preuve de la même chaleur à son endroit s'il n'avait été qu'auteur ? Au demeurant force est d'admettre que le catalogue bâti est en l'espèce tout à fait remar-

³ Jean-Pierre Dutel, grand libraire parisien, spécialiste des œuvres sous le manteau, donne foi aux déclarations d'Éric Losfeld qui sans aucun doute peut être tenu pour le plus grand éditeur parisien de livres clandestins après-guerre dont une part (laquelle ?) rédigée par ses soins (Dutel, 2005).



quable, qui comporte les noms de Bergounioux, de Bonnefoy, parmi bien d'autres, et qui montre encore une fois que la maison William Blake and Co. ne peut être réduite à une simple opération d'auto-édition emmenée par un poète de talent.

Pour en revenir à ceux qui auront avant tout été auteurs, force est d'admettre que dans l'ensemble le passage à l'auto-édition aura été sinon contraint, en tout cas le plus souvent lié à une étrange opportunité, ou à une tentation très simple — et pour ainsi dire naturelle — de voir sortir de terre une œuvre impossible à donner en édition courante. Comment ne pas songer aux livres chinois de Segalen réalisés dans des conditions improbables sous sa direction du côté de Pékin avec un matériel éton-

nant et en usant de papiers introuvables en France ? Des livres qui auront enchanté un Georges Crès désireux de les reprendre et de publier si possible des ouvrages d'une aussi belle facture réalisés dans l'empire du Milieu. Et l'édition originale de *René Lejys* (voir illustration ci-contre) ne sera-t-elle pas de même donnée chez Crès avec une couverture rappelant la conception et la fabrication chinoises des œuvres de Segalen (Bessard-Banquy, 2013) ? Tous ceux qui comme Segalen ont pu croiser un jour la route d'un éditeur doué, attentif, désireux de s'engager dans la défense de leur œuvre, ont, semble-t-il, renoncé aux à-peu-près du bricolage pour préférer la sagesse d'une belle édition confiée à un vrai professionnel. C'est en tout cas ce que Segalen a visiblement choisi, mais il est vrai que Crès s'est révélé être un des meilleurs éditeurs du début du XX^e siècle.

Anti-éditeurs et fiers de l'être

Pourtant, il est des auteurs auxquels on peut songer qui se sont auto-édités avec succès, ou avec profit, et qui même ont entièrement dédié leur activité à ce seul soin : le plus fameux a longtemps été Jean Guénot. Très doué, ayant publié dans de grandes maisons, il semble pour l'essentiel avoir eu le désir de maîtriser la fabrication de ses livres et il n'est pas impossible de considérer qu'il a renoncé à donner ses œuvres aux éditeurs établis pour être mieux servi, pour donner en boutique des volumes très agréables sur beau papier, souvent numérotés, pour s'imposer non comme poète incompris mais comme artisan, complet. Il a longtemps été le chantre de ce type de pratique assurant que cela peut tout à fait se faire couramment avec un peu de débrouillardise. Son volume fameux intitulé *Écrire* est très riche de ce point de vue et regorge de conseils

en tous genres à destination de ceux qui rêvent de passer à la pratique sur son modèle. Dans son cas, faut-il le dire, cela s'est avéré d'autant plus heureux qu'il a d'abord pu compter sur une très légère notoriété acquise auparavant et surtout sur tous les réseaux des anti-éditeurs des années 1970 bien décidés à essayer de court-circuiter le pouvoir de Saint-Germain-des-Prés. Il a ainsi été sans fin cité, évoqué, à chaque fois que dans les médias il a été question des biais par lesquels échapper à la mainmise des éditeurs sur l'expression de la pensée en France. Auteur doué, Jean Guénot a aussi pu compter sur la fidélité de quelques-uns et aussi sur l'intérêt pour les sujets qu'il a traités dans des volumes très bien faits qui sont des mines d'informations et de réflexions (Guénot, 1977 ; 1995).

Marc-Édouard Nabe s'est-il renseigné auprès de lui avant de se lancer ? C'est peu probable mais c'est assurément le grand auteur contemporain auquel on peut songer qui s'auto-édite avec François Bon dans le domaine électronique. Mais là, dans les deux cas d'ailleurs, il s'agit d'auteurs déjà fameux dont le nom seul est sinon vendeur en tout cas suffisamment connu pour garantir un minimum de ventes. Le cas de Nabe au demeurant est tout à fait singulier ; il s'est comme retrouvé au ban de l'édition française après des prises de position à tout le moins discutables et, en quelque sorte, dans son cas, l'auto-édition a été l'ultime solution permettant la diffusion de ses écrits. C'est avec le soutien, le concours, l'aide de personnes dévouées qu'il a pu s'y mettre et certifier maintenant partout que cela s'avère payant, mais, encore une fois, qui dans l'édition classique peut être assuré de pouvoir compter à chaque nouveauté sur les commandes quasi systématiques de plusieurs milliers de personnes ? Cette so-

lution par défaut a eu pour lui des vertus et non des moindres puisque *de facto* ses livres sont à nouveau disponibles dont *Au régal des vermines* dont la cote est forte sur les sites de recherche de volumes épuisés. Mais cela lui a quand même fait manquer le prix Renaudot car il eût été impensable de pouvoir récompenser un livre qui n'est pas même distribué de manière industrielle en France aujourd'hui⁴. Solution pratique, rentable sans doute, permettant de réaliser de beaux livres, par bien des aspects mieux faits que ceux de l'édition classique, cette auto-édition est limitée dès qu'il s'agit de gérer de la diffusion-distribution à bonne échelle. Un *best-seller* serait en quelque sorte la pire chose qui puisse arriver à un auteur auto-édité. Mais force est d'admettre que, quel que soit ce que l'on pense de ses œuvres, Nabe montre la voie et prouve après Guénot que ce genre d'activité est tout à fait concevable ou possible et même couronnée d'un succès relatif dès lors que des bonnes volontés permettent de se livrer à ce type de chose avec professionnalisme et que les parutions puissent trouver un écho suffisant, notamment sur la toile, pour pallier le manque de recensions classiques gagnées traditionnellement par le travail efficace du service de presse. Avant eux celui qui s'est adonné à l'auto-édition de manière tonitruante contre le monde du livre classique n'est autre que le tempétueux Jean-Edern Hallier qui, fâché avec Le Seuil trop peu empressé de vouloir imposer son nouveau chef-d'œuvre aux dix du Goncourt, a fait sécession et monté sa maison à la diable pour porter ses textes immortels et ceux de ses amis du moment, anti-éditeurs comme lui, à commencer par Jack Thieuloy, l'homme des attentats contre la république des lettres au mitan des années 1970. Mais si la maison Hallier a don-

4 Il s'agit de son volume *L'Homme qui arrêta d'écrire* publié par ses bons soins en 2010.

« évidemment le web change tout car il est devenu si simple de s'auto-éditer »

né de bien belles choses, elle a aussi montré que la conduite d'affaires d'édition, qui ne s'improvise pas, nécessite un engagement sans faille. Or l'ancien de *Tel quel* a surtout été mû par le souci de sa publicité personnelle et du rayonnement de son œuvre très largement écrite en collaboration (et encore est-ce un euphémisme), les Éditions Hallier, bien que très douées, ont été en quelque sorte abandonnées en rase campagne et livrées à elles-mêmes, au sein d'Albin Michel qui a quand même un temps poursuivi la commercialisation de leurs titres. Et là encore, si Hervé Bazin n'a pas été entièrement insensible au travail de la maison et aux œuvres du « grand écrivain », c'est que ce dernier a surtout eu la chance de s'entourer de gens de qualité comme François Coupry qui ont très largement aidé le grand homme non seulement à accoucher de manuscrits publiables mais encore à leur donner bonne forme après avoir étudié sur le tas les bases de la typographie classique et de l'imprimerie moderne (Lamy, 2017).

Twitt, buzz, like

Évidemment le web change tout car il est devenu si simple de s'auto-éditer sur des plateformes créées pour cela que désormais, pour bien des personnes qui se lancent, le réflexe d'aller déposer un fichier numérique sur Amazon Kindle Direct Publishing semble naturel. Pire ou mieux, selon les points de vue, pourquoi vouloir *faire livre* comme au XIX^e siècle ? Les jeunes maintenant s'épanchent sur des sites comme Wattpad où le texte est au kilomètre et livrent des phrases brutes dans un univers darwinien à la lecture éventuelle de millions d'internautes qui tomberont peut-être

dessus selon le nombre de lectures déjà comptabilisées et la ferveur des commentaires laissés au bas de ces pages sauvages qui n'ont pour l'instant donné corps à aucune œuvre remarquable, sinon des romans de gare à succès comme le fameux *After* d'Anna Todd (Bessard-Banquy, 2017). Comme jadis, nombre d'auteurs auto-édités ou ayant donné des œuvres à compte d'auteur ont eu aussi accès à l'édition traditionnelle qui suit avec un train de retard ce qui se passe dans l'univers cybernétique et ce n'est pas sans raison que certains de ces succès ou transferts ont pu être tant médiatisés – tout cela a pour but de faire vibrer une sorte de rêve américain de la publication démocratisée, un « tous auteurs » plus que jamais possible puisque les *mega-best-sellers* planétaires sont désormais par définition des sous-productions conçues sur le modèle du roman grand public mondialisé, connu sous le nom de production *mainstream*, production qui est à l'écrit ce que la série américaine est à l'écran, sans aucune inventivité ou originalité d'aucune sorte de peur de perdre d'éventuels lecteurs qui veulent se divertir sans se fatiguer.

En conclusion

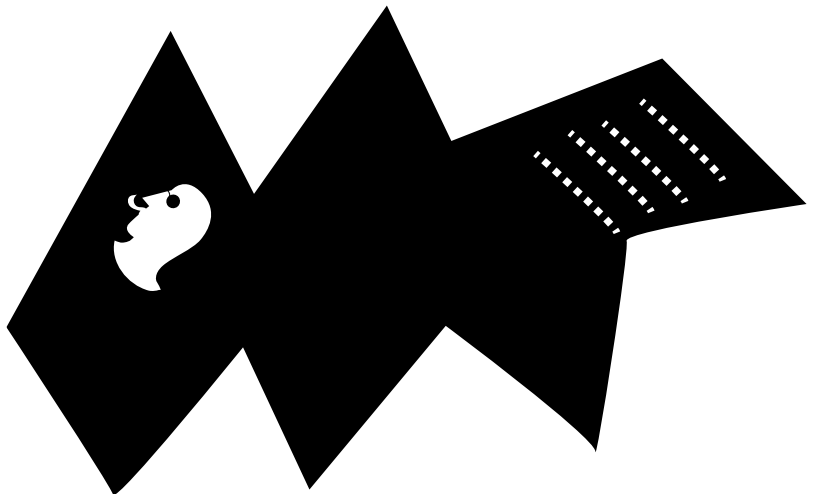
On l'aura compris, il y a porosité entre toutes les formes d'édition, ceux qui s'auto-éditent sont aussi parfois des auteurs traditionnels par ailleurs, et inversement, la tentation des auteurs a toujours été de vouloir contrôler ou maîtriser le processus de fabrication et commercialisation du livre. Une histoire reste à écrire des relations ou rapports de force entre auteurs et éditeurs car, disons-le, si les premiers eussent aimé pouvoir se passer des seconds, ces derniers

n'ont pas toujours su cacher qu'ils rêvent eux aussi d'éditer des livres sans auteurs. Une chose est sûre, si jadis l'auto-édition a pour l'essentiel été une sorte de solution par défaut avec des avantages et des inconvénients, de puissants intermédiaires du livre qui cherchent à faire le grand vide autour d'eux – autrement dit Amazon – mettent tout en œuvre pour convaincre le *vulgum pecus* que l'avenir de ceux qui ont quelque chose à dire est du côté de l'auto-édition numérique. Ce discours a plutôt bien marché jusqu'ici sans menacer la suprématie de l'édition classique pour la simple et bonne raison que, pour pouvoir éditer correctement un texte et le faire connaître, il faut des talents et des capitaux, et c'est rarement une seule et même personne qui possède tout à la fois, le don, la débrouillardise et la richesse.

Mais assurément la grande facilité avec laquelle il est possible aujourd'hui de s'auto-éditer sur des plateformes prévues à cet effet avant de pouvoir faire vivre son texte en réseaux grâce à des talents dans le domaine de la viralité donne de belles perspectives à ceux qui demain sauront s'imposer dans ces domaines. En tout cas,

dans les univers de la littérature grand public de type sérielle, il est évident que c'est désormais le moyen d'espérer percer – il n'est que de voir comment l'auteur des *Fifty Shades* a été récupéré par les majors du papier après avoir démarré sur la toile.

En littérature traditionnelle cela reste bien improbable pour l'instant car les lecteurs de textes classiques sont par définition méfiant vis-à-vis de tout ce qui n'est pas labellisé ou estampillé de qualité supérieure et ne lisent donc que ce qui est certifié de la sorte, or cela suppose encore une fois tout un travail d'intermédiaires qui est le propre de l'édition traditionnelle. Quel auteur ayant des ambitions voudrait se passer du prestige de *La NRF* ? Quelle plume de talent ne voudrait pas finir en « Pléiade » ou couronnée par le Nobel ? On ne sache pas encore que l'auto-édition ait jamais mené au Panthéon.



Bibliographie

BARUCH, Daniel, 1996.

Nicolas Edme Retif de la Bretonne.
Paris : Fayard.

BERTHIER, Patrick, 1999.

Balzac et l'imprimerie.
Paris : Imprimerie nationale.

BESSARD-BANQUY, Olivier, 2017.

De la toile au livre et inversement.
Fabula. Disponible sur Internet :
[http://www.fabula.org/colloques/
document4187.php](http://www.fabula.org/colloques/document4187.php)

BESSARD-BANQUY, Olivier, 2016.

La Fabrique du livre. L'édition littéraire au XX^e siècle.
Tusson-Bordeaux : Du Lérot éditeur et Presses universitaires de Bordeaux.

BESSARD-BANQUY, Olivier, 2013.

Georges Crès éditeur.
Revue française d'histoire du livre, n°134. Genève : Librairie Droz.

BESSIRE, François, 2002 (dir.).

L'Écrivain éditeur – Deuxième partie (XIX^e-XX^e siècles). *Travaux de littérature*, n° 15.
Paris : Association pour la diffusion de la recherche littéraire.

CESBRON, Georges et Gérard, JACQUIN, 1999 (dir.).

Vercors et son œuvre.
Paris : L'Harmattan.

DUTEL, Jean-Pierre, 2005.

Bibliographie des ouvrages érotiques publiés clandestinement en français entre 1920 et 1970.
Paris : Jean-Pierre Dutel éditeur.

FELKAY, Nicole, 1987.

Balzac et ses éditeurs 1822-1837.
Essai sur la librairie romantique.
Paris : Cercle de la Librairie.

GRASSET, Bernard, 1955.

Évangile de l'édition selon Péguy.
Paris : André Bonne.

GUÉNOT, Jean, 1977.

Écrire. Guide pratique de l'écrivain.
Saint-Cloud : Guénot éditeur.

GUÉNOT, Jean, 1995.

J'écris et je m'édite. Guide pratique de l'auteur-éditeur.
Saint-Cloud : Guénot éditeur

HALÉVY, Daniel, 1947.

Péguy et les Cahiers, textes concernant la gérance des *Cahiers de la Quinzaine.*
Paris : Gallimard.

HALÉVY, Daniel, 1919.

Charles Péguy et les Cahiers de la Quinzaine. Paris : Payot.

LAMY, Jean-Claude, 2017.

Jean-Edern Hallier, l'idiot insaisissable. Paris : Albin Michel.

MEYER-PETIT, Judith, 1995 (dir.).

Balzac imprimeur et défenseur du livre. Paris : Paris-Musées/Éditions des Cendres.

NYSSSEN, Hubert, 1988-1998.

Carnets (t. I, II, III). Arles : Actes Sud.

QUIGNARD, Marie-Françoise, 1995 (dir.).

Le Mercure de France. Cent un ans d'édition. Paris : BNF.

ROBIN, Christian, 1988 (dir.).

Un éditeur et son siècle. Pierre-Jules Hetzel. Saint-Sébastien : ACL Éditions et société Crocus.

SIMONIN, Anne, 1994.

Les Éditions de Minuit. 1942-1955. Le devoir d'insoumission.
Paris : IMEC.





Auteur

Olivier Bessard-Banquy a travaillé des années à Paris en tant qu'éditeur. Docteur en lettres, il est professeur à l'université Bordeaux-Montaigne, chargé des enseignements d'édition et d'histoire du livre au sein du Pôle des métiers du livre. Co-auteur de *L'Édition française depuis 1945* paru sous la direction de Pascal Fouché au Cercle de la librairie, il est entre autres l'auteur de *L'Industrie des lettres* paru chez Pocket dans la série « Agora ». Son travail de recherche porte pour l'essentiel sur l'évolution de l'édition littéraire du XIX^e siècle à aujourd'hui.

Les auteurs auto-édités sur Kindle Direct Publishing

*Motivations, identités, pratiques
et attentes*

par Stéphanie Parmentier, université Bordeaux-Montaigne



Éditer



Cet article a fait l'objet d'une double lecture en aveugle
et a été validé par des universitaires

Grâce au numérique, les auteurs disposent de multiples espaces pour se publier comme les sites personnels, les blogs, les réseaux sociaux, les tweets, ou encore les plateformes d'auto-édition en ligne. En quelques clics, ils arrivent en toute indépendance à se publier rapidement en se passant du professionnalisme d'un éditeur, pourtant jusqu'ici incontournable. Amazon, qui arrive en 2011 en France avec sa plateforme d'auto-édition Kindle Direct Publishing (KDP), participe activement à ce renouvellement en proposant de publier les manuscrits en moins de 48 heures et de toucher instantanément des millions de lecteurs à travers le monde. Mais qui sont ces auteurs qui s'investissent en masse sur KDP ? Et qui sont ceux qui parviennent à intégrer le Graal d'Amazon – le fameux « Top 100 » ? Quelles sont leurs motivations, leurs attentes, leurs identités et leurs pratiques face à une entreprise géante qui n'est pourtant pas un éditeur professionnel ?

Self-published authors on Amazon's Kindle Direct Publishing. Motivations, identities, practices and expectations.

Stéphanie Parmentier, University of Bordeaux-Montaigne. Thanks to digital technology, authors have multiple spaces where they can publish their work, such as personal websites, blogs, social networks, tweets, and online self-publishing platforms. In a few clicks, they can self-publish quickly and independently without the professional input of a publisher, which until now has been impossible. Amazon, which arrived in France in 2011 with its Kindle Direct Publishing (KDP) self-publishing platform, has been instrumental in this new development by offering to publish manuscripts in less than 48 hours, instantly reaching millions of readers around the world. But who are these authors that are investing massively in KDP? And who are the ones who succeed in being taken on by the Amazon Grail– the famous “Top 100”? What are their motivations, expectations, identities and practices in the face of a giant corporation that is not a professional publisher?

Être édité aujourd'hui n'est plus le parcours du combattant que cela pouvait être auparavant. Autrefois, un auteur en devenir qui ne trouvait pas d'éditeur traditionnel pour publier son manuscrit n'avait guère de solution de contournement. Il pouvait avoir recours à l'édition à compte d'auteur – qui consistait à payer une somme importante auprès de structures « éditoriales » le plus souvent douteuses – ou se rabattre sur l'auto-édition autrefois réalisée manuellement sans avoir recours à l'outil Internet, une opération fastidieuse et mal perçue chez les libraires. Aujourd'hui, les écrivains en herbe disposent de nouveaux espaces éditoriaux accessibles à tous. Les sites personnels, les blogs, les réseaux sociaux littéraires de type Wattpad (*voir logo ci-dessous*) ou encore les plateformes d'auto-édition en ligne, leur permettent, sans quasiment rien déboursier, de publier leurs écrits et de les vendre, le tout en quelques clics.



Kindle Direct Publishing (KDP) d'Amazon est sans conteste la plateforme incontournable qui, en plus d'atteindre des chiffres d'enregistrement toujours croissants (Pajou, 2016)¹, a également permis à des

auteurs auto-édités atteignant des ventes records – à l'instar de Marie-Agnès Lugand (Hugueny, 2016) – d'être repérés par un éditeur traditionnel pour une publication papier sous leur enseigne et de se retrouver sur les étals des librairies.

Aujourd'hui, bien que l'auto-édition en ligne soit un phénomène en forte croissance au vu des chiffres enregistrés au dépôt légal de la Bibliothèque nationale de France², il y a peu d'éléments d'enquête avec des données fiables sur notre territoire. Les quelques études qui existent (Bookelis, 2016 ; Edilivre, 2013 ; Bregman, 2015) – qui émanent pour la plupart d'acteurs qui ont un intérêt direct avec la promotion de l'auto-édition – tentent soit de dresser un portrait général de l'auteur auto-édité, soit de cerner l'ensemble des profils qui s'intéressent à ces espaces alternatifs. Rien n'est spécifiquement dit sur les auteurs qui utilisent KDP puisqu'Amazon se garde bien de fournir des chiffres sur sa politique commerciale. Qui sont, en effet, ces auteurs qui s'investissent en masse sur Amazon ? Ont-ils délibérément fait le choix de l'indépendance afin de devenir des « indés » – pour reprendre l'expression employée par Amazon sur son site ? Ou bien ont-ils été convaincus par les succès très médiatisés d'auteurs déjà auto-édités qui ont réussi à passer d'un modèle éditorial alternatif à un modèle plus classique grâce à KDP ? La question sous-jacente à cette étude est de savoir si KDP – un « outil » qui ouvre le monde éditorial, pourtant fortement cloisonné, à tous – est une réminiscence de l'édition à compte d'auteur des années 1970, qui a mené bon nombre d'auteurs vers une voie sans issue ; ou s'il constitue au contraire une voie naturelle, obligatoire pour tout auteur qui désire désormais se faire éditer.

¹ « 54 980 titres français d'ebooks "indés" Kindle sont disponibles ».

² Selon l'Observatoire du dépôt légal de la Bibliothèque nationale de France, en 2016, il y a eu 1 335 primo-déposants auto-éditeurs contre 1 165 en 2015 (BNF, 2017).

Afin de répondre à ces questions, nous avons souhaité enquêter auprès des auteurs qui s'auto-éditent sur KDP, via un questionnaire envoyé par email. Cela nous a permis de collecter des éléments quantitatifs permettant de préciser le profil de ces auteurs. Le choix du questionnaire nous a semblé plus judicieux car il permet d'entrer en contact avec les auteurs via leur messagerie électronique. Il aurait été impossible de mener avec eux des entretiens semi-directifs, car leurs coordonnées téléphoniques ne sont jamais accessibles.

La plateforme KDP : un espace accessible à tous

Dédiée aux auteurs indépendants, Kindle Direct Publishing (KDP) est une plateforme d'auto-édition née aux États-Unis et arrivée en France en 2011 (*voir logo ci-contre*). Elle se propose de publier les manuscrits en moins de 48 heures et de toucher instantanément des millions de lecteurs à travers le monde. Simple d'accès, il suffit à un auteur de créer un compte sur KDP, d'entrer ses informations personnelles et bancaires, de télécharger son manuscrit, de remplir les informations sur son livre, de le décrire et de le résumer. Il doit par ailleurs définir la date de publication de son ouvrage, son prix de vente et son territoire de publication. Une fois ces étapes validées, une page auteur est créée où il est possible d'ajouter une biographie, une photo, différents contacts, et d'annoncer des événements ou de prochaines parutions. Le livre est alors publié sur KDP gratuitement dans les heures qui suivent et apparaît à l'écran avec sa couverture, son résumé ainsi que la bio-

graphie. Cette rapidité de publication procure à l'auteur un sentiment de satisfaction immédiat, bien loin du découragement que génèrent les traditionnelles lettres de refus des éditeurs classiques. Les publications seront alors disponibles pour les détenteurs de la liseuse maison, le Kindle, et via les différentes applications d'Amazon.

KDP connaît un vif succès puisque, depuis 2011, plus de 852 000 ebooks (dont 35 000 en français), ont été enregistrés (Buffon, 2012). Afin de cerner davantage les auteurs qui ont fait le choix de KDP, nous avons envoyé à 200 auteurs français qui s'auto-éditent sur cette plateforme³, un questionnaire d'enquête, composé d'une soixantaine de questions autour de cinq grands axes⁴. Ainsi, sur les 200 questionnaires envoyés, nous avons récolté 50 réponses ; une attention particulière a été portée sur 33 d'entre elles, car ces au-



teurs-là ont réussi à intégrer le classement d'Amazon. Parvenir à pénétrer et à grimper au sein du « Top 100 » d'Amazon pour un auteur auto-édité est un objectif hautement stratégique : cela lui permet d'obtenir une certaine visibilité. En effet, le « Top 100 » fonctionne selon un algorithme précis, qui ne se base pas sur des critères qualitatifs liés à la publication mais sur le nombre de ventes effectuées heure par heure.

³ Ces envois ont été effectués du 1^{er} juin au 31 octobre 2016.

⁴ Les axes sont les suivants : 1) Découverte de l'auto-édition ; 2) Votre publication sur Amazon ; 3) L'écriture dans votre vie personnelle ; 4) Vos pratiques culturelles ; 5) Profil sociologique.

« c'est la popularité mais aussi la simplicité d'utilisation de cet outil qui intéressent »

Les auteurs auto-édités sur KDP : résultats d'enquête

Écrire pour ces auteurs auto-édités n'est pas une activité anodine ou un simple *hobby* mais est vécu comme une passion pour la majorité d'entre eux. Ces auteurs ont majoritairement découvert cette forme de publication par le biais d'Internet (61 %) ; ils ont fait le choix de ce mode éditorial non pas suite à de multiples refus qu'ils auraient accumulés auprès d'éditeurs traditionnels, mais volontairement car il est une source d'indépendance (pour 58 % d'entre eux). De prime abord, on aurait pu penser que les auteurs étaient principalement attirés par KDP du fait des avantageux droits d'auteur proposés par Amazon – alors que c'est la popularité mais aussi la simplicité d'utilisation de cet outil qui intéressent prioritairement les personnes interrogées. En effet, la renommée d'Amazon, qui attire en masse des acheteurs, et donc de potentiels lecteurs, séduit les auteurs sondés comme si le succès commercial du site marchand pouvait avoir un impact sur leur publication. Par ailleurs, les auteurs qui s'auto-éditent sont nombreux à vouloir entrer dans le monde de l'édition traditionnelle. Ils sont 58 % à vouloir l'intégrer, seuls 24 % ne désirent pas y accéder ; à noter que 18 % d'entre eux accepteraient d'être publiés par un éditeur à la condition de garder les droits numériques de leur publication. Ils sont pourtant 49 % à ne pas avoir essayé d'envoyer leur manuscrit à un éditeur classique, un peu comme s'ils savaient pertinemment à l'avance que l'accès à ce monde éditorial leur serait automatiquement refusé. La raison principale invoquée par les auteurs concernant l'acceptation d'une éventuelle offre d'éditeur est la possibilité pour 57 %

d'entre eux de pouvoir toucher un autre lectorat. Cette réponse signifie que les sondés sont conscients qu'il existe deux mondes éditoriaux différents et que l'auto-édition en est un mode d'édition subalterne qui n'arrive pas à détrôner l'édition traditionnelle. En outre, seuls 14 % des sondés aimeraient être édités chez Gallimard ; ils préféreraient être édités dans des maisons grand public telles que Bragelonne, Milady, Albin Michel, XO, Presses de la Cité et Michel Lafon. La quasi-totalité des sondés ont publié sur Amazon un roman (94 %) ; seul 6 % ont publié des nouvelles, un manuel ou un recueil d'aventures. Les publications auto-éditées sur KDP coûtent majoritairement entre deux à quatre euros. Les auteurs qui s'auto-éditent ne se contentent pas uniquement d'une version numérique, ils proposent également une version papier de leur ouvrage puisque 86 % des interrogés ont utilisé le service CreateSpace d'Amazon (*voir logo en page suivante*) pour réaliser une impression papier de leur livre. Les quantités imprimées vendues varient fortement d'un auteur à l'autre, puisque 22 % ont vendu de 10 à 50 livres en version papier, 19 % de 50 à 100 livres, 30 % ont vendu entre 100 et 350 livres, 22 % plus de 1 000 et 7 % plus de 3 000 livres.

Ces auteurs sont passionnés par l'écriture, qu'ils pratiquent quotidiennement depuis de nombreuses années. En effet, 42 % ont commencé à écrire dès l'enfance et 26 % à l'adolescence. La lecture est également une activité qu'ils apprécient puisque 75 % l'ont démarrée dès leur jeunesse. Ce sont des lecteurs assidus puisque 49 % d'entre eux lisent au moins une vingtaine de livres par an. À noter que des auteurs ont précisé qu'ils lisaient des quantités bien supérieures, allant de 50 à 100 livres. La grande

majorité d'entre eux achète leur livre sur le site marchand d'Amazon. Si ce comportement d'achat est assez compréhensible (puisque'ils possèdent majoritairement une liseuse Kindle qu'ils doivent alimenter), il est toutefois assez surprenant qu'ils soient si peu nombreux à faire travailler les librairies. En effet, pour des auteurs qui aiment les livres et lisent depuis l'enfance, ils sont une minorité à participer à la bonne san-



té du réseau des librairies. De plus, 68 % des sondés disent ne jamais franchir les portes d'une bibliothèque. Par ailleurs, ils ne semblent pas être intéressés par la presse littéraire puisque 80 % d'entre eux ne lisent jamais ce type de magazines.

KDP semble satisfaire pleinement les sondés puisque 56 % d'entre eux l'approuvent. La dernière question ouverte du questionnaire confirme largement ces chiffres avec la moitié des sondés qui ont pris le temps d'y répondre. Bien que les auteurs soient conscients qu'être édités en auto-édition ne soit pas une voie royale, quasiment tous ceux qui ont répondu ont fait part de leur grande satisfaction d'être publiés chez Amazon – qui est à leurs yeux une plateforme « incontournable ». Ce que les sondés apprécient particulièrement est la possibilité d'entrer en contact avec leurs lecteurs, d'obtenir des commentaires et de

récolter « des étoiles » d'appréciation qui permettent d'évaluer leur ouvrage. Malgré le fort investissement et le gros travail marketing, les auteurs sont également conquis par la liberté éditoriale et l'indépendance générées par l'auto-édition. C'est un véritable atout qui leur permet de maîtriser pleinement l'ensemble des étapes de leur publication tout en réalisant des ventes. En mettant à leur disposition un espace de publication, les auteurs ont le sentiment qu'Amazon contribue à les faire exister, à les rendre « vivants », comme le précise un sondé. Ainsi, cette question ouverte a permis de constater la satisfaction des auteurs auto-édités : ils ne regrettent pas d'être passés par un chemin alternatif pour faire paraître leur manuscrit et sont prêts à renouveler l'expérience sur Kindle Direct Publishing.

Focus sur les auteurs du « Top 100 »

Si dans un premier temps nous avons tenté de cerner les caractéristiques communes des 50 auteurs auto-édités sur KDP, nous nous sommes par la suite focalisés sur les 32 auteurs qui ont réussi à intégrer le « Top 100 », selon des périodes plus ou moins longues, afin de mieux déterminer leurs critères de réussite. Au fond, existe-t-il un profil d'auteur ou des caractéristiques qui favoriseraient l'entrée au sein de ce classement ?

Notre enquête révèle que les auto-édités du « Top 100 » ne sont pas des jeunes *geeks* ou uniquement des retraités disposant de suffisamment de temps pour se consacrer

Éditer

à cette activité. Ils ont, sans distinction de genre, entre 30 et 50 ans, sont hautement diplômés. 69 % d'entre eux ont déjà écrit un livre. S'ils s'investissent massivement dans leur travail d'écriture quotidien, tous font également la promotion de leur ouvrage. Certains peuvent y passer quelques heures par semaine, alors que d'autres y consacrent plus de huit heures hebdomadaires. L'investissement dans la promotion ne garantit pas forcément, au vu des résultats de l'enquête, de rester dans le « Top 100 » puisque des auteurs peuvent y consacrer plusieurs heures par semaine mais ne rester dans le classement qu'une semaine. La promotion, bien qu'essentielle pour faire partie du « Top 100 », n'a pas de relation de cause à effet avec la durée passée au sein du classement. Par ailleurs, l'expérience éditoriale antérieure (chez des éditeurs classiques ou en auto-édition) que des sondés auraient pu connaître, n'a pas d'impact sur le classement puisque des auteurs qui n'ont jamais été édités auparavant arrivent à entrer dans le « Top 100 ». En revanche, si la promotion

des publications, les avis des lecteurs sont réellement utiles pour les auteurs auto-édités – sous réserve évidemment d'obtenir des commentaires positifs. Ainsi, si nous pensions que le temps passé à la promotion ainsi que l'expérience antérieure de publication étaient des ingrédients indispensables pour être classé, nous nous rendons compte que ces éléments ne sont pas absolument déterminants. Si dans l'édition traditionnelle, ce sont le plus souvent les écrivains ou les journalistes confirmés et médiatisés qui sont prescripteurs d'une nouveauté, ici c'est la parole du lecteur lambda qui fait loi. Ces témoignages de personnes anonymes permettent de conseiller et de rassurer les acheteurs mais jouent aussi un rôle dans la stratégie commerciale du géant américain : ils participent à assurer la promotion d'ouvrages, qui ne sont jamais lus ou promus directement par Amazon ! Pourtant cet outil marketing, qui est au cœur de la politique d'Amazon, a été remis en cause par plusieurs sondés lors de notre enquête : certains auteurs n'hésiteraient pas à créer

« le nombre de commentaires à quant à lui un impact capital »

et l'expérience éditoriale ne jouent pas un rôle décisif dans ce classement, le nombre de commentaires à quant à lui un impact capital. En effet, ceux qui en ont obtenu une centaine ou plus⁵ sont des auteurs qui sont restés au minimum vingt semaines dans le « Top 100 ».

Le nombre de « retours clients » fait donc toute la différence : ceux qui en ont le plus restent dans le « Top 100 ». Sorte de comité éditorial *a posteriori* qui hiérarchise

de faux commentaires pour « booster » leur popularité. Ailleurs sur Internet, plusieurs blogueurs ont également dénoncé cette pratique en démontrant qu'il était tout à fait possible d'intégrer un meilleur classement en mobilisant son entourage pour commenter une parution afin de « booster » les ventes (Messien, 2013 ; Bailly, 2015 ; Jean-Fabien, 2016). Pour lutter contre ces pratiques frauduleuses, Amazon États-Unis (Lausson, 2015) est parti en chasse de-

⁵ Un sondé enregistre ainsi par exemple plus de 1 000 commentaires.

puis 2015 contre les faux commentaires et n'hésite pas à faire appel à des avocats pour se défendre (De Sepausy, 2017) mais ce contrôle ne semble pas être encore arrivé en France.

Conclusion

Les plateformes d'auto-édition en ligne qui demandent peu de compétences techniques ont largement ouvert le champ éditorial, traditionnellement très cloisonné par les éditeurs classiques qui multiplient les freins à l'entrée. Amazon, en raison de sa notoriété, a largement contribué à cette « démocratisation » en mettant à la portée de tous un espace qui permet en quelques clics de devenir son propre éditeur. La grande force du géant en ligne est d'avoir su créer un produit modulable et adaptable à la diversité des projets et des attentes des auteurs. Si Amazon a su s'imposer dans le monde des libraires, il a également réussi avec KDP à se construire une image d'éditeur sans jamais se présenter ainsi. Son entrée au Salon du livre de Paris en 2012, avec un stand de 80 m² pour présenter son Kindle et ses services, est significative de cette volonté de se considérer comme un acteur à part entière du livre en France. KDP est devenu aux yeux des auteurs un espace de tous les possibles, capable d'offrir tout ce que les éditeurs classiques ne sont pas en mesure de proposer : rapidité, gratuité, simplicité d'utilisation, souplesse, pourcentage de droits d'auteur conséquent et proximité avec les lecteurs. Pour parfaire son image, Amazon a mis en place différents concours littéraires, comme le « Concours rentrée Kindle des auteurs indés » en 2015, le « Prix Amazon de l'auto-édition », ou encore un concours d'écriture en 2016, intitulé « Les Plumes francophones » avec comme slogan « Réveillez l'écrivain qui

est en vous », destiné aux auteurs indépendants – cette opération a d'ailleurs reçu le soutien du ministère français des Affaires étrangères et l'appui de la chaîne publique TV5 Monde.

Ces nouveaux espaces éditoriaux voient leur fréquentation fortement augmenter, tant et si bien qu'il est assez délicat de définir un profil type des auteurs qui s'y investissent. Si l'étude Bookelis définit un portrait assez précis de l'auteur qui s'auto-édite, les analyses de Jean-Yves Normant mais aussi de Marie-Laure Cahier et Élisabeth Sutton (Normant, 2016 ; Cahier et Sutton, 2016) ont permis d'affiner davantage ce profil en dégagant différentes catégories d'auteurs. Le fait que les auto-édités mettent tout en place pour s'éloigner du soupçon d'amateurisme qui pourrait encore peser sur ce mode d'édition alternatif est le seul point de convergence de toutes ces études ; les auteurs auto-édités sont pleinement conscients que l'auto-édition est une voie accessible à tous mais qu'elle demande aussi de l'énergie pour se démarquer.

Notre étude sur KDP tente de cerner plus précisément les auteurs qui s'investissent sur la plateforme. Ils ne sont pas, comme on aurait pu le croire de prime abord, uniquement des refoulés du système éditorial, des écrivains en herbe à la recherche d'un peu de reconnaissance ou encore des auteurs largement médiatisés à la recherche d'une meilleure rétribution : mais ce sont des personnes très actives dans leur vie professionnelle qui consacrent une énergie gargantuesque tant à l'écriture qu'à la promotion de leur ouvrage, au détriment d'autres pratiques culturelles.

Ils ont consciemment choisi, pour la plupart, ce mode d'édition alternatif par souci d'indépendance. Tous ces auteurs sont à la recherche de reconnaissance, qu'elle vienne d'un lecteur lambda, d'un ami proche ou

d'un membre de la famille – ou, dans le meilleur des cas, d'un professionnel du livre. KDP est donc un outil qui leur permet d'exister. Nombreux, d'ailleurs, sont les auteurs qui nous ont remerciés lors de notre enquête, via le questionnaire envoyé : il était perçu comme une marque d'intérêt. Toutefois, les auteurs interrogés sont bien conscients des limites de cet outil, qui ne touche en définitive que les lecteurs qui sont détenteurs d'un Kindle ou d'une application Kindle. S'il est vrai qu'il n'y a pas de recette miracle pour rester au sein du « Top 100 », ce n'est certainement pas le temps passé à la promotion, ni le nombre d'outils promotionnels utilisés (blog, réseaux sociaux, site personnel, etc.) ou encore l'expérience d'écriture et de publication antérieures qui permettent de se démarquer – mais bien le nombre de retours clients, qui seul, garantit une certaine visibilité.

« combien sont-ils à sortir du lot »

En ouvrant l'espace éditorial, ces nouveaux outils interpellent et questionnent le monde du livre. Sont-ils réellement des lieux de publication comme ceux proposés par des éditeurs traditionnels, qui peuvent mener à une reconnaissance littéraire, ou sont-ils des espaces de compilation d'ouvrages qui se retrouvent écrasés par une masse éditoriale exponentielle – comme en témoigne Thibault Devalaud, un auteur auto-édité sur son blog, qui constate : « Hormis

une poignée d'auteurs auto-édités qui rencontrent du succès, l'immense majorité des livres auto-édités ne se vend pas, personne n'en parle et ces livres tombent peu à peu dans l'oubli éternel » (Delavaut, 2014).

KDP n'est-elle pas au fond un support supplémentaire, une simple interface, qui, loin de se soucier des publications, cherche à générer du trafic sur son site, à augmenter ses ventes mais aussi à fidéliser tout un public détenteur de la liseuse Kindle au format de lecture AWZ dont Amazon est le propriétaire ? Si les auteurs sont toutefois parvenus à vendre une poignée d'exemplaires à leur entourage et à obtenir quelques commentaires, ils se retrouvent assez seuls face à leur création et à un géant américain qui semble peu se soucier de leur publication et qui les vend au prix d'une baguette de pain (Bessard-Banquy, 2017)⁶. Certes, avec Internet et les réseaux sociaux, ils arrivent en partie à vaincre cet isolement grâce aux contacts qu'ils tissent avec leur lectorat et reçoivent différents conseils en retour. D'autres font appel à des « *coachs* littéraires » pour tenter de suppléer à ce manque mais le coût financier d'un tel service en réduit l'accessibilité. Malgré toutes ces initiatives et ces investissements, combien sont-ils à sortir du lot et à mettre en avant leur publication dans cette « industrie de l'auto-édition » (Hugueny, 2018) ? Au fond, cette facilité d'accès à la publication n'est-elle pas le symbole du sempiternel chemin de l'édition alternative qui mène les auteurs vers une voie sans issue ? N'assistet-on pas à un simple « relookage » des fa-

⁶ Voir à ce sujet l'article d'Olivier Bessard-Banquy, « De la toile au livre et inversement » (2017)

meuses officines à compte d'auteur qui ont connu un large triomphe dans les années 1970, et dont la plus emblématique était la Pensée Universelle (Chataignier, 2007) ? Ce renouveau d'une édition où l'éditeur est absent n'est-elle pas renforcée du fait de la posture des éditeurs classiques qui, en s'approvisionnant et en publiant en version papier des auteurs issus de l'auto-édition, avalisent et « normalisent » la présence d'Amazon dans le monde du livre ? Cette pénétration des auteurs issus de l'auto-édition dans le monde du livre, autrefois impossible, modifie-t-elle le comportement professionnel de certains des éditeurs⁷ en quête d'un éventuel *buzz* littéraire sur ces espaces alternatifs ? Parviennent-ils jusqu'à l'étal des librairies, faisant de l'auto-édition moderne le parcours naturel de tout auteur indépendant ? Ou au contraire va-t-elle renforcer le rôle capital des éditeurs en tant que conseiller et « réhabiliter leur fonction première de médiateur » (Poirier et Genêt, 2014) en démontrant que devenir visible ne veut pas dire lisible ?

⁷ À l'instar de Florian Lafani chez Michel Lafon – voir l'article paru dans *Le Parisien* (Bajos, 2017).

BAILLY, Sébastien, 2015.

Comment placer son roman dans le Top 100 d'Amazon ?

Disponible sur Internet (consulté le 13/07/2017) : <http://sebastien-bailly.com/comment-placer-son-roman-dans-le-top-100-damazon/1775>

BAJOS, Sandrine, 2017.

Son métier : repérer les auteurs à succès. *Le Parisien*, 16/04/2017. Disponible sur Internet (consulté le 21/07/2018) : <http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/son-metier-reperer-les-auteurs-a-succes-16-04-2017-6857979.php>

BESSARD-BANQUY, Olivier, 2017.

De la toile au livre et inversement. *Fabula* – Colloque « Internet est un cheval de Troie ». Disponible sur Internet (consulté le 20/07/2018) : <http://www.fabula.org/colloques/document4187.php>

BNF, 2017.

Observatoire du dépôt légal 2016. Disponible sur Internet : http://www.bnf.fr/fr/professionnels/depot_legal_definition/s depot_legal_observatoire.html?first_Art=non

BOOKELIS, 2016.

Portrait robot de l'auteur auto-édité.

Disponible sur Internet (consulté le 29/09/2016) : <https://fr.scribd.com/document/259057338/Infographie-Bookelis-l-auteur-autoe-dite>

BREGMAN, Charlie, 2015.

L'Auto-édition, pourquoi, comment, pour qui : grande enquête auprès de 130 auteurs francophones. Format Kindle.

BUFFON, Nelly, 2012.

L'auto-édition facilitée par le Kindle ? Disponible sur Internet (consulté le 10/08/2017) : <http://www.enviedecrire.com/lauto-edition-facilitee-par-le-kindle>

CAHIER, Marie-Laure et SUTTON, Élisabeth, 2016.

Publier son livre à l'ère du numérique. Paris : Eyrolles.

CHATAIGNIER, Frédéric, 2007.

Les Éditions Alain Moreau et La Pensée Universelle : un essai d'industrialisation du compte d'auteur dans les années 1970-1990.

Thèse de doctorat en histoire, sous la direction de Jean-Yves Mollier, Université Versailles-Saint Quentin en Yvelines.

DELAUVAUD, Thibault, 2014.

L'autoédition a-t-elle de l'avenir ?

Disponible sur Internet : <http://thibaultdevalaud.fr/2014/07/06lautoeditiona-t-elle-de-lavenir-12/>

DE SEPAUSY, Victor, 2017.

Pour préserver le Kindle de fraudes massives : Amazon dégaîne les avocats. *ActuaLitté*, 11 septembre. Disponible sur Internet (consulté le 11/09/17) : <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/pour-preserver-le-kindle-de-fraudes-massives-amazon-degaîne-les-avocats/84729?origin=newsletter>

EDILIVRE, 2013.

Les français, l'édition et l'auto-édition. Disponible sur Internet (consulté le 29/09/2016) : <http://www.edilivre.com/media/blog/2013/09/Etude-Edilivre-Les-fran%C3%A7ais-l%C3%A9dition-et-lauto-%C3%A9dition.pdf>

HUGUENY, Hervé, 2016.

L'autoédition apprivoisée. *Livres Hebdo*, n°1072, 12 février.

HUGUENY, Hervé, 2018.

Autoédition : naissance d'une industrie. *Livres Hebdo*, n°1167, 30 mars.

JEAN-FABIEN, 2016.

*Comment marche ce *% ! de classement Amazon.*

Disponible sur Internet (consulté le 13/07/2017) : <https://jeanfabienuauteur.wordpress.com/2016/05/18/comment-marche-ce-de-classement-amazon/>

LAUSSON, Julien, 2015.

Amazon s'attaque aux auteurs de faux avis. *Numérama*, 20 octobre. Disponible sur Internet (consulté le 11/08/2017) : <https://www.numerama.com/business/127298-amazon-senprend-aux-auteurs-de-faux-avis.html>

MESSIEN, Pierrick, 2013.

Dans les coulisses du Top 100 d'Amazon.

Disponible sur Internet (consulté le 13/07/2017) : <https://lesoufflenumerique.com/2013/07/26/dans-les-coulisses-du-top-100-amazon/>

NORMANT, Jean-Yves, 2016.

Et vous, quel est votre profil ?

Disponible sur Internet : <https://www.bookelis.com/content/96-et-vous-quel-est-votre-profil-d-auteur-autoedite->

PAJOU, Jean-Charles, 2016.

L'Observatoire du dépôt légal.
Bulletin des bibliothèques de France, n° 9, p. 134-144.

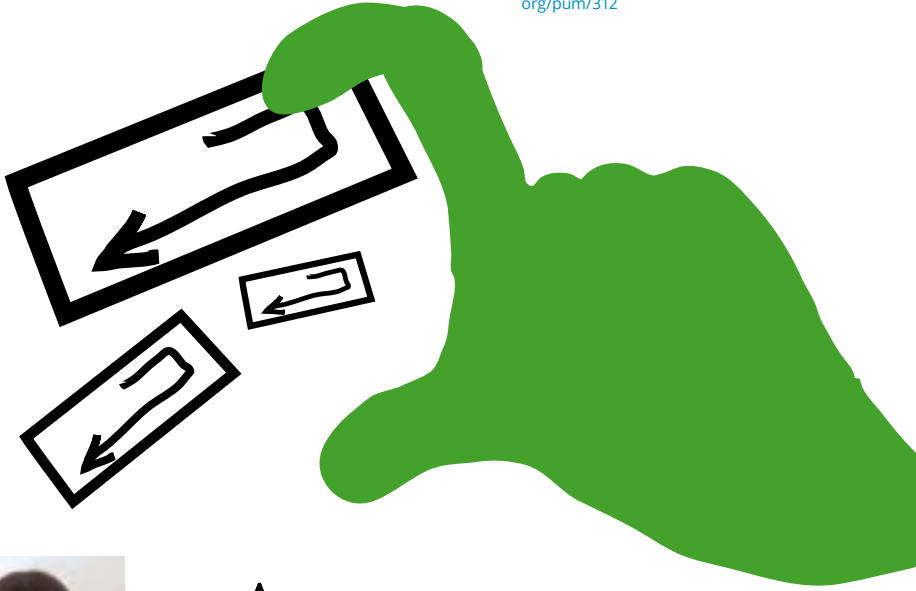
Disponible sur Internet : http://bbf.enssib.fr/matieres-a-penser/l-observatoire-du-depot-legal_66702

POIRIER, Patrick et GENÊT, Pascal, 2014.

Pratiques de l'édition numérique.

Montréal : Presses de l'université de Montréal.

Disponible sur Internet (consulté le 18/07/2018) : <https://books.openedition.org/pum/312>



Auteure

Stéphanie Parmentier est professeure documentaliste dans l'enseignement secondaire. Après un parcours d'études dans la filière Métiers du livre, elle prépare actuellement une thèse sur « L'édition non sélective : du compte d'auteur à l'auto-édition en ligne » auprès d'Olivier Bessard-Banquy à l'université Bordeaux-Montaigne (rattaché à l'équipe de recherche TELEM).

L'auto-édition de bandes dessinées

*Une voie d'entrée spécifique au sein
du champ éditorial*

par Kevin Le Bruchec, université Paris 13



Cet article a fait l'objet d'une double lecture en aveugle
et a été validé par des universitaires

Quelle est la place de l'auto-édition au sein du secteur éditorial de la bande dessinée ? Elle fait partie intégrante de l'histoire du médium et cette pratique est à l'origine de plusieurs ruptures symboliques avec le reste du champ éditorial. C'est le cas durant les années 1960-1970, lors de l'effervescence autour des fanzines, ou encore durant les années 1990 et la vague de création de petites structures éditoriales regroupées au fil du temps autour de la bannière « d'alternatives ». Mais comment ces pratiques d'auto-édition s'incarnent-elles aujourd'hui et qu'indiquent-elles de l'état du champ éditorial de la bande dessinée ? L'auto-édition est tout autant un symbole de la diversité éditoriale qu'un droit d'entrée spécifique à cet univers.

Self-publishing of comics. A specific route into publishing.

Kevin Le Bruchec, University of Paris 13. *What is the place of self-publishing in the comic-book publishing sector? Integral to the medium's history, this practice is at the root of several symbolic breakaways from the rest of the publishing world. This was the case during the 1960s and 1970s, during the buzz around fanzines, or during the 1990s and the wave of small publishing start-ups that came under the banner of "alternative" publishers. But what form do these self-publishing practices take today, and what do they show about the state of comic-strip publishing? Self-publishing is as much a symbol of editorial diversity as it is a route into this world.*

Depuis l'avènement de la figure de l'éditeur au cours du XIX^e siècle, l'auto-édition souffre d'une image négative. Cette pratique est synonyme d'amateurisme au sein d'un univers littéraire où dominent des maisons d'édition professionnelles, inscrites dans le temps long de l'histoire et motivées tout autant par l'accroissement de leurs pouvoirs de consécration que par la recherche du succès économique. Dans différents travaux, Pierre Bourdieu a bien montré l'important rôle qu'a acquis l'éditeur au sein du champ littéraire (Bourdieu, 1992, 1999). Véritable « magicien », l'éditeur permet, par son travail de sélection, symbolisé par l'apposition de son nom ou de celui de sa maison, de faire advenir des textes et donc des auteurs. *A contrario*, la pratique de l'auto-édition souffre d'une image dévalorisée puisqu'elle contourne l'intense sélection des éditeurs. En conséquence, cette production n'obtient pas de prix prestigieux, n'est pas accessible dans les librairies et n'est que peu chroniquée dans les médias. L'auto-édition est reléguée à la marge du champ éditorial et de l'institution littéraire (Habrand, 2016). Dans cet article, nous souhaitons aborder la place de l'auto-édition au sein du champ éditorial de bande dessinée. Précisons tout d'abord que nous n'aborderons pas les mutations que connaît l'auto-édition de bande dessinée grâce aux technologies numériques (Baudry, 2018). S'il n'est pas question de nier les multiples impacts du numérique dans les transformations de ce champ éditorial (Robert, 2016), nous souhaitons ici faire « un pas de côté » et rendre compte d'un autre phénomène spécifique à la bande dessinée. Notre article se focalise ainsi sur l'auto-édition matérielle, physique, de bande dessinée. Notre hypothèse centrale est que celle-ci ne souffre pas des mêmes stigmates ni du même statut que l'auto-édition dans d'autres sphères éditoriales, comme la littérature. On verra, d'une

part, que l'auto-édition de bande dessinée fait partie intégrante de l'histoire du médium et d'autre part que cette pratique est à l'origine de plusieurs ruptures symboliques avec le reste du champ éditorial. Cette tradition spécifique est source d'innovations artistiques, tant dans les thématiques abordées que dans la matérialité des ouvrages proposés. Ces deux points, souvent entrelacés et spécifiques à la bande dessinée, nous amènent à penser que l'auto-édition de bande dessinée peut être considérée comme une source de diversité éditoriale spécifique à cet espace.

Après un bref retour historique sur l'apparition en France de ce phénomène d'auto-édition dans les années 1960-1970, on rendra compte de l'évolution de cette pratique pour la période contemporaine. On fera notamment remarquer que certaines maisons d'édition aujourd'hui en activité, réparties entre la France, la Belgique et la Suisse, sont à l'origine des entreprises d'auto-édition, individuelles ou plus généralement collectives. En reprenant les catégories d'analyses proposées par Pierre Bourdieu, l'espace que représentent ces petits éditeurs se conçoit comme le « pôle de production restreinte » (Bourdieu, 1992) au sein du champ éditorial de bande dessinée, et qui apparaît à partir des années 1990. Ces différents éditeurs, en rompant explicitement avec les pratiques des groupes et des éditeurs dominants alors le secteur, ont permis l'avènement d'une production éditoriale tournée vers la « création » et la recherche de la singularité. On se demandera ce qui survit de cette pratique à l'époque contemporaine dans un contexte de tensions socio-économiques diverses, qui a vu notamment des manifestations importantes d'auteurs et la convocation en 2015 des États généraux de la bande dessinée, dont l'objectif est d'interroger l'ensemble du secteur dans cette période « d'incertitude »¹. Enfin, la création récente d'un nouveau syndicat d'édi-

1 <http://www.etsgenerauxbd.org> (consulté le 13/02/2018).

teurs, tout comme la diffusion de nouvelles distinctions, symbolisée par le terme de micro-édition, pose la question de l'institutionnalisation de l'auto-édition au sein de cet espace éditorial. Ce dernier aspect est d'autant plus important qu'il permet de mettre en lumière la question des frontières, qui est un enjeu de luttes capitales au sein des champs de productions culturelles. Cette étude s'appuie sur un travail de thèse en cours qui porte sur les éditeurs alternatifs de bande dessinée et qui s'inscrit dans la continuité d'autres travaux sur le champ éditorial (Bourdieu, 1999 ; Noël, 2012). Plusieurs types de données quantitatives et qualitatives portant sur les différentes structures qui composent cet espace éditorial (structure du catalogue, mode d'organisation, type de diffusion et de commercialisation, etc.) ont donc été collectés. À cela, il faut ajouter des dépouillements d'interviews dans la presse spécialisée et de littératures secondaires portant sur ces éditeurs². Une campagne d'entretiens est également menée pour comprendre le parcours individuel de ces différents éditeurs. Enfin, des observations entre 2015 et 2018 lors de différents festivals français de bande dessinée ont été réalisées, afin de saisir les spécificités contemporaines des pratiques d'auto-édition.

Auto-édition et bande dessinée : des liens historiques

Si l'auto-édition de bande dessinée est attestée dès le XIX^e siècle, avec notamment les travaux de Rodolphe Töpffer, c'est à partir de la seconde moitié du XX^e siècle

que ce phénomène va prendre une place et une tonalité particulière. C'est notamment à travers le fanzine, marqueur culturel des années 1960-1970, que la pratique de l'auto-édition va se diffuser. Le terme de fanzine est à l'origine une contraction de *Fanatic Magazine* que l'on peut définir *a minima* comme une production amateur à destination de pairs. Il est réalisé avec une économie de moyens, tant dans la réalisation que dans la diffusion, ce qui tend à l'écarter des circuits de diffusion dominants (Étienne, 2003). Les fanzines de l'époque traitent de tout un ensemble de pratiques et d'objets culturels situés alors à la marge comme la musique rock, la science-fiction, la bande dessinée ou encore le cinéma fantastique. Les premiers fanzines qui traitent de bande dessinée ont notamment pour but de permettre l'échange au sein d'une communauté d'amateurs et de tenter une première légitimation du médium, comme par exemple Giff Wiff (*voir l'illustration à la page suivante*), produit par le premier club de bande dessinée (Morin, 2017). Pour autant, on note dès les années 1960 l'apparition de fanzines qui ne servent plus uniquement à formuler un discours critique mais qui deviennent des supports d'expression artistique à part entière. On voit donc des auteurs débutants ou confirmés se saisir des potentialités du fanzine – à savoir une liberté de ton et de forme quasi-totale – pour s'auto-éditer. Ce mouvement est à mettre en relation avec l'apparition de revue et de magazines portés par des auteurs comme *Pilote*, *L'Écho des Savanes* ou encore *Métal Hurlant* qui permettent également la circulation et la diffusion d'une bande dessinée différente des canons éditoriaux d'alors, provenant

² Nous avons principalement retenu ici des interviews accordées par ces éditeurs à la revue en ligne *du9* : <https://www.du9.org>. Cette revue favorise explicitement une bande dessinée d'auteurs et en rupture avec la production dominante.



notamment de la scène *underground* américaine (Lesage, 2018). Et c'est précisément dans ce vaste mouvement, à la marge du système éditorial, que le sociologue Luc Boltanski note une autonomisation partielle du champ de la bande dessinée (Boltanski, 1975). Car les différents auteurs qui passent par l'auto-édition entendent rompre avec les codes de production qui régissent alors ce secteur, marqué par la publication de séries à destination de la jeunesse, où domine la logique du personnage récurrent et une production en studio. En définitive, comme le rappelle l'historien Sylvain Lesage, « la liste des auteurs de bande dessinée auto-édités est longue ; elle est, surtout, riche d'auteurs à succès et/ou jouissants d'une reconnaissance critique importante. En cela, la bande dessinée présente une très nette spécificité par rapport aux autres segments de l'édition, où l'auto-édition relève d'un phénomène plus résiduel » (Lesage, 2014).

Pour autant, les années 1980 sont un moment de reflux de cette première vague d'autonomisation du champ éditorial. Car en plus de mouvements de concentration importants, on assiste à la disparition de la majorité des périodiques de bande dessinée³ et donc du modèle, dominant jusqu'alors, de la prépublication des œuvres dans différentes revues. Conséquence de cette nouvelle situation, la production éditoriale se concentre autour de quelques séries à succès publiées en album, marquant le passage définitif de la presse au livre pour la bande dessinée (Lesage, 2018). Dans le même temps, la production de fanzines se voit consacrée au sein du Festival international de la bande dessinée d'Angoulême⁴. En effet, à partir de 1981, le festival propose un prix du fanzinat, qui consacre cette production comme étant une composante essentielle de la création de bande dessinée tout en réaffirmant la distinction entre cette auto-édition et l'édition professionnelle (Beaty, 2007).

³ Comme par exemple *L'Écho des Savanes* en 1982, *Le Journal de Tintin* en 1988 et *Pilote* en 1989.

⁴ Ce festival créé en 1974 est rapidement devenu central au fil des années pour l'ensemble du secteur. Voir à ce sujet Lesage (2013).

« il faut souligner la différence entre l'auto-édition des années 1960-1970 et ce qui apparaît dans les années 1990 »

Les années 1990 marquent une décennie charnière pour le champ éditorial de bande dessinée, dont la production totale d'albums avoisine alors les 1 000 titres par an. C'est à cette période que l'on voit apparaître de nouvelles petites structures éditoriales⁵ qui sont à l'origine de profondes mutations (Beaty, 2007). De tailles très modestes, ces nouveaux éditeurs proposent des ouvrages qui, par-delà les esthétiques différentes, partagent des caractéristiques communes avec notamment un éclatement des thématiques abordées et des formats. Ces bouleversements sont concomitants à d'autres phénomènes : la reconnaissance des auteurs en tant qu'artistes à part entière, ainsi que l'arrivée de cette nouvelle production au sein des librairies généralistes (Dony *et alii*, 2014). Ces différentes ruptures sont à la base d'un foisonnement éditorial, qui verra la parution dans les années 2000 d'ouvrages marquants, comme *Persepolis* de Marjane Satrapi entre 2000 et 2003 ou *Les pilules bleues* de Frederick Peeters en 2001⁶, et l'avènement de nouveaux genres, comme l'autobiographie. Pour cette période charnière, le cas de la maison d'édition L'Association est exemplaire. Comme son nom l'indique, L'Association est à l'origine un regroupement de sept auteurs, dont certains avaient fait leurs premières armes dans différents fanzines et qui peinent à trouver leur place au sein du champ éditorial de l'époque (Caraco, 2017). Jean-Christophe Menu,

un des membres fondateurs de la structure, définit la position de la maison d'édition en ces termes : « *J'ai souvent dit que le principal mérite de L'Association avait été de créer un espace inexistant auparavant, entre fanzine et édition lourde. En 1990, il n'y avait pas de demi-mesure* » (Menu, 2011). Ainsi, la création de l'Association est motivée à l'origine par l'absence de maisons d'édition capables d'accueillir les productions d'un ensemble d'auteurs et d'une volonté de sortir de la marge, situation constitutive du fanzinat. Et c'est cette dynamique qui rassemble la majorité des petites structures qui apparaissent durant cette décennie 1990. Ces nouveaux éditeurs sont bien souvent à l'origine des collectifs d'artistes plus ou moins informels, tout juste diplômés de formations artistiques diverses. C'est par exemple le cas de la maison d'édition Fréon, dont les créateurs sont issus de l'école Saint-Luc en Belgique et qui fondent leur structure en 1994.

Il faut souligner la différence entre l'auto-édition des années 1960-1970 et ce qui apparaît dans les années 1990. L'imaginaire de la contre-culture, s'il n'a pas complètement disparu, semble avoir été relégué par d'autres préoccupations pour ces nouveaux entrants. C'est bien plus la volonté de s'inscrire dans le champ éditorial, d'être reconnu comme un de ses membres, qui permet de justifier le lancement d'une maison d'édition par les différents acteurs comme une évolution « naturelle » après

⁵ On peut citer : Rackham, Vertige Graphic, L'Association, Fréon et Amok (fusionnées et devenues Frémok en 2001), Cornélius, Ego comme X, Mosquito, La Comédie Illustrée, Treize étrange, Six pieds sous terre, Les Requins Marteaux, Atrabile, Le Dernier Cri, La Boîte à bulles, Charrette, L'employé du moi.

⁶ Ouvrages publiés respectivement par L'Association et Atrabile.

des débuts passés dans le fanzinat. C'est également un moyen de contrôler et de préserver son autonomie, dans un champ éditorial qui va être profondément bouleversé lors de la décennie suivante, où l'on assiste à une augmentation spectaculaire de la production. Enfin, c'est aussi la volonté de proposer une bande dessinée dite « d'auteur », qui s'éloigne de tout formatage éditorial. Ces différents éléments permettent de saisir pourquoi le terme « alternative » devient prédominant pour qualifier ce mouvement de création de structures éditoriales.

Un secteur en crise

À partir des années 2000, des changements structurels adviennent au sein de ce champ éditorial, qui font que la production de bandes dessinées va s'intensifier. Cela va provoquer de multiples réactions plus ou moins interconnectées qui vont impacter l'ensemble des acteurs du secteur. Ainsi, on assiste durant cette décennie à une forte diversification de l'offre (Donnat, 2018) et à une augmentation de la production éditoriale, qui passe de 1 422 titres publiés



en 2000 à 4 952 en 2016 (Ratier, 2016)⁷. Cette nouvelle structuration socio-économique entraîne des conséquences pour l'ensemble du secteur, avec en premier lieu une

polarisation importante des ventes et une chute des tirages moyens. Ces deux phénomènes impactent la commercialisation des ouvrages et spécifiquement leur durée de vie dans les espaces de vente, un ouvrage chassant l'autre. À ces éléments s'ajoute une précarisation croissante des auteurs qui subissent de plein fouet cette nouvelle structuration du marché. En 2014, ceux-ci se mobilisent à propos de leur situation professionnelle, avec comme point d'orgue une manifestation lors du Festival d'Angoulême de 2015, afin d'attirer l'attention des pouvoirs publics sur la précarisation généralisée des auteurs (Gaffiot, 2017). Dans la foulée était actée la création des États généraux de la bande dessinée (EGBD) ayant pour but « de faire un état des lieux, de recueillir la parole de tous et de construire un projet favorable à tous »⁸. Lors de la présentation de ces États généraux, la création d'un nouveau syndicat d'éditeurs est annoncée : le Syndicat des éditeurs alternatifs (SEA ; voir le logo ci-contre). Le SEA, composé actuellement de quarante-deux structures éditoriales⁹, se positionne explicitement contre les éditeurs dominant le secteur. Ainsi, durant son allocution de présentation, Jean-Louis Gauthey, fondateur des éditions Cornélius et porte-parole du SEA, qualifie de « Bedef » en référence évidente au syndicat patronal le Medef, les éditeurs membres du pôle bande dessinée du Syndicat national de l'édition¹⁰. Ce syndicat se place dans le prolongement et l'institutionnalisation de la vague de création de petites structures d'édition des années 1990 : « Les éditeurs du SEA ont déjà contribué par le passé à faire changer les choses. En particulier au niveau des formats. Nous avons

⁷ La répartition se fait comme suit : 3 988 nouveautés et 964 rééditions.

⁸ Le premier travail de ces EGBD a été de produire une enquête sur la situation des auteurs de bande dessinée, disponible à cette adresse : <http://www.etsgenerauxbd.org/etat-des-lieux/enquete-auteurs/> (consulté le 13/02/2018).

⁹ Voir la liste : <http://www.lesea.fr/les-membres/> (consulté le 13/02/2018).

¹⁰ Qui se compose des éditeurs suivants : Casterman, Dargaud, Delcourt, Dupuis, Gallimard BD, Glénat, Futuropolis, Le Lombard, Rue de Sèvres, Soleil et Steinkis.

proposé des livres qui s'opposaient en fait à la norme de l'album cartonné couleur »¹¹. À travers leurs différentes prises de position (tribunes, communiqués, charte, etc.), on retrouve tout un ensemble de thèmes et de représentations qui sont partagés par des éditeurs situés dans d'autres sphères éditoriales, comme les éditeurs indépendants critiques (Noël, 2012). La notion de diversité éditoriale, abondamment mobilisée, est par exemple entendue par le SEA selon un régime qualitatif et non quantitatif (Bouquillion, Combès, 2011). Ainsi : « Les éditeurs du SEA, en choisissant de proposer aux lecteurs des œuvres tournées vers la création et éloignées du formatage industriel, s'efforcent d'élargir sans cesse le champ littéraire et visuel existant, tout en stimulant l'émergence et la circulation d'idées »¹². Sans réduire l'importante diversité des structures éditoriales composant le SEA, que ce soit en termes de tailles, de modes d'organisations ou de lignes éditoriales, on note plusieurs caractéristiques partagées par l'ensemble de ces éditeurs. Ces traits communs permettent de rendre compte des manières dont ces éditeurs investissent concrètement le caractère « alternatif » de leurs positionnements, ainsi que leur rapport avec la diversité éditoriale.

Les éditeurs alternatifs de bande dessinée : la mise en pratique de la bibliodiversité

Si la porosité des rôles entre les différentes composantes du métier, notamment entre

activité artistique et activité commerciale, est constitutive de l'édition, elle se renforce pour les petites structures éditoriales (Abensour, Legendre, 2007b). En ce qui concerne les éditeurs du SEA, il faut en plus souligner que les auteurs devenus par la suite éditeurs n'abandonnent pas nécessairement leur propre carrière artistique. La maison d'édition La Cerise offre un exemple récent de cette dynamique. Présent au dernier Festival d'Angoulême, le fondateur de la structure, Guillaume Trouillard, occupait un stand avec un collaborateur où il dédicaçait certains de ses ouvrages publiés au sein de sa propre structure. Interrogé sur cette double fonction auteur-éditeur, il déclarait en 2014 pour la revue spécialisée *du9* : « Personnellement, je n'ai jamais véritablement senti la vocation d'être éditeur. Je ne prenais pas ça comme un métier et n'ai pas été formé pour. Ce choix s'est fait comme une nécessité, il accompagne ma démarche d'auteur, me permettant d'être doté d'une structure et d'être autonome. Il n'a donc jamais été question de faire à tout prix mon trou dans l'édition et d'en faire pleinement mon métier, et, a fortiori, d'établir un plan pour le développement de la structure »¹³.

Certains éditeurs alternatifs revendiquent également le fait d'être ou d'avoir été auteur afin de signaler un savoir-faire et une connaissance des problématiques des auteurs pour *in fine* légitimer une position d'éditeur construite sur l'acquisition de compétences techniques et artistiques. Pour certains, le métier d'éditeur est décrit comme partie intégrante d'un processus créatif. Comme le dit Jean-Christophe Menu : « C'est parce qu'elle est totale que je

¹¹ Voir la vidéo de présentation du SEA : <https://www.youtube.com/watch?v=jQciqebQ9KA> (consulté le 13/02/2018).

¹² <http://www.lesea.fr/> (consulté le 13/02/2018).

¹³ Entretien avec Guillaume Trouillard : <https://www.dug.org/entretien/guillaume-trouillard/> (consulté le 13/02/2018).

« il y a donc tout un continuum de positions entre l'auto-édition via un fanzine, une micro-structure portée par un collectif d'auteurs (...) et une structure éditoriale »

peux parler de mon activité d'éditeur d'abord comme d'une pratique artistique plutôt que comme d'un métier. » (Menu, 2011).

Comme nous l'avons vu, la pratique de l'auto-édition fut en partie à l'origine de plusieurs structures qui composent actuellement le Syndicat des éditeurs alternatifs. Il semble que ce soit encore aujourd'hui l'une des modalités d'intégration du champ des éditeurs de bandes dessinées¹⁴. À ce titre, le nouveau nom du prix du fanzine du Festival d'Angoulême depuis 2005 pour le « Prix de la bande dessinée alternative »¹⁵ est symptomatique de ces mutations. L'évolution de ce prix permet de rendre compte autant de sa centralité que des modifications en cours à l'intérieur du champ éditorial de la bande dessinée – sur les quarante-deux structures qui composent le SEA, huit ont remporté ce prix. Ainsi, la période du fanzinat et les premières années d'auto-édition sont considérées comme des expériences formatrices, une propédeutique permettant l'acquisition d'un certain nombre de compétences nécessaires au métier d'éditeur. Il y a donc tout un continuum de positions entre l'auto-édition via un fanzine, une micro-structure portée par un collectif d'auteurs, qui mutualisent ainsi compétences, savoir-faire, contacts et moyens de production¹⁶, et une structure éditoriale, même modeste, qui s'emploie à faire connaître et

diffuser en librairie des œuvres sélectionnées en amont. À cela s'ajoute la question de la diffusion-distribution qui est un point nodal pour une petite maison d'édition aujourd'hui (Abensour, Legendre, 2007a). Déléguer ces fonctions tout comme afficher un ISBN semble fondamental pour qu'une telle structure éditoriale soit considérée comme « professionnelle », notamment par les différentes instances publiques qui distribuent des aides, centrales dans l'économie de ces petits éditeurs.

Les éditeurs alternatifs tendent également à affirmer leurs savoir-faire en tant que professionnels du livre, en mobilisant le registre de la passion et du travail artisanal. Un point en particulier semble cristalliser ces différents éléments : l'attachement au livre dans sa matérialité. Cette attention spécifique passe notamment par l'exposition et la mise en avant des caractéristiques techniques des ouvrages édités, la qualité du papier, les techniques d'impression utilisées ou encore le type de reliure choisi. Ils affirment ainsi les spécificités du livre, un objet qui ne se réduit pas à son seul coût économique, en singularisant chaque projet éditorial rendu unique autant par le projet artistique de l'auteur que par l'objet qui le porte. Camille Estoubet, éditeur de Super Loto Éditions l'évoque ainsi en 2017 : « *Utiliser les techniques d'impression*

¹⁴ Comme on a pu s'en rendre compte lors du cycle « Éditer la bande dessinée – Auto et micro-édition » et ses trois tables rondes, organisées lors de l'édition 2017 du festival parisien SoBD.

¹⁵ Sur les justifications de ce changement, voir : <http://www.bdangouleme.com/716-snober-la-bd-alternative-ce-serait-se-couper-de-l-avenir-interview-de-philippe-morin> (consulté le 13/02/2018).

¹⁶ Notamment si l'on pense à l'utilisation de techniques d'impression artisanales qui demandent d'importants équipements.

artisanales est une manière d'avoir un livre fini imaginé au maximum par l'auteur, tout en gardant le côté "accident" d'impression : dans l'idée, aucun livre n'est vraiment le même, ce que j'appelle le "reproductible unique". C'est le même procédé quand le livre est numéroté et signé par le ou les artistes. C'est ce que je m'attache à faire à chaque nouveau projet de livre¹⁷. »

Pour ces éditeurs, cette attention portée aux caractéristiques techniques de l'objet permet tout autant de valoriser des compétences professionnelles spécifiques que de se distinguer de l'édition industrielle ayant standardisé ces tâches de fabrication. Ces différentes pratiques permettent également de prolonger l'expérience de l'auto-édition et de contrôler les coûts de fabrication, notamment durant les premières années d'existence de la structure éditoriale où l'accès à un imprimeur professionnel peut être compliqué.

Si des auteurs reconnus sont passés par des processus d'auto-édition, il est nécessaire de s'interroger sur les conditions d'accès et de conservation de ces œuvres, car le fanzine se caractérise par un caractère éphémère et artisanal, qui l'éloigne de fait des

circuits de commercialisation classique. La gestion de ce patrimoine est notamment assurée par les éditeurs du SEA¹⁸. C'est ce qu'indique par exemple Maël Rannou, qui dirige la structure l'Égouttoir, dans l'éditorial du numéro 20 de sa revue *Gorgonzola*, et dont la thématique était « Aux fanzineux disparus »¹⁹ : « Conscient de nous ancrer dans une longue tradition et passionné par la micro-édition, nous avons choisi d'aller à la rencontre d'auteurs de fanzine qui ont plus ou moins quitté la bande dessinée ». Ainsi, des auteurs restés volontairement à la marge du champ éditorial, comme Jean-Michel Bertoyas (voir illustration), sont aujourd'hui

¹⁷ Entretien avec Camille Estoubert : <https://www.dug.org/entretien/super-loto-editions/> (consulté le 13/02/2018).

¹⁸ À cela s'ajoute la mise en place depuis quelques années d'initiatives provenant du monde des bibliothèques, par exemple la fanzinothèque de Poitiers ou encore une politique d'acquisition à la Bibliothèque nationale de France depuis 1997 (Mouquet, 2015).

¹⁹ Le numéro 20 marque également les dix ans d'existence de *Gorgonzola*. Le premier numéro était alors un fanzine de « vingt pages photocopié à 70 exemplaires ».



Jean-Michel Bertoyas, commentaire dessiné paru dans *Undergronde + Commentaires sur carton brut*, Francis Vadillo, collectif, Genève, Hécatombe, 2015.

consacrés²⁰. Celui-ci revendique dans ses écrits l'artisanat et l'amateurisme, s'inscrivant ainsi dans une « véritable contestation des canaux de production et de diffusion de l'institution du livre » (Cruxifix, Moura, 2016). Pour autant, la multiplication de festivals consacrés aux fanzines ainsi que la diffusion de ces productions en ligne tendent sans doute à accroître conjointement leur visibilité²¹.

Cette volonté de rester à la marge est à mettre en relation avec un terme qui, s'il n'est pas récent, semble actuellement être

une ligne éditoriale radicale et un attachement profond à l'objet livre comme objet singulier et support d'expérimentation. Nous formulons l'hypothèse que ces pratiques « d'édition hors éditions » (Habrand, 2016) correspondent à l'arrivée de nouvelles générations d'artistes, dont la démographie est en expansion (Menger, 2009). Diplômés d'écoles d'art du supérieur, ils investissent les domaines du graphisme, de l'illustration et de la bande dessinée et certaines de leurs productions peuvent se rapprocher du livre d'artiste. Ainsi, cette

« les pratiques d'auto-édition (...) sont constitutives du champ éditorial de la bande dessinée »

fortement investi : celui de « micro-édition ». S'il a le mérite de rendre compte d'une nouvelle distinction au sein du champ éditorial de bandes dessinées, dans le même temps il brouille encore un peu plus les frontières entre des termes comme édition « indépendante » ou « alternative » (Alexandre, *et alii*, 2017). Ce terme de micro-édition englobe un certain nombre de pratiques comme : le fanzine, le graphzine, la revue collective, l'impression de sérigraphies, de livres objets, etc. Fabriquées en petites quantités, ces productions sont diffusées lors de différents festivals et salons. Ainsi durant le Festival d'Angoulême de 2018, se tenait le festival « SPIN OFF », où l'on trouvait quarante-sept exposants regroupés autour de la micro-édition. Ces différentes micro-structures reprennent en partie les manières de faire des éditeurs des années 1990 en mettant en avant

micro-édition semble être le visage le plus actuel de la longue histoire de la pratique de l'auto-édition de bande dessinée.

Conclusion

Contrairement à d'autres espaces éditoriaux, les pratiques d'auto-édition, bien qu'à la marge, sont constitutives du champ éditorial de la bande dessinée. C'est d'ailleurs un certain conservatisme du champ éditorial, tant dans la forme que dans le fond, qui pousse depuis les années 1960 des auteurs à s'émanciper des standards en place en pratiquant l'auto-édition. Ces auteurs sont animés par un souci de proposer des thématiques plus adultes au sein d'un espace encore dominé par des productions massivement destinées à la jeunesse et produites en séries. L'attention portée au tournant des années 1990 permet de mieux

²⁰ Une collaboration entre les éditions Adverse et Arbitraires a été lancée pour re-publier l'ensemble de l'œuvre de Bertoyas à laquelle s'ajoute une exposition consacrée à l'auteur à Bruxelles en 2018.

²¹ Comme l'indique la tenue dans différents lieux du FANZINES ! festival. Pour sa huitième édition, en 2018, il accueillait quatre-vingt exposants, dont cinq membres du SEA. Voir <http://fanzinesfestival.paris> (consulté le 10/06/2018).

comprendre la situation contemporaine. De nouvelles petites structures éditoriales apparaissent et sont spécifiques à plus d'un titre : elles sont bien souvent issues d'un collectif d'auteurs qui a fait ses premières armes dans divers fanzines ou revues. D'autre part, elles participent activement au renouveau éditorial en proposant des ouvrages en rupture, tout autant dans la forme que dans le fond, avec les canons éditoriaux dominants alors. Depuis les années 2000 et l'explosion de la production de livres de bande dessinée, ces différents éditeurs, bientôt rejoints par d'autres, ont institutionnalisé leurs positions avec la récente création du Syndicat des éditeurs alternatifs. Ce dernier s'affirme explicitement en tant que défenseur de la bibliodiversité au sein du champ éditorial de bande dessinée. Les différentes pratiques des éditeurs alternatifs que nous avons esquissées ici, tirées en partie de leurs expériences de l'auto-édition, fonctionnent tout autant comme des garanties de leur professionnalisme que comme des marques de leur position au sein du champ éditorial. En somme, l'auto-édition de bandes dessinées semble recouvrir

deux dimensions principales : elle est tout autant une source de diversité éditoriale (Donnat, 2018) qu'une modalité pour entrer dans le champ et plus particulièrement dans le pôle de production restreinte représenté par les éditeurs membres du SEA. Ces pratiques d'auto-édition matérielles, spécifiques à la bande dessinée, peuvent se comprendre comme un véritable « droit d'entrée » (Mauger, 2006) pour cet espace du champ éditorial. Ainsi, l'auto-édition est l'une des modalités privilégiées pour comprendre le renouvellement de cet espace éditorial, et donc de sa diversité.



NBSI

ABENSOEUR, Corinne et LEGENDRE, Bertrand, 2007a.

Regards sur l'édition, volume 1. Les petits éditeurs. Situations et perspectives. Paris : La Documentation française.

ABENSOEUR, Corinne et LEGENDRE, Bertrand, 2007b.

Regards sur l'édition, volume 2. Les nouveaux éditeurs (1988-2005). Paris : La Documentation française.

ALEXANDRE, Olivier ; NOËL, Sophie ; PINTO, Aurélie (dir.), 2017.

Culture et (in)dépendance. Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles. Bruxelles : Peter Lang.

BAUDRY, Julien, 2018.

Cases-Pixels. Une histoire de la bande dessinée numérique en France. Tours : Presses universitaires François Rabelais.

BEATY, Bart, 2007.

Unpopular Culture: Transforming the European Comic Book in the 1990's. Toronto : University of Toronto Press.

BOLTANSKI, Luc, 1975.

La constitution du champ de la bande dessinée. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°1, p. 37-59.

BOUQUILLION, Philippe et COMBÈS, Yolande (dir.), 2011.

Diversité et industries culturelles. Paris : L'Harmattan.

BOURDIEU, Pierre, 1992.

Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire. Paris : Seuil.

BOURDIEU, Pierre, 1999.

Une révolution conservatrice dans l'édition. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 126/127, p. 3-28.

CARACO, Benjamin, 2017.

Renouveau et montée en légitimité de la bande dessinée de 1990 à 2011 : histoire de l'Association et de ses auteurs. Thèse d'Histoire contemporaine sous la direction de Pascal Ory. Université Paris I Panthéon-Sorbonne.

CRUXIFIX, Benoît et MOURA, Pedro, 2016.

Bertoyas dans la jungle. Bande dessinée et édition sauvage. *Mémoires du livre*, vol. 8, n°1. Disponible sur Internet : <https://www.erudit.org/fr/revues/memoires/2016-v8-n1-memoires02805/1038027ar/>

DONNAT, Olivier, 2018.

Évolution de la diversité consommée sur le marché du livre, 2007-2016. *Culture études*, n° 3, p. 1-28. Disponible sur Internet : <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/L-actualite-du-DEPS/Evolution-de-la-diversite-consommee-sur-le-marche-du-livre-2007-2016-CE-2018-3>

DONY, Christophe ; HABRAND, Tanguy ; MEESTERS, Gert (dir.), 2014.

La bande dessinée en dissidence. Liège : Presses universitaires de Liège.

ÉTIENNE, Samuel, 2003.

« First & Last & Always » : les valeurs de l'éphémère dans la

presse musicale alternative. *Volume !*, 2 (1), p. 5-34.

Disponible sur Internet : <https://journals.openedition.org/volume/2303>

GAFFIOT, Julien, 2017.

La bande dessinée en crise ? Paupérisation des auteur.e.s et marchandisation des œuvres. In SAPIRO, Gisèle et RABOT, Cécile (dir.). *Profession ? Écrivain.* Paris : CNRS Éditions, p. 165-190.

HABRAND, Tanguy, 2016.

L'édition hors édition : vers un modèle dynamique. Pratiques sauvages, parallèles, séchantes et proscrites. *Mémoires du livre*, vol. 8, n° 1.

Disponible sur Internet : <https://www.erudit.org/fr/revues/memoires/2016-v8-n1-memoires02805/1038028ar/>

LESAGE, Sylvain, 2013.

Angoulême, « la ville qui vit en ses images » ? Politisation de la culture et institutionnalisation du festival. In Coll., *Une histoire des festivals XX^e-XXI^e siècle.* Paris : Publications de la Sorbonne, p. 251-264.

LESAGE, Sylvain, 2014.

L'édition sans éditeurs ? La bande dessinée franco-belge au prisme de l'auto-édition, années 1970-1980. In DONY, Christophe ; HABRAND, Tanguy ; MEESTERS, Gert. *La Bande dessinée en dissidence.* Liège : Presses universitaires de Liège, p. 141-154.

LESAGE, Sylvain, 2018.

Publier la bande dessinée : les éditeurs franco-belges et l'album. 1950-1990. Villeurbanne : Presses de l'Enssib.

MAUGER, Gérard (dir.), 2006.

Droits d'entrée. Modalités et conditions d'accès aux univers artistiques. Paris : Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.

MENGER, Pierre-Michel, 2009.

Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain. Paris : Seuil/Gallimard.

MENU, Jean-Christophe, 2011.

La bande dessinée et son double. Paris : L'Association.

MORIN, Philippe, 2017.

Fanzine. Dictionnaire esthétique et thématique de la bande dessinée. Disponible sur Internet : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article1168>

MOUQUET, Émilie, 2015.

F comme fanzines... Faites-les vous-mêmes, lisez-les avec les autres ! *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 6, p. 38-53. Disponible sur Internet : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2015-06-0038-005>

vNOËL, Sophie, 2012.

L'édition indépendante critique : engagements politiques et intellectuels. Villeurbanne : Presses de l'Enssib.

RATIER, Gilles, 2016.

Rapport sur la production d'une année de bande dessinée dans l'espace européen. 2016, l'année de la stabilisation. Disponible sur Internet : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/67253-rapport-sur-la-production-d-une-annee-de-bande-dessinee-2016-l-annee-de-la-stabilisation.pdf>

ROBERT, Pascal (dir.), 2016.

La bande dessinée numérique. Paris : CNRS Éditions.



Auteur

Kevin Le Bruchec est titulaire d'un Master 2 de Sociologie générale de l'EHESS. Il est aujourd'hui doctorant en Sciences de l'information et de la communication à l'université Paris 13. Membre du LabSIC et du LabEx ICCA, son travail porte sur l'édition alternative de bande dessinée à l'époque contemporaine.

Le tiers (in)visible

Le mentorat littéraire,

un processus


favorisant l'auto-édition ?

par Marie Caffari et Johanne Mohs,

Haute école des arts de Berne



Cet article a fait l'objet d'une double lecture en aveugle
et a été validé par des universitaires



Le mentorat est une pratique littéraire se déployant notamment dans les filières d'études universitaires en écriture créative. Intégrant un tiers – un enseignant – et portant toute l'attention sur un texte en cours d'élaboration, le mentorat permet à de jeunes auteurs de travailler à leurs projets avec l'appui critique d'un autre auteur. Si l'initiation à l'écriture est présente dans le mentorat, le mentorat concerne aussi l'autonomie des auteurs et leur capacité à décider des finalités de leur travail littéraire, y compris quand il s'agit de sa publication. Le mentorat se situe ainsi à la charnière entre un espace privé et public de l'écriture et peut être considéré comme le moment d'une pré-publication. D'autres dialogues se poursuivent par ailleurs en dehors des filières d'études et s'intègrent à des pratiques littéraires dans lesquelles les auteurs publient de différentes manières – avec un éditeur, au sein de collectifs et, de manière autonome également, à travers l'auto-édition de certains de leurs textes.

The (in)visible third party. Mentoring emerging writers: a process that encourages self-publishing. Marie Caffari and Johanne Mohs, Berne University of the Arts. *Mentoring is a literary practice that takes place on university creative writing programmes. By involving a third party – a teacher – and focusing fully on a text in progress, mentoring enables début authors to work on their projects with the critical support of another author. While teaching writing is part of mentoring, one of the recurring aims is to preserve the author's autonomy and to allow them to decide on the purpose of their literary work – including publication. Mentoring is therefore at the intersection between a private and a public writing space and can be considered as the pre-publication phase. Other dialogues continue outside the study programmes and are part of literary practices in which authors publish in different ways – with a publisher, as part of a collective and, also independently, by self-publishing some of their writings.*

En Grande-Bretagne, les formations universitaires en écriture littéraire existent depuis les années 1970. Elles ne s'ouvrent en France et en Suisse qu'à partir de 2006, à une période où les modes de publication traversent de fortes mutations. À travers des ateliers d'écriture, des mentorats et des présentations publiques de travaux littéraires d'étudiants, les processus d'écriture littéraire semblent mettre au jour ce que l'on savait depuis longtemps : durant le travail d'élaboration de leurs textes, les auteurs sont souvent accompagnés. L'écriture se partage dans un collectif de praticiens¹ présents dans les Bachelors ou Masters de création littéraire et, en dehors des institutions universitaires, dans l'échange entre éditeurs et auteurs, dans l'échange entre éditeurs et auteurs, au sein de collectifs d'auteurs et autour d'autres disciplines artistiques.

Si les formations en écriture littéraire ne préparent pas explicitement à l'auto-édition, elles donnent à leurs étudiants la possibilité de discuter de leurs travaux et de les développer dans un espace où des auteurs-lecteurs échangent critiques, conseils et questionnements. Une visée éditoriale est ainsi présente dans toute formation en écriture littéraire. S'auto-éditer, décider de publier hors des compétences et du regard sélectif d'un éditeur, prendre en main la préparation littéraire et technique du texte et le présenter à des lecteurs – que ce soit sur des plateformes de publication digitale ou à travers des livres – impliquent de la part des auteurs une prise d'autonomie. Cette autonomie éditoriale est-elle favorisée (voire encouragée) par l'accompagnement individuel des textes figurant au programme de certaines formations en écriture littéraire ? Comment la publica-

tion des textes des étudiants et diplômés de Masters ou de Bachelors de création littéraire est-elle envisagée dans le cadre de ce suivi ?

Les exemples de mentorats cités dans cet article sont tous issus d'un projet de recherche – *Écrire en dialoguant : le mentorat, une instance auctoriale ?* – soutenu par le Fonds national suisse de la recherche scientifique (2014-2018). Dans ce projet, 22 entretiens de mentorat ont été enregistrés puis transcrits dans trois formations en écriture littéraire. Le Bachelor en écriture littéraire de l'Institut littéraire suisse (HKB) se déroule à la Haute école des arts de Berne ; ouvert en 2006, ce cursus s'adresse à de jeunes auteurs de langue allemande ou française. Le Master de création littéraire de l'université Paris 8 (UP8) a été ouvert en 2013. Enfin, le Master en Creative Writing (UEA) de University of East Anglia à Norwich au Royaume-Uni, existe depuis 1970. Dans ces trois programmes, les travaux des étudiants bénéficient d'un suivi individuel, qui ne fait pas partie d'autres formations universitaires en écriture littéraire. Les entretiens analysés avaient tous lieu dans la période précédant la remise des diplômes et se déployaient sur un laps de temps allant d'un trimestre (UEA) à une année académique (HKB et Paris 8). Autant de femmes que d'hommes ont participé à notre projet².

Mise en abyme

La figure de l'auteur aux prises avec le monde littéraire est au cœur du roman *10:04* de l'auteur américain Ben Lerner (2016) ; dans cette métafiction du milieu

¹ Claudia Dürr, dans son analyse des processus de création des écrivains, parle du « collectif de pratique » (2009, p. 14), qui intervient dans les phases d'ouverture du travail créatif, lorsque les auteurs discutent avec leurs pairs de leurs projets.

² Par convention, nous utilisons ici la forme masculine pour toutes leurs interventions, mentionnées de manière anonyme (selon le souhait de la plupart des personnes entendues).

littéraire new-yorkais, un poète s'apprête à publier une nouvelle auto-fictive dans une revue prestigieuse, qui lui demande cependant de procéder à une large coupure dans son texte, ce qu'il refuse. Dans un deuxième temps, pris de doute et sur les conseils de ses mentors et d'amis, il accepte la modification et autorise la publication. S'ensuit – négociée par son agente – une proposition de publication d'un deuxième roman, adjointe d'un à-valoir alléchant pour le jeune écrivain, qui est également enseignant de *creative writing* dans une université. À travers les aléas du travail littéraire du poète se compromettant dans la prose, se dessinent des caractéristiques de la création littéraire contemporaine. Les différentes étapes d'élaboration littéraire mises en scène dans le roman constituent un écho, dans la fiction et dans le livre même³, à ce que nous observons dans les formations en écriture littéraire et autour des jeunes auteurs diplômés des universités de Paris 8 (UP8), de la University of East Anglia (UEA) ou de l'Institut littéraire suisse de la Haute école des arts de Berne (HKB). L'évocation du roman *10:04* constitue au fil de notre propos une sorte de mise en abyme de notre analyse, qui souvent converge avec cette métafiction. Dans notre étude portant sur le suivi individuel dans ces trois formations universitaires, nous avons repéré une prise de conscience de l'autonomie auctoriale et éditoriale, développée dans la pratique du dialogue (omni)présent dans ces formations. Nous commentons ici des pratiques d'auto-édition visant principalement la publication de livres imprimés et la performance de textes pré-écrits ou improvisés, et non des pratiques de publication en ligne et sur les réseaux sociaux. Ces

différents modes de publication co-existent cependant très souvent.

Le mentorat, entre initiation et publication

Dans certaines filières d'études en écriture littéraire, qu'elles soient encore jeunes (en Suisse, en France) ou ancrées dans le champ littéraire depuis plus de quarante ans (au Royaume-Uni), le suivi individuel des projets des étudiants a une place significative. Ainsi, dans le Bachelor en écriture littéraire de la Haute école des arts de Berne, les travaux des étudiants sont suivis dans des modules d'enseignement individuel appelés « mentorats », de la première à la troisième (et dernière) année du cursus. À l'université Paris 8, dans le Master de création littéraire, un « suivi individuel » accompagne les travaux de diplôme. Enfin, dans le Master en Creative Writing de University of East Anglia, une « supervision » accompagne les travaux des étudiants durant le dernier trimestre de leurs études. Dans chacune de ces trois formations, le dispositif de suivi rapproché des textes implique qu'un enseignant s'entretient régulièrement et individuellement avec ses étudiants et discute avec eux de leurs travaux en cours. Cet accompagnement se caractérise par une forte composante dialogique : deux auteurs échangent à propos de questions, problèmes, critiques ou propositions liées au travail du texte. La durée de l'accompagnement varie en fonction de la durée des formations (un an à l'UEA, deux ans à Paris 8 et trois ans pour la HKB) mais, partout, ce suivi se situe dans

³ Une étude récente du sociologue Clayton Childress (2017) analyse la trajectoire créative de l'élaboration d'un roman en différentes étapes, que traverse – partiellement – le projet de roman du protagoniste de *10:04*. La présente analyse des mentorats porte sur les étapes que Childress place dans les catégories de « création » et de « production ».

« le mentorat se situe entre le processus d'écriture et sa finalisation dans un processus de publication »

une phase d'initiation à l'écriture. Dans ce cadre, de jeunes auteurs n'ayant pas encore publié, sont accompagnés par un tiers, auteur également, qui partage son expérience du travail du texte et du métier d'écrivain et fait intervenir ses compétences littéraires dans le dialogue institué par le mentorat.

Le narrateur du roman de Ben Lerner a lui aussi bénéficié de l'appui de deux guides (un couple d'anciens professeurs). Leur présence et leurs conseils continuent d'être significatifs dans sa vie, alors qu'il a désormais publié des poèmes et un premier roman. Dans les formations en écriture littéraire, la présence du mentor (ou de l'enseignant chargé du suivi individuel ou de la supervision) donne de l'assurance ; son rôle est de lire avec bienveillance, il ne prescrit pas. Le mentor permet à l'étudiant de lâcher prise – c'est en tout cas ce que constate Matthias Nawrat, auteur et diplômé de l'Institut littéraire suisse. Le mentorat « externalisait » ainsi la critique en la personne du mentor et lui laissait le champ libre pour écrire sans retenue critique (Nawrat, 2018)⁴.

Le mentorat se situe entre le processus d'écriture et sa finalisation dans un processus de publication. À ce moment-là, les étudiants prennent l'initiative, ils ne sont plus seulement initiés. Dans le mentorat s'articulent ainsi deux moments, celui très important du début – du texte, du processus d'écriture – et celui de l'autonomie de

l'auteur, dont le texte s'émancipe de l'espace de l'entretien, pour aller vers un espace de publication : la présentation du texte à un jury de diplômés, suivie (parfois) de son envoi à une maison d'édition ou d'un projet d'auto-édition⁵.

(Ré)écriture

Notre étude examine, dans chaque filière, la période précédant la remise du travail de diplôme à un jury d'experts. Le résultat du travail final, une « thèse de Bachelor » (HKB), une « création littéraire » (UP8) ou une « Masters dissertation » (UEA) semble être mis entre parenthèse durant les échanges entre étudiants et enseignants. Le travail du texte met l'accent sur un processus ouvert d'écriture ou de réécriture. L'avenir éditorial du texte, sans être complètement absent du mentorat, y figure le plus souvent en toile de fond. Dans une série de trois entretiens entre un enseignant et un étudiant de Norwich, il est question de l'importance de l'exploration du récit à travers son écriture même : « *Écrire un roman est avant tout une démarche exploratoire, vous ne savez pas vraiment ce qui va se passer (...)* »⁶. L'écriture n'est néanmoins pas aléatoire, ce que recherche l'auteur se déploiera au fil de l'écriture. Un autre enseignant (de l'Institut littéraire suisse) parle de la première version du texte de son étudiant comme d'un « *labyrinthe* »⁷, à l'auteur d'y chercher

4 « *Ich kann diesen Effekt vielleicht als Externalisierung meiner eigenen kritischen inneren Instanz bezeichnen* » (notre traduction).

5 Voir les propos de Thomas Flahaut qui parle de la transition entre mentorat et travail avec son éditrice (2018).

6 UEA, 12/05/2015, enseignant. « *A lot of writing a novel is really really exploratory, you don't know quite what's going to happen next [...]*. » (notre traduction).

7 HKB, 14/01/2015, enseignant.

son chemin et d'en sortir avec une histoire véritablement consistante. L'élaboration du récit à travers son processus d'écriture, plutôt qu'à partir d'une intrigue ou d'un concept, a valeur de leitmotiv dans les entretiens que nous avons analysés. Ainsi, un plan peut avoir de l'importance, mais il faut savoir s'en distancier (Mohs, Zimmermann, Caffari, éd., 2018).

Dans les cas où les étudiants disposent d'un matériau narratif déjà important, la question de l'état actuel du texte peut également se poser. Dans un entretien de l'UEA, l'enseignant et l'étudiant ne partagent pas le même point de vue sur l'avancement du projet supervisé. L'enseignant pose le diagnostic suivant : « *Vous n'avez pas pris la mauvaise route, vous avez cherché [puis trouvé] une histoire* »⁸. Alors que l'étudiant pense avoir présenté une version quasiment définitive du roman, l'enseignant remet en question les articulations centrales du texte, tout en réaffirmant l'aspect productif de cette recherche de l'histoire. Dans le mentorat, réécriture n'est donc pas synonyme de mise en forme ou de peaufinage du texte littéraire en vue de sa publication⁹; la réécriture y implique un questionnement sur les structures profondes d'un texte et sur son potentiel narratif. À travers ce processus, les auteurs-étudiants sont encouragés à entrer en matière sur leur matériau narratif, à ne pas l'esquiver mais à s'y confronter et à chercher l'histoire qu'ils veulent véritablement écrire – et qui n'est pas nécessaire-

ment présente dans les premières versions d'une narration.

Questions de publication

Si les questions de marché littéraire et de publication ou d'édition ne figurent pas au premier plan des entretiens, elles ne sont pas non plus taboues. Au début d'une première supervision à l'UEA¹⁰, un étudiant annonce sa décision de rester au Royaume-Uni et d'y publier son premier roman, ce qui implique des considérations d'ordre éditoriales : « (...) *Je commence à réfléchir sérieusement au champ de publication britannique, (...) à ce qu'un éditeur du Royaume-Uni chercherait (...). Et j'aurais sans doute besoin de conseils pratiques sur comment écrire d'une manière qui soit authentique pour moi, tout en ayant à l'esprit le public, lorsque celui-ci est avant tout britannique* »¹¹. L'écriture du texte dans le cadre du Master s'inscrit aussi pour cet étudiant dans une réflexion à long terme sur le potentiel de son projet sur le marché du livre et face au lectorat du Royaume-Uni. Jusqu'alors, il avait en ligne de mire le lectorat des États-Unis – comparable, mais non identique.

Dans leurs échanges, les enseignants et les étudiants se réfèrent régulièrement au lecteur en tant qu'instance significative durant le processus d'écriture, mais ils ne font que beaucoup plus rarement mention du champ de publication proprement dit, comme dans la remarque de cet étudiant.

⁸ UEA, 28/05/2018, enseignant. « *You haven't been going down the wrong route, you have been finding a story.* ».

⁹ Des questions de forme et de correction du texte font certes partie des thèmes abordés, mais elles ne dominent pas les entretiens que nous avons suivis.

¹⁰ À l'UEA, les mentorats, appelés « *supervisions* », ont lieu sur une période limitée à deux mois environ, au début du dernier trimestre du Master.

¹¹ UEA, 13/05/2015, étudiant. « (...) *I'm starting to think a lot more about the publishing scene in the UK, (...) so thinking now more about (...) what a UK based publisher would be looking for (...). And I'm looking I guess for some practical advice on how to write in a way, that feels authentic to me but is something that has the audience in mind, when the audience is based in the UK.* »

En fin d'études, la question de la suite et de l'éventuelle publication du texte se pose cependant. L'écriture du travail demandé pour le diplôme implique ainsi une double stratégie créative, qui permet à l'auteur, d'une part, de travailler à partir d'un noyau narratif ou de scènes clés, qu'il présentera dans sa « Masters dissertation » et, d'autre part, de réfléchir à la manière dont ce noyau se déploiera dans une version romanesque ultérieure, comme le remarque le mentor de l'étudiant cité précédemment : « *Vous devez arriver à ce stade où ayant écrit votre travail de diplôme, (...) vous avez un noyau [romanesque]* »¹². Le même enseignant constate encore, dans son bilan des supervisions, que des questions concernant la vie professionnelle des auteurs y étaient récurrentes¹³. Des questions de publication font ainsi partie des échanges du mentorat, qui se comprend comme une pratique située dans un espace transitoire entre écriture privée et écriture destinée à un public.

Dans les formations en écriture littéraire, la notion de publication est présente dans d'autres formes d'enseignement et d'expérimentation, en dehors du mentorat. À travers des projets individuels ou réalisés en groupes, lors de présentations de travaux de diplômes, de lectures publiques organisées

par des ateliers d'écriture, dans des projets expérimentaux menés en collaboration avec des artistes dans d'autres institutions culturelles¹⁴, les étudiants font l'expérience de la « publication » de leurs textes au sens premier du terme, soit de leur présentation à un public de lecteurs ou auditeurs¹⁵. Les filières d'études en création littéraire publient aussi des recueils de textes de leurs étudiants et éditent des revues ou des anthologies, qui font partie des programmes d'études ; dans ces projets, les étudiants acquièrent ainsi des compétences éditoriales¹⁶. Enfin, certaines filières favorisent le contact avec des éditeurs ou des agents littéraires, lors de rencontres ou d'invitations à des présentations de travaux. L'attitude des enseignants et des étudiants par rapport à ces rencontres est cependant ambivalente¹⁷. En effet, le travail mené durant les études ne vise pas une adéquation aux exigences du marché littéraire, mais le développement d'œuvres originales, qui ne lui correspondent pas nécessairement.

Dans une des filières d'études ayant accueilli notre recherche, un mentor confronté à un texte convaincant encourage l'auteur à réfléchir à une publication de son texte. L'étudiant n'y a pas encore réfléchi : « *Après je sais pas, par rapport aux éditeurs, je ne sais*

¹² UEA, 13/05/2015, enseignant. « *You need to get yourself in this state where, having done a dissertation, (...) you've got this nucleus (...) of it.* »

¹³ UEA, 10/06/2015.

¹⁴ Lieux d'exposition, théâtres, radios, etc.

¹⁵ Jérôme Meizoz parle à ce propos de « l'extension du domaine de la publication », typique de la littérature d'aujourd'hui et du « mode d'oralité » qui la caractérise. Il remarque l'émergence d'une « littérature hors du livre » que les formations en écriture littéraire mettent elles aussi en pratique, et en analyse les causes, liées notamment à l'économie du livre (2017, p. 6).

¹⁶ Cette pratique est largement répandue, pratiquement chaque filière d'études publie une anthologie ou une revue : la revue *Bella Triste, Zeitschrift für junge Literatur* est publiée par une rédaction d'étudiants en écriture créative de l'université d'Hildesheim ; des étudiants du Deutsches Literaturinstitut Leipzig éditent une anthologie annuelle, *tippgemeinschaft* ; une rédaction composée d'étudiants de l'Institut littéraire suisse édite chaque année une revue bilingue, *La Liesette littéraire* ; les responsables du Master in Creative Writing de l'UEA publient la plateforme en ligne #NewWriting, etc.

¹⁷ Plusieurs remarques d'enseignants et d'étudiants de l'UEA se réfèrent de manière critique à la visite d'agents littéraires et à leurs impératifs commerciaux évidents, par exemple : « *I mean, some of those agents were brutally commercial and some weren't.* », UEA, 04/06/2015, enseignant.

pas combien de temps ça va prendre, ça peut prendre deux ans, ça peut prendre... Je ne sais pas encore, je suis pas encore prêt pour... »¹⁸. La conversation se poursuit et l'enseignant donne des conseils à l'étudiant sur la manière d'envoyer un manuscrit à un éditeur. Il l'enjoint de s'appuyer sur le réseau de collègues qu'il côtoie dans ses études – des auteurs, étudiants ou enseignants, qui ont des relations dans le milieu de l'édition.

Autonomie

La pratique du mentorat accompagne et soutient le développement des textes des étudiants. Pour déployer tout son potentiel, elle exige de l'étudiant une autonomie auctoriale ; il doit ainsi parvenir à tenir compte de l'échange dans le mentorat, tout en gardant sa propre position. C'est en tout cas ce qu'affirment les mentors. Dans une tirade d'encouragement à un étudiant, un enseignant de l'Institut littéraire suisse insiste sur l'importance de prendre des décisions autonomes. Il considère que l'étudiant se soumet trop facilement à d'autres influences – ses lectures, les remarques du mentor, les exigences de l'institution, et explique : « (...) Tu es l'unique critère de référence pour ce que tu fabriques ici. (...) C'est à toi de te décider, au moins pour ce projet. C'est toi qui définis maintenant les critères, les articulations centrales (...) »¹⁹. La capacité des étudiants à prendre eux-mêmes les décisions concernant leurs projets est

essentielle ; il faut qu'ils soient disposés à refuser – et à accepter – certaines suggestions de leurs enseignants. L'exemple du jeune auteur refusant une demande de coupe dans son texte, dans le roman de Ben Lerner, puis réfléchissant avec ses proches aux conséquences de cette modification sur son texte, reflète dans la fiction une prise d'autonomie de l'auteur. Ce qui était significatif dans son processus d'écriture (le passage en question avait une fonction de catalyseur narratif pendant l'écriture du récit), ne l'est plus nécessairement une fois le texte abouti, ce qu'il finit par reconnaître. Dans les formations en écriture littéraire, le cadre protégé des études autorise une prise de risques, que les auteurs ne prendront plus nécessairement face à un éditeur, comme le remarque un enseignant de l'UEA : « *La supervision est aussi un simulacre de ce que pourra être un processus de publication. Cependant, dans le Master, nous avons plus de temps et il y a moins de risques que sur le marché de l'édition. Les étudiants paient pour cet espace spécifique dans lequel ils peuvent expérimenter. Aujourd'hui, les éditeurs ont beaucoup moins le temps de se plonger dans un projet ; les agents et les éditeurs veulent des textes aboutis* »²⁰.

Le mentorat prépare ainsi les étudiants à des discussions avec d'autres acteurs du champ littéraire, tout en donnant plus de place à des tentatives qui ne verront pas forcément leur aboutissement sous une forme publiée. Cette remarque, portant sur le champ britannique de l'édition, est nuan-

¹⁸ UP8, 21/05/2015, étudiant.

¹⁹ HKB, 14/01/2015, enseignant : « (...) Du bist der einzige Masstab dessen, was du hier jetzt bastelst. (...) Du musst dich jetzt einfach mal entscheiden, mindestens für dieses Projekt. Du setzt jetzt die Maßstäbe, die Eckpfähle, (...) » (notre traduction).

²⁰ Notes d'une conversation avec l'enseignant, 07/07/2015. « *Supervision is also a simulacrum of what a publishing process may be. Within the course however, there is more time and less risk involved than in the publishing market. Students pay for this specific space, in which they may try things out. Nowadays there is much less time for publishers and agents to engage with a project; agents and editors alike want finished works.* ». À l'UEA, comme dans les universités du Royaume-Uni en général, les étudiants paient des frais d'inscription élevés.

cée ailleurs. Des échanges entre éditeurs et auteurs observés en Allemagne et en Suisse relèvent parfois d'un accompagnement qui rappelle l'intensité du mentorat. Le rapport éditeur-auteur s'inscrit alors dans une dynamique proche du suivi de projet, malgré l'objectif commun visant une publication (Zimmermann, 2018).

La génération *feedbacks*

Le mentorat est un dispositif donnant à l'écriture une place spécifique : espace d'attention au texte, il le considère le plus souvent en se focalisant sur ses qualités singulières et sur son développement. Il s'agit tout d'abord, dans le mentorat, de (re)lire et de (ré)écrire le texte qui pourra constituer, nous l'avons vu, le « noyau » d'une narration publiée ailleurs. En même temps, nous l'avons également remarqué, le mentorat s'apparente à une situation de discussion éditoriale, semblable à des entretiens que les auteurs ont avec leurs éditeurs²¹. Il prépare enfin à une pratique du dialogue après les études, se déployant alors dans d'autres dispositifs, allant de l'entretien littéraire informel (parfois avec un public) à des échanges dans des collectifs d'auteurs. L'attention portée au texte et la réécriture engagée dans le mentorat continuent ainsi d'être développées par les diplômés des formations en écriture littéraire. Un jeune

auteur diplômé de l'université de Paris 8, explique que « (...) les formations en écriture ouvrent un grand réseau de possibilités de dialogues qui, dans le meilleur des cas, se prolongent après les études »²².

Ce réseau est un élément significatif des récits de diplômés avec qui nous avons parlé²³. Tous mentionnent leurs pairs, qu'ils soient ou non impliqués activement dans des échanges au sein de constellations littéraires mouvantes. Ils relèvent l'importance de ces contacts, comme cet autre diplômé de Paris 8 qui aspire à bénéficier de retours de lecteurs sur son projet actuel d'écriture : « Je devrais peut-être faire lire mon texte à une autre personne, qui ne le connaît pas – oui, je devrais le faire lire. J'aimerais bien trouver une personne avec qui travailler. Mais tout le monde est très occupé. J'ai pas envie d'envoyer mon texte comme ça »²⁴. Si une position ambivalente par rapport à l'intensité de tels échanges est repérable ici, leur utilité n'est pas remise en question. Un diplômé de l'Institut littéraire de Leipzig remarque que l'échange, au sein de son collectif de praticiens, s'inscrit dans la pratique littéraire de sa génération : « C'est notre génération. La génération *feedbacks*. On est incertains lorsque personne ne parle du texte. [Dans une telle situation] je ne peux que penser que les gens trouvent le texte mauvais. Cette chose avec le *feedback* est très forte »²⁵.

Dans sa métafiction, Ben Lerner explore

²¹ Pour autant que cette discussion soit possible. Voir à ce sujet les remarques d'Olivier Bessard-Banquy qui considère cet échange avant tout comme un rapport de force, le situant dans le cadre d'une relation principalement commerciale et non littéraire (2018).

²² Courrier électronique du 25/01/2018 à Marie Caffari.

²³ Les entretiens avec des diplômés ne faisaient pas partie du dispositif initial de notre projet de recherche, mais nous avons pris contact avec quatre diplômés (des promotions 2010 à 2015, nés à partir de 1985) du Master de l'université Paris 8, du Bachelor en écriture littéraire du *Deutsches Literaturinstitut* de l'université de Leipzig, du Bachelor en écriture créative de l'université de Hildesheim et avons également rassemblé des récits publiés, ou transmis à la radio, de diplômés du Bachelor en écriture littéraire de l'Institut littéraire suisse.

²⁴ Entretien par Skype avec Marie Caffari, 29/01/2018.

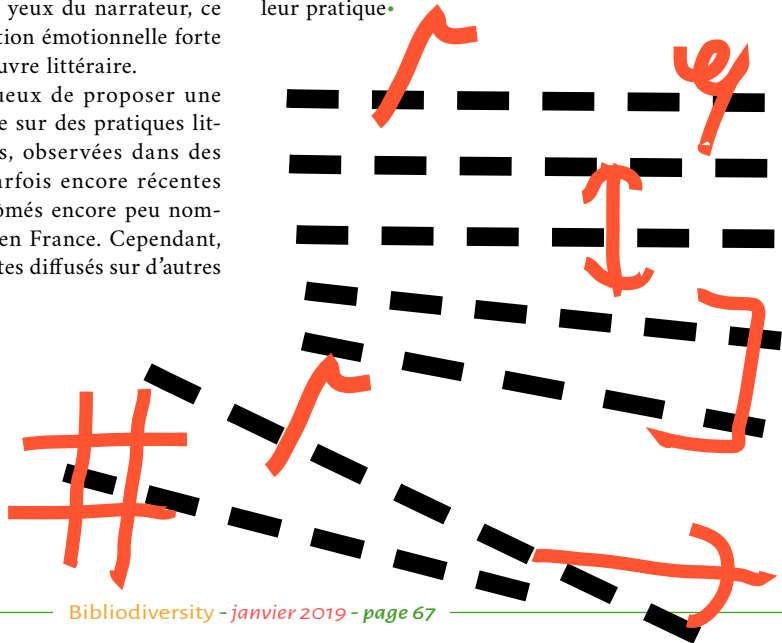
²⁵ Entretien téléphonique avec Marie Caffari, 24/02/2018 : « *Es ist unsere Generation. Die Generation Feedbacks. Man ist verunsichert, wenn jemand nichts zum Text sagt. Ich kann dann nur denken, dass die Leute es nicht gut fanden. Dieses Rückmeldeding ist sehr stark.* » (notre traduction).

« l'auto-édition de textes (...) destinés à un marché littéraire "de niche" est significative »

les modes de publication expérimentés par les auteurs d'aujourd'hui. Le narrateur de *10:04* a de multiples interlocuteurs ; quant à l'auteur, Ben Lerner, il mentionne à la fin de son livre les personnes qui ont contribué à son élaboration et à sa publication, remerciant les (re)lecteurs de son manuscrit – autant de tiers rendus visibles –, en plus de son éditrice et de son agente. Cette même liste explique la provenance de textes publiés antérieurement et intégrés au roman. Ainsi, dans le texte, le narrateur et un jeune élève à qui il donne des cours d'appui scolaire écrivent ensemble un livre qu'ils auto-éditent et font relier par un service spécialisé ; ce récit a pour source un livre réellement auto-édité par Ben Lerner. Dans le roman, lorsque le narrateur reçoit les exemplaires du livre, il éprouve une joie inattendue : « *Je me suis rendu compte que je n'avais jamais été aussi heureux de recevoir l'un de mes propres livres sortis de presse.* » (2016, p. 239). Aux yeux du narrateur, ce livre a une signification émotionnelle forte et pleine valeur d'œuvre littéraire.

Il serait présomptueux de proposer une conclusion définitive sur des pratiques littéraires émergentes, observées dans des filières d'études parfois encore récentes et parmi leurs diplômés encore peu nombreux, en Suisse et en France. Cependant, l'auto-édition de textes diffusés sur d'autres

modes que ceux de l'édition conventionnelle et destinés à un marché littéraire « de niche » est significative. Les diplômés cités précédemment ont déjà publié un premier livre chez un éditeur ou mènent des démarches dans ce sens. Si la publication d'un livre par une maison d'édition reste une visée importante pour eux, ils prennent parfois en main la diffusion de leurs textes à travers d'autres canaux de publication. Leur pratique intense du dialogue littéraire, initiée durant leurs études et très souvent poursuivie après leur diplôme, a encouragé chez eux une autonomie qui se déploie jusque dans les modes de diffusion qu'ils choisissent pour leurs projets. La transmission de leurs textes à des lecteurs, sur des modes de publication à la fois éprouvés et novateurs, s'inscrit dans leur *habitus* et, si l'on en croit le narrateur de *10:04*, l'auto-édition a elle aussi une valeur littéraire significative – elle s'inscrit pleinement dans leur pratique.



BESSARD-BANQUY, Olivier, 2018.

De la relation auteur-éditeur. Entre dialogue et rapport de force. *A contrario, revue interdisciplinaire de sciences sociales*, n° 27, BSN Press. Disponible sur Internet : <https://www.cairn.info/revue-a-contrario-2018-2-page-79.htm>

CHILDRESS, Clayton, 2017.

Under the cover. The Creation, Production and Reception of a Novel. Princeton : Princeton University Press.

DÜRR, Claudia et ZEMBYLAS, Tasos, 2009.

Wissen, Können und literarisches Schreiben. Eine Epistemologie der künstlerischen Praxis. Vienne : Passagen Verlag.

FLAHAUT, Thomas, 2018.

Écrire au temps présent – Les réécritures d'Ostwald, de l'Institut littéraire suisse aux éditions de l'Olivier. *A contrario, revue interdisciplinaire de sciences sociales*, n° 27, BSN Press. Disponible sur Internet : <https://www.cairn.info/revue-a-contrario-2018-2-page-55.htm>

LERNER, Ben, 2016.

10:04. Traduction de Jakuta Alikavazovi. Paris : L'Olivier.

MEIZOZ, Jérôme, 2007.

Postures littéraires, Mises en scène modernes de l'auteur. Genève : Slatkine.

MOHS, Johanne ; ZIMMERMANN, Katrin ; CAFFARI, Marie, à paraître (éd.).

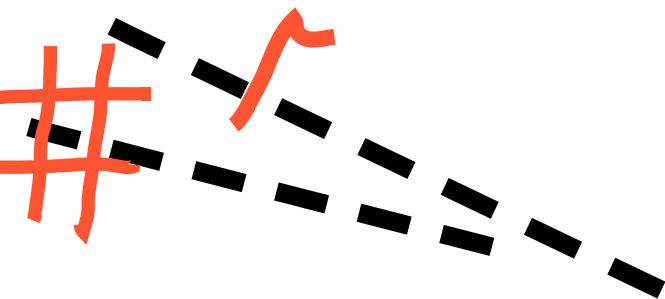
Schreiben als Zwiegespräch/ Writing as dialogue. Praktiken des Lektorats und des Mentors in zeitgenössischer Literatur. Practices of editors and 'mentors' in contemporary literature.

NAWRAT, Matthias, à paraître.

Der kritische Abenteurer. In MOHS, Johanne, ZIMMERMANN, Katrin, CAFFARI, Marie (éd.). *Schreiben als Zwiegespräch/ Writing as dialogue.*

ZIMMERMANN, Katrin, à paraître.

Von Kraken und Lentoren. *Schreiben als Zwiegespräch/Writing as Dialogue.*





Auteure^S

Marie Caffari dirige l'Institut littéraire suisse depuis sa création, en 2006, à Bienne, au sein de la Haute école des arts de Berne. Elle a fait des études de littérature (française, allemande, russe) à l'université de Lausanne et son doctorat au Queen Mary College de l'université de Londres. Elle enseigne la littérature contemporaine aux étudiantes et étudiants du Bachelor en écriture littéraire de l'Institut littéraire et a contribué en tant que chercheuse, au projet « Écrire en dialoguant – Le mentorat, une instance auctoriale ? » soutenu par le Fonds national suisse de la recherche scientifique.

© Photo : E. Muñoz García

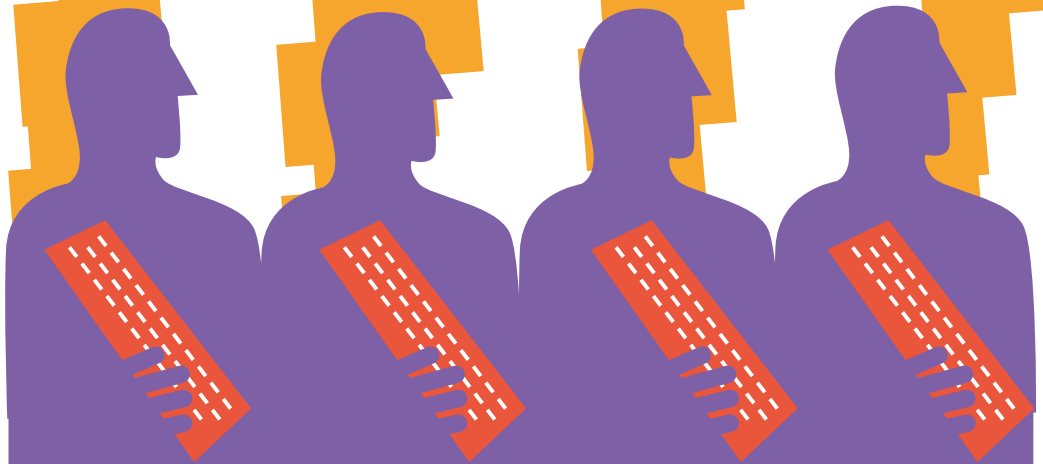


Johanne Mohs a fait des études de littérature française et espagnole, de journalisme et d'Histoire de l'art à l'université de Hambourg et à l'université de Barcelone. De 2007 à 2010, elle a enseigné la littérature française et espagnole à l'université de Hambourg et depuis 2010 elle travaille, d'abord comme doctorante et maintenant comme post-doctorante, à la Haute école des arts de Berne. Ses travaux de recherche portent sur la relation entre littérature et photographie, la poétique des avant-gardes, les processus d'écriture et les métaphores de la production littéraire, ainsi que sur l'esthétique du matériau.


Autopublication : un phénomène singulier par sa nature, son ampleur et ses acteurs

*Radiographie de l'autopublication
en Amérique latine et au-delà*

par Daniel Benchimol, pour le CERLALC¹



¹ Cet article est une synthèse du document intitulé *Radiografía de la autopublicación en América Latina*, élaboré en 2018 par le consultant Daniel Benchimol pour le CERLALC (Centre régional pour la promotion du livre en Amérique latine et dans les Caraïbes). Il a été traduit de l'espagnol pour *Bibliodiversity* par Nathalie Delcamp (ndctraduction@gmail.com).



L'autopublication interroge désormais directement le monde éditorial classique. Elle remet en effet en cause l'intermédiation et la notion même de chaîne du livre – puisque seuls les auteurs d'un côté et les lecteurs de l'autre subsistent. L'ampleur inédite que prend ce phénomène – en Amérique latine en particulier – et la recomposition du monde du livre qu'il impose peu à peu repose sur des acteurs singuliers, mondialisés, qui proposent aux auteurs des solutions technologiques faisant tomber, de fait, toutes les barrières à l'entrée dans le monde de l'édition.

Self-publishing: a unique phenomenon by its nature, scope and actors. Analysis of self-publishing in Latin America and beyond. Daniel Benchimol, for the CERLALC. *Self-publishing now poses a direct challenge to conventional publishing. It questions the need for an intermediary and the notion itself of the book chain – since only authors, on the one hand, and readers, on the other, are left. The unprecedented scale of this phenomenon – in Latin America in particular – and the reconfiguration of the book world that is gradually developing from it, are based on singular, globalised actors who offer authors technological solutions that effectively remove all the entry barriers to the publishing world.*

D'origine chinoise, Zhang-Wei, 34 ans, connu sous le pseudonyme de *Tangijanshao*, est auteur de littérature fantastique. Il publie ses œuvres en direct, sans l'intermédiaire d'un éditeur et uniquement au format numérique, sur le site www.qidian.com. Son dernier roman, *Douloudau*, est un récit de fiction extrêmement dense, de plus de 20 millions de mots. À l'heure actuelle, Zhang-Wei est l'un des auteurs à succès les plus populaires en Chine, avec des revenus annuels dépassant les 16 millions d'euros. Il a d'ores et déjà conclu un accord pour l'adaptation hollywoodienne de *Douloudau* en quatre films, à partir de 2019.

À l'autre bout de la planète, l'auteur argentin Cristian Perfumo a remporté en 2017 la quatrième édition du Prix littéraire annuel d'Amazon pour son œuvre *El coleccionista de flechas*. Dès ses débuts, Cristian Perfumo a fait le choix de l'autopublication. En 2014, il publiait son deuxième ouvrage, *Dónde enteró a Fabiana Orquera*, qui est devenu en 2015 le septième roman le plus vendu par Amazon en Espagne et le dixième le plus vendu par Amazon au Mexique. Son œuvre était alors en compétition avec plus de 1 800 autres titres. Amazon lui a versé 5 000 dollars, a pris en charge la traduction de l'ouvrage en anglais et lui apporté son soutien pour le marketing et la diffusion. Deux exemples parmi tant d'autres, révélateurs des effets de l'autopublication sur l'écosystème éditorial.

Nature et ampleur du phénomène

Il est vrai que l'autopublication existe depuis de très nombreuses années, bien avant l'arrivée d'Internet ; elle est présente aux origines mêmes de l'industrie éditoriale. Mais qu'est-ce qui la rend si singulière aujourd'hui ?

Singularité

À ses débuts, l'autopublication était réservée aux auteurs qui avaient les moyens d'assumer le coût d'impression et de publication de leur œuvre. Non seulement elle exigeait d'avoir une énorme capacité financière, mais la probabilité pour qu'une œuvre autopubliée devienne un *best-seller* était extrêmement faible. Aujourd'hui, n'importe qui a la possibilité de publier un livre au format numérique ou papier et de le distribuer dans le monde entier. L'auteur peut même espérer en retirer un gain plus important que celui qu'il aurait pu obtenir en passant par un éditeur. Preuve s'il en est : en moyenne, 40 % des livres vendus chaque semaine aux États-Unis sur Amazon (l'entreprise qui a le plus contribué à l'autopublication dans le monde) sont des ouvrages auto-édités.

Les nouvelles technologies ont, de façon certaine, eu pour effet de simplifier et d'élargir les possibilités de publication d'un auteur en promettant à celui-ci des revenus plus importants que ce qu'un éditeur peut offrir ; davantage d'autonomie sur quand, comment et où l'œuvre est publiée. À l'autre extrême, la plupart des éditeurs font peu de cas de l'autopublication, au point de la considérer comme un phénomène étranger et d'en discréditer les œuvres, jugées de moindre qualité.

Une terminologie évolutive

Une première approche rapide du terme « autopublication » évoque l'idée d'un livre que l'auteur publie sans l'intervention d'un éditeur. L'auteur est responsable de l'ensemble du processus : création de la couverture et mise en page, adaptation aux différents formats, définition du prix, du modèle économique, de la stratégie de distribution, des actions de marketing et de

« L'autopublication engendre une énorme déflation des prix »

visibilité, entre autres tâches. Nous arrivons ainsi à une première conclusion : la désintermédiation induite par les nouvelles technologies n'élimine pas vraiment les tâches implicites, mais elle permet de les accomplir sans la participation de tous les acteurs concernés. Dans ce scénario, les deux seuls éléments de la chaîne de valeur du livre qui semblent indispensables sont l'auteur et le lecteur.

On fait souvent la différence entre ce que l'on nomme auto-édition et autopublication. Bien que ces deux termes renvoient à des réalités et des définitions très diverses, l'auto-édition s'entend généralement² comme le processus technique de création de l'œuvre (relecture et correction des textes, mise en page, couverture, etc.), tandis que l'autopublication fait davantage écho à l'action de rendre l'œuvre publique, de la diffuser et de la commercialiser. Dans certains cas, l'auteur prend en charge l'ensemble du processus d'édition et décide de déléguer l'action de publication à un tiers. Dans d'autres, il sous-traite certains de ces services d'édition et concentre son travail sur l'acte de publication. La différence entre ces deux concepts est assez controversée. L'autopublication est aussi souvent appelée publication indépendante, édition à compte d'auteur ou publication « indie »³.

Conséquences et impacts sur le monde du livre

Même si certains acteurs du monde éditorial classique tentent de nier et de remettre en cause le phénomène, il n'en reste pas moins que l'autopublication a des conséquences ; l'une d'elles étant la surabondance de contenus. À titre d'illustration, voici quelques chiffres révélateurs : entre 2011 et 2016, plus de 800 000 livres ont été auto-édités aux États-Unis, ce qui représente une croissance de 218 %. En 2006, au lancement de la liseuse Kindle, seules 80 000 œuvres auto-éditées étaient enregistrées. L'Amérique latine connaît un phénomène similaire : entre 2006 et 2016, le nombre d'œuvres auto-éditées déclarées a augmenté de près de 400 %. Cette surabondance de contenus (qui ne découle pas exclusivement de l'autopublication) s'accompagne d'une espèce d'invisibilité des contenus. Si mille livres auto-édités n'ont aucun effet, des dizaines de milliers d'œuvres à travers le monde posent un réel problème et un défi majeur en termes de stratégie marketing pour les petites et grandes maisons d'édition. En outre, l'autopublication engendre une énorme déflation des prix. Plus les contenus sont nombreux, plus les prix baissent. De plus, les auteurs sont les plus disposés à baisser ces prix – en moyenne, un livre auto-édité coûte entre

² Note de la rédaction : le distinguo établi par l'auteur entre autopublication et auto-édition et les définitions données pour chacun des deux termes ne sont pas forcément communément admis en l'état dans d'autres contextes géolinguistiques. En français, il semble en particulier que le terme courant, non spécifique et désignant le phénomène général soit plutôt « auto-édition » que « autopublication ».

³ Ce terme provient de la musique indépendante, il a fait son apparition dans les années 1980 en référence aux mouvements considérés comme se situant en dehors des limites traditionnelles ou des formes de cultures dominantes.

0,99 et 3,99 dollars, soit a minima 50 % de moins que les titres des éditeurs traditionnels. L'industrie classique du livre se retrouve alors sous pression pour diminuer ses prix afin d'être concurrentielle, ce qui n'est pas toujours possible (ni souhaitable).

Le système de légitimation d'un texte a été profondément modifié par l'émergence des nouvelles technologies. Il y a encore quelques années, le fait qu'une œuvre soit publiée signifiait qu'elle avait reçu l'approbation d'un éditeur professionnel. La presse spécialisée faisait office de prescripteur principal. Tout ce processus était conçu comme un système de filtrage qui avait pour but de garantir la qualité des œuvres. À l'heure actuelle, les systèmes d'évaluation ont radicalement changé. Non pas que les systèmes précédents aient disparu, mais petit à petit ils cèdent leur place de « légitimateurs » aux lecteurs, qui à travers leurs commentaires et notations, ont un impact sur la visibilité d'une œuvre. Le phénomène des « booktubers »⁴ est l'un des exemples les plus révélateurs de cette situation ; Macarena Yannelli, par exemple, compte à 23 ans plus de 23 000 abonnés sur sa chaîne YouTube⁵.

« Les auteurs "auto-proclamés" sont comparables aux chanteurs de salle de bain. En général, il s'agit d'apprentis écrivains qui n'ont pas trouvé d'éditeurs sérieux. Quelle valeur littéraire a Cinquante nuances de Grey, apparu sur le Net ? Aucune. Je ne l'ai pas lu et je ne le lirai pas. », affirme Andrew Wylie, l'un des agents littéraires les plus connus au monde, dans une interview de 2017 (De Santis, 2017). Habituellement, l'autopublication est perçue par l'industrie traditionnelle comme étant

de moins bonne qualité. Différencier l'auto-édition de l'autopublication a pour but de souligner le fait qu'il n'y a pas eu, dans le cas de l'autopublication, de processus préalable d'édition. Il est évident que le processus d'édition, ou *editing*, tout comme la correction orthographique et grammaticale, renforce la qualité d'une œuvre. C'est même l'un des aspects que les auteurs autopubliés valorisent le plus, là où l'investissement économique est le plus important et qui distingue les auteurs les plus rentables⁶.

Quelques spécificités géographiques

En raison de la complexité du phénomène, il est extrêmement difficile d'obtenir des chiffres exacts sur l'autopublication et ses effets. D'abord, parce qu'un grand nombre de livres autopubliés sont distribués et commercialisés sans ISBN, puisque les plateformes d'autopublication – Amazon notamment – ont décidé de passer outre cette exigence⁷. Par conséquent, il est presque impossible de connaître précisément le nombre d'œuvres autopubliées. Et il est encore plus compliqué d'obtenir des chiffres précis au sujet des ventes. Et ce pour deux raisons : d'une part, la plupart des ventes se font par le biais de plateformes technologiques comme Amazon ou Apple, qui n'ont pas pour habitude de rendre cette information publique ; d'autre part, bon nombre de livres ne poursuivant pas un but commercial, sont vendus à très bas prix, quand ils ne sont pas distribués gratuitement.

⁴ Note de la Rédaction : les « booktubers » sont des passionnés de livres qui partagent leurs découvertes, leurs coups de cœur et leurs conseils littéraires sur leurs chaînes YouTube.

⁵ <https://www.youtube.com/channel/UCwBmkEhDQcV2kvOwogRYCBg>

⁶ Un rapport de l'entreprise d'autopublication BookBaby présente l'impact de l'investissement des auteurs qui font appel à des services d'aide à la publication de leur œuvre. Ceux qui franchissent la barre des 5 000 USD de bénéfices sont ceux qui ont le plus investi dans des services d'édition et de conception de couverture : <https://www.bookbaby.com/pages/pdf/official-self-publishing-survey-results.pdf>

⁷ Note de la Rédaction : il n'est pas nécessaire d'avoir un ISBN pour un ebook publié via la plateforme d'Amazon Kindle Direct Publishing (KDP) ; par contre, les livres qui sont imprimés par le biais de ce même outil doivent être dotés d'un ISBN. KDP peut en fournir gratuitement à ses utilisateurs.

Le continent latino-américain

Dans ces circonstances et malgré ces limites, le principal indicateur pour analyser l'évolution du phénomène reste l'enregistrement des titres qui disposent d'un numéro ISBN (*voir Graphique 1 à la page page suivante*).

Lorsque nous dégageons les données par pays de langue espagnole (*voir Graphique 2*), nous constatons que c'est l'Argentine qui présente le plus grand nombre de titres. Entre 2012 et 2016, le nombre d'œuvres enregistrées dans ce pays a triplé (passant de 1 190 titres à 3 380). Il est également intéressant d'observer le cas du Pérou (où les titres autopubliés sont passés de 109 à plus de 400 entre 2007 et 2016), de la Colombie (qui est passée de 1 400 titres à plus de 2 000 en 2016) et du Chili (où les titres autopubliés sont passés d'environ 300 à plus de 1 000).

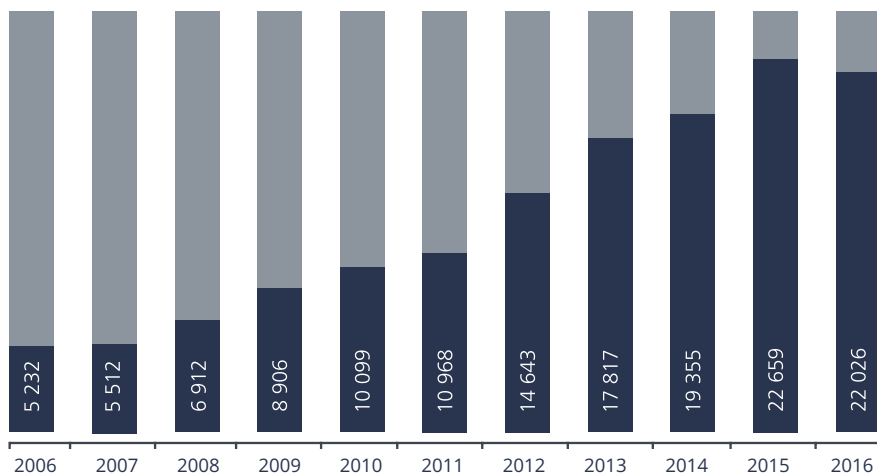
Au-delà de l'Amérique latine

Qu'en est-il de la situation des pays hors de l'Amérique latine ? L'Espagne est un cas particulier, non seulement en raison du volume de titres autopubliés enregistrés (équivalent à celui de toute l'Amérique latine), mais aussi en raison de sa fluctuation inédite. Entre 2008 et 2010, le nombre de titres autopubliés a augmenté de 40 %, passant de 14 718 œuvres enregistrées à 20 983. À partir de 2011, s'amorce une tendance très forte à la baisse (*voir Graphique 3*) qui se stabilise en 2016 avec un enregistrement annuel d'environ 8 000 titres. L'explication vient peut-être du fait que, jusqu'en 2011, l'enregistrement d'une œuvre par un auteur-éditeur était gratuit. Que ce serait-il passé si ce service était resté gratuit ? Qu'advient-il des œuvres qui ne sont pas enregistrées aujourd'hui auprès d'une agence chargée d'attribuer le code ISBN ? S'agit-il

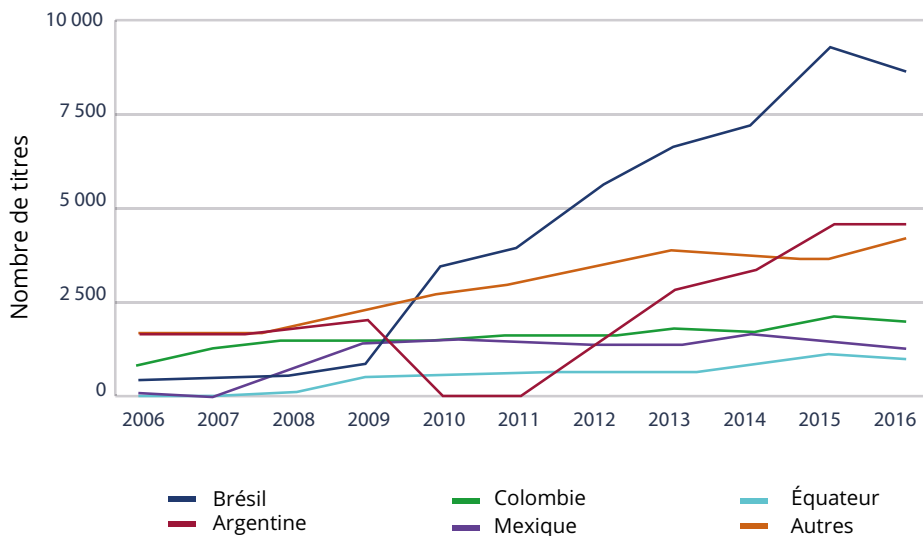
d'œuvres qui ne sont pas publiées ou qui continuent d'être publiées, mais sans ISBN ? Selon le dernier rapport Bowker (2017) qui couvre la période 2011-2016, 786 935 titres autopubliés ont été enregistrés aux États-Unis en 2016, soit une augmentation de 218 % par rapport à 2011, où l'on comptait alors 247 210 œuvres. Bowker distingue les titres en fonction de la plateforme sur laquelle ils sont distribués. La première place revient à CreateSpace (plateforme d'Amazon pour la vente de livres en impression numérique) avec 501 045 titres, suivie de Smashwords avec 89 041 titres enregistrés. Lulu est la troisième de la liste avec environ 75 243 œuvres. Le graphique 4, extrait du rapport Author Earnings (2016), montre l'augmentation, entre 2014 et 2017, du volume des ventes de livres autopubliés aux États-Unis (ligne bleue) et la diminution du nombre de livres publiés par les grands groupes d'édition (ligne violette). Le livre autopublié a remporté, au fil des mois, une part croissante du marché.

Grâce aux algorithmes, entre autres, Author Earnings tente de trouver les chiffres des ventes et d'analyser l'impact des publications sur Amazon ; il met en avant quelques données clés dans son numéro de 2016. Tout d'abord, 43 % des livres numériques vendus sur Amazon aux États-Unis n'avaient pas d'ISBN. Ces livres ne figurent dans aucune des analyses du secteur de l'édition. Le prix de vente des titres issus de l'autopublication se situe entre 0,99 dollar et 4,99 dollars, ce qui revient à parier sur l'attractivité des prix, contrairement à ceux habituellement fixés par les éditeurs, qui avoisinent en moyenne les neuf dollars. Environ 4 600 auteurs ont réalisé des bénéfices de plus de 25 000 dollars par an. 40 % de ces auteurs étaient autopubliés et 35 % travaillaient avec l'une des dénommées « Big Five »⁸.

Ces données montrent que, bien souvent,

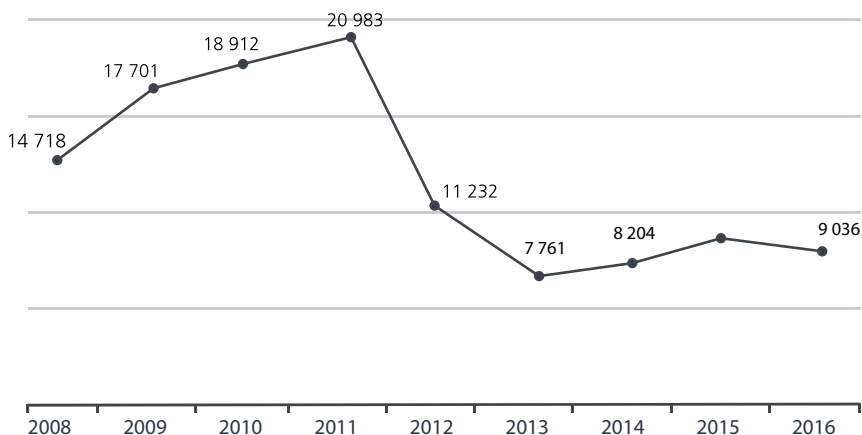


Graphique 1 - Nombre de titres avec ISBN enregistrés par les auto-éditeurs en Amérique latine (2007-2016) Source : CERLALC et agences nationales de l'ISBN, 2017

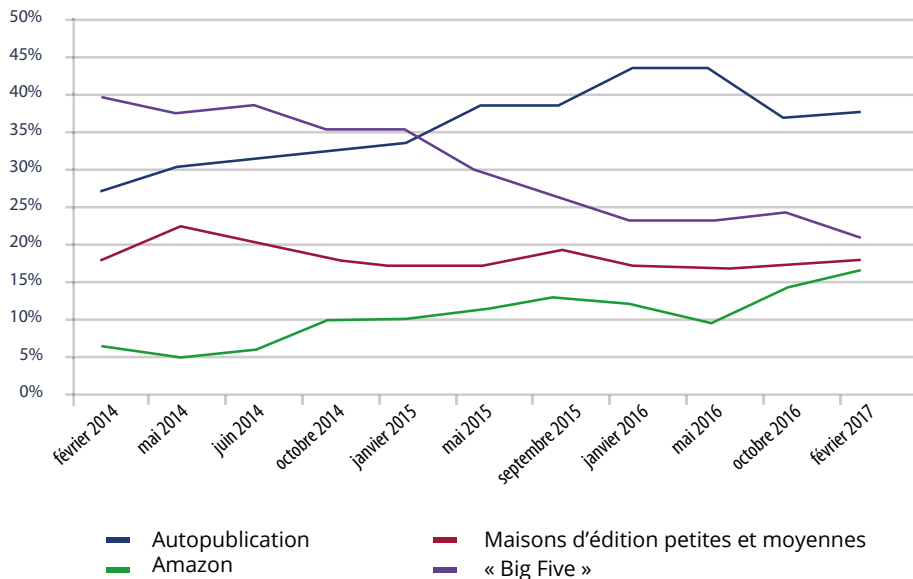


Graphique 2 - Nombre de titres avec ISBN enregistrés par les auto-éditeurs en Amérique latine (2007-2016), par pays Source : CERLALC et agences nationales de l'ISBN, 2017

Autopublication : un phénomène singulier...



Graphique 3 - Nombre de titres avec ISBN enregistrés par les auto-éditeurs en Espagne (2008-2016) Source : CERLALC et agences nationales de l'ISBN, 2017



Graphique 4 - Parts de marché de la vente à l'unité de livres électroniques par type d'éditeurs (2014-2017) Source : Author Earnings, 2016

« plusieurs entreprises d'Amérique latine ont développé des services similaires »

l'autopublication est financièrement intéressante pour l'auteur. Par ailleurs, le dernier rapport Nielson sur le marché du livre numérique au Royaume-Uni souligne que près d'un livre numérique sur quatre vendu dans ce pays est un livre autopublié (Campbell, 2016).

Le rapport *Bookwire* (et alii, 2017) sur l'évolution des livres électroniques en Amérique latine et en Espagne indique que les ventes issues de l'autopublication en espagnol sont évaluées selon diverses sources entre quatre et huit millions d'euros, représentant entre 3 % et 6 % du total des ventes en ligne. Dans ce cadre, 86 % des livres autopubliés sont distribués sous format papier contre 14 % sous format numérique.

Les acteurs de l'auto-édition

Des librairies en ligne qui proposent des outils d'autopublication

Avec l'émergence des nouvelles technologies, la première entreprise à faire le pari de l'autopublication a été Amazon. Décidée à rompre avec le système classique et à œuvrer pour la désintermédiation de la chaîne traditionnelle de production de livres, Amazon a commencé à développer une série de services permettant la publication directe, au format numérique comme au format papier. Kindle Direct Publishing (KDP ; <https://kdp.amazon.com>) permet aux auteurs de publier leurs travaux et de les distribuer au monde entier en format numérique. CreateSpace (www.createpace.com) est une plateforme dédiée à l'impression de livres à la demande. Amazon a également développé un certain nombre de services, de pro-

grammes et de labels éditoriaux. C'est le cas d'Amazon Encore, l'un de ses propres labels éditoriaux, ou d'AmazonCrossing, le programme de traduction de contenus. Tous ces services s'inscrivent dans l'écosystème d'Amazon Publishing (<https://amazonpublishing.amazon.com>).

Dans la même veine, Apple offre aux auteurs la possibilité de publier eux-mêmes leurs contenus. La grande différence étant qu'Apple propose, depuis 2012, un format appelé iBook, très facile d'utilisation et qui permet aux auteurs de publier des livres interactifs avec, entre autres, des vidéos, des galeries d'images et des infographies animées. Ce format appartient exclusivement à Apple. Destiné à l'origine au domaine éducatif, il a par la suite été étendu à divers domaines, allant de la politique au tourisme. Rakuten Kobo, et sa plateforme Writing Life (<https://www.kobo.com/fr/fr/p/writinglife>) est un autre acteur important du secteur. Au total, ce sont plus de 50 000 livres autopubliés chez Kobo, qui représentent près de 10 % des ventes de cette librairie numérique. Plusieurs entreprises d'Amérique latine ont développé des services similaires. C'est le cas de Indielibros (www.indielibros.com), liée à la plateforme de vente de livres numériques BajaLibros (www.bajalibros.com) en Argentine. Des acteurs plus traditionnels comme Casa del Libro, la librairie espagnole, proposent eux aussi des services d'autopublication : Auto-publicación Tagus (<https://www.casadellibro.com/autopublicacion/landingAutopub>). À la différence des précédents, ce service propose aux auteurs, en plus de la publication de l'œuvre, d'autres services moyennant des coûts supplémentaires. Par exemple, pour environ 1 600 euros, l'auteur a accès à une visibilité dans la presse, voire à la présentation de son livre dans une librairie.

Les agrégateurs

L'auteur peut également choisir de travailler avec un agrégateur ou un distributeur. Il s'agit de plateformes qui proposent des services permettant de publier une œuvre dans plusieurs points de vente. L'une des plateformes les plus connues et disponibles en espagnol est Lulu (www.lulu.com). Elle permet de publier des livres au format papier et numérique. Au format numérique, les livres peuvent être publiés simultanément par la plateforme elle-même et par Amazon ou encore Barnes & Noble. Lulu effectue un prélèvement de 20 %, en plus du pourcentage déjà retranché par les différents points de vente. Depuis 2002, la plateforme a versé plus de 82 millions de dollars de royalties, distribué plus de 6,6 millions d'ebooks et plus de 1,6 millions de livres imprimés.

Bubok (www.bubok.es) est un autre exemple de plateforme permettant aux auteurs de publier leurs œuvres au format papier ou numérique : sur Amazon, Apple, Google et Kobo, mais aussi El Corte Inglés (Espagne), Gandhi (Mexique), 24Symbols (plateforme de lecture en streaming) ou Scribd (modèle

mixte également, qui combine plusieurs éléments des systèmes de lecture en *streaming*). Ces plateformes peuvent offrir aux auteurs un large éventail de services éditoriaux, allant de la conception de la couverture à la création d'un livre audio, en passant par la traduction et le conseil – pour ne citer que les plus classiques. Entre 2012 et 2016, en Argentine, au Mexique et en Colombie (les trois pays où il s'est le plus développé), Bubok a contribué à la publication de 22 656 œuvres de 13 970 auteurs différents.

Les maisons d'auto-édition

Avant même l'émergence des nouvelles technologies, il existait déjà des maisons d'édition qui proposaient leurs services directement aux auteurs. Ces éditeurs étaient parfois surnommés « Vanity Press » ou « Vanity Publisher » ; des éditeurs qui, en somme, tirent la plus grande part de leurs revenus des auteurs et non des lecteurs. Ces cinq dernières années, de nouvelles maisons d'édition se sont créées sur ce modèle. En Argentine, Autores de Argentina en est l'exemple type (<http://autoresdeargentina.com>) ; cette maison d'édition publiée à l'heure actuelle près

Maisons d'édition classées par nombre de titres en Argentine (2016)

Source : Cámara Argentina del Libro, 2017

2016		Titres		27 006
1	Penguin Random House		958	3,5 %
2	Planeta		942	3,4 %
3	Dunken		778	2,8 %
4	Sanlibana		687	2,5 %
5	Ediciones Plaza - Jorge Alberto Plaza		603	2,2 %
6	Editorial Guadál		496	1,8 %
7	Editorial Vértice		397	1,4 %
8	Arte Gráfica Editorial Argentino - Clarín SA		329	1,2 %
9	Editorial Autores de Argentina		294	1,1 %
10	Hansel Editores - María Cristina Sales Johré		232	0,8 %

de 300 nouveaux titres chaque année et se retrouve parmi les dix maisons d'édition qui publient le plus de livres dans ce pays (aux côtés de Dunken, <https://www.dunken.org>, autre entreprise historique du secteur ; voir [Tableau à la page précédente](#)). Ces éditeurs se sont démarqués des services mentionnés précédemment par un accompagnement des auteurs tout au long du processus de publication. D'autres maisons d'édition de langue espagnole méritent également d'être mentionnées comme : El Circulo Rojo (<http://editorialcirculoarjo.com>), Difundia (<http://difundiaediciones.com>) et ExLibric (www.exlibric.com), toutes situées en Espagne. Il y a également Lee Libros (<https://www.facebook.com/edicioneslee/>) en Argentine, Lemoine (www.librosyeditores.com), Edita Fácil (www.editafacil.co) et AutoresEditores (www.autoreseditores.com) en Colombie. Cette dernière a conclu des accords d'impression en Argentine, en Colombie, en Espagne et au Mexique, et a déjà publié plus de 8 000 titres.

Les maisons d'édition traditionnelles

Les maisons d'édition traditionnelles jouent également un rôle dans l'autopublication, en particulier les grands groupes éditoriaux. Penguin Random House, par exemple, propose trois plateformes : Caligrama (www.caligramaeditorial.com), un label éditorial propre au monde de l'autopublication ; Me Gusta Escribir (www.megustaescribir.com), un réseau social d'auteurs ; et Escuela Cursiva (<https://escuelacursiva.com>), une plateforme de cours et de formations en édition et en écriture, proposés en ligne. Editorial Planeta a lancé récemment Universo de Letras (www.universodeletras.com), un projet conçu lui aussi comme maison d'auto-édition du groupe.

Le crowdfunding ou financement participatif

Le *crowdfunding* est un modèle de financement de projets qui se veut participatif. La plateforme dédiée la plus importante au niveau mondial est Kickstarter (www.kickstarter.com), et au niveau régional Ideame (www.idea.me) – cette dernière étant présente en Argentine, au Brésil, au Chili, en Colombie, au Mexique et en Uruguay. Dans les deux cas, le fonctionnement est similaire : n'importe qui peut promouvoir un projet, il suffit de le présenter, et toute personne, à titre individuel, peut y contribuer financièrement. La participation économique des donateurs est récompensée : ils peuvent recevoir un exemplaire papier du livre (ce qui pourrait être perçu comme une vente anticipée), une édition de luxe ou spéciale, se voir proposer un événement de présentation, etc. Depuis trois ans, le *crowdfunding* occupe une place de plus en plus importante dans le monde du livre. Ideame, par exemple, dispose d'une rubrique spécifique réservée au domaine éditorial (www.idea.me/projects?categories=8) et les projets d'édition qui ont reçu le plus de financements ont dépassé les 14 000 dollars. Kickstarter a financé des projets tels que *Good Night Stories* (Timbuktu Labs, 2016), un ouvrage qui a reçu plus de 600 000 dollars et a été publié ensuite, en espagnol, par le Groupe Planeta. Impossible de mentionner le *crowdfunding* éditorial sans citer le projet Libros.com (<https://libros.com>). Dans cette maison d'édition, le processus de sélection se fait exclusivement par ce biais. Tout auteur a la possibilité de télécharger et de promouvoir sa proposition. Ensuite, les donateurs eux-mêmes, ou les utilisateurs de la plateforme, décident de la pertinence du projet.

« le défi crucial qui se pose actuellement pour le monde de l'édition est de parvenir à expliquer quelle est la valeur réelle d'un éditeur »

Réseaux sociaux d'autopublication

Les nouvelles technologies proposent de repenser l'écosystème de l'édition, et l'entreprise pionnière dans ce domaine est sans aucun doute WattPad (www.wattpad.com). Il s'agit d'un réseau social de lecture et d'écriture où seuls des livres gratuits sont générés au format numérique. La particularité de cette plateforme tient au fait que l'auteur peut rendre son travail visible durant le processus d'écriture (et non à la fin), ce qui permet aux lecteurs de le commenter ou de faire des suggestions au fil de leur lecture (et de l'écriture). La plateforme fonctionne comme un réseau social dans la mesure où elle met directement en lien des auteurs et des lecteurs, ainsi que des lecteurs entre eux qui aident à donner de la visibilité aux œuvres. Cette plateforme compte déjà plus de 60 millions d'utilisateurs (dont 9,2 millions d'hispanophones). À l'heure actuelle, les grands groupes d'édition suivent de près le fonctionnement de cette plateforme, et s'en servent comme un outil permettant de repérer les auteurs à succès. Tel est le cas de *After*, une trilogie érotique signée Anna Todd, dont les œuvres ont été consultées plus d'un milliard de fois (www.wattpad.com/after) et dont les droits de commercialisation ont ensuite été acquis par le Groupe Planeta. Il y a également le cas de Hachette Romans qui a conclu un partenariat avec la plateforme : celle-ci propose des ouvrages susceptibles d'intéresser la maison d'édition.

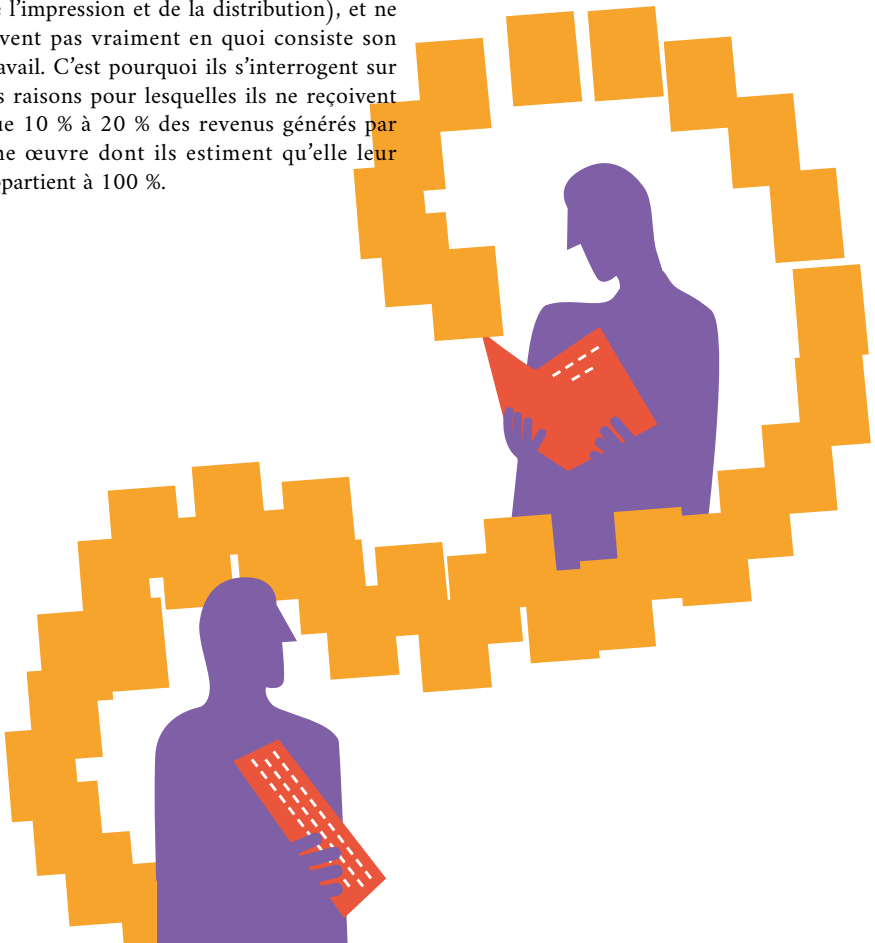
Conclusion : le rôle de l'éditeur

Le défi crucial qui se pose actuellement pour le monde de l'édition est de parvenir à expliquer quelle est la valeur réelle d'un éditeur (et des différents acteurs de la chaîne du livre). Pour cela, il est essentiel d'appréhender la chaîne du livre non pas de manière linéaire, comme un simple processus de production, mais plutôt comme un réseau de valeur, au sein duquel les différents acteurs sont étroitement liés. Avec les ressources technologiques actuelles, ceux qui ne présentent pas de valeur réelle ne feront plus partie du nouvel écosystème de l'édition. L'auteur a toute l'autonomie, les ressources et les outils possibles pour publier une œuvre de son propre chef ; dès lors, l'éditeur ne peut plus filtrer les contenus et décider de ce qui se publie et de ce qui ne se publie pas. Cependant, il commence à endosser un rôle tout aussi important – si ce n'est plus –, lié à la gestion ou à la sélection des contenus. Cet enjeu est majeur dans le contexte actuel de surabondance de contenus, où les lecteurs, plus que jamais, ont besoin d'une maison d'édition qui leur recommande des lectures et les aide à choisir parmi plus de 140 000 œuvres autopubliées en Amérique latine. En effet, les choix de consommation des biens culturels sont de plus en plus dictés par le « facteur temps ». Par conséquent, l'effervescence de l'autopublication poussera l'industrie du livre à travailler avec des niveaux d'exigence beaucoup plus élevés

à l'examen et à la sélection du contenu. Il faudra également que l'éditeur maîtrise les nouveaux outils et les compétences liées à la visibilité des contenus – notamment les outils de marketing numérique.

L'une des recommandations les plus importantes que l'on puisse adresser à l'industrie du livre dans son ensemble consiste à trouver les moyens de mieux faire connaître, ou de mieux communiquer sur la valeur ajoutée de l'éditeur à l'égard de l'auteur. Beaucoup d'auteurs voient en l'éditeur un simple intermédiaire au sein du processus de publication (à l'image d'un *publisher* qui serait là uniquement pour résoudre le problème technique de l'impression et de la distribution), et ne savent pas vraiment en quoi consiste son travail. C'est pourquoi ils s'interrogent sur les raisons pour lesquelles ils ne reçoivent que 10 % à 20 % des revenus générés par une œuvre dont ils estiment qu'elle leur appartient à 100 %.

L'autopublication, loin de constituer une menace pour le secteur de l'édition, conduit à l'émergence de nombreuses entreprises et professionnels de l'industrie du livre. Comme nous l'avons vu, même les éditeurs traditionnels investissent de manière active ce phénomène croissant. La compétitivité sectorielle accrue engendrée constitue un réel défi. Comprendre l'autopublication, son fonctionnement et son évolution est désormais essentiel dans une industrie du livre en pleine mutation – où les auteurs sont la principale source de contenus et les lecteurs le moteur de son activité.



AUTHOR EARNINGS, 2016.

May 2016 Author Earnings Report: the definitive million-title study of US author earnings.

Disponible sur Internet :

<http://authorearnings.com/report/may-2016-report/>

BOOKBABY, 2017.

Revealed - The methods of successful independent authors.

Disponible sur Internet : [https://www.](https://www.bookbaby.com/pages/pdf/official-self-publishing-survey-results.pdf)

[bookbaby.com/pages/pdf/official-self-publishing-survey-results.pdf](https://www.bookbaby.com/pages/pdf/official-self-publishing-survey-results.pdf)

BOOKWIRE, DOSDOCE et INTERNATIONAL PUBLISHING DISTRIBUTION ASSOCIATION, 2017.

III Edition of the Spanish Markets Digital Evolution Report 2017.

Disponible sur Internet : [http://](http://www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2017/05/spanish-markets-digital-evolution-bookwire-dosdoce-2017.pdf)

www.dosdoce.com/wp-content/uploads/2017/05/spanish-markets-digital-evolution-bookwire-dosdoce-2017.pdf

BOWKER, 2017.

Self-Publishing in the United States, 2011-2016.

Disponible sur

Internet : <http://media.bowker.com/documents/bowker-selfpublishing-report2016.pdf>

CAMPBELL, Lisa, 2016.

Self-published titles '22% of UK e-book market'. *The Bookseller.*

Disponible sur Internet : [https://www.](https://www.thebookseller.com/news/self-published-titles-22-e-book-market-325152)

[thebookseller.com/news/self-published-titles-22-e-book-market-325152](https://www.thebookseller.com/news/self-published-titles-22-e-book-market-325152)

DE SANTIS, Raffaella, 2017.

La vida es demasiado interesante para ocuparse de gente como Dan Brown. *Clarín.*

Disponible sur Internet : [https://www.](https://www.clarin.com/cultura/vida-demasiado-interesante-ocuparse-gente-dan-brown_0_r1aaPg_6W.html)

[clarin.com/cultura/vida-demasiado-interesante-ocuparse-gente-dan-brown_0_r1aaPg_6W.html](https://www.clarin.com/cultura/vida-demasiado-interesante-ocuparse-gente-dan-brown_0_r1aaPg_6W.html)

TIMBUKTU LABS, 2016.

Good Night Stories for Rebel Girls - 100 tales to dream BIG. *Kickstarter.*

Disponible sur Internet :

<https://www.kickstarter.com/projects/timbuktu/good-night-stories-for-rebel-girls-100-tales-to-dream-big?lang=es>



Auteur

Diplômé en communication de l'université de Buenos Aires, **Daniel Benchimol** a plus de vingt ans d'expérience dans le monde de l'édition. Expert en publications numériques et en stratégies éditoriales innovantes, il a fondé et dirige Proyecto451, une société qui fournit des services et du conseil à plus de 80 maisons d'édition et organismes, aussi bien en Amérique latine qu'en Espagne. Il intervient par ailleurs dans plusieurs établissements, comme à l'université de Buenos Aires et à l'université ouverte de Catalogne et donne de nombreuses conférences.

L'auto-édition littéraire au Maroc


*Conditions, enjeux et significations
sociales d'une pratique culturelle
en expansion*

par Kaoutar Harchi,

Centre de recherche sur les liens sociaux



Cet article a fait l'objet d'une double lecture en aveugle
et a été validé par des universitaires



Le présent article s'intéresse à la pratique auto-éditoriale littéraire telle qu'elle se développe actuellement au Maroc. À partir de sources documentaires et d'une enquête par entretiens, il s'agit d'identifier le profil sociologique des individus qui ont recouru à l'auto-édition, le type d'ouvrages auto-édités et les principales motivations du choix auto-éditorial. Au terme de l'étude, la pratique auto-éditoriale apparaît dominée par la langue arabe et majoritairement investie par des hommes. Le secteur auto-éditorial marocain, reconduisant les caractéristiques structurelles du secteur éditorial traditionnel, ne semble pas favoriser particulièrement la diversification de l'offre culturelle. L'auto-édition se révèle être surtout une manière de contourner un secteur éditorial perçu comme peu professionnalisé. Pourtant, l'auto-éditeur rencontre une succession d'épreuves lors de son parcours, auxquelles il n'avait peut-être pas imaginé être confronté.

Literary self-publishing in Morocco. Conditions, challenges and social significations of an growing cultural practice. Kaoutar Harchi, Centre for Research on Social Links. This article focuses on the current literary self-publishing scene in Morocco. Based on documentary sources and an interview survey, the aim is to identify the sociological profile of individuals who have used self-publishing, the type of self-published works and the main reasons for self-publishing. The findings of the study show that self-publishing appears to be dominated by the Arabic language and chiefly by men. The Moroccan self-publishing sector, while maintaining the structural characteristics of traditional publishing, does not appear to encourage the diversification of the culture offer. Self-publishing is above all a way of bypassing a publishing industry that is perceived as non-professionalised. However, during the process, the self-published author encounters a series of unforeseen challenges.

Comme le note Luc Pinhas, « le Maroc n'a guère connu de structures éditoriales véritablement actives jusqu'à la fin des années 1980 » (Pinhas, 2012). La fin des années dites « de plomb »¹ ouvre la voie à une période d'effervescence culturelle que caractérise l'émergence d'un espace éditorial² : Centre culturel arabe en 1978, Dar Attakafa en 1979, Dar Al Amane en 1980, Eddif et Afrique-Orient en 1983. Les éditeurs marocains ont alors investi les divers métiers du livre (Dugas, 1987). Ainsi n'étaient-ils pas seulement éditeurs – au sens « d'opérateur principal du dispositif de publication » (Durand, 2002) – mais aussi imprimeurs, distributeurs, promoteurs et libraires. Cette vaste indifférenciation des fonctions a conféré au secteur éditorial – et sous la forme de dispositions durables –, un faible degré de structuration³. Selon la Fondation El Saoud pour les études islamiques et les sciences humaines⁴, l'espace éditorial marocain se serait composé, entre 2016 et 2017, d'environ deux cents éditeurs privés⁵ majoritairement implantés dans la capitale économique du pays, Casablanca. Et Kenza

Sefrioui de préciser que « la plupart sont de petites structures (...) 5 % d'entre elles disposeraient d'un attaché de presse (...) Et moins d'un tiers aurait un site Internet » (Sefrioui, 2017).

L'un des critères d'organisation de cet espace est d'ordre linguistique, donnant ainsi lieu à deux filières principales, de langue arabe et de langue française. Le volume de production de livres de la première domine considérablement celui de la seconde. Ainsi, les éditions arabophones Dar Al Amane, Afrique-Orient, Approches et Slaiki Akhawayne sont à l'origine du plus fort volume de publications annuelles, oscillant entre soixante-cinq et quatre-vingt-quinze ouvrages. Les éditions francophones La Croisée des Chemins, Marsam et Le Fennec connaissent, pour leur part, un volume plus faible, allant de neuf à quarante ouvrages publiés par an. Et Anouk Cohen de considérer, au regard de l'importante publication étatique, que « la culture et la connaissance sont principalement une affaire d'État » (Cohen, 2016).

Pratique initiative de ceux et celles qu'on n'initiera jamais ou seulement après qu'ils aient démontré la valeur commerciale de leur travail littéraire, l'auto-édition – entendue comme « le fait d'un auteur qui édite et diffuse lui-même son propre livre » (Tuffet, 1983) – est marquée au Maroc, comme cela a longtemps



¹ Période historique du Maroc marquée par la politique de répression des opposants au roi Hassan II, entre 1960 et 1970.

² Au concept de « champ » développé par Pierre Bourdieu (1991), nous préférons la notion « d'espace », selon la préconisation de Jérôme Meizoz affirmant que « la notion de champ apparaît valide lorsqu'un degré d'autonomie est atteint, par lequel le champ réfracte selon sa logique propre les logiques qui lui sont externes ». Et d'ajouter : « Si tel n'est pas le cas, "espace" est préférable » (Meizoz, 2014).

³ Le facteur endémique qu'est l'analphabétisme, qu'aucune politique publique n'est parvenue à contenir, joue un rôle fondamental dans cette faible structuration éditoriale (Touzani, 2003).

⁴ La Fondation du Roi Abdul-Aziz El Saoud est une institution marocaine fondée en 1985, déclarée d'utilité publique, à but non lucratif, et qui œuvre à la production de statistiques en sciences humaines et sociales portant sur l'aire géographique du Maghreb.

⁵ Notons qu'au Maroc, la production du livre obéit à l'article 1 du code de la presse, spécifiant la liberté d'imprimer et de commercialiser des ouvrages. Seules conditions fixées, l'inscription au registre du commerce afin de disposer d'un numéro de patente, ainsi que le dépôt de l'ouvrage en question à la Bibliothèque nationale, à Rabat.

été le cas en France, du sceau de l'illégitimité. Illégitimité affirmée par les acteurs des médias – « un amateurisme qui entache fortement le monde de l'édition » (Kathla, 2017) – et intériorisée par les auteurs – c'est être « un écrivain à tout faire » (El Yazami, 1997).

Ces auteurs-là, bien que symboliquement diminués par un secteur éditorial se voulant l'unique garant de la grandeur de l'écrivain (Heinich, 1999), tendent pourtant à devenir les producteurs majoritaires du livre. En effet, selon le rapport de l'Unesco sur l'état des lieux du secteur du livre, entre 2002 et 2004 (Unesco, 2005), sur un total de 2 971 livres publiés, genre et langue confondus, 948 l'étaient par un auteur (soit 32 %) contre 913 qui l'étaient par une structure éditoriale (soit 31 %). Près de quatorze années plus tard, la part des ouvrages auto-édités aurait encore augmenté, atteignant 35,5 % de la production marocaine globale (Sefrioui, 2017). Ces éléments révèlent l'existence de pratiques d'écriture réalisées en dehors du cadre de certification de l'éditeur (Moulin et Queminn, 1993). Ce qui nous porte donc à fonder le présent article sur l'hypothèse d'une possibilité de diversité – ou du moins d'une possibilité de diversification – de l'offre bibliographique au Maroc issue de la pratique auto-éditoriale.

Sensibles à la force que le contexte socio-économique exerce sur le fait éditorial et auto-éditorial, nous avons fait le choix d'éclairer ce dernier au moyen d'outils sociologiques. Issu d'une enquête de terrain conduite entre 2012 et 2015, le présent article ambitionne de saisir les fondements sociaux – c'est-à-dire les dimensions processuelles structurantes – de la pratique auto-éditoriale littéraire au sein de l'espace

du livre marocain. Comment en vient-on à se tourner vers l'auto-édition ? Quelles sont les étapes à suivre et quelles sont les difficultés rencontrées ? Quelles perceptions les individus ont-ils conservé de l'expérience vécue ?

Notre réflexion s'appuie sur l'exploitation d'entretiens conduits auprès d'auteurs auto-édités⁶. D'une durée d'une à trois heures, ces entretiens ont été menés au Maroc (à Casablanca, El Jadida et Tanger), aux domiciles des enquêtés. À chacun d'entre eux a été laissé le choix de la langue d'expression (en français et/ou en arabe dialectal). Onze auteurs auto-édités ont été interrogés, tous issus d'un milieu favorisé, ayant fait des études supérieures, et dotés de capitaux culturels et économiques. Ainsi, nous comptons huit hommes (dont six arabophones investis dans l'écriture poétique et deux francophones dans l'écriture romanesque) et trois femmes (dont deux arabophones investies dans l'écriture poétique et une francophone dans l'écriture romanesque). Des modalités diverses de contact ont été mobilisées. En amont, sur une page Internet créée à cette occasion, un questionnaire avait été déposé qui n'a été que très faiblement complété. Néanmoins, il a permis de récolter de premières données nominatives et coordonnées téléphoniques. De là, de nouveaux contacts nous ont été indiqués par les enquêtés. D'autres contacts nous ont été transmis par des journalistes, par des éditeurs, ainsi que par des agents des réseaux de la coopération culturelle. Par ailleurs, l'analyse prend aussi appui sur les données statistiques fournies par le rapport annuel sur l'état de l'édition et du livre de la Fondation El Saoud pour les études isla-

⁶ Par « discrétion », « gêne », « pudeur » ou « sentiment d'échec », les enquêtés ont souhaité garder l'anonymat. Ainsi, leurs prénoms véritables ont été remplacés par des prénoms de substitution. Ce refus de voir son identité révélée signale, dans une certaine mesure, le rapport ambivalent des auto-édités à leur pratique.

« la pratique de l'auto-édition serait majoritairement masculine »

miques et les sciences humaines (Janjar, dir., 2016 et 2018).

L'analyse ici développée s'articule autour de trois parties principales. Tout d'abord, il s'agit d'identifier les caractéristiques du profil social de celles et ceux qui ont recouru à l'auto-édition. Puis de faire état des types de motivations qui ont conduit ces dernières et derniers à recourir à ce mode d'édition. Enfin, à partir de la reconstitution du point de vue subjectif des enquêtés, nous porterons notre attention sur la manière dont ils évaluent, *a posteriori*, la pertinence de ce recours.

Les auto-éditeurs et leurs œuvres

Une pratique genrée ?

Parmi les variables sociales caractérisant le groupe des auteurs auto-édités, celle du genre nous intéresse particulièrement. Or, jusqu'à ce jour, aucune étude n'informe précisément cette dimension. Bien que notre enquête ne puisse prétendre ni à l'exhaustivité ni à la représentativité, elle permet néanmoins de cerner la question d'un peu plus près. Tout d'abord, signalons que sur un total de trente questionnaires administrés par Internet, vingt-trois ont spontanément été remplis par des hommes et sept par des femmes. En outre, les entretiens qui ont suivi ont été réalisés auprès de huit hommes et de trois femmes. À la question « Connaissez-vous d'autres auteurs auto-édités ? Et si oui, combien ? », les hommes enquêtés ont répondu en connaître au minimum huit dont une majorité d'hommes. Les femmes ont, pour leur part, répondu en connaître au minimum six dont la majorité est, là en-

core, masculine. Et l'une des enquêtées de préciser : « C'est vrai, maintenant que j'y pense, proches de moi (...) je vois beaucoup d'hommes qui vont faire leurs livres seuls. Des femmes, oui, mais plus d'hommes ». Ces éléments nous conduisent alors à émettre l'hypothèse selon laquelle la pratique de l'auto-édition serait majoritairement masculine. Hypothèse corroborée par les données de répartition sexuée des auteurs au sein du secteur éditorial marocain global, entre 2016 et 2017 : soit près de 86 % d'hommes pour 14 % de femmes.

Distribution linguistique de la pratique auto-éditoriale

Le rapport de la Fondation El Saoud pour les études islamiques et les sciences humaines sur l'état des lieux du secteur du livre (Janjar, 2018, dir. ; voir couverture ci-dessous) révèle des éléments de caractérisation de la production auto-éditoriale marocaine.



Considérons la dimension linguistique. Nous apprenons que sur un total de 2 937 ouvrages auto-édités entre 2016 et 2017, 427 l'ont été en langue française (soit 16 %) tandis que 2 405 l'ont été en langue arabe (soit 80 %). Cette part importante d'ouvrages écrits dans la langue maternelle des auto-édités est à réinscrire dans le vaste mouvement d'arabisation du secteur éditorial marocain. Et Mohamed-Sghir Janjar d'estimer « que la langue arabe n'a cessé de se faire une place prépondérante dans le champ éditorial marocain depuis les années 1980 » (*op. cit.*). En effet, en 1956, au lendemain de l'indépendance, les gouvernants marocains ont œuvré à bâtir un État fondé sur la religion islamique et la langue arabe (Vermeren, 2010). Le domaine de l'éducation, considéré comme lieu de formation des acteurs socio-économiques de demain, a alors fortement été investi. L'instruction publique a été généralisée et arabisée, accroissant ainsi le nombre d'étudiants maîtrisant la langue arabe (Chafiqi et Alagui, 2011).

Une présence forte des livres de création littéraire

Considérons le type d'ouvrages auto-édités. Selon le rapport de l'Unesco relatif à l'état de l'édition au Maroc (*op. cit.*), sur l'ensemble de la production auto-éditoriale, entre 2002 et 2004, 309 ouvrages relevaient du domaine littéraire (soit 32 %) réparti entre une part majoritaire de recueils poétiques et une part minoritaire de romans, 164 relevaient du domaine juridique (soit 17 %), 101 du domaine religieux (soit 10 %), 43 du domaine économique (soit 4 %) et 31 du domaine sociologique (soit 3 %). La pratique auto-éditoriale marocaine, consacrant

les genres poétique et romanesque, apparaît ainsi être avant tout une activité de création. Ce qui fait écho à la distribution disciplinaire actuelle de la production éditoriale marocaine. En effet, entre 2016 et 2017, sur un total de 2 937 ouvrages édités, 712 appartenaient au domaine littéraire (soit 24 %) dont 285 au genre poétique et 205 au genre romanesque, 429 au juridique (soit 15 %) et 271 au religieux (soit 9 %).

Au regard de ces éléments, apparaît le rapport mimétique que le secteur auto-éditorial entretient avec le secteur éditorial classique. En effet, qu'il s'agisse de la distribution genre, linguistique et disciplinaire, le premier secteur semble être une reproduction du second, à une échelle moindre.

Parcours d'auteurs : le choix de l'auto-édition

Regards des auto-édités sur la compétence des éditeurs traditionnels

Au sein de l'appareil littéraire moderne, « auteur et éditeur (...) émergent comme les deux faces d'une même médaille, les deux acteurs d'un même jeu, les deux composantes d'une même structure » (Durand, 2002). Or, au regard d'une production marocaine où le livre auto-édité occupe une place non négligeable, la fonction auctoriale et la fonction éditoriale apparaissent disjointes l'une de l'autre. Cette disjonction pose en creux la question de la professionnalisation des éditeurs marocains, entendue comme la « capacité d'accumuler de l'expérience dans la réalisation d'une tâche » (Demazière, 2012). Dans son étude sur les enjeux de

« l'auto-édition possède aux yeux des auteurs cette qualité fondamentale d'être libérée de toute forme d'intermédiation »

la professionnalisation éditoriale, Adeline Pinon établit onze critères⁷ regroupés en trois catégories : « les critères de professionnalisation liés à l'organisation d'une maison d'édition, ceux liés à la production et enfin les critères associés à la communication et à la vente » (Pinon, 2017).

Parmi nos enquêtés, huit d'entre eux avaient, au moment de l'entretien, déjà noué une relation, plus ou moins prolongée dans le temps, avec une structure éditoriale classique. Au sortir de cette expérience, les auteurs auto-édités ont majoritairement éprouvé « une déception », pour reprendre le mot de Mohammed T. Leila M., pour sa part, précise : « J'ai fait mes études à Paris, pendant quelques années. Je me rappelle bien Saint-Germain. Quand je suis allée voir cet éditeur, à Rabat, j'ai vite compris que je n'étais pas à Saint-Germain ». Elle poursuit alors : « Moi, je voulais vraiment qu'il [l'éditeur] m'aide à écrire mieux, à gérer les personnages mais, sincèrement, au bout de quelques échanges, je me suis rendue compte qu'il n'y connaissait rien en littérature alors que moi je ne rêvais que de ça ». D'autres, en plus de pointer la faible suivi éditorial des manuscrits, déplorent les longues périodes d'attente entre chaque étape de travail : « D'abord, il devait lire, puis relire, et des mois plus tard il m'a rappelé (...). J'ai retravaillé, j'ai renvoyé le manuscrit et là, ça a recommencé. Pendant des mois, plus de nouvelles. J'ai perdu un an, comme ça », souligne Farid O. D'autres, dont Karim A., questionnent le pouvoir de l'éditeur quant au devenir du livre, après sa parution : « Je

trouvais qu'il comprenait bien mon travail (...) mais ça se voyait qu'il ne pourrait rien pour moi (...) Lui, connaître des journalistes ? Ou organiser des rencontres ? C'était un éditeur sérieux mais qui travaillait seul (...) Ça a fini par être trop douloureux (...) J'ai repris mes poèmes et je suis parti ». Saliha Y., elle, avoue s'être longtemps interrogée : « Le matin, c'était oui et le soir, c'était non. J'ai hésité, mais je ne sais pas... Quelque chose clochait. Je n'arrivais pas à prendre les éditeurs au sérieux mais d'un autre côté, j'en avais peur, je les voyais comme une mafia ». Ce jugement tend à cibler des formes de pratiques éditoriales peu maîtrisées dues à un faible degré de professionnalisation des acteurs du secteur éditorial marocain. Ces formes, déployées au sein « de maisons d'édition [qui] fonctionnent généralement comme des structures familiales » (Hamrouch, 2007), sont alors susceptibles de revêtir un caractère d'autant plus durable que les tâches à accomplir sont alors faiblement différenciées et les rôles de chacun et chacune potentiellement intervertibles.

Le sentiment de déception dont a fait état Mohamed T., et d'autres encore, surgit de l'écart important qui sépare la représentation idéalisée de l'accès à la publication des conditions vécues de celle-ci. La volonté de conduire le projet jusqu'à son terme est alors d'autant plus importante que les auteurs sont mûs par une puissante croyance en la valeur littéraire, « forme de sacerdoce laïc au service de la beauté du style » (Sapiro, 2007). Par conséquent, à l'épreuve d'un système d'édition jugé « sens dessus dessous », le

⁷ Les onze critères sont les suivants : le nombre de salariés, le statut juridique, l'accès à un réseau de diffusion et de distribution, le nombre de titres par an, la régularité de la production, la cohérence et l'efficacité du catalogue, l'achat et la cession de droits, le travail en réseau avec les médiateurs du livre, le respect du code du travail et de la déontologie de la profession, la question de la compétence, la communication avec l'extérieur, le bureau de la maison d'édition distinct du domicile.

régime vocationnel se renforce, compensant ainsi la blessure symbolique subie – « *c'était dur, mais après je me sentais mille fois plus motivé* » – et le lieu de réalisation de la vocation se déplace, manifestation définitive d'une rupture consommée – « *je suis allée vers un autre système pour être mieux publiée* ».

Stratégies d'évitement de la critique ?

Les auteurs interrogés ont fait le choix de partir à la recherche d'une autre « solution » de publication, pour reprendre le mot de Moustafa P., avec d'autant plus de détachement qu'ils avaient cessé d'accorder au secteur éditorial tout crédit professionnel. Conduite particulièrement exacerbée chez les auteurs marocains francophones qui, se percevant à la périphérie du centre littéraire français, le tiennent pour référence absolue. « *C'est à Paris les vrais éditeurs. Si ça avait été Gallimard, sûrement, oui, c'est évident que j'aurais accepté d'attendre, même dix ans, mais là, cet éditeur, ce n'était personne en littérature* », confie Riyad M. Cette conviction de ne rien laisser derrière soi qui en vaille véritablement la peine galvanise des auteurs qui se tournent vers l'auto-édition, persuadés de trouver là un espace d'épanouissement personnel. « *Avec un éditeur, je me disais, tu ne seras pas libre. C'est pourtant ça que je voulais, créer, juste créer et partager ma création* », dit Leila M. Pratique non contrainte que guiderait le désir de décider seul de tout, l'auto-édition possède aux yeux des auteurs cette qualité fondamentale d'être libérée de toute forme d'intermédiation (Clerc, 2012). Au moment où il s'apprête à être investi, le secteur de l'auto-édition est alors perçu comme l'anti-secteur éditorial classique.

« *Pour moi, la littérature, c'est d'abord la poésie* », dit Farid O. Cette admiration portée à la tradition arabe poétique a suscité

des formes d'inhibition dès lors qu'il s'est agi de se faire soi-même poète. En cela, la confrontation à « quelqu'un qui juge », en l'occurrence l'éditeur, est très fortement redoutée par les auteurs. « *Cet éditeur, il ne m'impressionnait pas. Je voyais bien ce qu'il avait publié avant... Mais quand même... Ça restait quelqu'un qui pouvait me dire "ce travail, c'est mauvais"*. Et je ne voulais pas que ça, ça puisse m'arriver », ajoute Farid O. En cela, la volonté de recourir à l'auto-édition dissimule en partie un refus teinté de crainte de voir son travail – et plus précisément sa vocation littéraire – remis en cause par un tiers. « *Je crois que je sais mieux que les autres ce que vaut mon travail... puisque c'est mon travail* », ajoute le jeune homme. Conduite d'évitement de la critique que les éditeurs n'hésitent guère à pointer du doigt. Et de considérer que cette règle élémentaire du jeu littéraire qu'est la soumission au jugement d'un tiers ne serait pas respectée par les auteurs. « *N'est-ce pas là le moyen de contourner le diktat des comités de lecture ?* », demande un éditeur anonyme interrogé, en 2007, par le quotidien *Aujourd'hui le Maroc*. Nous mesurons, là, le potentiel effet de déstabilisation que peut produire le système de l'auto-édition au sein même de la corporation des éditeurs, désormais liée à celle des auteurs par une forme de rapport concurrentiel (André, 2010).

Fabrication et diffusion du livre : la phase de désillusion ?

Le pré-pressé et l'impression : une confrontation au réel

Avant de répondre à la question « comment s'est déroulé le processus d'auto-édition ? », Farid O. a souri, Riyad M. a grimacé et Sa-

liha Y. a marqué un long silence. Attitudes malaisées qui trahissent l'épreuve vécue par chacun. « L'argent, l'argent qu'il fallait sortir de ma poche, je n'y avais pas pensé », confie Farid O. Après avoir, selon ses propres mots, « perdu une année » à attendre la réponse d'un éditeur, ce dernier fait le choix d'entrer en contact avec un imprimeur, à Rabat. « *L'idée que j'allais pousser la porte de l'imprimerie et repartir avec mes livres sous le bras, c'était magique* ». Au bout de quelques minutes, rapporte Farid O., l'imprimeur a pris sa calculatrice. Et de demander, pour l'impression de mille exemplaires, la somme de 40 000 dirhams (soit 4 000 euros). « *Ça m'a fait un coup, un vrai !* », ajoute-t-il. Leila M., elle, ira jusqu'à comparer les tarifs d'une dizaine d'imprimeries établies dans trois villes du pays. Myriam D., pour entrer dans ses frais, n'imprimera finalement que cent exemplaires tandis que Samir V. en commandera cinq cents, « *sacrifi[ant]* » d'un coup l'épargne d'une année⁸. D'autres enquêtés ont fait le choix d'une impression à la demande associée à une promotion assurée par le biais d'un support numérique. « *J'étais allée chez ma sœur, à Marseille, et l'une de ses collègues s'y connaissait bien en Amazon, tout ça. Je n'ai pas osé déposer mon texte là, sur des plateformes de livres mais ça m'a donné l'idée, quand je suis rentrée au Maroc, de créer un blog et de parler du livre, de citer des extraits (...)* Environ vingt personnes me l'ont acheté (...) Trente dirhams. À chaque fois, j'allais, je l'imprimais et j'envoyais tout par la poste. On aurait dit que je vendais des pommes de terre », raconte Réda H.⁹.

Le franchissement de cette première étape de travail, conférant au manuscrit privé la forme d'un livre public, est soumis à l'acquit-

tement contractuel d'une somme d'argent qui, immédiatement, fait « *tomber [les auteurs] dans le monde réel* », précise Réda H. Ce sentiment de chute que décrivent de nombreux enquêtés tient principalement à l'écart qui séparerait leur perception enchantée de la littérature (Sapiro, 2007) de l'organisation socio-économique de celle-ci (Bras et Pignol, 2016). « Je n'ai pas de problème avec l'argent mais création et argent, pour moi, ça sonnait faux mais bon, j'ai bien dû m'y faire », concède Farid O. Intimement convaincus de la qualité de leur prose et désireux de passer à l'étape suivante, celle de la diffusion, les auteurs déploient des conduites d'accommodement qui leur permettent de conserver intact le sens de l'action engagée. « *J'ai tout fait seul, c'était fou tout ce travail. Les coquilles, quelle horreur ! C'est fini et non, j'en découvrais encore dix. Mais je me disais : pense à ta famille, comme elle sera fière de toi et aux lecteurs (...)* C'était comme avoir créé une entreprise (...) et refuser qu'elle meure », dit Leila M.

Face à la quantité de responsabilités qui désormais leur incombe, les auteurs développent un imaginaire au croisement de la résistance (Hall et Jefferson, 1975) et du management de soi (Paltrinieri et Nicoli, 2017). « *Il a fallu tenir* », ajoute la jeune femme. La condition du primo-auteur (Legendre et Abensour, 2012) est alors aggravée par la solitude dans laquelle chaque décision est prise. Qui plus est, la pratique auto-éditoriale, rendant visible aux yeux de l'auteur ce que le travail éditorial tendait à lui masquer – à l'instar de la correction, de l'impression, du stockage, etc. – éprouve la sacralité de la croyance en la valeur littéraire par la confrontation continue au

⁸ En 2006, un auteur auto-édité imprimait à peu près 1 200 exemplaires de son ouvrage (Ilarzeg, 2006).

⁹ Certains enquêtés, à l'instar de Réda H., ont à quelques reprises manifesté le sentiment d'être dans une certaine forme « d'illégalité », ignorant si oui ou non le droit marocain leur permettait de vendre des livres ainsi, même à une très faible quantité. Ils entendaient par là « sans licence d'édition ». La licence d'édition est un dispositif global qui rend légal la diffusion du livre dans les réseaux classiques de diffusion, à l'image de la librairie. La pratique de l'auto-édition pose, dans cette perspective, un certain nombre de questions sans réponses juridiques.

monde profane dans lequel elle s'inscrit. Cette confrontation au réel à travers l'expérience de l'impression prépare la survenue de l'épreuve suivante, celle des conditions de la vie publique des livres.

La diffusion et la commercialisation du livre auto-édité

L'une des étapes du processus auto-éditorial sur laquelle plusieurs enquêtés ont insisté est celle relative à la détermination des modes de diffusion du livre. Selon Françoise Tuffet, « la diffusion est le principal problème de l'auto-édition [car] elle soutient la vente par la promotion de l'ouvrage dans les médias » (Tuffet, 1983). Pour dépasser cette difficulté, Farid O. a recensé l'ensemble des possibilités qui s'offraient alors à lui. « *Il y a le diffuseur qu'on peut solliciter, le libraire chez qui déposer les ouvrages, vendre aussi à distance, et puis vendre à ceux qu'on connaît déjà. J'ai fait un peu tout* », dit-il. De la même manière, Riyad M., Samir V. et Younès H. ont tenté de rendre leur livre disponible à la vente « partout » où cela était possible : kiosques à journaux, supérettes, librairies. Et cela dans plusieurs villes du pays.

Remarquons que les femmes enquêtées ont toutes opté pour le même mode de diffusion, à savoir la vente directe restreinte aux « personnes de confiance ». Dans ce cas-là, le livre auto-édité est plus souvent offert que vendu. « *J'aurais pu être gênée, me dire tout ça, tout ce travail pour offrir le livre et basta ! Mais en fait, ce n'est pas basta, en offrant mon livre à cette amie, c'est mon rêve que je réalisais* », confie Leila M. Cet abandon de la dimension marchande du livre au profit de sa valeur symbolique, tendanciellement caractéristique du rapport des auteures féminines à la création littéraire, a été repéré

par Christine Détrez dans son enquête sur la pratique d'écriture quotidienne des femmes au Maroc. Ainsi, remarque-t-elle, « dans cette aspiration à pouvoir écrire un roman, et à le publier, se joue bien davantage que l'inspiration (...) Écrire est ainsi (...) le lieu où peuvent s'exprimer les malaises (...) mais également leur nœud d'élaboration, si l'on prend l'acte d'écriture comme métonymique d'une réflexivité et d'un désir d'individuation plus généraux » (Détrez, 2012). Cette propension à engager le processus auto-éditorial en visant moins la gloire littéraire que l'accès à une plus grande autonomie sociale pourrait aussi masquer, certes, le sentiment d'illégitimité des femmes à l'idée de pénétrer « le bastion masculin » (Naudier, 2010) de la littérature. Ainsi, plutôt qu'investir la sphère publique, les auteures femmes préféreraient se déployer au sein de leur propre intimité, monde à soi par excellence.

Une telle prédisposition à l'adoption de postures limitantes semble paradoxalement être en partie ce grâce à quoi le processus auto-éditorial engagé par les auteures femmes est mené jusqu'à son terme. En effet, au sortir de cette première expérience de publication, Leila M. s'est dite « heureuse », Saliha Y. a encouragé deux de ses amies à tenter l'aventure à leur tour et Myriam D. a fait paraître un second livre huit mois après le premier. Farid O., pour sa part, a été « vexé » par les faibles ventes de son recueil de poèmes et a préféré « tourner la page ». Samir V., lui, a été contacté par un éditeur et a signé un contrat avec lui, mû par ce sentiment d'avoir été sauvé de « la galère » de l'auto-édition. Riyad M. a préféré prendre le temps de la réflexion avant d'entamer l'écriture d'un nouvel ouvrage tandis que Réda H. commençait à réfléchir au projet de fonder sa propre maison d'édition.

Conclusion

Décus par un secteur éditorial qu'ils jugent faiblement professionnalisé, les auteurs s'engagent dans la quête d'un autre espace d'édition où déployer leur projet et réaliser leur vocation littéraire. Si, avant de s'y engager, l'auto-édition est appréhendée comme une possibilité d'auto-crédit libérée de toute instance de jugement critique, consacrant ainsi l'horizontalité de l'activité d'écriture, elle est par la suite vécue comme une épreuve liée à la multiplication des fonctions à occuper simultanément et dans une situation d'impréparation technique. Dès lors, l'enchantement des débuts laisse progressivement place au développement de pratiques solitaires de travail acquises sur le tas.

La pratique auto-éditoriale qui en découle se caractérise par une distribution genrée. Si tout porte à croire que cette pratique est davantage investie par les hommes, à l'image du secteur éditorial en général, notons que les femmes qui l'exercent la dotent d'une signification symbolique corrélée à une capacité d'agir émancipatrice (Naudier et Achin, 2013). De plus, les ouvrages auto-édités le sont très majoritairement en langue arabe classique et font la part belle à la création littéraire (genres poétique et romanesque, en particulier). Le secteur auto-éditorial,

reconduisant ainsi les caractéristiques du secteur éditorial traditionnel, ne favorise pas, dès lors, la diversification de l'offre bibliographique marocaine. Les stratégies de captation des marchés et les volontés monopolistiques des grands groupes (tel Hachette Livre et sa filiale La librairie nationale), l'absence de politique publique du livre, ainsi que le faible degré d'organisation des acteurs de la chaîne du livre accroissent cette faiblesse de la diversité culturelle. Ce que l'Alliance internationale des éditeurs indépendants a alors qualifié de « situation préoccupante » (AEI, 2008) se révèle, ici, dans toute sa pertinence.

Qu'en est-il alors de l'auto-édition numérique ? Interrogés à ce propos, les enquêtés ont affirmé ne pas connaître de plateformes marocaines proches du modèle Kindle Direct Publishing d'Amazon. Et l'un d'eux de préciser : « *Toux ceux qui désirent s'auto-éditer en ligne, le font à partir de plateformes étrangères. Mais c'est compliqué donc tout le monde abandonne.* ». Le faible développement de l'auto-édition connectée est conséquentiel de la difficulté de maîtrise technique, d'une part, et de l'étroitesse de la demande, d'autre part. Là, au cœur de la question numérique, se trouve peut-être l'enjeu de l'évolution de la pratique auto-éditoriale au Maroc (Bizri, 2016)•

« le secteur auto-éditorial (...) ne favorise pas la diversification de l'offre bibliographique marocaine »

Alliance internationale des éditeurs indépendants, 2008.

Le livre au Maroc : une situation préoccupante ? Disponible sur internet : https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/Le_livre_au_Maroc_une_situation_preoccupante-3.pdf

ANDRÉ, Marie-Odile, 2010.

Entre réalité et fiction : la relation auteur / éditeur. In LUNEAU, Marie-Pier et JOSÉE, Vincent. *La fabrication de l'auteur*. Canada/Québec : éditions Nota Bene, p. 133-145.

BIZRI, Hala, 2016.

Éditer aujourd'hui au Maroc. In MERMIER, Franck et MAJDALANI, Charif. *Regards sur l'édition dans le monde arabe*. Karthala : Paris, p. 284-291.

BOURDIEU, Pierre, 1991.

Le champ littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 89, p. 3-46.

BRAS, Pierre et

PIGNOL, Claire, 2016.

Économie et littérature. *L'homme et la société*, p. 55-63.

CHAFIQI, Fouad, et

ALAGUI, Abdelhakim, 2011.

Réforme éducative au Maroc et refonte des curricula dans les disciplines scientifiques. *Carrefours de l'éducation*, n°1, p. 29-50.

CLERC, Adeline, 2012.

Place et légitimité des auto-édités en salon. *Les enjeux de l'information et de la communication*, n°13, p. 119-126.

COHEN, Anouk, 2016.

Éditer aujourd'hui au Maroc. In MERMIER Franck et MAJDALANI, Charif. *Regards sur l'édition dans le monde arabe*. Karthala : Paris, p. 180-198.

DEMAZIERE, Didier, 2012.

Postface. *Formation emploi*, n° 108. Disponible sur Internet : <http://formationemploi.revues.org/2111>

DETREZ, Christine, 2012.

Femmes du Maghreb, une écriture à soi. Paris : La Dispute.

DUGAS, Guy, 1987.

L'édition au Maroc. *Maghreb Machrek*, n°118, p. 114-121.

DURAND, Pascal, 2002.

Qu'est-ce qu'un éditeur ? Naissance de la fonction éditoriale. *Texte*, n°31-32, p. 13-55.

EL YAZAMI, Anouar, 1997.

L'écrivain à tout faire ou les pièges de l'auto-édition. *Il parait au Maroc*, n°2, p. 3-5.

HALL, Stuart et JEFFERSON, Tony, 1975 (dir.).

Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain. Londres : Routledge.

HAMROUCH, M'Hamed, 2007.

Eiter son livre au Maroc : la parcours du combattant. *Bladi*, 27 mars. Disponible sur Internet : <https://www.bladi.net/livre-maroc.html>

HEINICH, Nathalie, 1999.

L'épreuve de la grandeur. Prix littéraires et reconnaissance. Paris : La Découverte.

ILARZEG, Karima, 2006.

La production littéraire marocaine d'expression française depuis l'indépendance. Une étude bibliométrique. *Revue de la science et de l'information*, n° 16, p. 26-53.

JANJAR, Mohamed-Sghir, 2016 (dir.).

Édition marocaine, rapport sur l'activité éditoriale marocaine en littérature, sciences humaines et sociales (2014-2015). Fondation du Roi Abdul-Aziz El Saoud pour les études islamiques et les sciences humaines.

Disponible sur Internet : https://www.academia.edu/23040252/Edition_marocaine_2014-2015_rapport_sur_lactivite_editoriale_marocaine_en_litterature_sciences_humaines_et_sociales

JANJAR, Mohamed-Sghir, 2018 (dir.).

Édition et livre au Maroc – Rapport annuel sur l'état de l'édition et du livre dans les domaines de la littérature, sciences humaines et sociales.

Disponible sur Internet : http://www.academia.edu/35876973/Edition_et_livre_au_Maroc_2016-2017_rapport_annuel_sur_létat_de_lédition_et_du_livre_dans_les_domaines_de_la_littérature_sciences_humaines_et_sociales

KHATLA, Kenza, 2017.

L'édition au Maroc en 2015-2016 : de plus en plus digitale et arabe, *Médias 24*. Disponible sur Internet : <https://www.medias24.com/MAROC/CULTURE/170641-Salon-du-livre-825-des-editions-marocaines-sont-en-langue-arabe.html> ●●●

LEGENDRE, Bertrand et ABENSOUR, Corinne, 2012.

Entrer en littérature. Premiers romans et primo-romanciers dans les limbes. Paris : Arkhe éditions.

MEIZOZ, Jérôme, 2004.

L'œil sociologue et la littérature. Genève : Slatkine.

MOULIN, Raymonde et QUEMIN, Alain, 1993.

La certification de la valeur de l'art. Experts et expertises. *Annales*, n°6, p. 1421-1445.

NAUDIER, Delphine, 2010.

Genre et activité littéraire : les écrivaines francophones. *Sociétés contemporaines*, n°78, p. 5-13.

NAUDIER, Christine et ACHIN, Catherine, 2013.

L'agency en contexte : réflexions sur les processus d'émancipation des femmes dans la décennie 1970 en France. *Cahiers du genre*, n° 55, p. 109-130.

PALTRINIERI, Luca et NICOLI, Massimiliano, 2017.

Du management de soi à l'investissement sur soi. Remarques sur la subjectivité post-néo-libérale. *Terrains et théories*, n°7.

PINHAS, Luc, 2012.

L'édition en Afrique francophone : un essor contrarié. *Afrique contemporaine*, n° 241, p. 120-121.

PINON, Adeline, 2017.

Les éditeurs critiques. Enjeu de professionnalisation. Mémoire de Master 2, sous la direction Fanny Mazzone et Frantz Olivié, Université de Toulouse Jean Jaurès.

SAPIRO, Gisèle, 2007.

« Je n'ai jamais appris à écrire ». Les conditions de formation de la vocation d'écrivain. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°168.

SAPIRO, Gisèle, 2007.

La vocation artistique. Entre don et don de soi. *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°168, p. 4-11.

SEFRIQUI, Kenza, 2017.

Le livre à l'épreuve. Casablanca : En toutes lettres éditions.

TOUZANI, Amina, 2003.

La culture et la politique culturelle au Maroc. Casablanca : Eddif.

TUFFET, Françoise, 1983.

L'auto-édition en France. Mémoire de fin d'études, École nationale supérieures des bibliothèques, sous la direction de Jacques Breton.

UNESCO, 2005.

État des lieux du secteur du livre au Maroc, 2002-2004. Disponible sur Internet : http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/CLT/pdf/Cultural_Industries/Arab_States/Morocco/Etat_des_lieux_du_secteur_du_livreau_maroc.pdf

VERMEREN, Pierre, 2010.

Histoire du Maroc depuis l'indépendance. Paris : La Découverte.





Auteure

Kaoutar Harchi est docteure en sociologie, chercheuse associée au Cerlis (Centre de recherche sur les liens sociaux), laboratoire dépendant de l'université Paris Descartes, l'université Sorbonne Nouvelle et le CNRS. Elle enseigne à Sciences Po Paris et Reims. Suite à une thèse en sociologie intitulée « La formation de la croyance en la valeur littéraire en situation coloniale et post-coloniale », elle a publié l'ouvrage *Je n'ai qu'une langue, ce n'est pas la mienne. Des écrivains à l'épreuve* (Fayard, 2016). Elle mène actuellement une recherche concernant les effets sociaux du déplacement sur les trajectoires d'intellectuelles et d'intellectuels issus d'espaces anciennement colonisés. Kaoutar Harchi est actuellement « Visiting Professor » dans le département de sociologie de l'université de New York.


L'auto-édition en Iran

*Histoire d'un dilemme sur fond d'audace*¹

par Azadeh Parsapour, éditrice



¹ Cet article a été publié une première fois, en anglais, le 20 septembre 2018, sur le blog de l'International Publishers Association (IPA) : <https://www.internationalpublishers.org/news/blog/entry/self-publishing-in-iran-a-tale-of-dare-and-dilemma>. Il a été traduit en français par Nathalie Delcamp (ndc.traduction@gmail.com).



Pour contourner la censure, les auteurs iraniens ont souvent recours à l'auto-édition individuelle et artisanale – dans un pays où il n'est pas possible d'accéder aux outils numériques utilisés en Occident.

Self-publishing in Iran. A story of a dilemma against a backdrop of audacity. Case study of Azadeh Parsapour, publisher. *To circumvent censorship, Iranian authors often resort to individual and artisanal self-publishing – in a country where it is not possible to access the digital tools used in the West.*

Ma première expérience de l'auto-édition en Iran remonte à dix ans. Mon ami blogueur s'était retrouvé dans l'impasse face à la censure littéraire, alors qu'il tentait de publier son premier recueil de nouvelles. Si mes souvenirs sont bons, ce livre à l'humour noir avait pour protagoniste un commandant de l'armée plutôt idiot. Une insulte aux « forces militaires sacrées », avaient alors clamé les autorités iraniennes.

Pour éviter que son commandant soit censuré, mon ami avait renoncé à une publication officielle, et opté pour la mise à disposition du manuscrit sur son blog en téléchargement libre et gratuit. En première page, il expliquait pourquoi il lui était impossible de publier son livre de manière traditionnelle ; puis il indiquait ses coordonnées bancaires pour celles et ceux qui voudraient lui adresser une contribution financière.

C'était à la fois triste et galvanisant ; il avait pris le contrôle de son livre et créé un lien direct avec son public. Il ne pouvait pas obtenir d'ISBN, mais en tant que blogueur, ses écrits intéressaient un nombre considérable de lecteurs qui pour la plupart avaient téléchargé son livre et payé (...). L'année dernière, cet ami publiait ainsi son quatrième ouvrage. Je suis sûre qu'il ne gagne pas beaucoup d'argent, qu'il n'y a aucune stratégie de marketing ni de promotion de ses livres, pas plus que de lancements officiels ni de séances de dédicaces. Cependant, il publie ce qu'il écrit, sans relâche.

Néanmoins, son histoire fait figure d'exception. Tous les écrivains n'ont pas les moyens de mettre à disposition gratuitement leur travail sur Internet, et tous ne sont pas des blogueurs populaires qui ont la chance d'avoir, par ailleurs, un emploi à temps plein. D'autre part, les réglementations en vigueur

« les Iraniens sont exclus de nombreux services (...) en raison des sanctions internationales »

sont contraignantes et n'autorisent aucune plateforme à fournir un service d'auto-édition. Tout livre, avant d'être imprimé et distribué, doit obtenir l'autorisation du ministère de la Culture et de l'Orientation islamique. Si vous passez outre, vous risquez de gros ennuis.

N'oublions pas, cependant, que les difficultés rencontrées ne proviennent pas toutes du pays lui-même. Les Iraniens sont exclus de nombreux services internationaux en

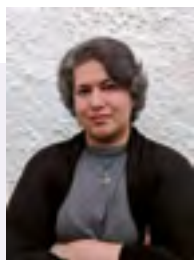
raison des sanctions internationales ou américaines. Par exemple, ni Amazon ni Lulu ne sont disponibles en Iran. De plus, comment l'auto-édition pourrait-elle se faire une place dans un pays qui n'entretient aucune relation bancaire avec l'Europe ou les États-Unis et refuse l'accès aux cartes de crédit ? Mais voyons les choses autrement. Oublions ne serait-ce qu'une seconde les liens existants, en Occident, entre Internet, l'édition numérique et l'auto-édition : pourquoi, alors, ne pas avoir recours à des imprimeurs et à des éditeurs clandestins ? Si vous faites partie de la communauté littéraire iranienne, il n'est pas rare de nos jours de voir, à l'occasion d'une fête, une table dans un coin remplie de livres publiés dans la clandestinité. De petits groupes d'auteurs et de traducteurs se réunissent, trouvent un nom à leur publication, une imprimerie digne de confiance et publient leurs livres à leur façon. Ces productions sont ensuite écoulées lors de rassemblements de personnes appartenant à leur entourage de confiance. L'autre vivier de livres clandestins ou interdits en Iran se trouve aux mains des vendeurs à la sauvette. L'endroit le plus populaire est la rue Enghelab (Révolution), dans le centre de Téhéran, juste en face de l'université de Téhéran – l'une des plus anciennes universités modernes d'Iran. La rue Enghelab représente le cœur de l'industrie de l'édition du pays, des dizaines de librairies et de maisons d'édition y sont implantées. Vous pouvez y trouver presque n'importe quel type de livre : fictions, documentaires, manuels scolaires, livres d'occasion, livres autopubliés ou livres interdits !

Les réseaux de vente à la sauvette, qui diffusent les titres qui ne peuvent pas être ven-



des dans une librairie classique, sont mal vus par le gouvernement (car ils violent les lois) mais aussi par les auteurs (car ils ne tiennent pas compte de leurs droits). En effet, les réseaux informels qui vendent les livres interdits ne payent aucun droit aux auteurs. Les livres ainsi vendus sont « piratés », récupérés en ligne ou photocopiés à partir d’un exemplaire papier. Les auteurs ou les éditeurs ne savent évidemment pas qui est responsable de ces ventes, qu’ils n’ont jamais autorisées.

Le dilemme des auteurs et des éditeurs est donc qu’ils sont à la fois heureux que leurs livres parviennent à plus de lecteurs, mais en même temps lésés, car ils ne touchent aucun des bénéfices de ces ventes informelles².



Auteure

Azadeh Parsapour est éditrice et journaliste. Pendant des années, elle a travaillé en Iran pour différentes publications en tant que rédactrice en chef. Puis, elle a déménagé au Royaume-Uni en 2010 et fait des études de journalisme à la London Metropolitan University. Elle est rédactrice en chef de la maison d’édition numérique Nogaam e-Publishing, lancée en décembre 2012 à Londres. Nogaam a recours au *crowdfunding* pour publier des auteurs iraniens censurés. Elle soutient les auteurs iraniens, défend la liberté d’expression, promeut l’édition numérique en langue farsi. Azadeh Parsapour est également à l’origine du « Salon du livre de Téhéran non censuré » (*voir l’illustration à la page précédente*) dédié aux livres persans publiés hors d’Iran par des éditeurs indépendants.

² Note de la Rédaction : les deux derniers paragraphes de cet article ont été reformulés et précisés lors d’un échange par courrier électronique avec Azadeh Parsapour, en date du 30 novembre 2018.

Les Éditions du Net

Un entretien avec Henri Mojon¹

conduit par Sylvie Bosser, université Paris 8



¹ Cet entretien a été réalisé le 11 juillet 2018 à Saint-Ouen.

Les Éditions du Net ont débuté par un « simple » service d'impression à la demande, proposé aux éditeurs traditionnels. Tout en continuant cette activité, elles ont développé ensuite une activité d'auto-édition, qui repose sur un schéma original : les manuscrits sont vérifiés en interne avant publication (degré de finalisation du texte, légalité du contenu, intérêt éditorial), sont publiés en version papier avant tout et diffusés en librairie. Enfin, les auteurs sont rémunérés à 40 % lorsqu'ils génèrent une vente directe. Selon Henri Mojon, cette offre interroge la chaîne du livre traditionnelle et en particulier le rôle de l'éditeur dans la commercialisation des ouvrages et la rémunération des auteurs.

Les Éditions du Net. An interview with Henri Mojon. By Sylvie Bossier, University of Paris 8. *Les Éditions du Net began with a “simple” print-on-demand publishing service for conventional publishers. While continuing this operation, it then developed a self-publishing strand based on an original concept: the manuscripts are checked internally before publication (copy-editing of the text, legality of the content, publishing interest), are published notably in print format and distributed via bookshops. Finally, authors are paid 40% when they generate a direct sale. According to Henri Mojon, this offer challenges the traditional book chain, in particular the publisher’s role in marketing the books and the authors’ remuneration.*

Sylvie Bosser : quelle est la date de création de la plateforme d'auto-édition ? Pourquoi avoir ouvert une plateforme d'auto-édition ?

Henri Mojon : la société d'impression à la demande a été créée le 1^{er} janvier 2010, la plateforme d'auto-édition a été ouverte en octobre 2013. Pourquoi ? Sous la pression de la demande, en fait. Quand on a créé les Éditions du Net (LEN) en 2010, on avait un modèle qui était uniquement dirigé vers les éditeurs. Notre idée a été de monter une structure qui soit capable de fabriquer et distribuer des livres en impression à la demande, pour résoudre le problème des épuisés, des stocks, pour diminuer le risque des éditeurs sur certains titres qui n'apparaissent pas comme ayant le potentiel suffisant pour amortir une édition traditionnelle.

Notre premier contrat historique a été passé avec le CNRS parce que, typiquement, c'est le type de publications qui se positionne sur des tirages courts. Il y a en effet beaucoup de chercheurs au CNRS – il y a beaucoup de travaux publiés. En édition traditionnelle, CNRS Éditions (une société commerciale indépendante), se retrouvait à cumuler les pertes sur un certain nombre de titres. L'édi-

tion à la demande leur est apparue comme une solution tout à fait adéquate. Nous avons développé un portefeuille de clientèle assez important.

Notre premier client aujourd'hui, c'est la Bibliothèque nationale de France (BNF) – nous travaillons sur la réédition des titres du catalogue Gallica (*voir logo ci-contre*). Nous sommes le plus gros contributeur en versement de BnF-Partenariats², puisqu'on les distribue aussi bien sous la marque Chapitre.com, que sous la marque LEN. Puis s'est ajoutée toute une série d'éditeurs. On s'occupe de tous les titres de l'INSEE, de l'OFCE.

Nous avons donc tout d'abord développé pour les éditeurs l'outil de production de livres à la demande, puis très rapidement (vers 2011, 2012), nous avons reçu beaucoup de demandes d'auteurs. Ce n'était pas notre modèle. Nous étions positionnés sur des contrats éditeur. Mais on a tout de même commencé en 2012, sous cette pression du marché, à développer la plateforme grand public. Kindle Direct Publishing d'Amazon n'existait pas à l'époque, il y avait Create Space qui existait mais c'était en anglais. Ceux qui s'étaient installés en France, c'était Lulu, c'était Editlivre. Mais pour être très honnête, on n'était pas pressé de se lancer sur ce créneau pour une raison bien simple, c'est que les chiffres que nous obtenions de ces opérateurs étaient catastrophiques. Je suis en autofinancement, il faut donc que j'ai la capacité d'investir mais aussi d'avoir un retour sur investissement. Rien ne me convainquait dans ce que je voyais en matière d'auto-édition.



² BnF-Partenariats est une société commerciale créée par la BnF pour concevoir des produits en partenariat avec les acteurs de l'économie numérique. Les Éditions du Net ont signé avec cette entité une licence pour créer et commercialiser des rééditions de livres papier à partir du fonds numérique de livres numérisés Gallica. LEN a créé deux collections : l'une avec Chapitre.com et l'autre sous sa marque. Pour cette licence, LEN verse 20 % du prix public des livres vendus à BnF-Partenariats, ce qui représente entre 20 000 et 30 000 euros par an.

S.B. : il n'y avait donc pas, de votre part, de volonté intellectuelle ? Permettre à des auteurs qui avaient été refusés ailleurs d'être publiés ?

H.M. : non, au départ, cette volonté n'existait pas. Mais on a finalement décidé de faire la plateforme d'auto-édition des Éditions du Net. On a beaucoup travaillé le modèle afin qu'on ait un modèle économique qui soit profitable, viable. On a voulu garder l'édition gratuite, c'est indispensable parce que sinon vous n'avez pas d'offre qui tienne la route si vous commencez à faire payer des frais de dossier – ce que certains font. Si j'ai des opérateurs sur Internet qui me proposent une édition gratuite, je ne vais pas arriver en disant que vous allez commencer par payer 80 euros chez moi. À chacun sa stratégie marketing. Moi, je voulais absolument garder la gratuité, mais on avait quand même deux problèmes. Le premier problème, c'est la qualité des livres. Je dis souvent que le meilleur vecteur du succès d'un livre, c'est le livre lui-même. La première décision qu'on a prise, c'est de dire d'accord, on fait de l'auto-édition, mais on a un comité de sélection.

S.B. : « La plateforme est ouverte sur sélection » peut-on lire sur votre site ? C'est-à-dire ? Quels sont les critères en vigueur ?

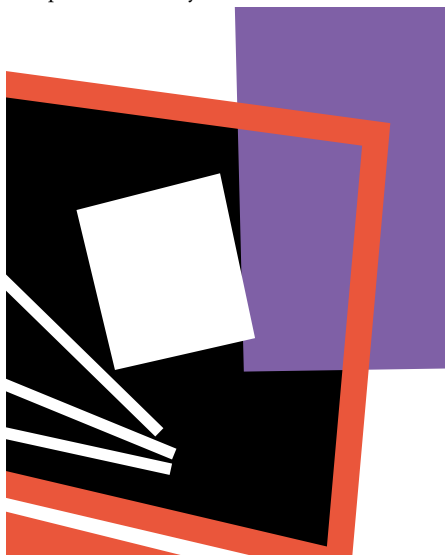
H.M. : on a un lecteur, un salarié dont le travail est de lire les livres qui sont déposés sur la plateforme et de valider la publication ou pas. Il suit trois critères, extrêmement simples : il faut tout d'abord que le livre soit finalisé, c'est-à-dire relu, au minimum. Il y a un monde entre un livre qui commence par une phrase qui comporte trois fautes et un livre de 200, 300 pages qui comporte vingt coquilles. Second critère : le



contenu doit être légal. Il nous arrive régulièrement de refuser des livres qui montrent par exemple la pédophilie sous un jour favorable. Le troisième critère de sélection, c'est qu'il faut que le livre ait un intérêt éditorial. Qu'est-ce que ça veut dire ? C'est extrêmement simple. Un livre a un intérêt éditorial s'il s'adresse bien à des lecteurs. Plus précisément, il se trouve que beaucoup de livres sont totalement autocentrés et ne sont là que pour satisfaire l'égo de l'écrivain. Le livre doit s'adresser à quelqu'un. Personne n'est intéressé par les états d'âme de quelqu'un sur 300 pages. Donc, il y a bien trois critères de sélection : la finalisation du livre, la légalité et l'intérêt éditorial. Ces trois critères nous différencient de tout le monde. Pour l'instant, je n'ai pas connaissance de plateforme d'auto-édition qui ait un comité. Cela représente un certain coût, sauf que moi à l'arrivée, ce n'est pas deux livres que je vends. En moyenne, les livres présents sur ma plateforme sont vendus à 50 exemplaires, donc on n'est plus du tout dans le même modèle.

La deuxième décision que nous avons prise de manière à rester dans un modèle économique viable, c'est que le livre doit être mis en page, donc nous fournissons sur notre plateforme les maquettes de mise en page, les consignes, c'est assez simple pour l'auteur. Au début, à l'ouverture de la plateforme, nous n'avions aucun service payant, mais à force d'avoir des auteurs au téléphone qui ne souhaitaient pas faire

eux-mêmes la mise en page, on a rajouté en 2015 cette option pour un forfait de 110 euros. La mise en page est faite automatiquement par notre plateforme ; mais pour faire tout ce que nous faisons, il a fallu au départ un investissement de 500 000 euros en logiciel. Au final, seuls 5 % environ des auteurs arrivent à finaliser la mise en page eux-mêmes mais moins de 5 % choisissent l'option payante. Le deuxième forfait que l'on a mis en place concerne la diffusion du livre numérique, que l'on fait payer aussi, depuis 2015. Il y a une très bonne raison



à cela : c'est tout simplement parce qu'il n'y a pas de modèle économique pour les livres numériques, ces derniers ne se vendent pas en France. De plus, notre activité de départ, c'est de faire du livre à la demande, donc notre « ADN », c'est le livre papier. On était tout guillerets, comme tout le monde, de pouvoir mettre plein de livres numériques, sauf que nous nous sommes très vite aperçu que cela ne rapporte rien du tout et que donc l'édition numérique de nos livres était

un poste de coût. Donc au bout d'un moment, on a estimé que si les auteurs veulent leurs livres en format numérique, ils payent 85 euros. Et là, on peut prendre le temps. Il faut d'abord faire le livre numérique et ensuite, il faut produire et mettre en place trois formats différents parce que chaque plateforme (Apple, Amazon, etc.) a son format.

S.B. : qu'en est-il de la diffusion des livres papier ?

H.M. : c'est gratuit. Dans ce cadre, l'autre originalité qui est apparue au fur et à mesure des Éditions du Net, c'est que 70 % de nos livres sont vendus en librairie. Les livres sont commandés par les libraires. Je ne fais pas de mise en place. On a une cinquantaine de commandes par jour de toutes les librairies. Cela a pris du temps de convaincre les libraires de commander chez nous, mais alors maintenant, c'est parfait. Et pourquoi ? Quelle est la seule préoccupation du libraire ? C'est la livraison. Ici, tous les livres sont livrés en 48 heures, c'est-à-dire que quand la commande arrive le matin, le livre n'existe même pas et il part le soir à 16 h. Donc les libraires, maintenant, connaissent bien les Éditions du Net. On peut dire que quasiment tous les libraires de France nous ont commandé au moins un livre en cinq ans. Je pense que c'est là-dessus que nous avons gagné nos lettres de noblesse, si je peux me permettre l'expression : c'est le fait d'avoir convaincu l'ensemble des libraires de commander chez nous.

On a mis trois ans pour être référencés à la Fnac. On a la plateforme, le livre arrive, on arrive à le diffuser et à le distribuer. Après, il faut que l'auteur en fasse la promotion, donc nous on a mis en place des outils de promotion avec notre partenaire ActualLitté.com³. On a fait un site, on a fait un compte Facebook sur lequel on a un peu investi

³ Journal littéraire sur Internet créé par Nicolas Gary (<https://www.actualitte.com/>).

puisqu'on a maintenant plus de 400 000 abonnés et on a créé en 2012 la Journée du manuscrit francophone⁴. On a 900 000 abonnés, maintenant. L'ensemble de ces mesures, de ces outils de promotion, nous a permis quand même globalement d'augmenter notre référencement. Nous sommes d'ailleurs très bien référencés, c'est là-dessus que nous faisons des ventes.

Les auteurs gagnent 40 % quand c'est nous qui vendons le livre, 10 % quand c'est un libraire. La remise libraires, c'est 30 %, ce qui veut dire tout simplement que quand c'est l'auteur qui vend, quand c'est lui qui apporte la vente, on lui donne la part libraire. Ce n'est pas compliqué. Alors cela explique qu'à l'arrivée, nous avons quand même pas mal d'auteurs qui touchent des sommes qui n'ont rien à voir avec ce que leur donnent les éditeurs. Et ça, à force, ça va se savoir, et ça va poser un problème aux éditeurs, je le reconnais volontiers. Je vais prendre un exemple. Je peux citer James Tollum qui a écrit la série des *Prophéties* (voir l'illustration ci-contre)⁵. Depuis qu'il est chez nous, il a gagné plus de 30 000 euros de droits d'auteur.

S.B. : vous avez choisi dès le départ de ne pas vous cantonner au secteur de la littérature. Pourquoi ? Comment expliquez-vous que ce ne soit pas ce secteur qui fonctionne le mieux ?

H.M. : parce que ce n'est pas cela qui se vend. Ce qui fonctionne vraiment chez nous, ce sont les livres pratiques, scientifiques et les témoignages. Je pense notamment à *Espoir et victoire. Le comble pour une gynécologue* du Dr. Marie Crédoz en 2016 qui s'est très bien vendu. En ce qui concerne la littérature, je pense que c'est la même chose que chez les

éditeurs. Ce qui fonctionne en général dans la littérature, ce sont quelques *best-sellers*.

S.B. : quand on parle « auto-édition », on pense pourtant en premier lieu au secteur de la littérature ?

H.M. : c'est une grave erreur. La littérature c'est bien beau, mais moi, je vends via mon référencement Internet. Sur Google, vous tapez souvent « livre de littérature » ? Non par contre, vous tapez « apprendre les mathématiques », vous tapez « monter un meuble », etc. Qu'est-ce qui apparaît ? Des livres, à chaque fois. Les nôtres ou ceux d'autres plateformes, ou même des livres d'éditeurs. Aujourd'hui, l'industrie du livre est de plus en plus liée à Google et on ne



⁴ <http://www.lajourneedumanuscrit.com/>

⁵ James Tollum, *La prophétie des éléments*.

« le réflexe naturel de tout un chacun reste quand même d'aller chez un libraire »

tape pas sur Google « bon roman policier ». Les ventes sont générées par un besoin, le lecteur exprime un besoin, sur un savoir, sur une connaissance. Ce qui est intéressant, c'est que le réflexe naturel de tout un chacun reste quand même d'aller chez un libraire. Je suis étonné de voir que les libraires arrivent à vendre autant de nos livres parce que je sais que nos livres ont été vus sur Google. Vous cherchez, vous trouvez. Puis, vous allez chez le libraire ou chez Amazon.

S.B. : pourquoi ne pas créer un service d'accompagnement ?

H.M. : on a créé en 2017 une maison d'édition qui s'appelle LEN⁶ ; Wilfried N'Sondé en est le directeur littéraire. Pour l'instant, il y a trois titres. Là, on en sort quatre nouveaux. D'ici la fin de l'année, on va en sortir une dizaine. Les livres que nous éditons de manière traditionnelle sont les livres qui se vendent bien en auto-édition ou les meilleurs textes qui ressortent de la Journée du manuscrit francophone, qui ont été lus par un jury.

Je reconnais tout à fait qu'en termes de contenu, entre un livre qui a été auto-édité et la version de ce même livre que nous publions, ce n'est pas le même. En tant qu'éditeur, je sélectionne et je finalise mon manuscrit : c'est le premier investissement que l'on fait. Il faut donc que le directeur littéraire soit rémunéré pour le travail qu'il effectue avec l'auteur sur le manuscrit afin que celui-ci devienne un livre. Le deuxième investissement que fait l'éditeur, c'est la mise en place de l'ouvrage.

Par contre, l'auteur apporte lui-même beaucoup de ventes, parfois, parce qu'il a par exemple un réseau important. Ces ventes,

il va falloir que l'éditeur soit capable de les traiter. Parce qu'aujourd'hui, il ne les traite pas. En fait, qu'est-ce qui se passe ? L'auteur – même s'il est chez un grand éditeur – tweete à ses abonnés et annonce la parution de son livre ; ses contacts vont aller l'acheter chez un libraire, mais plus fréquemment chez Amazon (tout le monde va chez Amazon). L'éditeur ne profite pas du réseau, mais l'auteur non plus. Le seul qui profite du réseau, c'est Amazon. Donc, il va falloir que les éditeurs soient capables à l'avenir de traiter ces ventes directes apportées par l'auteur. Les éditeurs vont de toute manière devoir se poser la question, à très court terme, sur le fait de gérer les ventes directes et d'augmenter la rémunération de l'auteur quand c'est l'auteur qui joue le rôle de diffuseur.

S. B. : comment expliquez-vous cet engouement pour l'auto-édition de la part des auteurs ? D'un point de vue sociétal ? D'un point de vue économique ?

H. M. : la motivation des auteurs c'est d'abord d'être publiés et ils en viennent à l'auto-édition parce que c'est simple, c'est rapide, c'est gratuit et efficace. Le succès de l'auto-édition s'explique par la révolution de l'ordinateur, c'est l'ordinateur qui a tout changé. La vraie révolution de l'auto-édition, ce n'est pas Amazon, ce ne sont pas les Éditions du net. La vraie révolution de l'auto-édition, depuis les années 1980, c'est l'ordinateur. Voilà, on peut écrire un livre. Avant, cela paraissait complètement inaccessible. Il fallait écrire à la main, après il fallait trouver quelqu'un qui retranscrit à la machine. L'ordinateur apparaît et tout d'un coup, tout le monde est capable de faire des livres. Alors beaucoup de livres se sont créés

⁶ <http://www.leseditionsdunet.com/collection-len-55.html>

« les auteurs auto-édités sont en train de changer (...) les règles de la répartition des droits d'auteur »

comme ça, des milliers, des dizaines de milliers peut-être, mais c'était quelque chose que personne ne voyait parce que ces livres n'étaient pas en librairie. Ces livres étaient en tirage d'auteur. Donc, on ne les voyait pas.

Puis tout d'un coup, sont apparues les plateformes d'auto-édition. Les livres auto-édités sont devenus visibles. Mais je ne suis pas sûr que la vraie révolution soit la plateforme d'auto-édition. L'auto-édition est en train de créer une nouvelle révolution. En ce moment, il y a des auteurs qui sont en colère parce qu'ils ne gagnent pas assez d'argent, des éditeurs qui ne savent pas gérer les ventes amenées par l'auteur. Toutes ces évolutions-là vont faire que l'édition va se révolutionner. Et du coup, cette révolution va concerner tout le monde. Les auteurs en place devraient dire merci aux auteurs auto-édités, plutôt que de se comporter comme « le dernier qui rentre ferme la porte » – parce que c'est cela, l'édition en France. Ce n'est que de l'entre-soi. Dès qu'on rentre et qu'on est auteur et qu'on a signé un contrat d'édition, « on ferme la porte ». Les auteurs auto-édités sont en train de changer les règles de la chaîne de valeur du livre, les règles de la répartition des droits d'auteur. Et les auteurs édités feraient bien de le comprendre. Ils vont le comprendre, ce phénomène-là, je commence à voir des auteurs qui viennent chez moi alors qu'ils n'auraient jamais pensé venir avant.

S. B. : il y a quand même la question du label des éditeurs ?

H. M. : cela a du sens sur quelques collections. On ne va pas dire le contraire, mais

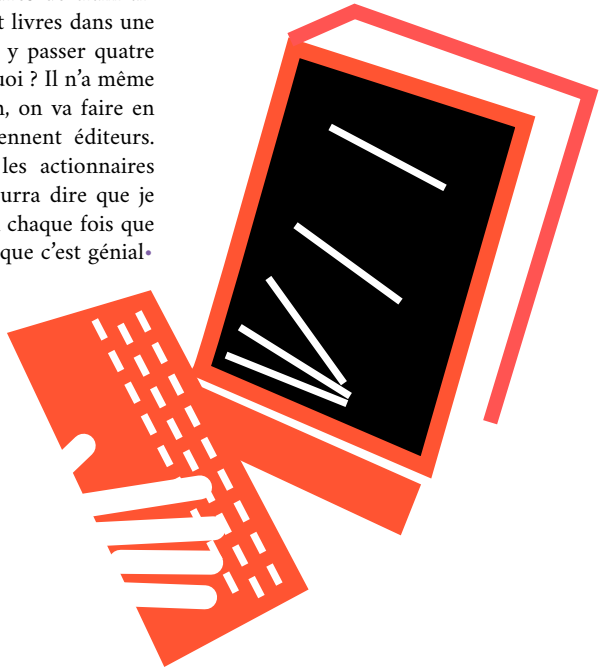
bon, en dehors de « NRF », de « Bouquins », de quelques collections auxquelles je pense, cette question du label ne se pose plus vraiment. Les Éditions du Net au départ ne sont pas une marque grand public. Donc, j'ai cru que ma marque me pénaliserait parce que ce n'est pas une marque grand public et, *in fine*, je m'aperçois que cela ne joue même pas.

S. B. : votre plateforme d'auto-édition a été agréée par le Syndicat national de l'édition (SNE) en 2017. Quel est l'intérêt, l'enjeu, pour vous, de faire partie du SNE ? Dans la presse, cela a été vu comme une forme de reconnaissance de l'auto-édition par des éditeurs traditionnels. Qu'en pensez-vous ?

H. M. : nous avons été dans le top des ventes Amazon. Nous avons des livres qui ont été repris par Magnard, par les Éditions J, par Albin Michel. Les Éditions J ont vendu 12 000 exemplaires de l'ouvrage *Le tueur au GPS* de Philippe Dal Molin et le livre est sorti chez moi. Ruquier en a parlé à la radio en disant que c'était génial. Christian Jacq l'a entendu et a voulu éditer le livre. Donc, le fait que l'auto-édition permette à des livres d'émerger, plus personne ne le conteste.

Les Éditions du Net seront introduites en bourse en 2019. Le vrai modèle de l'auto-édition qui s'imposera dans le monde, ce n'est pas celui d'Amazon, mais le nôtre. Je vous le garantis. Parce qu'on est les seuls aujourd'hui à gagner de l'argent, à avoir des auteurs qui sont contents, à faire des livres de qualité, à satisfaire les libraires dans les délais de livraison et à devenir un vrai éditeur reconnu comme tel.

Les éditeurs ne vont pas continuer longtemps comme cela, à faire comme si rien n'avait changé, comme si ce n'était pas les auteurs eux-mêmes qui sont les promoteurs de leurs ventes. C'est fini l'époque où on envoie un auteur faire six heures de train aller-retour pour vendre vingt livres dans une séance de dédicace où il va y passer quatre heures. À la fin, il a gagné quoi ? Il n'a même pas gagné le SMIC. Eh bien, on va faire en sorte que les auteurs deviennent éditeurs. Quand les auteurs seront les actionnaires des Éditions du Net, on pourra dire que je parle au nom des auteurs. À chaque fois que j'en parle à un auteur, il dit que c'est génial.



Auteur

Henri Mojon est titulaire d'un Master en gestion des technologies à Paris Dauphine. Entrepreneur dans le secteur des nouvelles technologies depuis 30 ans, il a travaillé dans l'industrie du disque avec la société Welcom'Media, puis à Internet Telecom, un fournisseur d'accès pour les entreprises. Depuis 2010, il dirige les Éditions du Net et a mis en place en 2013 la Journée du manuscrit francophone.



Bon de commande

Je souhaite recevoir les exemplaires suivants de la revue *Bibliodiversity*.

Bibliodiversity - janvier 2019 - **L'Auto-édition** 10 € x exemplaires

Bibliodiversity - parution prévue en 2019 - **Politiques publiques du livre** 10 € x exemplaires

Bibliodiversity - parution prévue en 2019 ou début 2020 - **Langues minorées** 10 € x exemplaires

..... **total (hors frais de port)** €

Vous serez informés du montant des frais de port, qui seront intégrés lors de la finalisation de la commande.

Bon de commande à retourner à **Double ponctuation** -18, avenue de la République,
94340 Joinville-le-Pont, France ou à l'**Alliance internationale des éditeurs indépendants**
38, rue Saint-Sabin, 75011 Paris, France.

Vos coordonnées

Nom, prénom :

Adresse postale :

Ville :

Pays :

Numéro de téléphone :

Adresse e-mail :

Je souhaite être informé.e des parutions et événements de Double ponctuation et de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants.

Vous pouvez aussi commander en ligne :

www.double-ponctuation.com ou www.alliance-editeurs.org

Pour toute information : contact@double-ponctuation.com





(:?!;) DOU BLE
P O N C T U A T I O N



Alliance
internationale
des éditeurs
indépendants

5 euros

5 francs suisses
8 dollars canadiens
3 000 francs CFA

